

Medien und Suizide: Überblick über die kommunikationswissenschaftliche Forschung zum Werther-Effekt

Sebastian Scherr

Zusammenfassung

Der folgende Beitrag bietet einen Überblick über die bisherige Forschung zum Zusammenhang von Medien und Suiziden aus einem kommunikationswissenschaftlichen Blickwinkel. Der erste Teil widmet sich dem Forschungsstand zum „Werther-Effekt“, der zweite Teil zeigt vier Bereiche auf, in denen für die bisherige Forschung zahlreiche theoretische wie methodische Engführungen beobachtet werden können. Der Beitrag endet mit verschiedenen grundlegenden Überlegungen zur Erforschung des Zusammenhangs von Medien und Suiziden.

Schlüsselwörter: Medien und Suizidalität, Werther-Effekt, Forschungsüberblick

Summary

This article provides an overview of research on the interplay between media and suicidality. Applying a communication research perspective, the first part of this paper summarizes existing research on the so called "Werther effect", which describes the social phenomenon of copycat suicides after the publication of suicidal media content. The second part of the paper concentrates on four fields of research that are involved in diverse theoretical and methodological constrictions. The paper concludes with key reflections on the causes for existing deficits in research from a general communication perspective.

Keywords: media and suicidality, Werther effect, Literature Review

Einleitung

Über achteinhalb Stunden täglich nutzen die Deutschen tagesaktuelle Medien (TV, Hörfunk, Tageszeitung sowie Onlinemedien; BRD gesamt; Mo-So 5-24 Uhr; Pers. ab 14 Jahren; Ridder & Engel 2010, S. 526). Damit ist Mediennutzung nach Schlaf und Arbeit die wichtigste Alltagsaktivität überhaupt. Allerdings lassen sich erhebliche Unterschiede bei der Mediennutzung zwischen jüngeren und älteren Bevölkerungsgruppen, insbesondere hinsichtlich der Nutzung des Internets und der Tageszeitung feststellen (vgl. Ridder & Engel 2010, S. 526). Unterschiede bei der Nutzung von Online-Medien zeigen sich beispielsweise für die Regelmäßigkeit und den Umfang der Nutzung von Videportalen und Social Communities (Frees & van Eimeren 2011, S. 352; Busemann & Gscheidle 2012, S. 381).

Trotz dieser Entwicklungen zeigt eine Panelstudie unter Jugendlichen und jungen Erwachsenen (14-24 Jahre) in den USA (Dunlop et al. 2011), dass Suizide in erster Linie aus Tageszeitungen (64%), von Freunden und Verwandten (55%) sowie auf online Nachrichtenwebsites (44%) wahrgenommen werden. Social Communities (24%) und Videoportale (24%) wurden dagegen seltener genannt (Dunlop et al. 2011, S. 1076). Während beispielsweise zahlreiche Befunde zu Nachahmungssuiziden für die Tageszeitung bereits vorhanden sind, stellt sich für die Suizidforschung und Suizidprävention die Frage, inwiefern die bisherige Forschung mit den rasanten Entwicklungen im Medienbereich schritthält, ob die bisherigen Forschungsschwerpunkte richtig gesetzt worden sind und welche Bereiche der Forschungslandschaft zu Medien und Suiziden im Moment noch zu wenig ausgeleuchtet sind (vgl. Collings & Niederkrotenthaler 2012).

Der folgende Beitrag versteht sich als ein Schritt in Richtung der Beantwortung dieser Fragen und gliedert sich in insgesamt zwei Teile. Der erste Teil des Beitrags schildert den Forschungsstand, und fokussiert dabei in erster Linie Befunde, die vor dem theoretischen Hintergrund des „Werther-Effekts“ (Phillips 1974) publiziert worden sind. Der zweite Teil diskutiert anschließend die defizitären Bereiche des Forschungsfeldes (vgl. dazu auch Reinemann & Scherr 2011). Das Ziel des vorliegenden Beitrags besteht darin, sowohl den Forschungsstand als auch Forschungsdefizite aus einer kommunikationswissenschaftlichen Perspektive gegenüberzustellen um daraus Ansatzpunkte für zukünftige Forschung abzuleiten.

Forschungsstand zum Werther-Effekt

Der erste Teil dieses Beitrags widmet sich drei Bereichen, die bei der Erforschung des Werther-Effekts von zentraler Bedeutung sind: 1) den untersuchten Medien(-inhalten), 2) dem Umfang und der Realitätsnähe von Suiziddarstellungen in den Medien, und 3) den Annahmen über die Wirkung von Suiziddarstellungen in den Medien. Bei der Betrachtung soll explizit hinterfragt werden, inwiefern Berichte über Suizide überhaupt die soziale Realität beschreiben (vgl. Eisenwort et al. 2012; Niederkrotenthaler et al. 2009b) und inwiefern Suiziddarstellungen in verschiedenen Medien ferner grundsätzlich die Chance haben von verschiedenen Altersgruppen rezipiert zu werden. Schließlich wird hinterfragt, inwiefern diese Punkte in

bisherigen Forschungsbefunden berücksichtigt worden sind.

Welche Medien und Medieninhalte werden bei der Erforschung des Werther-Effekts berücksichtigt?

Im Hinblick auf die untersuchten Medien und deren Inhalte können die Studien danach unterschieden werden, welche Mediengattung (TV, Presse, Internet) diese untersuchten, ob fiktionale (vgl. Pirkis & Blood 2001b) oder non-fiktionale Inhalte (vgl. Pirkis & Blood 2001a) darin untersucht wurden, die Studien können ferner nach den untersuchten Themeninhalten differenziert werden, oder – im Internet – nach dem Grad der Vernetzung von Inhalten.

Bei der Erforschung des Werther-Effekts wurden bislang vor allem tagesaktuelle Medien, in erster Linie Tageszeitungen, untersucht (vgl. Barraclough et al. 1977; Etzersdorfer et al. 1992; Etzersdorfer et al. 2004; Littmann 1985; Michel et al. 1995; Motto 1967, 1970; Niederkrotenthaler & Sonneck 2007; Phillips 1974; Ruddigkeit 2010; Wasserman 1984). Ferner finden sich zahlreiche Belege für Nachahmungssuizide infolge von Suiziddarstellungen im Fernsehen (Berman 1988; Bollen & Phillips 1982; Deisenhammer et al. 1997; Gould & Shaffer 1986; Hawton et al. 1999; Holding 1974; Kessler et al. 1988; Kessler & Stipp 1984; Martin 1996; Schmidtke & Häfner 1986; Neuner et al. 2009; Phillips & Carstensen 1986). Ein dritter Forschungsstrang beschäftigt sich verstärkt seit Anfang des vergangenen Jahrzehnts mit der Bedeutung des Internets, speziell mit sogenannten Suizidforen (Schmidtke et al. 2003, S. 160). Dabei standen vor allem Fragen nach den Chancen und Risiken der neuen Medienumgebung im Vordergrund. Konkrete Bedenken wurden dahingehend geäußert, dass sich User von Suizidforen dort zum Suizid verabreden oder sich über Suizidmethoden austauschen könnten (vgl. Bronisch 2002; Fiedler & Lindner 2002; Fiedler & Neverla 2003; Horne & Wiggins 2009). Auf der anderen Seite finden sich Studien, die die Chancen fokussieren, die das Internet im Rahmen von Suizidpräventionsmaßnahmen bietet (vgl. Eichenberg 2004, 2010; Winkel et al. 2003). Eine knappe Übersicht, in der beide grundlegenden Sichtweisen im Umgang mit dem Internet zusammenfassend dargestellt sind, liefern beispielsweise Alao et al. (2006) oder auch Etzersdorfer et al. (2003).

Der inhaltliche Fokus der Studien lag ferner in erster Linie auf Prominenten, Politikern, und Entertainern, für die deutlichere Nachahmungseffekte nachgewiesen werden konnten als bei Künstlern, Verbrechern, und der Wirtschafts-Elite (vgl. Stack 1987; Niederkrotenthaler et al. 2009a; Niederkrotenthaler et al. 2012).

Andere Studien bilden mithilfe netzwerkanalytischer Verfahren die (Hyperlink-)Struktur suizidbezogener Websites ab (vgl. Kemp & Collings 2011). So belegen

Kemp & Collings (2011, S. 149), dass sogenannte Pro-Suizid Websites im Internet weitgehend isoliert von anderen suizidbezogenen Websites und daher verhältnismäßig „unsichtbar“ im Internet sind. Einerseits ist es denkbar, dass die geringe Verlinkung der Seiten dazu führt, dass diese mithilfe von Suchmaschinen schwieriger gefunden werden können, andererseits könnte dies durch zielgerichtetes Suchen nach Suizidinhalten im Internet von suizidgefährdeten Personen (vgl. Gould et al. 2002; Harris et al. 2009, S. 273) wiederum relativiert werden.

