

SUIZIDPRÄVENTION DURCH BEEINFLUSSUNG VON MEDIENBERICHTEN

Elmar Etzersdorfer, Gernot Sonneck

Zusammenfassung

Die Arbeit beschreibt ein Feldexperiment zum Einfluß von Medienberichten auf Suizidhandlungen. Nach der Einführung des Wiener U-Bahn-Systems 1978 nahmen Suizidhandlungen mit der U-Bahn einige Jahre hindurch sehr stark zu. Es entstand eine Arbeitsgruppe innerhalb des Österreichischen Vereins für Suizidprävention (ÖVSKK), die aus der Beobachtung, daß Medienberichte über diese Ereignisse in dramatischer und großer Aufmachung erschienen, wie aus der klinischen Erfahrung im Umgang mit suizidalen Menschen Medienrichtlinien ausarbeitete und damit Mitte 1987 an die Presse herantrat. In der Folge veränderten sich die Berichte sehr deutlich, vielfach wurde über U-Bahn-Suizide überhaupt nicht mehr berichtet. Parallel zur veränderten Berichterstattung ging die Zahl der Suizidhandlungen mit der U-Bahn dramatisch zurück, vom ersten zum zweiten Halbjahr 1987 um mehr als 80%, und blieb seitdem auf einem niedrigeren Niveau.

Es wird eine Literaturübersicht zu Imitationssuiziden, für die der Begriff des "Werther-Effekts" gebräuchlich ist, gegeben und eine Erweiterung zu einem "zweiten Werther-Effekt" vorgeschlagen. So wie Goethe schließlich seinen "Werther", beeinflusst durch den Suizid einer nahen Bekannten, wenige Jahre nach der Veröffentlichung des Buches, umschrieb, ist es die heute viel diskutierte Strategie, Medienberichte zu beeinflussen. Es wird, von den Erfahrungen der Wiener Untersuchung ausgehend, überlegt, welcher Umgang mit Journalisten empfehlenswert ist und wie sie zur Suizidprävention beitragen können. Dabei wird insbesondere das mögliche suizidpräventive Potential von Medien unterstrichen, das im Sinne einer "Werbung für die Idee zu leben" genutzt werden sollte.

Schlüsselwörter Imitation - Suizid - Massenmedien - Prävention - Werther-Effekt

Abstract

This paper reports a field experiment concerning mass-media and suicide. After the implementation of the subway system in Vienna in 1978, it became increasingly acceptable as means to commit suicide, with the suicide rates showing a sharp increase after a few years. A study-group of the Austrian Association for Suicide Prevention (ÖVSKK) was started, which investigated the increase as well as the media, which reported about these events in a very dramatic way. Media guidelines were developed and a media campaign launched in mid-1987. Subsequently, the media reports changed markedly and the number of subway-suicides and -attempts dropped more than 80% from the first to the second half of 1987, remaining on a rather low level since.

A literature review concerning the "Werther-effect", the term used for imitational suicides, is given, and the term "second Werther-Effect" is proposed. The historic "Werther" was subsequently rewritten by Goethe partly due to the experience of the suicide of a friend, and also nowadays the concentration lies on influencing media reports. Describing conclusions from the Viennese study, the way to deal with journalists is discussed and how media can contribute to suicide prevention. The possible preventive potential is emphasized, which can be used as an "advertisement for the idea to live".

Key words imitation - suicide - mass-media - prevention - Werther effect

Einleitung

Seit dem Beginn der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit dem Phänomen Selbstmord wurden sehr unterschiedliche Ansätze der Verhütung überlegt. Neben den verbreitetsten direkten Interventionen, in erster Linie an den einzelnen suizidalen Menschen adressiert, fanden auch indirekte Ansätze Aufmerksamkeit, obwohl sie lange mit dem Etikett der Unwissenschaftlichkeit behaftet waren oder zumindest dem Stigma, daß ihr Effekt schlecht nachgewiesen werden kann. Zwar ist der Anspruch, auch im Bereich der Suizidologie primäre Prävention zu betreiben, recht, allerdings schwer umzusetzen oder zu evaluieren.

Hier soll auf einen solchen Ansatz näher eingegangen werden, den Versuch der Suizidprävention auf einer Makro-Ebene über die Beeinflussung von Medienberichten. Davor wird ein Überblick über die Literatur gegeben, ausgehend vom historischen Fall des "Werther", und danach exemplarisch diese Untersuchung beschrieben, die in Wien durchgeführt wurde und den Zusammenhang von Medienberichten und U-Bahn-Suiziden zum Thema hatte. Schlüsse aus dieser und den bisher verfügbaren Untersuchungen werden gezogen, auf offene Fragen und Defizite im gegenwärtigen Wissen hingewiesen und abschließend Vorschläge für weitere Forschungen entwickelt.

