UNIVERSITÄT AUGSBURG
Universitätsbibliothek

OPEN ACCESS
OPUS AUGSBURG

Der Werther-Defekt Plädoyer für einen neuen Blick auf den Zusammenhang von suizidalem Verhalten und Medien

Carsten Reinemann, Sebastian Scherr

Angaben zur Veröffentlichung / Publication details:

Reinemann, Carsten, and Sebastian Scherr. 2011. "Der Werther-Defekt Plädoyer für einen neuen Blick auf den Zusammenhang von suizidalem Verhalten und Medien." *Publizistik* 56 (1): 89–94. https://doi.org/10.1007/s11616-010-0109-y.

Nutzungsbedingungen / Terms of use:

licgercopyright

Dieses Dokument wird unter folgenden Bedingungen zur Verfügung gestellt: / This document is made available under these conditions:
Deutsches Urheberrecht
Weitere Informationen finden Sie unter: / For more information see:
https://www.uni-augsburg.de/de/organisation/bibliothek/publizieren-zitieren-archivieren/publiz/

Der Werther-Defekt

Plädoyer für einen neuen Blick auf den Zusammenhang von suizidalem Verhalten und Medien

Carsten Reinemann · Sebastian Scherr

Suizide sind ein bedeutsames Phänomen. In Deutschland nahmen sich im Jahr 2008 etwa 10.000 Menschen das Leben. Hinzu dürfte eine Dunkelziffer von mindestens 25 % dieses Wertes kommen (vgl. Fiedler 2007). Damit sterben durch Suizide mehr Menschen als durch Verkehrsunfälle, AIDS, illegale Drogen, Mord und Totschlag *zusammen*. Die Zahl der Suizidversuche liegt noch einmal deutlich höher; für 1996 wurde sie auf mehr als 110.000 geschätzt. Über die Verbreitung von Suizidgedanken liegen keine repräsentativen Daten vor. Sie sind jedoch vermutlich noch wesentlich häufiger (vgl. Fiedler 2007). Und von einer depressiven Erkrankung, die bei 40 bis 60 % der Suizidenten zum Zeitpunkt der Tat vorliegt, sind in jedem Jahr etwa acht Millionen Deutsche betroffen (vgl. Wittchen et al. 1999; Deutsches Bündnis gegen Depression o.J.).

Vor diesem Hintergrund ist es nicht verwunderlich, dass sich auch die Kommunikationswissenschaft seit den 1970er Jahren mit dem Zusammenhang von Medien und Suiziden beschäftigt. Die meisten Autoren teilen dabei die Ansicht, dass Suizidberichte sogenannte Imitationssuizide auslösen können. Bekannt sind aber ebenso die notorischen Defizite der Forschung, die auch von Roloff (2010) in seiner Replik auf den Beitrag von Ruddigkeit (2010)[1] beklagt werden (dazu auch Shadish et al. 2002; Scheufele 2008). Dazu zählen die Beschränkung auf Aggregatdatenanalysen und die mangelnde Rezeption der Befunde anderer Disziplinen, die sich mit der Materie beschäftigen.

Doch diese in weiten Teilen berechtigte Kritik geht unseres Erachtens nicht weit genug. Denn die kommunikationswissenschaftliche Forschung zum Zusammenhang von Medien und suizidalem Verhalten leidet vor allem daran, dass sie sich in eine theoretische und methodische Sackgasse manövriert hat. Denn noch immer bewegen sich die meisten Studien in den mittlerweile ziemlich ausgetretenen Bahnen, die Phillips (1974) vorgege-

1 Die Beiträge von Ruddigkeit und Roloff haben uns zu den vorliegenden Anmerkungen inspiriert.

Prof. Dr. C. Reinemann (✉) · S. Scherr, M.A.
Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung,
Universität München, Schellingstr. 3, 80799 München, Deutschland
E-Mail: reinemann@ifkw.uni-muenchen.de

ben hat. Erst in letzter Zeit finden sich Studien, die darüber hinausreichen (vgl. Chan et al. 2005; Cheng et al. 2007; Fu et al. 2009).

Anstatt also bei der Kritik der Werther-Forschung immer wieder in dieselben Kerben zu schlagen, plädieren wir für einen neuen Blick des Fachs auf suizidales Verhalten. Dieser Perspektivenwechsel setzt an fünf Defiziten der bisherigen Forschung an. Nur wenn diese angegangen werden, kann der Werther-Effekt, der theoretische und methodische Stillstand der kommunikationswissenschaftlichen Forschung in diesem Bereich, überwunden werden. Und nur dann kann das Fach seine theoretischen und methodischen Kompetenzen in die Erforschung von Suizidalität einbringen und seinen Beitrag zur Suizidprävention erhöhen.