Keine Studien finden sich dagegen zu drei speziellen Formen von Online Medieninhalten: 1) zum Social Web, 2) zu Videoplattformen, und 3) zu Nachrichtenwebsites klassischer Tageszeitungen. Diese Nichtbeachtung neuerer Entwicklungen im Internet im Zusammenhang mit Suizidalität bemängeln aktuell beispielsweise Ruder et al. (2011) am Beispiel von *Facebook*. Suizidankündigungen können auf der Plattform gemeldet werden und der potentiell gefährdeten Person werden anschließend per Email Hinweise und Anlaufstellen zur Suizidprävention genannt. Das Präventionspotenzial dieser Maßnahmen wurde bislang noch nicht genauer ausgewertet. Ein bislang wenig reflektiertes Risiko geht ferner von Videoportalen wie beispielsweise YouTube aus. Ein aktuelles Beispiel hierfür liefert eine im US-Fernsehen ausgestrahlte Auto-Verfolgungsjagd an deren Ende der vermeintliche flüchtige Verbrecher durch Suizid stirbt. Das Video wurde seither über eine Million Mal aufgerufen (Stand April 2013) und wurde ferner über 1500 Mal positiv bewertet, wobei die Gefahr die davon ausgeht noch nicht systematisch untersucht wurde.

Und auch die Webseiten von klassischen Nachrichtenmedien können online ohne Platzmangel am Ende von Suizidberichten auf die Gefahren von diesen hinweisen. Die Süddeutsche Zeitung nutzt diese Möglichkeit beispielsweise zusammen mit der Nennung von Telefonseelsorgeummern sowie Anlaufstellen. Dem Autor sind keine Studien bekannt, in denen das Präventionspotenzial von Anmerkungen am Ende von Suizidberichten im Internet näher untersucht worden ist. Thom et al. (2012, S. 202) stellten allerdings für eine Neuseeländische Medienstichprobe fest, dass Berichte über Präventions- bzw. Therapiemöglichkeiten in on- und offline Medien (Zeitung, TV, Radio, Internet) insgesamt nur selten zu finden sind und dass diese auch nur selten Handlungsalternativen zum Suizid thematisieren (zwischen 2% und 5% der Artikel).

Neuere Forschungsansätze erfassen suizidbezogene Medieninhalte zudem ausführlicher nach inhaltlichen Gesichtspunkten. Es wird neben dem Publikationszeitpunkt und der Anzahl an Suizidberichten genauer erfasst, wie berichtet wird (vgl. hierzu Ruddigkeit 2010; Niederkrotenthaler et al. 2010). Diese

Studien fassen auf Basis inhaltlicher Merkmale Suizidberichte zu Typen zusammen und betrachten in einem zweiten Schritt den Einfluss dieser Berichterstattungstypen auf die Suizidstatistik. Der folgende Abschnitt fragt nun explizit nach den bisherigen Befunden zur Wirkung von Suizidberichterstattung(-stypen).

Wie wirken Suiziddarstellungen in den Medien?

Basierend auf spezifischen inhaltlichen Mustern differenzieren neuere Studien also auch Medienwirkungen vor dem Hintergrund eines Werther-Effekts als „Wirkungstypen“. Dieser Effekt beruht auf der Rezeption sowohl fiktionaler als auch non-fiktionaler Darstellungen von Suiziden und Suizidversuchen (Hawton & Williams 2002; Gould et al. 1990; Pirkis & Blood 2001a; Pirkis & Blood 2001b; Pirkis & Blood 2010; Pirkis & Nordentoft 2011; Stack 2003; Westerlund, Schaller, & Schmidtke 2009). Die Medieninhalte werden dabei als auslösender Faktor der Suizidnachahmung angesehen.

Die Stärke des Werther-Effekts wird in der Literatur im Einklang mit den Hill-Kriterien für Kausalität (Hill, 1965) als „Dosis-Wirkungs-Beziehung“ begriffen (vgl. Niederkrotenthaler et al. 2010, S. 241; Pirkis & Blood, 2010, S. 2; Pirkis et al., 2006). Etzersdorfer et al. (2004) gehen beispielsweise von einem positiven Zusammenhang zwischen dem Umfang, der Dauer und der Prominenz der Suizidberichterstattung und nachfolgenden Nachahmungstaten aus. Dabei wird die Gefahr von Nachahmungssuiziden als Medienwirkung gerade bei jüngeren Rezipienten kontrovers diskutiert (Gould et al. 2003, S. 393; Phillips & Carstensen 1986, S. 685; Stack 2009, S. 237; Stack 2005, S. 129). Die beobachteten Effekte lassen sich ferner nach Medien differenzieren: Stack stellt fest, dass, im Vergleich zueinander, Studien, die den Werther-Effekt am Medium Fernsehen überprüften, mit 82% geringerer Wahrscheinlichkeit Nachahmungseffekte aufdeckten als Studien, die Suiziddarstellungen in Zeitungen untersuchen (Stack 2003, S. 239). Als Ursache dafür wird in erster Linie die Flüchtigkeit des Mediums angeführt (vgl. Hanusch 2010, S. 41).

Unterscheidet man die Befunde zum Werther-Effekt nach Medieninhalten wird deutlich, dass lediglich 39% der Studien zu non-fiktionalen Suiziddarstellungen in den Medien einen Nachahmungseffekt finden (Stack 2005; S. 126). Stack (2003, S. 239) stellt fest, dass Studien, die untersuchen, in welchem Umfang Suizidberichte dazu führen, dass zusätzliche Suizide stattfinden, solche Nachahmungssuizide mit 94% geringerer Wahrscheinlichkeit finden als Studien, die untersuchen, in welchem Umfang Suiziddarstellungen Suizidversuche auslösen. Hawton et al. (1999) untersuchten beispielsweise den Einfluss einer fiktionalen TV-Sendung in England, in der eine Selbst-

Vergiftung gezeigt wurde. Die Studie belegt einen generellen Anstieg an Krankenhaus-Einlieferungen aufgrund von Selbst-Vergiftungen, nachdem die Sendung ausgestrahlt wurde (Hawton et al. 1999, S. 974). Die Studie zeigt außerdem, dass 18% der eingelieferten Patienten mit Suizidversuch angegeben haben, die besagte Episode gesehen zu haben (S. 974) und von diesen gaben wiederum 17% an, durch die Sendung bei der Wahl ihrer Suizidmethode beeinflusst worden zu sein (Hawton et al. 1999, S. 975).

Inwiefern bei jüngeren Bevölkerungsgruppen ein erhöhtes Risiko für Nachahmungssuizide durch online Medien besteht (die diese in besonderem Umfang nutzen), erscheint außerdem aktuell relevant. Dunlop et al. (2011, S. 1077) zeigen, dass beispielsweise die Nutzung von Social Communities als Quelle für Suizidinformationen bei 14-22 Jährigen nicht mit erhöhten Suizidgedanken assoziiert ist und auch ein Jahr später zeigten sich bei denselben Befragten keine verstärkten Suizidgedanken. Im Gegensatz dazu zeigten sich vermehrt Suizidgedanken ein Jahr nach der ersten Befragung bei den Befragten, die intensiver sogenannte Suizidforen nutzten. Darüberhinaus stellt die langfristige Verfügbarkeit derselben Medieninhalte im Internet auch methodische Herausforderungen. Die Studien, die sich bislang konkret mit dem Einfluss des Internet auf Suizidalität beschäftigen, sind zahlenmäßig gering und die vorhandenen Studien fokussieren in erster Linie die Bedeutung des Internet aus einem allgemeinen Blickwinkel (vgl. Chapple & Ziebland 2011; Rajagopal 2004; Recupero et al. 2008; Tam, Tang & Fernando 2007; Westerlund et al. 2012) oder anhand spezieller Beispielanwendungen (vgl. Jelenchick et al. 2013; Ruder et al. 2011; Westerlund 2012). Gerade die genauere Betrachtung längerfristiger Effekte könnte sich empirisch wie theoretisch auszahlen.

Ist der Umfang der Berichterstattung über Suizide angemessen und ist die Darstellung von Suizidalität in den Medien realitätsgetreu?

Die Suizidberichterstattung in den Medien ist verzerrt. Der folgende Abschnitt zeigt anhand amtlicher Suizidzahlen, inwiefern der Umfang der Suizidberichterstattung mit der Ereignishäufigkeit von Suiziden übereinstimmt bzw. inwiefern die Berichte ein realitätsgetreues Bild zeichnen (beispielhaft anhand von soziodemographischen Merkmalen tatsächlicher Suizidenten und von Suizidenten, über die berichtet wird).

Bisherige Studien legen nahe, dass nur über einen geringen Anteil der Suizide in der Gesellschaft berichtet wird (vgl. Au et al. 2004; Fishman & Weimann 1997), wobei sich die Studien auf (einzelne) reichweitenstarke Medien fokussieren. Für diese zeigen die Studien übereinstimmend zum Teil gravierende Abweichungen von der tatsächlichen Anzahl amtlich erfasster Suizide.