“Werther-Effekt”

David Phillips prägte 1974 den Ausdruck “Werther-Effekt”, um zu beschreiben, daß Medienberichte über Suizide weitere Suizidhandlungen, sogenannte “Imitationshandlungen”, begünstigen können. Der Begriff bezieht sich auf Goethes 1774 veröffentlichtes Buch “Die Leiden des jungen Werther”, das den Suizid eines jungen Mannes beschreibt und das beschuldigt wurde, nachfolgend eine “Epidemie” von Suiziden hervorgerufen zu haben. Der “Werther” ist das prominenteste, wenn auch nicht erste Beispiel, an dem ein Imitationseffekt diskutiert wurde. Verschiedene Quellen belegen, daß eine heftige Diskussion darüber entbrannte, ob Goethes Buch eine Suizidepidemie hervorgerufen habe; in einigen Städten wurde das Buch verboten, und immer wieder wurde der Ruf nach einer Änderung des Werkes laut (für eine historische Untersuchung des “Werther” siehe Steinberg 1999). Wilke (1998) ergänzte ein biographisches Detail: Goethe brachte der Suizid einer guten Bekannten, Christiane von Laßberg, nur vier Jahre nach dem Erscheinen des Werther, in große seelische Not. Zudem soll ein Exemplar des Romans in ihrer Tasche gefunden worden sein. Wilke führten auf diese Erfahrung zurück, daß Goethe schließlich den “Werther” tatsächlich überarbeitete, dann stärker auf Distanz zum Helden ging und das Suizidmodell damit weniger attraktiv machte. Auch dieser Aspekt der Geschichte des “Werther” nimmt, wie die vermuteten Imitationssuizide nach der Veröffentlichung, paradigmatisch eine gegenwärtige Diskussion vorweg. Man könnte von einem “zweiten Werther-Effekt” sprechen, dem Versuch der Beeinflussung des “Modells”, der Schilderung in den Medien.

Der Beginn der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit Nachahmungssuiziden, Imitation und der Rolle der Medien kann um die Jahrhundertwende angesetzt werden. Emile Durkheim (1897) widmete in seinem einflußreichen Buch dem Thema Imitation ein eigenes Kapitel, schätzte deren Rolle aber nicht hoch ein. Auch in der berühmt gewordenen Selbstmorddiskussion in der Wiener Psychoanalytischen Vereinigung 1910 wurde das Thema erwähnt und hatte sogar den indirekten Anstoß dazu gegeben, daß sich David Ernst Oppenheim, ein Mittelschullehrer und der Referent an dem Abend, durch Vorwürfe in den Zeitungen, die Schule würde die Schüler-selbstmorde verursachen, ungerecht angegriffen sah.

Literaturüberblick

Nach Phillips‘ bahnbrechenden Arbeiten in den siebziger Jahren (1974, 1977, 1978) fanden Fragen der Imitation größere Aufmerksamkeit und regten zahlreiche wissenschaftliche Untersuchungen an. Die Arbeiten lassen sich thematisch unterteilen:

- 1) Vorerst wurde der Einfluß von Zeitungsberichten studiert. Die Ergebnisse waren widersprüchlich (für eine Übersicht siehe Sonneck et al. 1994), einige Studien fanden jedenfalls Anstiege von Suiziden nach Medienberichten und kamen nach dem Abwägen von alternativen Erklärungsmöglichkeiten zu dem Schluß, daß Imitation die beste
- Erklärung bot, und bestätigten damit die frühe Studie von Phillips (1974). Man könnte hier noch zwischen Suiziden Prominenter und anderen Berichten unterscheiden, da Personen, die im öffentlichen Leben stehen, größere Aufmerksamkeit auf sich ziehen und möglicherweise eine stärkere Vorbildwirkung haben.
- 2) Zeitlich etwas später wurden Arbeiten über den möglichen Einfluß von Fernsehberichten veröffentlicht. Dabei kann zwischen dem Einfluß von fiktiven (Berman, 1988, Gould und Shaffer 1986, Phillips 1982, Merskey 1996) und dem von nicht-fiktiven Schilderungen (Kessler 1988, Phillips und Carstensen 1986) unterschieden werden. Eine sehr sorgfältige Arbeit (Schmidtke und Häfner 1988) untersuchte die Folgen der Ausstrahlung einer sechsteiligen Fernsehdokumentation in einem deutschen Fernsehsender. Es wurde der (fiktive) Suizid eines jungen Mannes in jeder Episode von einer anderen Seite beleuchtet. Die Autoren konnten einen eindeutigen Imitationseffekt feststellen, zusätzliche Suizide, die vorwiegend von jungen Männern, vorwiegend mit der gleichen Methode, also “modellnahen” Personen, durchgeführt wurden.
- 3) Phillips ergänzte später Studien in anderen Bereichen. Er untersuchte die Möglichkeit, daß Suizide als versteckte Autounfälle erscheinen (Phillips 1977), vor allem Unfälle, bei denen nur ein Auto beteiligt ist, und Flugzeugunfälle nach Medienberichten über Suizide (Phillips 1978). Er konnte in beiden Fällen Imitationshandlungen nachweisen, auch wenn es sich um sehr seltene Suizidmethoden handeln dürfte.
- 4) Baume et al. (1997) diskutierten erstmals die Rolle des neuen Mediums Internet. Hier handelt es sich um ein relativ neues Medium, dessen Einfluß in vielen Belangen noch wenig erforscht ist. Tatsächlich gibt es einige Unterschiede zu traditionellen Medien, die auch von Einfluß für mögliche Imitationshandlungen sind. Wer eine “Website” über Suizid aufsucht, hat ein aktives Interesse am Thema, die Gruppe der Internet-User unterscheidet sich daher möglicherweise von der traditioneller Medienkonsumenten. Es stellt sich daher die Frage, ob User eine generell vulnerablere Gruppe darstellen. Allerdings ist auch die Struktur des Mediums selbst eine andere, da das Internet direkt interaktiv ist, nicht bloß eine “Ein-Weg-Kommunikation” ermöglicht, wie wir sie üblicherweise bei den Printmedien und (noch zumeist) beim Fernsehen finden. Baume et al. (1997) schließen, daß es auch notwendig sein wird, neue Wege der Forschung zu finden, um mögliche Imitationshandlungen feststellen zu können, und schreiben in diesem Zusammenhang vom “cybersuicide”.
- 5) Imitationssuizide wurden auch unabhängig von Medienberichten beschrieben, als “Suizidepidemien” in psychiatrischen Krankenhäusern (z.B. Zemishlany et al. 1987), oder in einer Schule (Callahan 1996). Imitation, als ein allgemein zu beobachtendes Phänomen wurde auch in Zusammenhang mit anderem Verhalten als Suizid diskutiert, so mit Massenmord (Cantor und Sheehan 1996).

