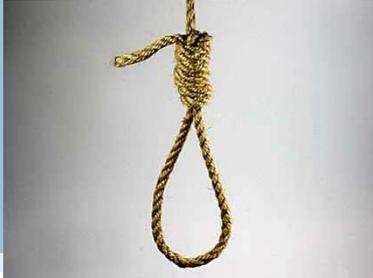


Suizidberichterstattung, öffentliches Interesse und Medienethik

Prof. Dr. Roger Blum
em. Ordinarius für
Kommunikations- und
Medienwissenschaft
der Universität Bern



Suizidberichte: Selbstverbrennungen



Suizidberichte: Selbstmordattentate



Der abgenagte Kopf einer palästinensischen Selbstmordattentäterin. Dieses Foto veröffentlichte die NZZ. Quelle: Foto im Januar 2005.

**Suizidberichte:
Selbstmord Prominenter**



**Suizidberichte:
Öffentlich inszenierter Freitod**



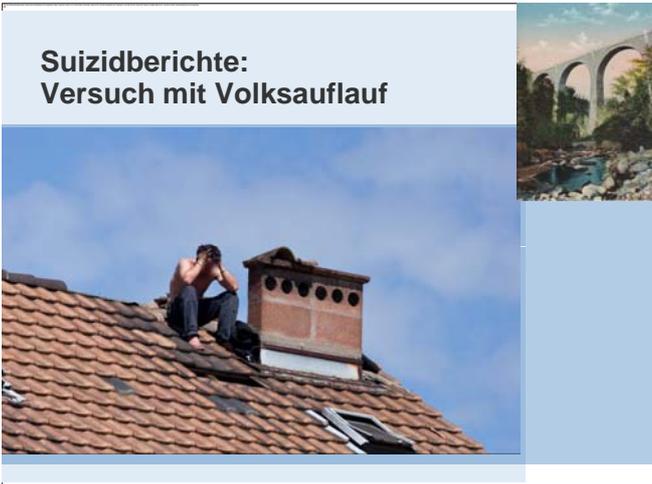
**Suizidberichte:
Freitod mit Sterbehilfe**



Suizidberichte: Selbststrichung von Verbrechern



Suizidberichte: Versuch mit Volksauflauf



Intimer Tod und öffentliches Interesse



- > Sterben = einer der **intimsten Momente des Menschen**
- > Suizid primär etwas **Privates**
- > Aber **öffentliches Interesse**, wenn
 - 1) **gesellschaftliche Probleme** mit Suizid verbunden
 - 2) Suizid im Zusammenhang mit **grossem Verbrechen**
 - 3) **prominente Person** sich umbringt
 - 4) mit **spektakulärer, öffentlich sichtbarer Aktion** verbunden

Forschung: Suizidspezifische Nachrichtenfaktoren



Für Medien sind Suizide interessant und berichtenswert,

- > wenn die **Methoden spektakulär** sind;
- > wenn mit dem Versuch verbunden, auch **andere Menschen** zu töten;
- > wenn die **Leiche** spät entdeckt wird;
- > wenn die Person **prominent** ist;
- > wenn die Suizidenten **Jugendliche** sind;
- > wenn **konspirative Umstände** oder **spektakuläre Motive** vorliegen

Kritik an bisheriger Medienforschung



Prof. **Carsten Reinemann** und **Sebastian Scherr**, Kommunikationswissenschaftler der Universität München, registrieren **5 Defizite**:

- 1) Forschungsstand **keineswegs eindeutig**: Man findet Werther-Effekt und Pagageno-Effekt
- 2) Wirkung von **Medieninhalten ausserhalb von Suizidberichten** nicht untersucht
- 3) Fokus **einseitig auf Suiziden und Suizidversuchen** (und nicht auf Depressionen usw.)
- 4) **Rezipienten als Individuen** bleiben unberücksichtigt
- 5) **Rezeptionsphänomene** werden vernachlässigt

Medienforschung: Drei Positionen



Alice Ruddigkeit, Universität Münster, sieht in der Medienwissenschaftlichen Forschung drei Positionen:

- 1) Jene, die **keinen Zusammenhang** sehen zwischen Medienberichten und Suizidrate
- 2) Jene, die einen **schädigenden Einfluss** feststellen, der zur Erhöhung der Suizidrate führt
- 3) Jene, die folgern, dass die **Suizidrate** durch Medienberichterstattung einerseits ansteigt, aber durch sorgfältige Berichterstattung **auch gesenkt** werden kann