Im Moment stammt die elaborierteste Arbeit dazu aus Australien: Machlin et al. (im Druck) stellen fest, dass über einen Zeitraum von einem Jahr nur über 29 von insgesamt 2161 amtlich erfassten Suiziden berichtet wurde. Dies entspricht einem Anteil von einem Prozent. Die Analyse schließt dabei Tageszeitungen (70% aller Medienberichte), das Radio (23% aller Medienberichte) und das Fernsehen (7% aller Medienberichte) ein (Machlin et al. im Druck, S. 3). Über einzelne Suizide finden sich den Autoren zufolge zwischen 1 und 100 Berichte (Machlin et al. im Druck, S. 3). Einschränkend zu erwähnen ist dabei, dass der Untersuchungszeitraum keinen Prominentensuizid einschloss. In der Folge von Prominentensuizidberichten ist das Medieninteresse höher, die Berichterstattung in der Regel umfassender und Nachahmungseffekte treten nicht zuletzt deshalb mit höherer Wahrscheinlichkeit auf. Einen ähnlich niedrigen Anteil an Suiziden, über die in Tageszeitungen in Österreich berichtet wurde, finden auch Niederkrotenthaler et al. (2009b, S. 361): Über 54 von insgesamt 1392 Suiziden (das entspricht einem Anteil von unter 4%), wurde in den Tageszeitungen berichtet. Diese Befunde decken sich tendenziell mit den Befunden aus den USA von Genovesi et al. (2010), die feststellen, dass Suizide in den Medien wesentlich seltener vorkommen als Gewaltverbrechen bzw. Morde (79% der berichteten unnatürlichen Todesursachen in den Medien sind Mordfälle vs. 11% Suizide), obwohl in amtlichen Statistiken ein Großteil aller unnatürlichen Todesfälle auf Suizide zurückzuführen sind (83% der Todesfälle sind Suizide vs. 13% Mordfälle). Lewison et al. (2012) zeigen außerdem für Großbritannien, dass Suizide bemessen an der durch sie verursachten Krankheitslast (hier: der Verlust gesunder Lebensjahre) in der öffentlich-rechtlichen BBC auch im Vergleich zu anderen psychischen Erkrankungen unterrepräsentiert sind. Anhand israelischer Studien, die einen längeren Untersuchungszeitraum einschließen, lässt sich ferner ableiten, dass die Suizidberichterstattung über einen längeren Zeitraum (1950-1990) angestiegen ist und zwar stärker als die Zahl der Suizide in der Gesellschaft, selbst wenn die Suizidzahlen in bestimmten Teilzeiträumen rückläufig waren (vgl. Weimann & Fishman 1995).

Anhand neuerer Befunde aus Neuseeland kann man belegen, dass Hinweise auf Anlaufstellen zur Suizidprävention nur selten in der Medienberichterstattung gegeben werden (5%), ebenso selten wird auf Hilfsorganisationen im Kontext von Suizidberichterstattung hingewiesen (McKenna et al. 2010, S. 54). Auch Genovesi et al. (2010, S. 448) geben in ihrer Studie für die USA an, dass in lediglich 6% der Zeitungsberichte über Suizide auch gleichzeitig Hinweise zur Suizidprävention genannt werden. Niederkrotenthaler et al. (2010) bestimmten für Österreich eine Größenordnung von 5,6% an Artikeln in Printmedien, in denen Informationen und Hinweise auf

Adressen oder Telefonnummern von Anlaufstellen gegeben wurden.

Hinsichtlich einer realitätsgetreuen Darstellung von Suiziden in den Medien kann 1) hinsichtlich der Merkmale der Suizide, 2) hinsichtlich der Merkmale der Suizidenten und 3) hinsichtlich struktureller Merkmale unterschieden werden. Für die Merkmale der Suizide zeigt sich, dass die Medien in Australien beispielsweise wesentlich häufiger über Suizide berichten (Tageszeitung: 57%; TV: 43%; Radio: 52%; Internet: 41%) als über Suizidversuche (Tageszeitung: 10%; TV: 14%; Radio: 8%; Internet: 8%) oder Suizidgedanken (Tageszeitung: 9%; TV: 15%; Radio: 9%; Internet: 11%) (vgl. McKenna et al. 2010, S. 14-35; Thom et al. 2012, S. 201). Die Darstellung in den Medien ist ebenso verengt auf wenige bestimmte Suizidursachen und die Berichterstattung findet häufiger über Suizide mit spektakulären und gewaltsamen Suizidmethoden statt (29% Erschießen, 20% Erhängen, 17% Sturz in die Tiefe) als beispielsweise über Selbstvergiftungen (8%) (vgl. McKenna et al. 2010; Niederkrotenthaler et al. 2009b, S. 362). Stack et al. (2012) zeigen, dass die Suizidmethode „suicide by cop“ in Filmen im Vergleich zur Realität nach anderen persönlichen Vorgeschichten (z.B. im Film kein vorausgehender Suizidversuch) und persönlichen Voraussetzungen (z.B. Personen im Film sind wesentlich seltener chronisch depressiv) auftritt. Ein sogenannter „media bias“ findet sich also sowohl bei non-fiktionalen als auch bei fiktionalen Medieninhalten.

Hinsichtlich der Merkmale der Suizidenten belegt die Studie von Machlin et al. (im Druck), dass über die Suizide jüngerer Bevölkerungsgruppen in größerem Umfang berichtet wird (vgl. auch Niederkrotenthaler et al. 2009b) und dass insbesondere über Suizide im öffentlichen Raum, in Krankenhäusern und staatlichen Einrichtungen häufiger berichtet wird als über Suizide im privaten Raum. Ferner wird auch über sogenannte Suizidcluster weitaus häufiger berichtet als über einzelne Suizidfälle, obschon diese als Ereignis weitaus seltener vorkommen (Machlin et al. in press, S. 6). In Bezug auf die strukturellen Merkmale von Suizidalität zeichnet sich in der bisherigen Forschung das Bild ab, dass Suizide häufig statisch dargestellt werden und dass der Prozesscharakter von Suizidalität vergleichsweise selten in Medienberichten betont wird (vgl. Frey et al. 1997). Sehr häufig findet man in der Suizidberichterstattung als Suizidursache finanzielle Probleme sowie Beziehungsprobleme (diese werden in der Regel häufiger bei Frauen angeführt), familiäre Probleme sind demgegenüber selten thematisiert ebenso wie psychische Erkrankungen.

Außerdem finden sich zum Teil gravierende Unterschiede bei der Suizidberichterstattung zwischen verschiedenen Medien der gleichen Gattung (vgl. Michel et al. 1995 am Beispiel von Tageszeitungen) mit

unterschiedlicher Auflage (kleinere Tageszeitungen berichteten konservativer und weniger drastisch über Suizide; vgl. Baker 1988). Unterschiede bei der Berichterstattung über Suizide in Tageszeitungen konnten dazu für unterschiedliche Entfernungen einer Tageszeitung vom Ort des Geschehens festgestellt werden (je weiter die Zeitung vom Suizidort entfernt war, desto wahrscheinlicher war die Verwendung drastischer Bilder eines Suizides; vgl. Baker 1988, S. 20) sowie für Konkurrenzsituationen mit anderen Medien (Zeitungen, in deren Verbreitungsgebiet Fernsehsender ausführlich über einen Suizidfall berichteten, zeigten mit einer höheren Wahrscheinlichkeit sehr drastische Bilder von diesem Suizid; Baker 1988, S. 20).

Betrachtet man schließlich spezielle Mediengattungen, so zeigt sich beispielsweise für deutschsprachige Jugendzeitschriften, dass die von der Epidemiologie abweichenden Darstellungen von Suizidalität weitgehend mit den bisher beschriebenen Verzerrungen übereinstimmen (Unterrepräsentanz von Suizidversuchen, seltene Thematisierung von psychischen Erkrankungen als Suizidursache; vgl. Eisenwort et al. 2012). Es zeigen sich jedoch auch bemerkenswerte Unterschiede, beispielsweise wurde in den untersuchten Jugendmedien über mehr weibliche Suizide berichtet als über männliche.

Defizite bei der bisherigen Erforschung des Werther-Effekts

Der folgende zweite Teil widmet sich verschiedenen Aspekten, die bei der bisherigen Erforschung des Werther-Effekts zu kurz gekommen sind oder bislang nur wenig Berücksichtigung fanden. Die Defizite wurden an anderer Stelle bereits als „Werther-Defekt“ zusammengefasst (vgl. Reinemann & Scherr 2011). Es geht folglich um Fragen danach, 1) welche Medieninhalte bislang in der Forschung nicht berücksichtigt werden, 2) ob bestehende Forschungsergebnisse zum Teil nur einseitig rezipiert werden, 3) ob man unterstellen darf, dass alle Mediennutzer gleich auf Medieninhalte reagieren, und 4) ob man im Kontext der Erforschung des Werther-Effektes andere, nachgewiesene Medienwirkungen ohne weiteres ausblenden darf.

Welche Medieninhalte werden bei der Erforschung des Werther-Effekt bislang nicht berücksichtigt?

Existierende Befunde beruhen in der Regel auf expliziten Suiziddarstellungen. Ob und inwiefern auch Medieninhalte einen Einfluss auf die Suizidalität haben können, in denen Suizide nicht explizit thematisiert werden, darüber weiß man bislang fast nichts. Es liegt jedoch nahe, dass entsprechende Effekte vorhanden sind. So gibt es erste Belege dafür, dass Medienberichte über psychische Erkrankungen die Suizidalität psychisch kranker Personen erhöhen kann (vgl. Morris 2006, S. 94). Vollkommen unberücksichtigt bleiben bislang

Themen wie beispielsweise Reichtum, Jugend, Schönheit, Schicksalsschläge, persönliche Verluste, Umweltzerstörung oder Kriege, deren potentieller Einfluss auf Rezipienten (im positiven wie im negativen Sinn) nicht per se von der Hand zu weisen ist (vgl. Morris 2006, S. 76-82, bzw. S. 56-62). Gerade im Rahmen von Reality-TV Angeboten kommen solche Inhalte in zugespitzter Form vor. Knop (2012, S. 145) führt am Beispiel der Erwerbsarbeit eine ausgeprägte „Gewinner-Verlierer“-Semantik“, das Motiv des öffentlichen Scheiterns oder format-übliche Chancen-Risiken-Zuschreibungen auf das Individuum an. Auch nach der Rezeption führt das inszenierte Thema bei den Zuschauern mitunter zu einer intensiven Beschäftigung (Knop 2012, S. 140). Es erscheint daher durchaus denkbar, dass solche Medieninhalte die Suizidalität von Rezipienten erhöhen können, beispielsweise dadurch, dass der eigene Selbstwert der Zuschauer durch die mediale Kontrastierung herabgesetzt wird.