Praktisch allen obenerwähnten Studien ist gemeinsam, daß sie nach der Veröffentlichung von Medienberichten oder vermuteten Imitationssuiziden mit einem retrospektiven Design arbeiten. Die Untersuchung, die hier näher vorgestellt werden soll, ist die erste prospektive Studie im Sinne eines Feld-experimentes, in diesem Bereich. Es wird der Zusammenhang von Medienberichten und Suizidhandlungen anhand der Suizide und Suizidversuche im Wiener U-Bahn-System untersucht. Die daraus abgeleiteten Schlüsse werden dargestellt, erläutert und Perspektiven für weitere Forschungsarbeiten skizziert.

Methodik

Das Studiendesign entspricht dem eines prospektiven Feld-experimentes. Der Ausgangspunkt war, daß nach dem (relativ späten) Start des Wiener U-Bahn-Systems im Jahr 1978 anfangs zwar nur vereinzelte Suizidhandlungen verzeichnet wurden, in den 80er Jahren jedoch eine deutliche Zunahme auftrat. Durch die Neuheit der Methode und die oft besonders grausamen Umstände der Suizidhandlungen in der Öffentlichkeit, fanden U-Bahn-Suizide und -Suizidversuche auch große Aufmerksamkeit in den Medien, insbesondere in den Printmedien. Häufig wurde ausgesprochen dramatisierend und reißerisch berichtet, mehrmals sogar in Schlagzeilen, mitunter mit Bildern.

Es bildete sich im Österreichischen Verein für Suizidprävention, Krisenintervention und Konfliktbewältigung (ÖVSKK) eine Arbeitsgruppe, die die Rolle der Medienberichte zu untersuchen begann. Dabei waren sowohl die verfügbaren Studien, auf die oben hingewiesen wurde, die vorgefundenen Berichte wie auch die klinische Erfahrung in der Arbeit mit suizidalen Menschen hilfreich. Die Arbeitsgruppe formulierte schließlich Hypothesen über den Zusammenhang von Medienberichten und Suizidhandlungen, die in der Tabelle 1 dargestellt sind, und leitete daraus Empfehlungen für Journalisten ab.

Die Annahme war, daß bestimmte Berichte, wie sie nach den ersten U-Bahn-Suizidhandlungen gefunden wurden, weitere Suizide hervorrufen können in dem Sinn, wie Phillips und Lesyna (1995) später von einer "natürlichen Werbung" für die Idee des Suizids schrieben. Dabei wurde unterschieden zwischen Aspekten, die durch die ausgedrückte Haltung begünstigend wirken können (z. B. Suizid als erstrebenswerte Lösung), und Aspekten, die die Aufmerksamkeit auf einen Bericht erhöhen, und damit die Wahrscheinlichkeit, daß der Bericht wahrgenommen wird (z. B. Bericht auf der Titelseite, Bild). Auf eine positive Besetzung des Bildes des psychisch Kranken und seines Suizids beim historischen "Werther" wies vor kurzem Steinberg (1999) hin. Wir ergänzten noch Vorschläge, wie der Effekt reduziert werden kann, in Abwandlung von Phillips und Lesyna (1995) könnte man sie als "Werbung für die Idee zu leben" bezeichnen.

Zu dem Mechanismus, wie es zu Imitationshandlungen kommt, bestehen zwei Annahmen: einerseits wissen wir, daß

Tabelle 1: Einflüsse auf einen möglichen Imitationseffekt

Der Effekt wird umso größer sein, je mehr ...

- spezielle DETAILS der Suizidmethode dargestellt werden
- der Suizid als "UNVERSTÄNDLICH" dargestellt wird ("Wo er doch alles hatte, was das Leben zu bieten hat").
- ROMANTISIERENDE MOTIVE verwendet werden ("Ewig vereint sein")
- SIMPLIFIZIERUNGEN vorkommen ("Selbstmord wegen Nicht-Genügend")

Die Aufmerksamkeit auf den Bericht wird erhöht, ...

- wenn der Bericht auf der TITELSEITE erscheint
- wenn der Ausdruck "Selbstmord" in der ARTIKELÜBERSCHRIFT verwendet wird
- wenn ein FOTO der betreffenden Person gebracht wird
- wenn implizit die Haltung des Suizidanten BEWUNDERNSWERT, HEROISCH oder mit BILLIGUNG dargestellt wird ("In dieser Situation war es eigentlich nur klar, daß ...").

Der Imitations-Effekt wird umso geringer sein, ...

