

世界衛生組織 自殺新聞報導指引 2017 年更新版

**Preventing suicide
A resource for media professionals
Update 2017**

社團法人台灣自殺防治學會暨全國自殺防治中心 譯

世界衛生組織：自殺新聞報導指引 (2017 年更新版)

Preventing suicide: A resource for media professionals (Update 2017)

社團法人台灣自殺防治學會暨全國自殺防治中心 翻譯

主 編：李明濱

編輯顧問：吳佳儀、陳俊鶯

助理編輯：全國自殺防治中心全體同仁

初 版：2018年6月

電 話：02-2381-7995

傳 真：02-2361-8500

E - m a i l：tsos@tsos.org.tw

學會網址：<http://www.tsos.org.tw>

珍愛生命打氣網：<http://www.facebook.com/tspc520>

地 址：10043臺北市中正區懷寧街90號2樓

© World Health Organization 2017

Some rights reserved. This work is available under the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 IGO licence (CC BY-NC-SA 3.0 IGO;<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/igo>).

This translation was not created by the World Health Organization (WHO). WHO is not responsible for the content or accuracy of this translation. The original English edition shall be the binding and authentic edition.

目錄

前言	1
新聞媒體報導責任	3
提供正確的求助資訊	3
教導民眾自殺防治的事實及做法，且不散佈迷思	3
報導如何因應生活壓力、自殺意念及尋求協助的正面新聞	3
謹慎報導名人的自殺事件	4
謹慎訪問自殺遺族或友人	4
留意媒體專業人士也會受到自殺新聞報導影響	5
不要將自殺新聞放在頭版或明顯的位置，且勿過度、重複報導	5
不要使用聳動化、合理化的描述用語，或將自殺呈現為一個有建設性的解決方法	5
不要詳述自殺方式的細節	6
不要詳述自殺事件發生的地點	6
不要使用聳動化的標題	6
不要刊登照片、影片或社群媒體的連結	7
可靠的資訊來源	8
附件一：數位媒體指南	9
附件二：恐怖主義與大規模槍擊案的媒體報導	10
附件三：綜覽：媒體效應的科學文獻	11
附件四：自殺的迷思與真相	18

媒體自殺報導快速指引

要 | Dos

- 要提供正確的求助資訊
 - 要教導民眾自殺防治的事實及做法，且不散佈迷思
 - 要報導如何因應生活壓力、自殺意念及尋求協助的正面新聞
 - 要特別謹慎報導名人的自殺事件
 - 要謹慎訪問自殺遺族或友人
 - 要留意媒體專業人士也會受到自殺新聞報導影響
-

不要 | Don'ts

- 不要將自殺新聞放在頭版或明顯的位置，且勿過度、重複報導
 - 不要使用聳動化、合理化的描述用語，或將自殺呈現為一個有建設性的解決方法
 - 不要詳述自殺方式的細節
 - 不要提供自殺事件發生的地點
 - 不要使用聳動化的標題
 - 不要刊登照片、影片或社群媒體的連結
-

前言

| Introduction

自殺是一項重大的公共衛生議題，對於社會、情緒及經濟皆有長遠的影響。全世界每年約有八十萬人死於自殺，估計每個自殺死亡的案例會對至少六個人產生直接的影響。

影響自殺的因素及其防治措施是複雜且尚未被充分了解的，但有越來越多證據顯示媒體在自殺防治的工作中能夠扮演強化或削弱的重要角色。媒體報導自殺可能會減少模仿行為（copycat）的風險，但也有可能增加自殺的風險。媒體會提供有用的自殺教育訊息，也會散播錯誤資訊。

另一方面，在媒體報導自殺事件之後，較脆弱的個體會有從事模仿行為的風險，尤其是當自殺新聞被大量報導、過度強調、聳動化、詳細描述自殺方式、放任或重複報導社會上流傳的自殺迷思。當自殺死者屬於高社會經濟地位且/或易被指認出身分時，此類風險會更加顯著。自殺新聞報導所引發後續的自殺行為常常會在一段相對較長的時期內被重複。自殺因媒體的報導而增加的效應被稱為「維特效應」（Werther effect），此名稱取自歌德小說《少年維特的煩惱》（The sorrows of young Werther）主角的名字。