Einen ersten empirischen Anhaltspunkt liefert die Studie von Till et al. (2010), die darauf hindeutet, dass Spielfilme, die sich im Grad der Explizitheit der Suiziddarstellung unterscheiden, einen Einfluss auf suizidbezogene Kognitionen und Emotionen der Zuschauer haben können. Interessanterweise belegt die Studie sowohl negative Einflüsse der Suiziddarstellungen auf den Gefühlszustand der Zuschauer als auch positive Effekte auf das Selbstbewusstsein, die Lebenszufriedenheit und die Suizidalität der Untersuchungsteilnehmer (Till et al. 2010, S. 324).

Werden bestehende Forschungsergebnisse teilweise einseitig rezipiert?

Die bisherige Forschung zum Werther-Effekt bestätigte diesen vielfach für verschiedene Medien, Länder, Medieninhalte, Medienmärkte und Medienreichweiten (vgl. Romer et al. 2006, S. 253), so dass grundsätzlich von der Existenz eines Werther-Effekts ausgegangen werden kann. Gleichzeitig sah man sich lange Zeit mit der empirischen Beobachtung konfrontiert, dass manche Studien den Werther-Effekt bestätigten und manche Studien nicht. Aufgrund der häufig einseitig formulierten Forschungshypothesen (vgl. Phillips 1974; Wasserman 1984; Queinec et al. 2011) wurden widersprüchliche Befunde nicht ausführlicher diskutiert (vgl. Phillips 1974, S. 342). Nicht zuletzt die Arbeiten von Ruddigkeit (2010) sowie Niederkrotenthaler et al. (2010) öffneten die Sicht für umgekehrte Befunde, indem sie diese Papageno-Effekte als präventive Medienwirkungen in die Werther-Forschung implementierten (siehe hierzu auch Sisask & Värnik 2012): Angemessene Suizidberichte können also auch weitere Suizide verhindern. Demnach setzt sich die Forschung zum Werther-Effekt heute aus mindestens drei unterschiedlichen Befundtypen zusammen: Die erste Gruppe an Studien bestätigt einen Werther-Effekt, die zweite Gruppe bestätigt einen Papageno-Effekt und

eine dritte Gruppe belegt keinen der beiden Effekte. Dabei wird die Relevanz des Netto-Effekts von Suiziddarstellungen in den Medien (also der Saldo präzipitierender und präventiver Medienwirkungen auf die Suizidalität in der Gesellschaft) außer Acht gelassen. Hier wird das Fehlen eines integrativen theoretischen Erklärungsmodells deutlich. So erklärt die sozial-kognitive Theorie (vgl. Bandura 2001) in erster Linie Grundlagen und den Mechanismus sozialer Lernprozesse für medial präsentierte Modelle. Außerdem prognostiziert sie anschließende Nachahmungshandlungen. Wichtige Grundlagen, wie die Identifikation mit bzw. eine Ähnlichkeitswahrnehmung zu dem Modell (vgl. Blood & Pirkis 2001, S. 163; Niederkrotenthaler et al. 2009a), die positiven und negativen Folgen, die sich aus der Nachahmung für den Handelnden ergeben oder der Umfang und die Häufigkeit des Kontakts mit der Handlungsvorlage (Pouliot & Tousignant 2010, S. 123) werden dabei allerdings ebenso unzureichend berücksichtigt wie der wechselseitige Einfluss der Modellbestandteile (vgl. Bandura 2001, S. 266; Jonas & Brömer 2002, S. 295). Warum bestimmte Darstellungen von Suiziden Nachahmungstaten auslösen und andere dagegen Suizide verhindern können, erklärt die Theorie jedoch nicht. Bandura bietet beispielsweise für das Ausbleiben von Nachahmungseffekten nur wenige Erklärungsansätze. Die beschränken sich in erster Linie auf unvollständige Modellelemente, Motivationsdefizite oder Personeneigenschaften (vgl. Bandura 1976, S. 32; 39; Bandura 1978, S. 19). Weitere Überlegungen, wie beispielsweise die grundsätzliche Tendenz zu Modellreaktanz (d.h. „von einem Modell nicht nur zu lernen, wie man etwas macht, sondern auch, wie man etwas nicht macht, bzw. wie man das Gegenteil von dem macht, was das Modell tut“; vgl. Bördlein 2003, S. 91) oder die Bedeutung zur Rolle kausaler Faktoren außerhalb des Individuums, die über Effizienz-Erwartungen hinausgehen (vgl. Carver & Scheier 1998, S. 204), können gewinnbringend sein.

Ein Grund für die bisher geringe Varianz theoretischer Erklärungen für Nachahmungssuizide kann u.a. in der fehlenden grundlegenden Konzeptualisierung der vermuteten Medienwirkung liegen (vgl. Potter 2011). So werden der Werther- oder Papageno-Effekt häufig als kurzfristige Fluktuationsveränderung der Suizidalität in einer Gesellschaft gesehen, es finden sich jedoch auch Belege, in denen langfristige Auswirkungen von Suizidberichten auf die Suizidgedanken in der Bevölkerung nachgewiesen wurden (z.B. Fu & Yip 2007). Außerdem stehen sich Medienwirkungstheorien wie das soziale Lernen (am Modell), der Priming-Ansatz oder die Theorie der sozialen Kognition inhaltlich nahe. Potter (1999, S. 23) spricht sich daher für die Idee des theoretischen aus, anstelle konformer theoretischer Grundannahmen verschiedene konfligierende Theorien zur Erklärung von Mediengewalt heranzuziehen und

diese empirisch zu überprüfen. Phillips selbst stellt beispielsweise vier solcher Alternativerklärungen („coroner effect“, Hypothese vorgezogener Suizide, Hypothese einer Trauerreaktion, Hypothese konfligierender Voraussetzungen) für seine Beobachtungen zu Nachahmungssuiziden zur Diskussion (Phillips 1986, S. 217-218). Jonas (1992, S. 296-297) bezieht sich in seiner Erklärung von Nachahmungssuiziden beispielsweise auf einen speziellen Mechanismus der sozial-kognitiven Theorie Banduras, nämlich die Disinhibitionsthese (vgl. Bandura 1986, S. 49; S. 291-293). Weitere Spezifizierung könnte die Theorie auch beispielsweise dadurch erfahren, dass eine Unterscheidung zwischen dem „objektiven“ Modell (z.B. die inhaltsanalytisch erfassten Eigenschaften der Suizidberichterstattung) und einem durch die Rezipienten wahrgenommenen Modell getroffen wird. Dadurch würden weitere zentrale personenspezifische Einflussgrößen, die die Wahrnehmung eines Modells beeinflussen (Bördlein 2003, S. 43; S. 140-142), berücksichtigt werden.

Weitere Kritik an der sozial-kognitiven Theorie Banduras äußert Bauer (1999, S. 363), indem sie anführt, dass das theoretische Modell Aufmerksamkeits-, Gedächtnis-, und Produktions- und Motivationsprozesse gleichrangig darstellt, ohne näher darauf einzugehen, dass beispielsweise die Motivation alle übrigen Modellprozesse beeinflussen kann oder dass die einzelnen Prozesse zeitlich auch in einer anderen Abfolge auftreten können. Außerdem spielt emotionale Erregung in Banduras Modell nur eine Nebenrolle (vgl. Bandura 2001, S. 281), obwohl gerade die Berichterstattung über Suizide (entgegen den Empfehlungen für Medienschaffende; vgl. Fekete et al. 2001) diese auslösen kann. Auch Gruppenprozesse und -werte (Bauer 1999, S. 368) spielen in dem individuenzentrierten Modell Banduras keine große Rolle. Für die Erklärung kollektiver Phänomene können diese allerdings sehr wohl zur Erklärung beitragen: Dazu zählen beispielsweise verschiedene gruppenspezifische Stereotype, Gruppenmeinungen und -einstellungen, gruppenspezifische Ausprägungen von Selbstregulation, prosozialem Verhalten oder (auto-)aggressiven Verhaltensweisen (vgl. Oishi et al. 2009, S. 345). Bereits Durkheim (1973) betonte die soziale (Des-)Integration und Kohäsion als entscheidende Faktoren zur Erklärung amtlicher Suizide. So erklären beispielsweise auch Yip et al. (2000, S. 368) den Rückgang saisonaler Schwankungen in den amtlichen Suizidraten mit den neuen, sozial integrativen Kommunikationsmöglichkeiten (vgl. auch Van Orden et al. 2010, S. 582). Gerade „Suizid-Foren“ vereinfachen die Kommunikation innerhalb von Gruppen und verstärken die Notwendigkeit der Einbeziehung personaler und interpersonaler Erklärungsansätze. Man kann der Feststellung von Klaus Jonas aus dem Jahr 1992 also noch immer zustimmen, wonach die theoretische

Erklärung des Werther-Effekts unterentwickelt zu sein scheint (Jonas 1992, S. 296).