Empirische Studie: Widersprüchliche Wirkung



Alice Ruddigkeit untersuchte in einem Quasi-Experiment auf Aggregatdatenebene 140 überregional publizierte Suizidberichterstattungsfälle in Deutschland zwischen 2001 und 2003 („Publizistik“ 3/2010, S.253-273)

- > Vergleich der Suizidrate in **Vorwoche und Folgewoche**
- > **Stärkster Werther-Effekt bei jungen Männern unter 30**, aber nur dann, wenn über Suizide in gleicher Altersgruppe berichtet wurde
- > Im übrigen **widersprüchliche Wirkung** bei vier Clustern: Je individualistischer, umso eher Effekt

Empirische Studie: Widersprüchliche Wirkung



- > **Cluster 1: Junge Opfer** (n=27): Keine Einflüsse auf die allgemeine Suizidstatistik
- > **Cluster 2: Vage Prominenz** (n=24): Anstieg der Suizide (Werther-Effekt)
- > **Cluster 3: Konspirative Umstände** (n=53): kein bedeutsamer Effekt
- > **Cluster 4: Anonyme Täter** (n=36): Suizidrate verringert sich signifikant

Weichenstellung der Perspektive



- > **Wirkungszentrierte Perspektive:** Erforschung der Medienberichterstattung auf Werther- oder Papageno-Effekte (mit mässigem Erfolg), Ausrichtung der Regeln für Medienschaffende auf Vermeidung aller Nachahmungsinformationen.
- > **Ethikzentrierte Perspektive:** Fokus nicht auf Wirkung, sondern auf Menschenwürde. Untersuchung der Medien danach, ob sie die Würde der Suizidalen, der weiteren Opfer, der Angehörigen und des Publikums insgesamt berücksichtigen. Ausrichtung der Regeln für Medienschaffende auf „Achtung“ und „Respekt“.

Suizid vor dem Schweizer Presserat: Leitentscheid 1992



1. Suizid = soziale Realität, **kein Tabu**
2. Grösste **Zurückhaltung** bei Berichterstattung, im Zweifelsfall keine
3. Bei **Aufsehen, Verbrechen, Demonstration, Problem, Diskussion, Gerüchten** = Berichterstattung
4. Auch bei **Häufung** von Suiziden in öffentlichen Institutionen
5. **Keine Namen, Bilder, Adressen, Privatinformationen**
6. Suizid von **Personen der Zeitgeschichte** mit Bezug zur Aufgabe = Berichterstattung
7. **Keine detaillierten Berichte** wegen Nachahmungsgefahr

Suizid vor dem Schweizer Presserat: Richtlinie 7.9



- > Grösste **Zurückhaltung** bei Berichterstattung
- > **Berichten** über Suizide, wenn
 - 1) grosses **Aufsehen**
 - 2) **Personen des öffentlichen Lebens**
 - 3) Verstorbene oder Angehörige **von sich aus** an die Öffentlichkeit gegangen sind
 - 4) Zusammenhang mit **Verbrechen**
 - 5) **Demonstrationscharakter** zu ungelöstem Problem
 - 6) **öffentliche Diskussion**
 - 7) **Gerüchte oder Anschuldigungen** im Umlauf
- > **Keine Einzelheiten**

Suizid vor dem Schweizer Presserat: Fälle (1)



Fall	Medium und Thema	Vorwurf	Befund
9/1994	„Cash“ Antidepressivum	Unvollständige Berichterstattung	abgewiesen
1/2003	„Le Matin“ Suiziddrama	Nicht zurückhaltend genug	gutgeheissen
40/2003	„Blick“/„Bund“ Mördersuizid	Verletzung Intimsphäre	teilweise gutgeheissen
53/2003	„Le Matin“ Vermisster, Suizid	Identifizierende Berichterstattung	gutgeheissen
4/2004	„Aargauer Ztg.“ Suizid Ringier-Kader	Zeitpunkt der Berichterstattung	teilweise gutgeheissen
15/2005	„NZZ Folio“ Selbstmordattäterin	Verletzung der Menschenwürde	gutgeheissen

Fazit



- > Die **ethikzentrierte Perspektive** ist überzeugender als die wirkungszentrierte Perspektive, weil sonst die Herstellung von Öffentlichkeit ad absurdum geführt wird
- > Die **Richtlinie 7.9** des Schweizer Presserates trägt weiterhin
- > Der hohe Anteil gutgeheissener Beschwerden deutet auf **Nachholbedarf in Ausbildung und Weiterbildung** der Journalistinnen und Journalisten