此外，負責任的報導可以協助教育大眾有關自殺及自殺防治的資訊，也能鼓勵那些具高自殺風險的民眾採取其他可選擇的行動，而且整體而言或許能夠開啟更坦誠和更有希望的對話交流。在不利的處境中，帶有求助內容及正面因應的報導故事可以強化保護因子或是阻卻自殺從而有助於防範自殺。媒體報導自殺時應當納入有關求助資訊的訊息，而這些求助資訊最好屬於那些公認以二十四小時全天候服務為基礎的自殺防治單位。媒體負責任地報導自殺產生的保護性效應在相關的科學文獻裡被稱作「帕帕吉諾效應」（Papageno effect），取自莫札特歌劇〈魔笛〉（The magic flute）主角的名字。在劇中，帕帕吉諾由於害怕失去所愛而企圖自殺，但在最後一刻他被其他人提醒除了自殺以外的方法，最終走上不同的道路。

媒體給予大眾的建議需要經過適當地裁量，以適用於傳統媒體及數位媒體，並且應將自殺防治的目標設定在觸及越多的群眾越好。數位媒體的特性是訊息傳播地非常迅速，也因此較難以監控。即使傳統媒體與數位媒體有所差異，但針對傳統媒體效應的研究顯示，傳統媒體可以協助在數位媒體中傳遞的自殺防治措施。反過來說，從數位媒體會導致自殺行為增加或是阻卻自殺行為的潛在性角色那裡學到的經驗，也能夠協助傳統媒體傳播自殺防治的措施。

本手冊簡要地概述目前有關媒體報導自殺效應的證據，並且提供媒體專業人士有關如何報導自殺的資訊，正視媒體某些時刻的確是基於該事件的新聞價值而必須對自殺加以報導的現況。本手冊對於如何確保媒體能夠精確地、負責任地且恰當地報導自殺提出一些方針，對傳統及數位媒體報導皆適用。

本手冊能夠理解不同國家、不同地方及不同種類的媒體在描繪和報導自殺上有所差異。從什麼是適當的報導到有關自殺事件的資訊如何取得的角度而言，文化之間是有差異的。即使本手冊主要的目的在於提供可以應用在跨文化的媒體報導指引原則，仍鼓勵媒體專業人士與當地的自殺防治社群共同合作並發展出因地制宜的媒體報導指引。在媒體報導領域中的自殺防治專家其實在全球都很活躍，例如本手冊的編撰者之中便有幾位是國際性的專家，他們已經準備好且有意願與媒體專業人士合作以確保自殺報導是負責任的、鼓勵正確的資訊並且避開那些會使脆弱的個人陷入風險的情況，某些國家已將自殺報導的指引整合至該國出版的行為準則裡。

本手冊是設計給媒體專業人士用於印刷、廣播及線上媒體的工作。多數的建議與各種媒體上的報導都是有關的，惟部分建議特別針對印刷媒體及數位媒體。數位媒體指南請見附件一，此部分已經超出本手冊的涉獵範圍，包括網路、電影、電視的連續劇或是舞臺劇的議題。進一步訊息請見娛樂產業諮議會（Entertainment Industry Council）（<http://www.eiconline.org/>）。關於大規模槍擊案及恐怖主義攻擊請見附件二。

新聞媒體報導責任

| Responsible reporting

提供正確的求助資訊

在自殺事件報導文末應提供求助資源，例如自殺防治中心、危機求助專線和健康與社福相關專業或自助團體等，該資源建議具備高度可近性、優良服務品質與二十四小時全天候服務等特性，以提供給面臨壓力或考慮自殺的民眾。另外，務必定期確認報導中被羅列的資源地址與聯絡訊息，以確保其正確性。然而，若在報導中一次提供一長串的潛在資源可能會適得其反；因此，有限度的列出求助資源訊息是較好的做法（例如一組電話號碼和一個網站）。

教導民眾自殺防治的事實及做法，且不散佈迷思

大眾對於自殺有許多誤解。研究顯示媒體重複報導這些迷思很可能引發模仿行為。部分研究甚至顯示民眾在媒體上閱讀類似「迷思 vs. 事實」的故事後，相較想起自殺相關的正確事實，更容易想起迷思。本手冊附件四列出了一些關於自殺常見的迷思與事實。因此，應以事實為導向進行報導，除了在討論自殺事件時謹慎求證、報導如何預防自殺，像是呼籲具有自殺意念者應尋求幫助，並引導閱聽者可以如何接觸到該項資源。

報導如何因應生活壓力、自殺意念及尋求協助的正面新聞

提供因應與面對困境的個人經驗，將可幫助同樣面臨不利情境的民眾採取類似的正面因應策略。若故事能夠涵蓋如何面對困難並得到幫助等具教育意義的題材也會有鼓勵的性質。而這些故事通常會強調他人採取哪些具體策略或如何獲取幫助以克服自殺想法。