Ursachen des Werther-Defekts

Defizit 1: Einseitige Rezeption der bisherigen Forschung

Bis zum Jahr 2007 finden sich etwa 50 einschlägige Studien (vgl. Pirkis et al. 2007, S. 278) sowie Forschungsübersichten (vgl. u. a. Gould 2001) und Meta-Analysen (vgl. u. a. Stack 2005). Die meisten Studien deuten darauf hin, dass Suizidberichte tatsächlich Nachahmungstaten auslösen können. Bestätigungen finden sich für unterschiedliche Medien, Länder, Medieninhalte (vgl. Scheel und Westefeld 1999), Medienmärkte und Medienreichweiten (vgl. Romer et al. 2006). Genauso finden sich jedoch gegenteilige Befunde (vgl. Gould 2001, S. 202–208). Einen umgekehrten Werther-Effekt finden beispielsweise Romer et al. (2006) für bestimmte Altersgruppen sowie Ruddigkeit (2010) und Niederkrotenthaler et al. (2010) für bestimmte Medieninhalte. Dieser umgekehrte Werther-Effekt wurde auch als „Papageno-Effekt" (Niederkrotenthaler et al. 2010) bezeichnet. Tsai (2010) zeigt außerdem, dass eine hohe Zeitungsdichte die Anzahl der Suizide im Verbreitungsgebiet reduzieren kann, ohne allerdings konkrete Medieninhalte zu berücksichtigen.

Insgesamt kann also gegenwärtig von der Existenz eines Werther-Effekts ausgegangen werden. Gerade neuere Studien belegen jedoch auch entgegengesetzte Wirkungen. Dies legt erstens nahe, dass der totale Effekt von Suizidberichten – also die Gesamtzahl der Personen, die einen Suizid begehen *oder* ihn unterlassen – bislang massiv unterschätzt wurde. Zweitens verdeutlicht es, dass die Wirkungsbedingungen und -prozesse auf Individualebene bislang nur höchst unbefriedigend konzeptualisiert und theoretisch wie empirisch durchdrungen wurden. Dies macht drittens deutlich, dass der Forschungsstand doch keineswegs so eindeutig ist, wie es manchmal dargestellt wird. Denn die kausalen Abläufe sind alles andere als geklärt.

Defizit 2: Fokus auf Suizidberichte

Es ist anzunehmen, dass der Schwerpunkt auf Suizidberichte der tatsächlichen Bedeutung von Medien im Kontext von Suizidhandlungen nur begrenzt gerecht wird. Erstens ist die Zahl der Suiziddarstellungen in den Medien sehr gering. Eine breit angelegte Inhaltsanalyse im Printsektor der Schweiz etwa verzeichnete für einen Zeitraum von acht Monaten zwischen 4 und 35 Artikel, in denen die Begriffe „Suizid" oder „Suizidversuch" vorka-

men (vgl. Michel et al. 2000, S. 73). Vergleichbare Befunde ergab eine Studie für Australien (vgl. Pirkis et al. 2007, S. 279–280), und auch die Zahl der von Ruddigkeit (2010) für Deutschland ermittelten Berichte war nicht sonderlich hoch. Die Chance eines Mediennutzers, mit expliziten fiktionalen oder non-fiktionalen Darstellungen von Suiziden konfrontiert zu werden, ist also offenbar eher gering.

