

Suizidprävention 2.0

Chancen und Risiken der digitalen Transformation für die Suizidprävention

Antonia Markiewitz, M.A.

Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung
LMU München



SUIZID UND SUIZIDPRÄVENTION

Suizidprävention als globale Herausforderung

- Über 800.000 Suizide jährlich
- Suizid als eine der häufigsten Todesursachen weltweit (Years of Life Lost)
- Jugendliche als besonders vulnerable Bevölkerungsgruppe: Suizid als zweithäufigste Todesursache unter 15-19jährigen
- multifaktorielle, meist langfristige Ursachen

ZUM ZUSAMMENHANG VON MEDIEN UND SUIZIDEN

Medien als zweiseitiges Schwert

- Medien(inhalte) als Risikofaktoren

Mediale Suiziddarstellungen können Suizidrate erhöhen:
Werther-Effekt

- Medien(inhalte) als protektive Faktoren

Verantwortungsvolle mediale Suiziddarstellungen können Suizidrate senken:
Papageno-Effekt

Wandel der Medien(nutzung)

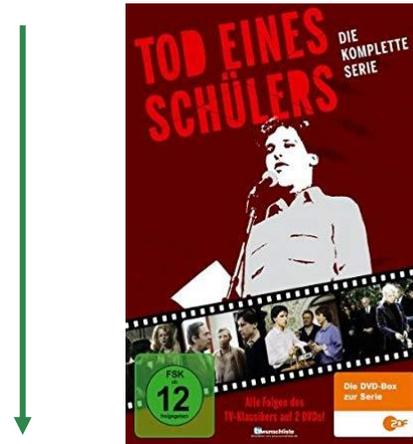
- Print



- digitale Medienwelten



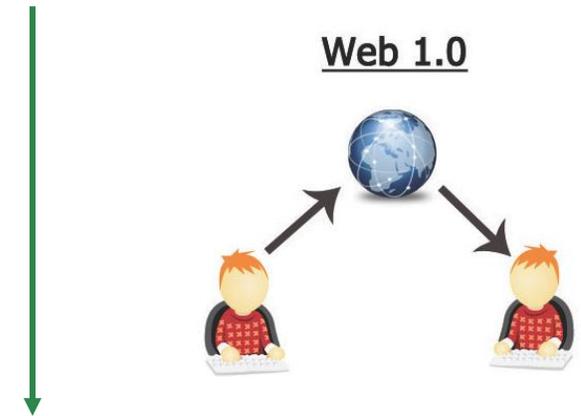
- lineares Fernsehen



- Streaming



- Web 1.0

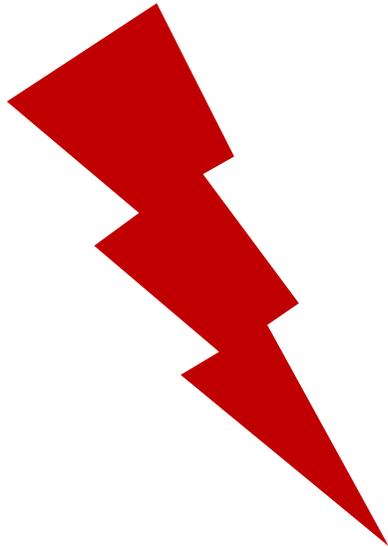


- Web 2.0, soziale Netzwerke (& Web 3.0)



SUIZIDPRÄVENTION IM DIGITALEN ZEITALTER

Risiken



- Zugänglichkeit und ständige Verfügbarkeit von (problematischen) Informationen und Streaming-Diensten (z.B. Netflix' 13 Reasons Why)
- problematische Darstellungen von Suizid und Selbstverletzung, z.B. auf Instagram
- Cyberbullying
- Cyber-Threats, z.B. Momo-Challenge

Chancen

- ständiges (& schnell verfügbares) Informationsangebot

- Gemeinschaftsgefühl
- soziale Kontakte
- Sensibilisierung und Hilfsbereitschaft

- Algorithmen, Suchmaschinen(optimierung) & „Frühwarnsysteme“

} „Puffereffekt“



Durch einen offenen Diskurs, Enttabuisierung und Entstigmatisierung sowie Achtsamkeit für uns und unsere Mitmenschen können wir gemeinsam einen Beitrag zur Suizidprävention leisten.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Antonia Markiewitz, M.A.

LMU München
Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung
Oettingenstraße 67
80538 München

antonia.markiewitz@ifkw.lmu.de
089-2180-9466