謹慎報導名人的自殺事件

由於大眾對於名人的消息有高度興趣，名人自殺事件便被視為有新聞的價值。然而，這樣的報導可能引起高脆弱性族群對自殺行為的模仿。褒揚名人的死亡亦可能不經意地暗示我們的社會認可自殺行為，近而誘發他人自殺。因此，名人自殺的報導應特別留意，尤其不應美化自殺行為或詳細描述自殺方法細節。將報導聚焦在名人的生平、他/她對社會的貢獻以及其死亡對他人造成何種負面影響，會比詳細報導自殺行為或提供簡化的自殺原因更來得合適。另外，在事件原因尚未釐清前，報導名人自殺更應謹慎。媒體臆測名人死亡的原因是由於自殺，可能會是有害的，最佳狀況是等待死因調查清楚後再行報導。如前文所述，自殺報導應包含求助資源訊息，提供部分因自殺消息而變得痛苦、甚至出現自殺意念的民眾獲得幫助的管道。

謹慎訪問自殺遺族或友人

教育他人關於自殺的實情時，來自遺族的觀點是相當珍貴的資源。然而在媒體報導中蒐集或採訪這些資訊時，有幾項關鍵要素需要特別留意。首先，訪談過度悲傷或處於脆弱情況的遺族時應謹言慎行，千萬不可掉以輕心，因其低潮狀態更容易增加自殺風險。再者，與其寫出一篇戲劇化的報導，尊重自殺者遺族的隱私更為加重要。某些國家甚至會規定記者進行自殺遺族採訪報導時需遵守相關倫理規範。

媒體專業人士還需要體認到在進行相關資料蒐集時，可能會獲得部分遺族也不知情的自殺或自殺者的相關資訊，這些資料若被公開，對於自殺者遺族可能會產生傷害。另外，報導者也必須注意到，採訪遺族可能會使其回想起自殺相關的特定記憶、陳述或行為，使遺族的悲傷蒙上陰影。

在報導並未涉及報導對象近期重大失落的情況下，那些已經準備去面對由自殺導致的失落，且想要對媒體報導故事有所貢獻的人們，對於提高大眾對自殺實情的覺知、提供給處境類似的他人其他可能的選項而言，是非常重要的資源。然而，必須注意即使受訪之遺族的親人是在很

久以前離世，談論過去自殺相關事件還是可能會引發痛苦的記憶和情緒。即便遺族願意對媒體談論自殺者資訊，卻可能未意識到公開傳播詳細私人訊息的潛在後果，因此應事先與對方討論，並採取保護隱私的措施。如果可以，該報導在公開刊登以前應先供遺族詳閱，以便進行最後的修改。

留意媒體專業人士也會受到自殺新聞報導影響

當媒體專業人士在準備一篇自殺新聞報導時，其內容可能會與人員自身經驗產生共鳴。此現象可能會出現在所有的環境中，尤其當該人員與當地的社區有著強大的連結時，情況會更加顯著。因此媒體組織有責任與義務確保工作場域中具備必要的支持，像是為媒體專業人士安排督導與減壓的活動。而個別的媒體專業人士覺察到自身受到負面的影響時，應毫不猶豫地尋求幫助。

不要將自殺新聞放在頭版或明顯的位置，且勿過度、重複報導

將自殺新聞放置於明顯之處或重複報導，比起較低調的呈現更加容易造成自殺行為的發生。理想上自殺新聞應放置於報紙內頁及底部，而非頭版或頁面頂端。同樣地，播報自殺新聞時亦應安排於第二則或是第三則以後，並留意內文的更新及重複播報的情形。

不要使用聳動化、合理化的描述用語，或將自殺呈現為一個有建設性的解決方法

進行自殺報導時應避免使用聳動的用語，例如：報導中指稱「自殺率上升」比「自殺流行」來得恰當。在報導自殺相關事件時，盡可能傳達出自殺是公共衛生議題的訊息，並識別自殺危險因子，結合自殺防治相關內容，將可教育大眾自殺防治的重要性。另外，將自殺合理化或單一歸因自殺事件等可能誤導大眾的語言，也應避免出現在報導中。自殺正常化或簡化自殺原因的語言也應該避免。針對報導的自殺數據部分，若發現統計數據有明顯的差異，則應該對之加以驗證，因其可能只是反映短期內的浮動而並不具有統計上的穩定性。