Andererseits wissen wir, dass sich die Mediennutzung zu einer der wichtigsten Alltagshandlungen entwickelt hat, die einen erheblichen Teil des frei verfügbaren Zeitbudgets umfasst. Neben non-fiktionaler Medienberichterstattung sind es vor allem fiktionale Inhalte oder Musik, für die sehr viel Zeit aufgewandt wird (vgl. z. B. Ridder und Engel 2010). Es stellt sich deshalb die dringende Frage, welche Rolle Medieninhalte für suizidale Personen spielen, in denen es *nicht* explizit um Suizide geht, wie diese Medieninhalte wahrgenommen, interpretiert und verarbeitet werden und wie sie sich auf Prozesse und Phänomene auswirken, die für Suizidhandlungen relevant sind. Hierzu wissen wir bislang fast nichts (eine Ausnahme: Stack und Gundlach 1992). So ist es nicht unwahrscheinlich, dass die Berichterstattung über Unfälle, Kriege und Katastrophen, aber auch die fiktionale Darstellung von Reichtum, Jugend, Schönheit, Schicksalsschlägen und Verlusten Gedanken an Hoffnungslosigkeit, Erlösung oder ein abruptes Ende unterstützt. Genauso sind aber auch gegenteilige, also positive Wirkungen denkbar. Denn wie vielfältig das Spektrum von Medieninhalten ist, die problematische Verhaltensweisen unterstützen oder hemmen können, dies zeigen nicht zuletzt aktuelle Studien der Gesundheitskommunikation (vgl. z. B. Baumann 2009).

Defizit 3: Fokus auf Suizide und Suizidversuche

Die bisherige Forschung beschränkt sich auf Seiten der abhängigen Variable fast ausschließlich auf vollendete Suizide, die Eingang in offizielle Statistiken finden. Dies ist mehr als unbefriedigend. Denn die Suizidologie rechnet den suizidalen Verhaltensweisen auch Suizidversuche und Suizidgedanken zu (vgl. z. B. O'Carroll 1996, S. 239). Medienwirkungen auf diesen Vorstufen von Suiziden erscheinen wahrscheinlich. Dies gilt sicher auch für Depressionen, die in den meisten Modellen der Suizidologie wie auch in der Suizid-Prävention als Ausgangspunkt suizidalen Verhaltens gelten. Denn es finden sich eine Fülle von Belegen dafür, dass ganz unterschiedliche fiktionale und non-fiktionale Medieninhalte unter anderem zur Regulation von Stimmungen genutzt werden, dass sie vielfältige Emotionen auslösen können, dass sie zu Orientierung und sozialem Vergleich dienen, eine Rolle in der Identitätsbildung spielen können, dass Mediennutzer parasoziale Beziehungen zu Medienfiguren aufbauen und dass Medien ganz allgemein in der Lage sind, Realitätsvorstellungen unterschiedlichster Art zu beeinflussen. So dürften die möglichen Zusammenhänge zwischen verschiedenen suizidalen Verhaltensweisen und der Medienrezeption deutlich vielfältiger sein als es der traditionelle, sehr enge Fokus der Werther-Forschung nahelegt.

Defizit 4: Vernachlässigung von Rezipienteneigenschaften

Trotz der extensiven Untersuchung des Zusammenhangs zwischen medialen Suiziddarstellungen und tatsächlichen Suiziden wurden die zahlreichen Evidenzen für den Wer-

ther-Effekt bislang noch nicht zufriedenstellend theoretisch durchdrungen. Die Studien folgen im Wesentlichen einer Stimulus-Response-Logik, in der der Rezipient als Individuum unberücksichtigt bleibt. Zudem werden zahlreiche entscheidende Kontextfaktoren und Einflussgrößen in diesem Zusammenhang nicht genauer bestimmt. Eine Ausnahme davon bildet die Studie von Fu et al. (2009), die erstmals den Versuch unternimmt, den Werther-Effekt so zu modellieren und vor dem Hintergrund der sozialkognitiven Lerntheorie empirisch zu überprüfen.

In der Medizin wird Suizidalität dagegen seit langem als multifaktoriell bedingtes Verhalten mit einer entsprechenden Krankengeschichte angesehen, auf das u. a. lebenssituative, psychosoziale sowie psychologische Faktoren Einfluss nehmen (vgl. z. B. Chiu et al. 2007). Dieser Auffassung werden vor allem diejenigen Studien gerecht, in denen die Suggestionsthese als grundlegender Mechanismus mit einem elaborierten Verständnis vom „Lernen am Modell" verknüpft wird. Allerdings sind solche Studien selten und konzentrieren sich vor allem auf Suizidberichte und deren Folgen (vgl. Chiu et al. 2007; Cheng et al. 2007).