Darf man unterstellen dass alle Mediennutzer gleich auf Medieninhalte reagieren?

Medienwirkungen sind differenziert zu betrachten: So können Medienwirkungen beispielsweise hinsichtlich 1) kognitiver Effekte, 2) affektiver Effekte, und 3) Effekte auf Einstellungen unterschieden werden (vgl. McQuail 2010, S. 469; Kepplinger 2008; Schenk 2007, S.767). Die Wirkungen auf diesen drei Ebenen sind dabei von Mensch zu Mensch verschieden. Im Kontext von Nachahmungssuiziden sind dies beispielsweise 1) Lerneffekte, 2) längerfristige Wirkungen von Suizidberichten auf Stimmungen oder kurzfristige Wirkungen auf den (emotionalen) Erregungszustand von Rezipienten oder 3) Einflüsse auf individuelle Normen, also beispielsweise Suizide als Problemlösung zu akzeptieren. Rezipienten unterscheiden sich erstens hinsichtlich ihrer Aufmerksamkeit gegenüber Medieninhalten (Lorch 2008; Stack 1992). Aufmerksamkeit ist die erste Prozessstufe in der sozial-kognitiven Lerntheorie nach Bandura (2001 S. 273). Die Aufmerksamkeit gegenüber medialen Informationen ist zudem selektiv und zwar sowohl im Vergleich verschiedener Medien(-botschaften), als auch im Vergleich verschiedener Elemente innerhalb einer Botschaft (Nabi 2008) und dabei sowohl von emotionalen als auch kognitiven Eigenschaften der Rezipienten abhängig (vgl. Baumeister et al. 2007, S. 175). Kepplinger (2008) weist in Bezug auf die sozialkognitive Lerntheorie, die in den meisten Studien zum Werther-Effekt als Deutungsrahmen herangezogen wird, explizit darauf hin, dass nur selten alle Schlüsselvariablen zur Überprüfung der Theorie in Studien berücksichtigt werden. Beispielsweise eine Differenzierung von objektivem Medieninhalt und dessen subjektivem Verständnis, von Aufmerksamkeit und Wirkung sowie kognitiven und emotionalen Medienwirkungsdimensionen findet dabei nur unzureichend statt (Kepplinger 2008).

Das Zusammenwirken individueller Prädispositionen für Suizidalität und erhöhter Aufmerksamkeit durch Rezipienten gegenüber Medieninhalten mit Suizidbezug bestätigen Befunde von Cheng et al. (2007b), wonach 89% der Personen mit vorangegangenem Suizidversuch angegeben haben mit Medienberichten über einen Prominentensuizid in Hong Kong in Kontakt gewesen zu sein. Der extrem hohe Anteil an Personen, die auf die Suizidberichte über den Suizid eines taiwanesischen Schauspielers aufmerksam wurden, lässt sich vermutlich auch durch die extensive Berichterstattung erklären (vgl. Cheng et al. 2007b, S. 863). Diese wurde jedoch nicht systematisch in die Analyse eingeschlossen. Wiederum 23% der Personen, die mit der Berichterstattung in Kontakt kamen, gaben an, durch diese zu Suizidversuchen veranlasst worden zu sein

(Cheng et al. 2007b, S. 864). Für 59% von diesen war dies der erste Suizidversuch, bei den übrigen 41% handelte es sich um einen wiederholten Suizidversuch (Cheng et al. 2007b, S. 864). Dagegen zeigte sich bei Personen ohne Zeichen von Suizidalität oder mit Suizidgedanken im Jahr vor den Suizidberichten ein niedrigeres Risiko für Suizidversuche infolge der Berichterstattung (Cheng et al. 2007b, S. 865). Eine weitere Studie von Cheng et al. (2007a, S. 72) belegt ferner, dass 39% der Patienten mit einer schweren Depression zum Zeitpunkt der Suizidberichterstattung ebenfalls berichteten, dass die Medienberichte über denselben Prominentensuizid einen negativen Einfluss auf ihre Suizidalität (Suizidgedanken oder -versuche) hatten, was die besondere Bedeutung von individuellen Prädispositionen für Suizidalität unterstreicht. An dieser Stelle soll nochmals auf den Befund von Stack (2003, S. 239) hingewiesen werden, wonach Studien, die den Medieneinfluss auf Suizidversuche untersuchten, grundsätzlich stärkere Medieneffekte fanden.

Die bislang weit verbreitete Untersuchung des Werther-Effekts mithilfe von Aggregatdatenanalysen erschwert allerdings die Möglichkeit Eigenschaften auf Rezipientenebene in die statistische Modellierung zu integrieren. Daher ist ein Defizit der bisherigen Forschung sicherlich auch darin zu sehen, dass die methodische Annäherung an das gesellschaftliche Problem von Nachahmungssuiziden mithilfe von Aggregatdatenanalysen stattfindet, obwohl die vermuteten Medienwirkungen personenspezifisch sind und Suizidalität auf Individualebene multifaktoriell ist: Die Ursachen für Nachahmungssuizide können sowohl in Gruppenprozessen (z.B. einer gegenseitigen Orientierung) als auch in individuellen Prädispositionen (z.B. psychische Erkrankungen) verortet werden. Ein Defizit der bisherigen Erforschung des Werther-Effekts kann also darin gesehen werden, dass die Struktur der vorhandenen Daten (Aggregatdaten), die zur Untersuchung des Phänomens vornehmlich herangezogen werden, mit entsprechenden Einschränkungen (z.B. hinsichtlich ihres Erklärungsvermögens individueller Unterschiede) verknüpft sind, die einer Weiterentwicklung der theoretischen Konzeptionierung des Werther-Effekts entgegenstehen.

Darf man nachgewiesene (andere) Medienwirkungen ausblenden?

Zusammengenommen gibt es in der Literatur bislang noch keine einheitliche Modellvorstellung zum Werther-Effekt, was die Integration weiterer Medienwirkungstheorien grundsätzlich erschwert. Weiterentwicklungen und Ausdifferenzierungen des Werther-Effekts sollten einerseits die Rolle des Publikums stärker betonen und andererseits auch kumulative Wirkungsmodelle berücksichtigen, wofür die Medieninhalte umfassender erfasst werden müssten (vgl. beispielsweise Romer et al. 2006). Integrieren ließen

sich schließlich zahlreiche Befunde aus der empirischen Kommunikationsforschung, wie beispielsweise Medieneffekte auf Realitätsvorstellungen von Rezipienten (z.B. Gerbner & Gross 1976). Ein Beispiel dafür liefern Gehrau und Kuhlmann (2010). Die Autoren zeigen, dass Suiziddarstellungen in den Medien nicht nur direkte, kurzfristige Wirkungen auf die Suizidalität entfalten können, sondern auch langfristige Kultivierungseffekte von Suizidvorstellungen. Rezipienten überschätzen womöglich die Bedeutung von Suiziden als Ausweg aus ausweglosen Situationen und schließen folglich Suizide als Problemlösung für sich selbst weniger aus. Erklärt werden könnte dies damit, dass sich die Hemmschwelle für Suizid bei Personen langfristig dadurch senkt, dass die Personen den Eindruck bekommen, Suizide seien in der Bevölkerung ein weit verbreitetes bzw. akzeptiertes Phänomen.

Belege für im weitesten Sinne gesundheitsbezogene Vorstellungen finden sich etwa für das Body-Image von Rezipienten (z.B. Botta 1999; Nabi 2009) sowie für den Einfluss des Mediennutzungsverhaltens auf Essstörungen bzw. die eigene Wahrnehmung gestörten Essverhaltens (z.B. Baumann 2009). Darüber hinaus ist bekannt, dass Medien die Wahrnehmung sozialer Normen (z.B. Gunther et al. 2006; Noelle-Neumann 1980) beeinflussen. Auch Präventionsmaßnahmen, die aus der Gesundheitskommunikation stammen und die sich unter dem Begriff *Edutainment* zusammenfassen lassen, werden nicht berücksichtigt. Zusammenhänge zwischen diesen angeführten Ansätzen und dem Werther-Effekt sind bislang nur unzureichend untersucht worden. Ein Beispiel für den Nachweis des Auftretens gleichzeitiger anderer Medienwirkungen lieferten erstmals Scherr und Reinemann (2011). Die Studie zeigt, dass sich gleichzeitig mit dem Ausbleiben einer direkten Wirkung von medialen Suiziddarstellungen auf die Suizidalität der Rezipienten (= kein unmittelbarer Werther-Effekt), dennoch Einflüsse auf die Wirkungsvorstellungen der gezeigten Botschaft beobachten lassen (= die Überschätzung der Wirkung des Suizidstimulus auf andere). Da solche Wirkungsvorstellungen allerdings wiederum auf die Suizidalität der Rezipienten zurückwirken können (z.B. als Folge einer höheren Exposition gegenüber Suizidbotschaften aufgrund der persönlichen Risikounterschätzung), sprechen die Autoren von einem *indirekten Werther-Effekt*. Vor diesem Hintergrund scheint ein weiteres Defizit in der gegenwärtigen Forschung darin zu bestehen, dass das gemeinsame Auftreten des Werther-Effekts mit anderen Medienwirkungen im Kontext von Nachahmungsuiziden bislang unterbelichtet geblieben ist. Medienwirkungen sollten vielmehr umfassend in Abhängigkeit der Medieninhalte, Publikumspräferenzen und deren Personeneigenschaften betrachtet werden (Perse 2008).