- je deutlicher ALTERNATIVEN aufgezeigt werden (wo hätte der Betroffene Hilfe finden können?)
- wenn auch solche Berichte folgen, in denen BEWÄLTIGUNGEN aufgezeigt werden.
- wenn INFORMATIONEN über HILFSMÖGLICHKEITEN und Arbeitsweise von Hilfsstellen gebracht werden.
- wenn HINTERGRUNDINFORMATION über die Suizidgefährdung und weiteres Vorgehen gegeben werden.

in einer suizidalen Krise starke Ambivalenz über sehr lange Zeit zu finden ist, daher Suggestion wirksam werden kann. Ein Bericht, der die Identifizierung mit der beschriebenen Person, die sich das Leben nahm, erlaubt, unterstützt und verstärkt u. U. den Wunsch zu sterben. Ein Medienbericht kann demnach als letzter Auslöser wirken, die Voraussetzung ist jedoch sicherlich, daß solche Gedanken bereits vorlagen. Die Meinung, erst durch die Berichte entstünden Suizidgedanken, ist wohl zu kurz gegriffen, könnte höchstens auf einer sehr oberflächlichen Ebene gelten. Der zweite Gedanke war, daß jemand, der sich im Sinne des "präsuizidalen Syndroms" von Erwin Ringel in einer massiven Einengung (von Werten, Wahrnehmung, Erleben, Gefühlen) befindet, das "Modell", das in einem Medienbericht beschrieben wird, als Lösung aus einer subjektiv ausgeweglosen Situation empfinden kann.

Nach der Formulierung der Hypothesen wurde Mitte 1987 eine Medien-Kampagne gestartet, bei der die Journalisten über die möglichen negativen Konsequenzen dramatisierender und simplifizierender Berichte informiert und Alternativen angeboten wurden. Tatsächlich kooperierten die Medien (in erster Linie waren die Print-Medien angesprochen) sehr gut, und die Berichte veränderten sich ganz wesentlich: es wurde in der Folge sehr zurückhaltend, in vielen Fällen (bei U-Bahn-Suiziden erstmals) auch gar nicht geschrieben. Auch über andere Suizidhandlungen wurde gemäßigt berichtet, Sensationsberichte unterlassen.

Resultate

Die Abbildung zeigt die Zahlen der U-Bahn-Suizide und -Suizidversuche in Wien von 1980 bis inklusive 1998, jeweils für Halbjahre. In den ersten Jahren nach der Implementierung des U-Bahn-Systems gab es nur vereinzelte Suizidhandlungen, ab 1983 nahm jedoch die Zahl von Suiziden und Suizidversuchen deutlich zu. Der Gipfel wird im ersten Halbjahr 1987 erreicht, dem Zeitpunkt, als die Medienkampagne gestartet wurde. Das zweite Halbjahr 1987 zeigt dann einen dramatischen Rückgang der Zahlen: Gegenüber dem ersten Halbjahr 1987 ist ein Rückgang von 84,2% zu verzeichnen, wenn man Suizide und Suizidversuche zusammenrechnet (n = 19 gegenüber n = 3). In den nachfolgenden Jahren blieben die Zahlen auf einem relativ niedrigeren Niveau als vor der Medienkampagne, es wurden jedoch bis zu fünf Ereignisse pro Halbjahr erfaßt. Das Niveau von 1983 bis Mitte 1987 wurde im Beobachtungszeitraum allerdings nicht mehr erreicht.

Diskussion

Medienberichte können zusätzliche Suizide hervorrufen

Obwohl die Ergebnisse der verfügbaren Studien unterschiedlich sind, läßt die Fülle verfügbaren Wissens den Schluß zu, daß Medienberichte über Suizidhandlungen weitere Handlungen ("Imitationshandlungen" oder "copycat-suicides") triggern können (für einen Überblick siehe z. B. Phillips und Lesyna 1995). Auch im historischen "Werther" wird der Suizid als nachvollziehbar, ja unausweichlich dargestellt (Steinberg 1999). Die teils widersprüchlichen Ergebnisse der wissenschaftlichen Untersuchungen überraschen nicht, wenn man die methodologischen Schwierigkeiten dieser Untersuchun-

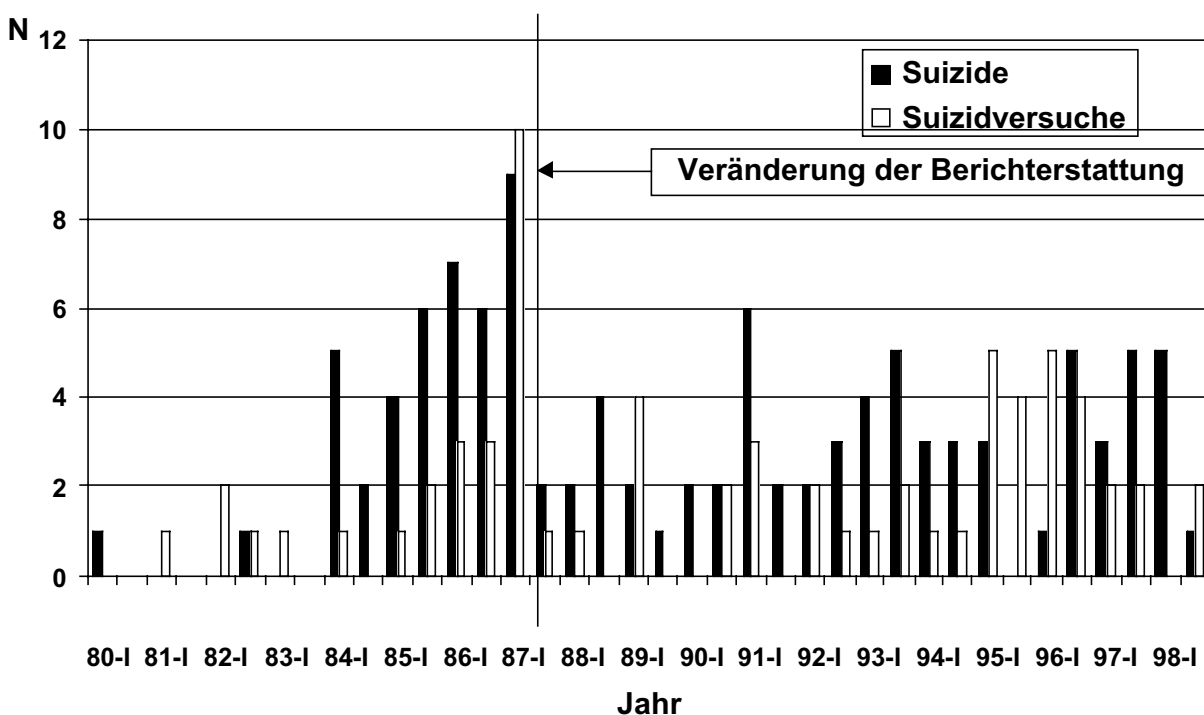
gen in Rechnung stellt, worauf weiter unten eingegangen wird. Dieser Schluß war in der Wiener Untersuchung die vermutete Ausgangssituation.

