



## Medieneffekte auf Suizidhäufigkeit

Selbstmorde sind bei Jugendlichen die zweithäufigste Todesursache. Gerade im Reifungsalter sind suizidale Gedanken, ohne dass es zu einer suizidalen Handlung kommt, häufig. In diesem Lebensabschnitt kommt es sowohl von biologischer als auch von sozialer Seite oft zu krisenhaften Zuspitzungen: Im Gehirn erfolgen Umbauvorgänge, die hormonelle Situation ändert sich grundlegend, der Körper nimmt andere Formen an, die Jugendlichen wollen sich vom Elternhaus ablösen, ihre eigenen Wege gehen und ihren Platz in der Gruppe der Gleichaltrigen finden. All diese Entwicklungsaufgaben können Jugendliche sehr belasten.

In der Suizidforschung werden Suizidnachfolgehändlungen als „Werther-Effekt“ beschrieben, in Anlehnung an eine Häufung suizidaler Handlungen nach der Veröffentlichung von „Die Leiden des jungen Werther“ von J. W. von Goethe. In den letzten Jahrzehnten führte die Fernsehserie „Tod eines Schülers“ zu einer massiven Steigerung der Suizidraten in Deutschland bei Jugendlichen, dieses Phänomen war auch nach der Wiederholung der Sendung 18 Monate später zu beobachten.

Aktuell wurde der Einfluss dieses Themas in den neuen Medien untersucht. Im März 2017 startete auf Netflix die Serie „Tote Mädchen lügen nicht“ (13 reasons why). Eine Studie der Universität Ohio stellte einen signifikanten Anstieg der Suizidraten in der Gruppe der 10-17-Jährigen, nicht jedoch in anderen Altersgruppen fest. Dieser Effekt wurde auch von einer Forschergruppe der Universität Wien um Thomas Niederkrotenthaler bestätigt.

Der „Werther-Effekt“ sollte in medialen Darstellungen viel mehr Berücksichtigung finden.

JAMA Psychiatry 2019, May 29

J Am Acad Child Adolesc Psychiatry 2020, 59 (2):236-243