Defizit 5: Vernachlässigung von Rezeptionsphänomenen

In der Regel werden für die theoretische Einordnung der Befunde in der Werther-Forschung die Suggestionsthese und die Lerntheorie herangezogen. Die Suggestionsthese beschreibt das Phänomen jedoch eher statt es zu erklären. Welche kognitiven oder emotionalen Mechanismen und Prozesse bei verschieden prädisponierten Rezipienten durch welche Medieninhalte genau ausgelöst werden und wie dies zu suizidalem Verhalten führen kann, bleibt vollkommen offen. So ist beispielsweise bekannt, dass depressive Personen bestimmten Wahrnehmungsverzerrungen unterliegen, die für die Auswahl und Verarbeitung von Medieninhalten höchst relevant erscheinen. Dazu zählen die Neigung zu selektiver Abstraktion, Übergeneralisierung und ein besonders stark ausgeprägter „negativity bias" (Hautzinger 2003).

Aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht erscheint es deshalb von besonderer Bedeutung, Rezeptionsphänomene zu berücksichtigen, die die Interpretation und Wirkung von Medieninhalten in Hinblick auf suizidale Verhaltensweisen maßgeblich beeinflussen können. Dazu zählen für die mediale Darstellung negativer Suizidfolgen insbesondere Third-Person-Wahrnehmungen und „unrealistic optimism" als strategische, selbstbestätigende Rechtfertigungen für Suizidgedanken. Diese Phänomene sind allerdings auch in entgegengesetzter Richtung denkbar und können im Zusammenhang mit entsprechenden medialen Darstellungen gerade bei pessimistischen und zugleich ich-bezogenen Risikogruppen für einen umgekehrten Effekt verantwortlich sein. Dadurch unterstützen die Medien möglicherweise eine suizidale „self-fulfilling prophecy", die durch einen medial evozierten „false consensus effect" verstärkt wird.

Jenseits des Werther-Effekts

Kommunikationswissenschaftliche Theorien und Befunde könnten einen wichtigen Beitrag zum Verständnis des Zusammenhangs von Medien und Suiziden und damit auch

zu deren Prävention leisten.[2] Dies gilt umso mehr, als selbst die Suizidologie Medien und Medienhandeln mit Ausnahme des Werther-Effekts offenbar nicht als relevante Einflussgrößen im Blick hat. Dieser Eindruck ergibt sich jedenfalls aus einschlägigen Überblickswerken und in Gesprächen mit Therapeuten und Suizidforschern.[3] Dazu muss die Kommunikationswissenschaft aber erstens ihre theoretische Perspektive erheblich erweitern, indem sie beginnt, ein größeres Spektrum an Medieninhalten, die dem Suizid vorgelagerten Phänomene, individuelle Prädispositionen sowie das Prozessuale der Rezeption wesentlich stärker als bisher zu berücksichtigen. Zweitens müssen auch methodisch neue Wege gegangen werden. Dies gilt sowohl für die Datenerhebung als auch für die Auswahlverfahren und die Charakteristika der Stichproben, die man untersucht. So sind Untersuchungen mit klinischen Patienten in der Suizidologie eher die Regel als die Ausnahme. Drittens müssen die Erkenntnisse anderer Disziplinen ernst genommen und rezipiert werden. Denn hier findet sich eine Fülle von Ansatzpunkten für unsere Erkenntnisse, Theorien und Konzepte. Wenn dies geschieht, dann kann die Kommunikationswissenschaft tatsächlich einen zentralen Beitrag für die Erforschung von suizidalem Handeln liefern, indem sie den Stellenwert von Medien für suizidale Personen abschätzt, die ablaufenden Wahrnehmungsprozesse erklärt und so zu einer ganzheitlichen Betrachtung des Zusammenhangs von Medien und suizidalem Verhalten kommt.

Literatur

Baumann, E. (2009). *Die Symptomatik des Medienhandelns: Zur Rolle der Medien im Kontext der Entstehung, des Verlaufs und der Bewältigung eines gestörten Essverhaltens.* Köln: Herbert von Halem.

Chan, K. P. M., Yip, P. S. F., Au, J., & Lee, D. T. S. (2005). Charcoal-burning suicide in post-transition Hong Kong. *British Journal of Psychiatry, 186,* 67–73.

Cheng, A. T. A., Hawton, K., Chen, T. H. H., Yen, A. M. F., Chang, J.-C., Chong, M.-Y., et al. (2007). The influence of media reporting of a celebrity suicide on suicidal behavior in patients with a history of depressive disorder. *Journal of Affective Disorders, 103,* 69–75.

Chiu, S.-H., Ko, H.-C., & Wu, J. Y.-W. (2007). Depression moderated the effect of exposure to suicide news on suicidality among college students in Taiwan. *Suicide & Life-Threatening Behavior, 37,* 585–592.

