

Column

# Zelfmoordgedrag is besmettelijk

Tekst Marleen Finoulst, hoofdredacteur *Bodytalk* | Illustratie Ief Claessen



In de dagen na de plotse zelfdoding van zangeres en presentatrice Yasmine, op 25 juni, verdrievoudigde het aantal noodoproepen bij de Zelfmoordlijn van het Centrum ter Preventie van Zelfdoding. Yasmines onverwachte dood was voorpaginanieuws. Geschokte vrienden en verwanten werden te pas en te onpas in bepaalde media opgevoerd.

Uit diverse internationale studies blijkt dat de manier waarop de media berichten over zelfdoding een niet geringe impact heeft op sluimerende suïcidegedachten bij kwetsbare personen. Organisaties ter voorkoming van zelfdoding weten dat allang. De impact is groter als het om de zelfdoding van een bekend iemand gaat. Uit onderzoek blijkt dat ruim 1 persoon op 3 in min of meerdere mate geraakt tot geschokt is door zo'n nieuwsbericht. De zelfdoding van de populaire Aziatische zanger Leslie Cheung in 2003 is een pijnlijk voorbeeld. Hij sprong van een gebouw en werd wereldnieuws. Binnen de 9 uren na zijn dood volgden 5 andere jonge mensen zijn voorbeeld. We weten niet of Yasmines zelfdoding voor copycats heeft gezorgd, maar imitatiegedrag is niet uitgesloten.

Gedetailleerde beschrijvingen van zelfdoding, riooljournalistiek, commentaar op de gebruikte methode en beeldmateriaal duwen sommige wankelende mensen net over de grens. Wanneer een persoon met suïcidegedachten zijn leed herkent in het leed van de overledene, dan komt hij soms tot 'dezelfde oplossing'. Bij een zelfdoding van een bekend persoon vertienvoudigt de impact.

Natuurlijk kan zo'n zelfdoding niet uit de berichtgeving geweerd worden. We kunnen wel iets doen aan de manier waarop media zelfdoding tonen. Neem nu de zelfdoding van Nirvana-zanger Kurt Cobain in 1994. Dit drama leidde niet tot sensationele artikels over zijn laatste dag. Integendeel, de media brachten een ode aan zijn muziek. Iedereen herhaalde de boodschap dat het zonde was om het leven zomaar op te geven. In de daaropvolgende dagen was er in Seattle geen sprake van imitatiegedrag. Begin jaren '80 werd Wenen opgeschrikt door diverse zelfdodingen in de metro. De uitgebreide verslaggeving daarover leidde tot imitatiegedrag: 29 metrosuïcides in 4 jaar tijd. Een organisatie ter preventie van zelfdoding riep de media dringend op om zich te beperken tot korte, serene berichten. Binnen het half jaar stopten de zelfdodingen.

De Wereldgezondheidsorganisatie heeft in samenspraak met de internationale organisatie ter preventie van zelfdoding richtlijnen opgesteld voor berichtgeving over zelfdoding in de media. Sensationele berichten zijn uit den boze. Interviews met nabestaanden en burens moeten vermeden worden. De zelfdoding van een bekend persoon mag niet als voorpaginanieuws behandeld worden. Zelfdoding moet gemeld worden met korte, zakelijke artikels zonder foto. Hoogste tijd dat de media die richtlijnen ernstig nemen. Zeker nu de economische crisis hele groepen mensen nog kwetsbaarder maakt. Bij de telefoniegroep France Telecom pleegden sinds februari 2008 – het moment dat de groep haar herstructureringsplan openbaar maakte – al 25 personeelsleden zelfdoding.

► [Marleen.Finoulst@bodytalk.be](mailto:Marleen.Finoulst@bodytalk.be)

► Reacties welkom op [www.weliswaar.be/forum](http://www.weliswaar.be/forum)