Es ist möglich, Suizidhandlungen zu verhüten, indem Berichte in Massenmedien verändert werden.

Unsere Studie läßt die Folgerung zu, daß Imitationssuizide durch ein Verändern der Medienberichte auch verhütet werden können. Im Anschluß an eine Medienkampagne, die nach dem Anstieg von Suiziden und Suizidversuchen mit der Wiener U-Bahn unternommen wurde, gingen diese Suizidhandlungen dramatisch zurück und blieben seitdem auf einem niedrigeren Niveau. Der vorangegangene Anstieg war weder mit einem Ausbau des U-Bahn-Netzes korreliert (Argument: höherer Anreiz bzw. größere Verfügbarkeit) noch mit einer Zunahme der Passagierzahlen (Argument: Rate blieb gleich, nur Absolutzahlen wären gestiegen). Auch der Rückgang nach der Medieninitiative ist nicht mit einer für alle Methoden beobachteten Reduktion der Zahlen einhergegangen. Daher ist die wahrscheinlichste Erklärung des massiven Einschnitts, daß die veränderten Berichte eine Abnahme der U-Bahn-Suizide herbeigeführt haben (Details in Sonneck et al. 1994).

Zwar ging die Gesamtsuizidrate in Wien (und in ganz Österreich) in den folgenden Jahren ebenfalls leicht zurück, aber ohne vergleichbaren scharfen Einschnitt wie bei den U-Bahn-Suiziden, sondern linear. Eine weitere Erklärung bestünde in einer möglichen Verschiebung bei den Methoden. Doch war dabei kein Anstieg zu beobachten, der einen Hinweis auf einen "shift" geboten hätte. Die weitere Entwicklung läßt daher den Schluß zu, daß einige der U-Bahn-Suizide vor der Medieninitiative zusätzlich aufgetreten waren. Auch die Hypothese, daß diese Suizide nur vorgezogen waren, sonst eben

Abbildung 1: U-Bahn-Suizide und -Suizidversuche in Wien 1980-98 (nach Halbjahren)



später aufgetreten wären, läßt sich durch diese Daten entkräften. In diesem Fall müßten sich die Zahlen vor und nach der Initiative ausgleichen (nach einem vorgezogenen Anstieg ein kompensatorischer Rückgang mit nachfolgendem Anstieg zum "Normalniveau" folgen), was nicht der Fall war (Details zu dieser Hypothese siehe Phillips 1974, Schmidtke und Häfner 1988). Der Rückgang durch die veränderten Berichte läßt den indirekten Schluß zu, daß die davor dramatisierende Berichterstattung zusätzliche Suizide bewirkt hat.

Da sich U-Bahn-Suizide in der Öffentlichkeit ereignen, was nur bei einer Minderheit unter den Suiziden oder -versuchen der Fall ist, sind sie jedenfalls geeignet, die Aufmerksamkeit der Medien zu erregen (siehe dazu auch den Beitrag eines Medienvertreters in Jobes et al., 1996). Dazu kommt häufig eine große Zahl indirekt beteiligter Menschen als Zeugen, die potentiell interessiert sein können, darüber mehr zu erfahren. In Wien lag ein weiterer Grund für die zuerst sehr ausführliche Berichterstattung sicherlich darin, daß die U-Bahn insgesamt und daher auch U-Bahn-Suizide bzw. -versuche relativ neu waren.

“Werbung für die Idee zu leben”