Fazit

Suizide sind ein legitimes Medienthema, weil die Berichterstattung darüber unter bestimmten Voraussetzungen von der öffentlichen Aufgabe der Medien abgedeckt ist. Darüber hinaus sind Suizide selbstverständlich ein gesellschaftlich hochrelevantes Thema, über das Aufklärungsarbeit notwendig ist um sowohl einer öffentlichen Stigmatisierung entgegenzuwirken als auch grundsätzlich Suizide als dringendes Problem auf die Agenden von politischen, militärischen und zivilgesellschaftlichen Entscheidungsträgern zu befördern. So berichtete beispielsweise unlängst das US-amerikanische Magazin „Stars & Stripes“ (Burns 2013), dass im Jahr 2012 mehr Soldaten der US-Army durch Suizide starben als im Kampfeinsatz in Afghanistan im gleichen Zeitraum. Darüber hinaus deuten die Befunde zum Papageno-Effekt (vgl. Niederkrotenthaler et al. 2010) darauf hin, dass im Rahmen der Suizidprävention auch Berichte über die Bewältigung von suizidalen Krisen in den Medien wichtig sind, durch die die Zahl der Suizide in den Tagen nach der Berichterstattung reduziert werden kann. Es geht demnach weniger um die Frage, *ob* eine Berichterstattung über Suizide stattfinden sollte, sondern vielmehr um die Frage, *wie* eine angemessene Berichterstattung zu sein hat. Die in den letzten Jahren dazu erarbeiteten Medienguidelines liefern dafür wichtige Ansatzpunkte. Die Befunde von Fu und Yip (2008), Marshburn (2012), Michel et al. (2000) oder Niederkrotenthaler und Sonneck (2007) deuten für verschiedene Länder darauf hin, dass Guidelines in der Zeit nach ihrem Erscheinen auch tatsächlich von den Medien vermehrt umgesetzt werden.

Es gibt jedoch auch immer wieder journalistische Beispiele, in denen diese Empfehlungen nicht eingehalten werden. Eine Ursache dafür könnte im fehlenden journalistischen Bewusstsein für die Gefahr von Suizidberichten zu sehen sein. Studien aus den USA, in denen Journalisten dazu befragt wurden, legen diese Schlussfolgerung zumindest nahe (vgl. Jamieson et al. 2003). Ferner liefert die Forschung bislang keine Erkenntnisse darüber, ob überhaupt und wie auch nur einzelne Aspekte von Medien-Guidelines zur Suizidberichterstattung durch Journalisten wahrgenommen und im Rahmen der journalistischen Arbeit gewichtet werden. Aus der Journalismus-Forschung weiß man beispielsweise, dass selbst der Pressekodex als solcher bei Journalisten nur eingeschränkt präsent ist (vgl. Reinemann 2010, S. 248). Diese journalistische Unkenntnis kann durchaus als Gefahr im doppelten Sinn angesehen werden, da sowohl das Risiko einer unangemessenen Berichterstattung bei diesen Journalisten höher ist, also auch die Gefahr, dass aus Unsicherheit und Angst vor journalistischen Fehlern und Rügen insgesamt weniger über Suizide berichtet wird, wodurch das präventive Potenzial angemessener Suizidberichte nicht ausgeschöpft wird. Zudem ist die

Frage zu diskutieren, inwiefern die bisherige Diskussion der Umsetzung von Medien-Guidelines auch online Bestand hat (vgl. Gunn & Lester 2012). Die (kohortenspezifische) Nutzung tagesaktueller Onlinemedien dürfte zukünftig häufiger zu beobachten sein (vgl. Peiser 2012, S. 523) und kann dabei Auswirkungen auf die Zahl der Suizide haben (vgl. Shah 2010). Welche Rolle spielen ferner die Möglichkeiten des Web 2.0, wenn also nicht mehr das aktive Suchen nach oder zufällige Stolpern über, sondern das „Teilen“ von Suizidberichten verstärkt beobachtet wird (vgl. Ozawa-De Silva 2010), insbesondere für psychisch kranke Menschen?

Wichtig bleibt im Rahmen der wissenschaftlichen Diskussion und Durchdringung der verschiedenen Wirkungszusammenhänge des Werther-Effekts sicherlich auch der Medieninhalt als Ausgangspunkt der Wirkungsvermutungen. Aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht kommt dabei bisher das mediale Wirkpotenzial suizidaler Mediendarstellungen zu kurz, da es letztlich mehrere Dimensionen umfasst. Medieninhalte lassen sich mindestens hinsichtlich einer thematischen, inhaltlich-perspektivischen, und darstellerischen Ebene unterscheiden (vgl. Reinemann et al. 2012). Die analytische Trennung dieser Elemente von Medienbeiträgen wird dabei auch der Vielschichtigkeit gerecht, mit der Rezipienten die gleichen Medieninhalte auf unterschiedliche Weise wahrnehmen. Der Rezipient beschreibt dabei nach wie vor den „Missing Link“ der Werther-Forschung: Sicherlich gibt es bereits Forschungsbefunde, bei denen (zum Teil sogar suizidale) Rezipienten nach ihrer Wahrnehmung suizidaler Medieninhalte direkt befragt wurden (vgl. Fu et al. 2009; Till et al. 2013), doch insbesondere in diesem Bereich besteht nach wie vor großer Forschungsbedarf. So liefert die existierende Forschung bis heute beispielsweise keine stichhaltigen Hinweise darauf, ob beispielsweise non-fiktionale Suizidberichte von den Rezipienten anders wahrgenommen werden als fiktionale Suizidardarstellungen.

Abschließend sei gesagt, dass insbesondere die als „Werther-Defekt“ zusammengefassten Defizite der bisherigen Forschung zu Nachahmungssuiziden im medialen Kontext (vgl. Reinemann & Scherr 2011), den Fortschritt auch in der Suizidprävention bremsen. Der vorliegende Beitrag zielte darauf ab, in dieser Hinsicht neue Ansatzpunkte, insbesondere aus Sicht der Kommunikationswissenschaft zu zeigen, mit deren Hilfe die Erforschung des Werther-Effekts zusätzlich an Fahrt gewinnen würde.

Literatur

Alao AO, Soderberg M, Pohl EL et al. (2006) Cybersuicide. Review of the role of the internet on suicide. *CyberPsychol Behav* 9(4):489–493
Au J, Yip PSF, Chan CLW et al. (2004) Newspaper reporting of suicide cases in Hong Kong. *Crisis* 25(4):161–168

Baker RL (1988) Portraits of a public suicide. Photo treatment by selected Pennsylvania dailies. *Newspaper Res J* 9(4):11–23
Bandura A (1976) Lernen am Modell. Stuttgart: Klett
Bandura A (1978) Social learning theory of aggression. *Journal of Communication* 28(3):12–29
Bandura A (1986) Social foundations of thoughts and action. A social cognitive theory. Englewood Cliffs: Prentice-Hall
Bandura A (2001) Social cognitive theory of mass communication. *Media Psychol* 3(3):265–299
Barraclough B, Sheperd D, Jennings C (1977) Do newspaper reports of coroners' inquests incite people to commit suicide. *Brit J Psychiat* 131:528–532
Bauer M (1999) Modellierungsmethoden in der Verhaltenstherapie. Regensburg: Roderer
Baumann E (2009) Die Symptomatik des Medienhandelns. Zur Rolle der Medien im Kontext der Entstehung, des Verlaufs und der Bewältigung eines gestörten Essverhaltens. Köln: von Halem
Baumeister RF, Vohs KD, Nathan DeWall C et al. (2007) How emotion shapes behavior. Feedback, anticipation, and reflection, rather than direct causation. *Person Soc Psychol Rev* 11(2):167–203
Berman AL (1988) Fictional depiction of suicide in TV films and imitation effects. *Am J Psychiat* 145(8):982–986
Blood RW, Pirkis JE (2001) Suicide and the media. Part III: Theoretical issues. *Crisis* 22(4):163–169
Bördlein C (2003) Modellreaktanz. Warum tun Menschen manchmal das Gegenteil von dem, was ein Modell ihnen vormacht? Berlin: VWF
Bollen KA, Phillips DP (1982) Imitative suicides. A national study of the effects of television news stories. *Am Sociol Rev* 47:802–809
Botta RA (1999) Television images and adolescent girls' body image disturbance. *J Commun* 49(2):22–41
Bronisch T (2002) Suizidforen im Internet. Eine Stellungnahme. *Suizidprophylaxe* 29(3):107–111
Burns R (2013) 2012 military suicides hit record high of 349. *Stars and Stripes*. Online: <http://www.stripes.com/news/2012-military-suicides-hit-record-high-of-349-1.203853#>. 15.01.2013
Busemann K, Gscheidle C (2012) Web 2.0. Habitualisierung der Social Communities. *Media Perspekt* (7-8):380–390
Carver CS, Scheier ME (1998) On the self-regulation of behavior. New York: Cambridge Univ Press
Chapple A, Ziebland S (2011) How the internet is changing the experience of bereavement by suicide. A qualitative study in the UK. *Health* 15(2):173–187
Cheng ATA, Hawton K, Chen THH et al. (2007a) The influence of media reporting of a celebrity suicide on suicidal behavior in patients with a history of depressive disorder. *J Affect Disord* 103:69–75
Cheng ATA, Hawton K, Chen THH et al. (2007b) The influence of media coverage of a celebrity suicide on subsequent suicide attempts. *J Clin Psychiat* 68(6):862–866
Collings S, Niederkrotenthaler T (2012) Suicide prevention and emergent media. Surfing the opportunity. *Crisis* 33(1):1–4
Deisenhammer EA, Kemmler G, DeCol C et al. (1997) Eisenbahnsuizide und -suizidversuche in Österreich von 1990–1994. Erweiterung der Hypothese medialer Vermittlung suizidalen Verhaltens. *Nervenarzt* 68(1):67–73
Dunlop SM, More E, Romer D (2011) Where do youth learn about suicides on the internet, and what influence does this have on suicidal ideation? *J Child Psychol Psychiat* 52(10):1073–1080