對「自殺」這個詞的不合理使用將會使民眾對自殺嚴重性的敏銳度降低，像是「政治自殺」。另不應使用「自殺失敗」或「自殺成功」等字句，因其意味著死亡是一個理想的結果；可替換成「自殺企圖」或「自殺身亡」。在英文詞語中“committed suicide”具有犯罪的含意，尤其在一些國家將自殺視為犯罪，該用語將為自殺者家屬帶來汙名化的影響，因此使用「自殺身亡」(died by suicide) 或「結束他/她的生命」(took his/her life) 會較為適切。

不要詳述自殺方式的細節

報導中應避免詳細描述和討論自殺方法，因詳細的報導自殺細節可能會增加部分較脆弱民眾的模仿。例如報導服藥過量的自殺事件時，報導內容可能會包含藥物品牌/名稱、性質、數量、成分及取得方法等細節。當出現罕見或新穎的自殺方法時也應謹慎，尤其使用罕見方法自殺死亡的事件顯然更具有新聞價值，卻可能會引發其他人的模仿，尤其新的自殺方式更容易透過駭人聽聞的報導手法加速其傳遞與播放。

不要詳述自殺事件發生的地點

有些特定地點可能成為所謂的「自殺勝地」，像是橋樑、高樓、懸崖、火車站或曾發生自殺的路口。媒體專業人士應謹慎避免用聳動的語句描述發生自殺之地點，或誇大該地點發生自殺事件之數量。另外，在報導教育場域或弱勢群體（如監獄和精神科/醫院）之自殺企圖時也要留意相同狀況。

不要使用聳動化的標題

頭條呈現之目的在於能以簡短字詞盡可能地吸引讀者的注意，但「自殺」這個詞不應出現在標題，也要避免在報導中提供確切自殺方法與地點。若自殺報導的標題是由非該報導撰寫人員所寫，雙方應保持合作以確保頭條撰述是合宜的。

不要刊登照片、影片或社群媒體的連結

媒體報導自殺新聞時，不應使用自殺現場的相關照片、影片或自殺者相關社群資訊，特別是包含自殺地點或方法的具體細節內容。此外，使用自殺身亡者照片需要非常小心，應於使用之前獲得其家庭成員之明確許可。這些影像不應以光榮化或聳動化的方式呈現自殺行為的發生。有研究顯示，與自殺行為有關的圖片可能會變相引起高脆弱性族群之自殺行為，例如民眾在個人危機期間接收到自殺行為似乎能逃離痛苦的訊息，其採取自殺行動的風險可能就會升高。另外，建議發佈自殺新聞時，其文字與圖片的編輯人員之間應彼此協調，以便管理相關的自殺新聞。最後，死者遺書、生前最後訊息、社交媒體留言和電子郵件都是媒體不應該公佈的內容。

可靠的資訊來源

| Sources of reliable information

媒體專業人士在報導相關自殺訊息時，應使用可靠的統計數據和相關資訊作為依據。許多國家的政府統計處通常透過年齡、性別來分析每年自殺死亡率的數據。而世界衛生組織 (World Health Organization, WHO) 的會員國會向世界衛生組織報告包括自殺在內的死亡率數據 (http://www.who.int/healthinfo/mortality_data/en/)。解讀相關資訊與統計數據時應該要多加注意並正確地解釋。

媒體專業人士在準備自殺相關故事時，應徵詢當地自殺防治專家們的意見。這些專家可以協助解讀與自殺相關的數據，確保報導有關自殺的內容能避免提高模仿自殺的風險、消除有關自殺行為的迷思以及提供相關辨識和幫助正在考慮自殺的人們有用的求助資訊。

國家或地方的自殺防治組織通常會給予媒體具體的聯繫方式。許多國家設有提供自殺防治資料的協會，有些協會也在自殺防治中占有一席之地，包含提供具有自殺意念者或自殺遺族的支持、宣導相關的服務，或是促進自殺防治有關的研究。國際自殺防治協會 (International Association for Suicide Prevention, IASP) 是這些學協會的國際性平台，其網站 (<https://www.iasp.info/>) 包含許多有助益的背景訊息，協助媒體專業人士撰寫自殺報導，包括有關自殺防治服務的清單及他國媒體報導自殺事件的指引，該領域的首席專家們、自殺防治服務單位及公共衛生組織使用多種語言制定有關自殺報導最佳做法的建議 (<http://www.reportingonsuicide.org>)。