Dennoch ist eine Reihe von Fragen weiterhin offen. Bislang ist unsere Studie das einzige systematische "Feldexperiment". Wir können daher nur dazu ermutigen, unsere Ergebnisse weiter durch entsprechende Untersuchungen zu überprüfen. Eine ähnliche Initiative, wenn auch unsystematisch und aus der Not der Situation improvisiert, wurde nach dem Suizid des Popstars Kurt Cobain 1994 in den USA unternommen (Jobes et al. 1996). Da es sich um einen sehr bekannten Musiker mit großem Einfluß auf Jugendliche gehandelt hatte und man Imitationssuizide befürchtete, verwendete man die Medien, um Hilfsmöglichkeiten bekanntzumachen. Über Medien kann auch für Alternativen zum Suizid "geworben" werden. Die Seattle Crisis Line wurde nach dem Suizid von Journalisten geradezu überschwemmt. Die Haltung war, einerseits die Tragik des Suizids zu unterstreichen, andererseits auf die bekannten Warnsignale der Suizidalität hinzuweisen und sich als Anlaufstelle anzubieten. In der Folge wurde von dem Krisenzentrum eine eigene Pressekonferenz gegeben, und die Leiterin hielt eine Ansprache auf einer großen Gedenkveranstaltung, bei der Nachfolgesuizide befürchtet wurden. Jedenfalls blieben Nachahmungshandlungen, die in vergleichbaren Situationen immer wieder beobachtet worden waren, weitgehend aus (ein einziger Imitationssuizid wurde registriert). Zwar diskutieren Jobes et al. (1996), daß auch die äußerst brutale Methode des Suizids (Erschießen) die Identifikationsmöglichkeit reduziert haben könnte, von Einfluß scheint aber dennoch das Gesamtbild gewesen zu sein, das über die Medien transportiert wurde: "Great artist, great music ... stupid act, don't do it; here's where to call for help." (Jobes et al. 1996). Man könnte darin den Versuch sehen, wie auch Merskey (1996) und davor bereits Phillips und Lesyna (1995) vorgeschlagen haben, Erkenntnisse aus der Werbung zu verwenden, um Imitationssuizide zu vermeiden. Es ist der Versuch einer "Werbung, für die Ideen zu leben".

Erfahrungen aus dieser Studie

Umgang mit Journalisten

Es darf aber nicht vergessen werden, daß Medien in erster Linie an Neuigkeiten interessiert sind, und die Devise gilt: "Only bad news are good news." Aus diesem Grund werden zumindest Berichte über gemeisterte Krisen, die also nicht durch Suizid endeten, weniger Aufmerksamkeit bekommen als der Suizid eines Prominenten. Unsere Erfahrung in Wien, daß eine Beeinflussung der Medienberichte möglich ist, wird nicht von allen Forschern anderer Länder geteilt, häufig wird über Schwierigkeiten im Umgang mit Medienvertretern berichtet. Daher ist es vielleicht notwendig, auch auf die Frage des Umgangs mit Journalisten kurz einzugehen (siehe dazu auch Jobes et al. 1996). Häufig werden Forderungen laut, Medienberichte über Suizide gänzlich zu verbieten, oder jedenfalls zu reglementieren. Diese Haltung ist nicht unverständlich, wenn man mit den Folgen sensationsheischender Berichte konfrontiert ist und daraus der Wunsch entsteht, die Medien an die Kandare zu nehmen, bis sie beweisen können, daß ihre Berichte kein Unheil anrichten (Ashton 1994). Uns erscheint jedoch ein anderes Vorgehen sinnvoller. Es ist sicher auch nicht erstrebenswert, überhaupt nicht über Suizide zu berichten. Unsere Haltung war, die Journalisten über den gegenwärtigen Wissensstand zu informieren. Wir formulierten Vorschläge, die mögliche Alternativen anboten (siehe Tabelle 1). Wir wollten ihnen aber nicht die Verantwortung für ihre Berichte nehmen oder vorschreiben, wie sie zu berichten haben. Nebenbei handelt es sich um eine Verantwortung, die Medienvertreter sich traditionell auch nicht nehmen lassen wollen, bzw. reagieren sie auf solche Versuche häufig sehr sensibel, da versuchte Einflußnahmen in der Medienwelt sehr verbreitet sind. Nicht übersehen werden sollte, daß durch ein Verbot auch ein mögliches suizidpräventives Potential der Medien ungenützt bliebe. Jobes et al. (1996) betonten, ganz in Einklang mit diesen Überlegungen, daß Journalisten über ein Fachwissen verfügen, das Suizidologen in der Regel nicht haben, und auch deswegen eine Kooperation wünschenswert ist.

Notwendige "Auffrischungsimpfungen"

Eine weitere Erfahrung in Wien ist, daß eine einmalige Aufklärungskampagne nicht reicht, sondern Medienberichte weiter verfolgt werden müssen, um bei gegebenem Anlaß (der nach einiger Zeit eintritt) darauf zu reagieren. Auch der Verlauf der Suizidkurve in der Abbildung könnte so interpretiert werden, daß Suizidhandlungen nach einiger Zeit wieder zunehmen, und tatsächlich waren wieder sensationelle Aufmachungen von Suiziden zu finden. Insbesondere bei Prominenten sind frühere Übereinkünfte oder Einsichten häufig schnell außer Kraft gesetzt. Die Notwendigkeit, immer wieder aktiv zu werden, hat aber auch damit zu tun, daß Suizidberichte in der Hierarchie weit unten angesiedelt sind und daher immer wieder wechselnde Journalisten damit betraut werden, die über die möglichen Konsequenzen ihrer Arbeit vielleicht (noch) nicht Bescheid wissen.

Unsere Strategie in Österreich ist daher, auch unter interessierten Kollegen, einen Medien-Leitfaden verbreiten, und ihn auch versenden, sobald ein übertriebener Bericht erscheint, verbunden mit der Bitte, diesen Leitfaden in der Redaktion zu diskutieren. Er ist auf einem Blatt (zwei Seiten) untergebracht und enthält nur die wichtigsten Informationen. Ebenso verteilen wir den Leitfaden über den Österreichischen Verein für Suizidprävention, wenn es zu Kontakten mit Journalisten kommt.