- Durkheim, Émile (1973): Der Selbstmord. Neuwied: Luchterhand
- Eichenberg C (2004) Suizidforen im Internet. Nicht generell zu verurteilen. *Dtsch Ärztsbl* (12):558
- Eichenberg C (2010) Empirische Befunde zu Suizidforen im Internet. *Suizidprophylaxe* 37(2):67–74
- Eisenwort B, Hermann A, Till B et al. (2012) Darstellung von Suizidalität in deutschsprachigen Jugendmedien in Oesterreich und ihr Einfluss auf die Suizidprävalenz. *Zschr Kinder-Jugendpsychiatr* 40(4):251–261
- Etzersdorfer E, Fiedler G, Witte M (Hrsg) (2003) *Neue Medien und Suizidalität*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht
- Etzersdorfer E, Sonneck G, Nagel-Kuess S (1992) Newspaper reports and suicide. *New Engl J Med* 327(7):502–503
- Etzersdorfer E, Voracek M, Sonneck G (2004) A dose-response relationship between imitational suicides and newspaper distribution. *Arch Suic Res* 8(2):137–145
- Fekete S, Schmidtke A, Takahashi Y et al. (2001) Mass media, cultural attitudes, and suicide. *Crisis* 22(4):170–172
- Fiedler G, Lindner R (2002) Suizidforen im Internet. *Suizidprophylaxe* 29(1):26–31
- Fiedler G, Neverla I (2003) Suizidforen im Internet. *Medien & Kommunikationswiss* 51(3-4):557–571
- Fishman G, Weimann G (1997) Motives to commit suicide. *Arch Suic Res* 3(3):199–212
- Frees B, van Eimeren B (2011) Bewegtbildnutzung im Internet 2011. *Media Perspekt* (7-8):350–359
- Frey C, Michel K, Valach L (1997) Suicide reporting in Swiss print media. Responsible or irresponsible? *Europ J Public Health* 7(1):15–19
- Fu K, Chan Y, Yip PSF (2009) Testing a theoretical model based on social cognitive theory for media influences on suicidal ideation. *Media Psychol* 12:26–49
- Fu K, Yip PSF (2007) Long-term impact of celebrity suicide on suicidal ideation. *Journal of Epidem Commun Health* 61(6):540–546
- Fu KW, Yip PSF (2008) Changes in reporting of suicide news after the promotion of the WHO media recommendations. *Suic Life-Threat Behav* 38(5):631–636
- Gehrau V, Kuhlmann C (2010) Der kultivierte Tod. In: Westerbarkey J (Hrsg) *End-Zeit-Kommunikation*. Berlin: LIT, S 99–111
- Genovesi AL, Donaldson AE, Morrison BL et al. (2010) Different perspectives. A comparison of newspaper articles to medical examiner data in the reporting of violent deaths. *Accid Analys Prevent* 42(2):445–451
- Gerbner G, Gross L (1976) Living with television. The violence profile. *J Communicat* 26(2):172–194
- Gould M, Jamieson P, Romer D (2003) Media contagion and suicide among the young. *Am Behav Scient* 46(9):1269–1284
- Gould MS, Munfakh JLH, Lubell K et al. (2002) Seeking help from the internet during adolescence. *J Am Acad Child Adolesc Psychiat* 41(10):1182–1189
- Gould MS, Shaffer D (1986) The impact of suicide in television movies. *New Engl J Med* 315(11):690–694
- Gould MS, Wallenstein S, Kleinman MH et al. (1990) Suicide clusters. *Am J Publ Health* 80(2):211–212
- Gunn JF, Lester D (2012) Media guidelines in the internet age. *Crisis* 33(4):187–189
- Gunther AC, Bolt D, Borzekowski DLG et al. (2006) Presumed influence on peer norms. How mass media indirectly affect adolescent smoking. *J Communicat* 56(1):52–68
- Hanusch F (2010) *Representing death in the news. Journalism, media and mortality*. Houndmills: Palgrave
- Harris K, McLean J, Sheffield J (2009) Examining suicide-risk individuals who go online for suicide-related purposes. *Arch Suic Res* 13(3):264–276
- Hawton K, Simkin S, Deeks JJ et al. (1999) Effects of a drug overdose in a television drama on presentations to hospital for self poisoning. *BMJ* 318:972–977
- Hawton K, Williams K (2002) Influences of the media on suicide. *BMJ* 325:1374–1375
- Hill AB (1965) The environment and disease. *Proc of the Royal Soc of Med* 58(5):295–300
- Holding TA (1974) The B.B.C. 'Befrienders' series and its effects. *Brit J Psychiat* 124(5):470–472
- Horne J, Wiggins S (2009) Doing being 'on the edge'. Managing the dilemma of being authentically suicidal in an online forum. *Sociol Health Illness* 31(2):170–184
- Jamieson PE, Jamieson KH, Romer D (2003) The responsible reporting of suicide in print journalism. *Am Behav Scient* 46(12):1643–1660
- Jelenchick LA, Eickhoff JC, Moreno MA (2013) "Facebook depression?" Social networking site use and depression in older adolescents. *J Adolesc Health* 52(1):128–130
- Jonas K (1992) Modelling and suicide. A test of the Werther effect. *Brit J Soc Psychol* 31(4):295–306
- Jonas K, Brömer P (2002) Die sozial-kognitive Theorie von Bandura. In: Frey D, Irle M (Hrsg) *Theorien der Sozialpsychologie*. Band 2. 2. Auflage. Bern: Huber, S 277–299
- Kemp CG, Collings SC (2011) Hyperlinked suicide. Assessing the prominence and accessibility of suicide websites. *Crisis* 32(3):143–151
- Kepplinger HM (2008) Media effects. In: Donsbach W (Hrsg) *International encyclopedia of communication online*. Malden: Wiley
- Kessler RC, Downey G, Milavsky JR et al. (1988) Clustering of teenage suicides after television news stories about suicides. A reconsideration. *Am J Psychiat* 145(11):1379–1383
- Kessler RC, Stipp H (1984) The impact of fictional television suicide stories on U.S. fatalities. *Am J Sociol* 90(1):151–167
- Knop K (2012) *Reality TV und Arbeitswelten. Inhalte und Rezeptionsweisen von Docu Soaps zum Thema Jobvermittlung*. In: Stegbauer C (Hrsg) *Ungleichheit. Medien- und kommunikationssoziologische Perspektiven*. Wiesbaden: Springer, S 121–149
- Lewis G, Roe P, Wentworth A et al. (2012) The reporting of mental disorders research in British media. *Psychol Med* 42(2):435–441
- Littmann SK (1985) Suicide epidemics and newspaper reporting. *Suic Life-Threat Behav* 15(1):43–50
- Lorch E (2008) Attention to media content across the life-span. In: Donsbach W (Hrsg) *International encyclopedia of communication online*. Malden: Wiley
- Machlin A, Pirkis J, Spittal MJ (im Druck) Which suicides are reported in the media – and what makes them "newsworthy"? *Crisis*
- Marshburn JK (2012) Did the CDC guidelines for suicide reports affect the New York Times? Master's Theses. Paper 4201. Online: http://scholarworks.sjsu.edu/etd_theses/4201. 15.01.2013
- Martin G (1996) The influence of television suicide in a normal adolescent population. *Arch Suic Res* 2(2):103–117
- McKenna B, Thom K, Edwards G et al. (2010) *Reporting of suicide in New Zealand*. Auckland: Te Pou
- McQuail D (2010) *McQuail's mass communication theory*. 6th edition. London: Sage
- Michel K, Frey C, Schlaepfer TE et al. (1995) Suicide reporting in the Swiss print media. *Europ J Publ Health* 5(3):199–203