Deutsches Bündnis gegen Depression e. V. (o.J.). Suizidalität: Ursachen und Risikofaktoren. http://www.buendnis-depression.de/depression/suizidalitaet.php. Zugegriffen: 11. Dez. 2010.

Fiedler, G. (2007). Suizide, Suizidversuche und Suizidalität in Deutschland: Daten und Fakten 2005. http://www.suicidology.de/online-text/daten.pdf. Zugegriffen: 11. Dez. 2010.

Fu, K.-W., Chan, Y.-Y., & Yip, P. S. F. (2009). Testing a theoretical model based on social cognitive theory for media influences on suicidal ideation: Results from a panel study. *Media Psychology, 12,* 26–49.

Gould, M. S. (2001). Suicide and the media. *Annals of the New York Academy of Science, 932,* 200–224.

Hautzinger, M. (2003). *Kognitive Verhaltenstherapie bei Depression.* Weinheim: Beltz.

2 Ein positives Beispiel dafür ist das „Kompetenznetz Depression, Suizidalität", in dessen Rahmen das „Nürnberger Bündnis gegen Depression" entstand.

3 Wir danken Prof. Thomas Bronisch vom Max-Planck-Institut für Psychiatrie in München für wertvolle Hinweise und Einblicke in die psychiatrische Suizidforschung.

Michel, K., Frey, C., Wyss, K., & Valach, L. (2000). An exercise in improving suicide reporting in print media. *Crisis, 21*(2), 71–79.

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.

O'Carroll, P. W., Berman, A. L., Maris, R. W., Moscicki, E. K., Tanney, B. L., & Silverman, M. M. (1996). Beyond the Tower of Babel: A nomenclature for suicidology. *Suicide & Life-Threatening Behavior, 26,* 237–252.

Phillips, D. P. (1974). The influence of suggestion on suicide: Substantive and theoretical implications of the Werther effect. *American Sociological Review, 39,* 340–354.

Pirkis, J. E., Burgess, P., Blood, R. W., & Francis, C. (2007). The newsworthiness of suicide. *Suicide & Life-Threatening Behavior, 37,* 278–283.

Ridder, C.-M., & Engel, B. (2010). Massenkommunikation 2010: Funktionen und Images der Medien im Vergleich. *Media Perspektiven, 11,* 537–548.

Roloff, E. K. (2010). Das schwierige Forschen nach dem Werther-Effekt. Zu Alice Ruddigkeits Beitrag „Der umgekehrte Werther-Effekt" (Publizistik, 55. Jg. 2010, S. 253–273). *Publizistik, 55,* 427–430.

Romer, D., Jamieson, P. E., & Jamieson, K. H. (2006). Are news reports of suicide contagious? A stringent test in six U.S. cities. *Journal of Communication, 56,* 253–270.

Ruddigkeit, A. (2010). Der umgekehrte Werther-Effekt. Eine quasi-experimentelle Untersuchung von Suizidberichterstattung und deutscher Suizidrate. *Publizistik, 55,* 253–273.

Scheel, K. R., & Westefeld, J. S. (1999). Heavy metal music and adolescent suicidality: An empirical investigation. *Adolescence, 34,* 253–273.

Scheufele, B. (2008). Das Erklärungsdilemma der Medienwirkungsforschung. Eine Logik zur theoretischen und methodischen Modellierung von Medienwirkungen auf die Meso- und Makro-Ebene. *Publizistik, 53,* 339–361.

Shadish, W. R., Cook, T. D., & Campbell, D. T. (2002). *Experimental and quasi-experimental design for generalized causal inference.* Boston: Houghton Mifflin.

Stack, S. (2005). Suicide in the media: A quantitative review of studies based on nonfictional stories. *Suicide & Life-Threatening Behavior, 35,* 121–133.

Stack, S., & Gundlach, J. (1992). The effect of country music on suicide. *Social Forces, 71*(1), 211–218.

Tsai, J.-F. (2010). The media and suicide: Evidence-based on population data over 9 Years in Taiwan. *Suicide & Life-Threatening Behavior, 40,* 81–86.

Wittchen, H.-U., Müller, N., Pfister, H., Winter, S., & Schmidtkunz, B. (1999). Affektive, somatoforme und Angststörungen in Deutschland: Erste Ergebnisse des bundesweiten Zusatzsurveys „Psychische Störungen". *Das Gesundheitswesen, 61,* 216–222.