Methodologische Schwierigkeiten

In dem Bereich der Imitationssuizide bleibt eine Reihe methodologische Schwierigkeiten bestehen. Es ist kaum möglich, in einem einzelnen Fall Imitation nachzuweisen. Selbst die aufgeschlagene Zeitung eines Suizidanten mit dem Bericht des "Modell-Suizids" wäre kein zwingender Beweis. Auch unsere Untersuchung ist nicht zwingend ein Beleg für die Richtigkeit unserer Hypothesen, noch weniger für unsere Hypothesen über das Zustandekommen der Imitation. Es ist insbesondere nach wie vor nicht gesichert, welche Berichte Imitation begünstigen und welche nicht. Die TV-Serie, die von Schmidtke und Häfner (1988) untersucht wurde, war etwa mit aufklärerischem Anspruch produziert worden, um über Suizidalität zu informieren. Sie versuchte, nicht sensationell zu berichten, und führte dennoch zu Imitationssuiziden.

Es gibt in diesem Bereich mehrere Schwierigkeiten für Untersuchungen. Bei Daten auf einem Makro-Niveau, ist es nur möglich, Korrelationen zu finden. Diese erlauben allerdings, durch Überprüfen von Alternativerklärungen, eine Erklärung, die am wahrscheinlichsten ist (für eine Übersicht siehe Phillips und Lesyna 1995). So ist in unserer Studie die wahrscheinlichste Erklärung, daß die Veränderung der Medienberichte Suizide verhütete, die davor zusätzlich aufgetreten waren.

Auf der individuellen Ebene ist Imitation ebenfalls schwer zu erfassen. Dennoch verwenden alle Untersuchungen zumindest implizit Hypothesen über Imitation, wie Medienberichte zu Handlungen führen, die dann vom einzelnen motiviert sind. Der Begriff "Imitation" betont dabei bereits die Handlungsebene, die darunterliegenden psychologischen Prozesse können als nicht ausreichend erhellt bezeichnet werden. Aus lerntheoretischer Sicht wird die Frage des Modelllernens in diesem Zusammenhang diskutiert, und Schmidtke und Häfner (1988) konnten auch Übereinstimmungen zwischen Modell und Nachahmer als Voraussetzung dafür finden, daß es zu Imitationshandlungen kam. Aus psychoanalytischer Sicht ist die Frage der Imitation, ebenfalls nicht schlüssig geklärt. Identifizierung, ein komplexer Begriff, der sowohl in der psychologischen Entwicklung wie auch bei pathologischen Erscheinungen bedeutsam ist (Abend und Porder 1986), dürfte dabei eine große Rolle spielen. Taiminen (1992) veröffentlichte eine der wenigen Studien, die intrapsychische Mechanismen in einem realen Fall von "Suizid-Ansteckung" beschrieb, und verwendete dabei das Modell der projektiven Identifizierung, einen wichtigen Abwehrmechanismus, insbesondere bei sogenannten frühen Störungen. Allerdings kann im Falle eines Medienberichtes nicht von einem Objekt im engeren Sinn gesprochen werden, das bei projektiver Identifizierung not-

wendig zur Verfügung zu stehen hat, unerträgliche Emotionen aufnehmen, umarbeiten und damit reintrojizierbar machen muß. Taiminen (1992) beschreibt einen Fall, in dem er das reale Objekt durch ein inneres Objekt ersetzt sieht, auf das unerträgliche Gefühle projiziert wurden.

Hazell (1993) entwarf ein anderes Modell der Imitation in Anlehnung an das "Infektionskrankheiten-Modell", in dem er die Empfänglichkeit für den Erreger, die Virulenz des Keimes und die Abhängigkeit von der Dosis unterscheidet und jeweils auf Medienberichte umlegt. Einen wiederum anderen Zugang wählte Martin (1996). Er konnte zeigen, daß Jugendliche, die öfter Suizidberichte im Fernsehen gesehen hatten, auch mehr Suizidversuche in ihrer Lebensgeschichte, höhere Depressionsscores und häufiger Erfahrungen mit Suiziden in ihrem Umfeld aufwiesen. Es scheint einen Selektionsprozeß zu geben, der dazu führt, daß innerhalb von Risikogruppen höhere Aufmerksamkeit gegenüber Suizidberichten (fiktiven oder nicht-fiktiven) besteht, wodurch sie mit höherer Wahrscheinlichkeit solchen Berichten ausgesetzt sein werden und damit vielleicht auch Imitationsverhalten weiter begünstigt wird. Die Frage, wie Imitation psychologisch tatsächlich von statten geht, sollte jedenfalls weiter erhellt werden.

Offene Fragen

Offen sind noch einige weitere Fragen im Zusammenhang mit Imitationshandlungen und deren Erforschung:

- 1.) Wie lange dauert die Zeitspanne, in der Imitationssuizide auftreten können? Phillips (1974, 1977, 1978) beschrieb einen eher kürzeren Zeitraum von ein paar Tagen bis zu einer Woche, Schmidtke und Häfner (1988) einen Effekt, der länger als zehn Tage anhielt. Inzwischen wird überlegt, ob Imitation nicht auch länger wirksam sein kann, und möglicherweise liegen diesen Ereignissen auch unterschiedliche Phänomene zugrunde, wenn Imitationssuizide unmittelbar nach einem Modell oder andererseits mit deutlicher Verzögerung auftreten.
- 2.) Gibt es besonders vulnerable Gruppen? Während Hawton (1995) auf die besondere Empfänglichkeit von jungen Menschen hinwies, ist die Haltung vieler anderer Forscher, daß bestehende psychologische Schwierigkeiten, und insbesondere eine aktuelle suizidale Krise die "Anfälligkeit" wesentlich beeinflussen. Dennoch fehlen auch hier Belege oder Untersuchungen. Die unsystematische klinische Erfahrung zeigt jedenfalls, daß es sich um zumeist psychisch schwerkranke Menschen handelt, die für Imitationshandlungen empfänglich sind.
- 3.) Es fehlen weitgehend Studien über die mögliche positive Wirkung von Medien, die immer wieder, so auch in unserem Medien-Leitfaden, herausgestrichen oder zumindest vermutet wird. Zwar ist der mehrmals erwähnte Umgang mit dem Suizid von Kurt Cobain (Jobes et al. 1996) ein Beispiel dafür, daß eine befürchtete Flut an Imitationssuiziden ausgeblieben ist und die Medienarbeit dafür von Bedeutung war, auch hier sind jedoch weitere Untersuchungen notwendig.