- Michel K, Frey C, Wyss K et al. (2000) An exercise in improving suicide reporting in print media. *Crisis* 21(2):71–79
- Morris G (2006) *Mental health issues and the media*. London: Routledge
- Motto JA (1967) Suicide and suggestibility. The role of the press. *Am J Psychiat* 124(2):156–160
- Motto JA (1970) Newspaper influence on suicide. *Arch Gen Psychiat* 23:143–148
- Nabi RL (2008) Selective attention. In: Donsbach W (Hrsg) *International encyclopedia of communication online*. Malden: Wiley
- Nabi RL (2009) Cosmetic surgery makeover programs and intentions to undergo cosmetic enhancements. *Human Commun Res* 35(1):1–27
- Neuner T, Hübner-Liebermann B, Hajak G et al. (2009) Assisted suicide on TV—the public ‘License to Kill’? *Europ J Publ Health* 19(4):359–360
- Niederkröthaler T, Fu K, Yip PSF et al. (2012) Changes in suicide rates following media reports on celebrity suicide. *J Epidemiol Commun Health* 66(11):1037–1042
- Niederkröthaler T, Sonneck G (2007) Assessing the impact of media guidelines for reporting on suicides in Austria. *Austral New Zeal J Psychiat* 41(5):419–428
- Niederkröthaler T, Till B, Kapusta ND et al. (2009a) Copycat effects after media reports on suicide. *Social Science Med* 69(7):1085–1090
- Niederkröthaler T, Till B, Herberth A et al. (2009b) The gap between suicide characteristics in the print media and in the population. *Europ J Publ Health* 19(4):361–364
- Niederkröthaler T, Voracek M, Herberth A et al. (2010) Role of media reports in completed and prevented suicide. Werther v. Papageno effects. *Brit J Psychiat* 197:234–243
- Noelle-Neumann E (1980) *Die Schweigespirale*. München: Piper
- Oishi S, Kesebir S, Snyder BH (2009): *Sociology*. A lost connection in social psychology. *Personal Soc Psychol Rev* 13(4), S. 334–353
- Ozawa-De Silva C (2010) Shared death. Self, sociality and internet group suicide in Japan. *Transcult Psychiat* 47(3):392–418
- Peiser W (2012) Faktoren der Nutzung von gedruckten Tageszeitungen und Online-Nachrichtenangeboten. In: Springer N, Raabe J, Haas H et al. (Hrsg) *Medien und Journalismus im 21. Jahrhundert*. Konstanz: UVK, S 507–525
- Perse EM (2008) Media effects models. Elaborated models. In: Donsbach W (Hrsg) *International encyclopedia of communication online*. Malden: Wiley
- Phillips DP (1974) The influence of suggestion on suicide. *Am Sociol Rev* 39:340–354
- Phillips DP (1986) Natural experiments on the effects of mass media violence on fatal aggression. In: Berkowitz L (Hrsg) *Advances in experimental social psychology*. Orlando: Academic Press, S 207–250
- Phillips DP, Carstensen LL (1986) Clustering of teenage suicides after television news stories about suicide. *New Engl J Med* 315(11):685–689
- Pirkis JE, Blood RW (2001a) Suicide and the media. Part I: Reportage in nonfictional media. *Crisis* 22:146–154
- Pirkis JE, Blood RW (2001b) Suicide and the media. Part II: Portrayal in fictional media. *Crisis* 22(4):155–162
- Pirkis JE, Blood RW (2010) *Suicide and the news and information media*. 10.12.2012. Online: http://himh.clients.squiz.net/__data/assets/pdf_file/0016/5164/Pirkis-and-Blood-2010,-Suicide-and-the-news-and-information-media.pdf
- Pirkis JE, Burgess PM, Francis C et al. (2006) The relationship between media reporting of suicide and actual suicide in Australia. *Soc Science Med* 62(11):2874–2886
- Pirkis JE, Nordentoft M (2011) Media influences on suicide and attempted suicide. In: O’Connor RC, Platt S, Gordon J (Hrsg) *International handbook of suicide prevention*. Chichester: Wiley-Blackwell, S 531–544
- Potter JW (1999) *On media violence*. Thousand Oaks: Sage
- Potter WJ (2011) Conceptualizing Mass Media Effect. *J Communicat* 61(5):896–915
- Pouliot L, Tousignant M (2010) Les grappes de suicides. *Canad Psychol* 51(2):120–132
- Queinec R, Beitz C, Contrand B et al. (2011) Research Letter. Copycat effect after celebrity suicides: results from the French national death register. *Psycholog Med* 41(3):668–671
- Rajagopal S (2004) Suicide pacts and the internet. *BMJ* 329(7478):1298–1299
- Recupero PR, Harms SE, Noble JM (2008) Googling Suicide. *J Clin Psychiat* 69(6):878–888
- Reinemann C (2010) Das Versprechen der Selbstkontrolle. Presserat und Pressekodex im Urteil von Journalisten. In: Reinemann C, Stöber R (Hrsg) *Wer die Vergangenheit kennt, hat eine Zukunft*. Köln: von Halem, S 236–263
- Reinemann C, Scherr S (2011) Der Werther-Defekt. Plädoyer für einen neuen Blick auf den Zusammenhang von suizidalem Verhalten und Medien. *Publizistik* 56(1):89–94
- Reinemann C, Stanyer J, Scherr S et al. (2012) Hard and soft news. A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism* 13(2):221–239
- Ridder C, Engel B (2010) *Massenkommunikation 2010*. Mediennutzung im Intermediavergleich. *Media Perspekt* (11):523–536
- Romer D, Jamieson PE, Jamieson KH (2006) Are news reports of suicide contagious? *J Commun* 56:253–270
- Ruddigkeit A (2010) Der umgekehrte Werther-Effekt. Eine quasi-experimentelle Untersuchung von Suizidberichterstattung und deutscher Suizidrate. *Publizistik* 55(3):253–273
- Ruder TD, Hatch GM, Ampanozi G et al. (2011) Suicide announcement on facebook. *Crisis* 32(5):280–282
- Schenk M (2007) *Medienwirkungsforschung*. 3. Auflage. Tübingen: Mohr Siebeck
- Scherr S, Reinemann C (2011) Belief in a Werther effect. *Suic Life-Threaten Behav* 41(6):624–634
- Schmidtke A, Häfner H (1986) Die Vermittlung von Selbstmordmotivation und Selbstmordhandlung durch fiktive Modelle. *Nervenarzt* 57:502–510
- Schmidtke A, Schaller S, Kruse A (2003) Ansteckungsphänomene bei den neuen Medien. In: Etzersdorfer E, Fiedler G, Witte M (Hrsg) *Neue Medien und Suizidalität*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, S 150–166
- Shah A (2010) The relationship between elderly suicide rates and the internet. *Intern J Soc Psychiat* 56(3):214–219
- Sisask M, Värnik A (2012) Media roles in suicide prevention. *Internat J Environm Res Publ Health* 9(1):123–138
- Stack S (1987) Celebrities and suicide. A taxonomy and analysis, 1948-1983. *Am Sociol Rev* 52:401–412
- Stack S (1992) Social correlates of suicide by age. In: Leenaars A (Hrsg) *Life span perspectives of suicide*. New York: Plenum, S 187–213
- Stack S (2003) Media coverage as a risk factor in suicide. *J Epidemiol Commun Health* 57(4):238–240
- Stack S (2005) Suicide in the media. *Suic Life-Threaten Behav* 35(2):121–133

- Stack S (2009) Copycat effects of fictional suicide. In: Stack S, Lester D (Hrsg) Suicide and the creative arts. New York: Nova, S 231–243
- Stack S, Bowman B, Lester D (2012) Suicide by cop in film and society. *Suic Life-Threaten Behav* 42(4):359–376
- Tam J, Tang W, Fernando D (2007) The internet and suicide. *Europ J Intern Med* 18(6):453–455
- Thom K, McKenna B, Edwards G et al. (2012) Reporting of suicide by the New Zealand media. *Crisis* 33(4):199–207
- Till B, Niederkrotenthaler T, Herberth A et al. (2010) Suicide in films. *Suic Life-Threaten Behav* 40(4):319–327
- Till B, Vitouch P, Herberth A et al. (2013) Personal suicidality in reception and identification with suicidal film characters. *Death Studies* 37(4):383–392
- van Orden KA, Witte TK, Cukrowicz KC et al. (2010) The interpersonal theory of suicide. *Psychol Rev* 117(2):575–600
- Wasserman IM (1984) Imitation and suicide. *Am Sociol Rev* 49(3):427–436
- Weimann G, Fishman G (1995) Reconstructing suicide. Reporting suicide in the Israeli press. *Journalism Mass Commun Quart* 72(3):551–558
- Westerlund M (2012) The production of pro-suicide content on the internet. *New Media Society* 14(5):764–780
- Westerlund M, Schaller S, Schmidtke A (2009) The role of mass-media in suicide prevention. In: Wasserman D, Westerlund M, Hadlaczky G, Wasserman D (2012) The Wasserman C (Hrsg) Oxford textbook of suicidology and suicide prevention. Oxford: University Press, S 515–523
- Winkel S, Groen G, Waldmann H et al. (2003) Suizidforen im Internet. *merz/Medien + Erziehung* 47(5):115–124
- Yip PSF (2000) Seasonal variation in suicides. *Brit J Psychiat* 177(4):366–369

Eingang: 12.02.2013

akzeptiert: 28.04.2013

Korrespondenzadresse:

Sebastian Scherr
Ludwig-Maximilians-Universität München
Institut für Kommunikationswissenschaft und
Medienforschung
Oettingenstr. 67
80538 München
E-Mail: scherr@ifkw.lmu.de