4.) Die Herausforderung durch das neue Medium Internet könnte sowohl völlig neue Aufgaben an die Suizidprävention stellen wie auch neue Perspektiven für das Verbreiten von Informationen und völlig neue Hilfsmöglichkeiten schaffen, die vielleicht wiederum unser Verständnis von suizidalem Erleben und Verhalten erweitern.

Literatur

- Abend SM, Porder MS: Identification in the neurosis. *Int J Psychoanal* 1986;67:201-208.
- Ashton JR: Preventing epidemic suicide in young people. *Lancet* 1994;344:768.
- Baume P, Cantor CH, Rolfe A: Cybersuicide: The role of interactive suicide notes on the internet. *Crisis* 1997;18:73-79.
- Berman AL: Fictional depiction of suicide in television films and imitation effects. *Am J Psychiat* 1988;145:982-986.
- Callahan J: Negative effects of a school suicide prevention program - A case example. *Crisis* 1996;17:108-115.
- Cantor CH, Sheehan PW: Violence and media reports - A connection with Hungerford? *Arch Suicide Res* 1996;2:255-266.
- Durkheim E: *Der Selbstmord*. Frankfurt, Suhrkamp, 1973 (original 1897).
- Gould MS, Shaffer D: The impact of suicide in television movies. Evidence of imitation. *New Engl J Med* 1986;315:690-694.
- Hazell P: Adolescent suicide clusters: Evidence, mechanisms and prevention. *Aust N Z J Psychiatry* 1993;27:653-665.
- Hawton K: Media influences on suicidal behavior in young people. *Crisis* 1995;16:100-101.
- Jobes DA, Berman AL, O'Carroll PW, Eastgard S, Knickmeyer S: The Kurt Cobain Suicide Crisis: Perspectives from research, public health and the News media. *Suicide Life Threat Behav* 1996;26:260-271.
- Kessler RC: Clustering of teenage suicides after television news stories about suicide: A reconsideration. *Am J Psychiat* 1988;145:1379-1383.
- Martin G: The influence of television suicide in a normal adolescent population. *Arch Suicide Res* 1996;2:103-117.
- Merskey H: Influences of the media: A powerful what? *Lancet* 1996;347:416.
- Phillips DP: The influence of suggestion on suicide: Substantive and theoretical implications of the Werther effect. *Am Sociol Rev* 1974;39:240-253.
- Phillips DP: Motor vehicle fatalities increase just after publicized suicide stories. *Science* 1977;196:1464-1465.
- Phillips DP: Airplane accident fatalities increase just after stories about murder and suicide. *Science* 1978;201:148-150.
- Phillips DP: The impact of fictional television stories on U.S. adult fatalities: new evidence on the effect of the mass media on violence. *Am J Sociol* 1982;87:1340-1359.
- Phillips DP, Carstensen LL: Clustering of teenage suicides after television news stories about suicide. *New Engl J Med* 1986;315:685-689.
- Phillips DP, Lesyna K: Suicide and the media research and policy implications. In Diekstra RFW, Gulbinat W, Kienhorst I, De Leo D (eds.): *Preventive strategies on suicide*. Leiden, EJ Brill, 1995,231-261.
- Schmidtke A, Häfner A: The Werther effect after television films: New evidence for an old hypothesis. *Psychol Med* 1988;18:665-676.
- Sonneck G, Etzersdorfer E, Nagel-Kuess S: Imitative suicide on the Viennese subway. *Soc Sci Med* 1994;38:453-457.
- Steinberg H: *Der "Werther-Effekt"*. Historischer Ursprung und Hintergrund eines Phänomens. *Psychat Prax* 1999;26:37-42.
- Taiminen TJ: Projective identification and suicide contagion. *Acta Psychiatr Scand* 1992;85:449-452.
- Wilke J: Mitschuldig am Suizid? Bewältigung von Trauer und Schuld durch Johann Wolfgang von Goethe. *Psychother Psychosom med Psychol* 1998;48:139-141.
- Zemishlany Z, Weinberger A, Ben-Bassat M, Mell H: An epidemic of suicide epidemics by burning in a psychiatric hospital. *Br J Psychiat* 1987;150:704-706.

Univ.-Prof. Dr. Elmar Etzersdorfer
 Universitätsklinik für Tiefenpsychologie
 und Psychotherapie
 Währinger Gürtel 18-20, A-1090 Wien
 e-mail: elmar.etzersdorfer@akh-wien.ac.at

Univ.-Prof. Dr. Gernot Sonneck
 Institut für Medizinische Psychologie
 Universität Wien
 Severingasse 9, A-1090 Wien,
 und Ludwig Boltzmann Institut
 für Sozialpsychiatrie, Wien