附件一

數位媒體指南

| Considerations for digital media

比起過去，現代人可以從更多元的媒體管道獲得更多的資訊，而數位媒體與傳統媒體間重疊的部分越來越多。網路已經成為了年輕人溝通交流自殺相關資訊的重要平台，特別是對於一些年輕的高危險族群來說，自殺的相關訊息也因為網路而更加活躍。本手冊可用在傳統及數位媒體中的新聞報導。但是，在數位媒體上報導自殺及管理潛在的線上自殺訊息有著額外的挑戰，為了回應這些挑戰，近年來已確立具體的指導方針。

在社群媒體上避開與自殺訊息有關的網路連結是一件很重要的事，連結到自殺場景的視頻、音檔（例如緊急求救電話）或社群媒體都不應該被使用，特別是當自殺方法細節及地點被清楚地呈現時。此外，媒體需要非常謹慎地使用自殺死亡人士的照片，搜尋引擎也須對關鍵字進行優化，特別是在編寫標題時也需要平衡報導。在傳統媒體上，相關自殺數據在刊登之前均需仔細檢視，以防止誇張、聳動地報導自殺統計數字。媒體平台的管理人員也應制定適當的管理政策，藉以處理數位媒體的評論區塊中潛在的自殺訊息，例如電子報與數位媒體相關自殺新聞的即時評論區域。

目前已開發出幾項網路自殺防治措施供各機構和公司參考運用，其中基礎／入門／進階的建議說明了如何整合線上資源與互動式元素以作為自殺防治的資源。基礎建議包含：供應具有支持性資源及「自殺相關常見問題」（FAQ）資訊的求助中心、提供對於如何應對自殺風險者的建議、執法單位涉入的相關法律條例、全天候回應自殺的訊息，以及自殺通報管道的資訊。

另外有一些是由 Suicide Awareness Voices of Education (SAVE)開發給部落格版主作為管理參考的建議(<https://www.bloggingonsuicide.org>)。這些建議是根據傳統媒體報導指引的內容所撰寫而來，特別強調在部落格中經常出現的安全議題及其因應方法。

附件二

恐怖主義與大規模槍擊案的媒體報導

| Reporting on mass shootings and terrorism

針對恐怖主義及大規模槍擊案媒體報導的模仿效應研究，並不像自殺媒體報導有如此大量的研究。然而，目前有一些證據顯示，聳動的殺人報導有可能會觸發後續的殺人行動。這些社會事件通常會受到媒體大量的關注，而自我導向的暴力行為也許會在凶案發生之後被報導，或是被視為凶案事件的一部分。如果類似的事件包含自殺，則不應該將其描繪為自殺式攻擊或是自殺炸彈客，因為這會放大自殺行為的負面標籤。在提到這類事件時以「殺人炸彈客」或是「大規模的殺害」來說明會更加適合，畢竟這些行為主要的目的是為了要殺害他人；只有少數犯罪者的確是自殺。在報導相關事件時，請記得犯罪者不一定會自殺而且不一定有精神疾患；大多數大規模槍擊案的犯人並不是那些被診斷患有精神疾患的人。由 SAVE 所帶領的國際專家團隊，已針對類似事件的報導方式制定出一些建議（<https://www.reportingonmassshootings.org>）——其中包括減少媒體對犯人的關注，畢竟這般著重的報導可能會無意間引導他人產生對犯人的認同，並且在該訊息的刺激下從事類似的行為。

附件三

綜覽：媒體效應的科學文獻

| Overview of the scientific literature on media impacts

具有傷害性的媒體效應

最早有關媒體對自殺行為產生效應的證據，來自十八世紀晚期，當時歌德《少年維特的煩惱》甫出版，小說中描述男主角維特為情所困而開槍自殺。這部小說與當時歐洲各地泛濫的自殺情況有所牽連。許多死於自殺的青年使用主角維特的自殺方式，並身穿相似的服裝，或是被發現擁有歌德著作的影印版本。最終，歐洲某些國家將《少年維特的煩惱》列為禁書。

直到一九七零年代 Phillips¹ 等人出版有關自殺行為仿效的研究證據，在這之前由於媒體報導或因描繪自殺而生的模仿效應，只能算是民間的流言。Phillips 的研究回溯性地比較英國在數個月之間，那些有自殺事件上頭版文章的月份與沒有任何文章的月份，其自殺數量的差異。研究為期的二十年內，有三十三個月份自殺事件被放在頭版報導，而其中有二十六個月份的自殺數量顯著提升。Schmidtke 與 Häfner² 針對一部連續劇上映後的研究也觀察到模仿的效應。

自從 Phillips 出版該研究之後，已經有超過一百篇有關自殺行為仿效的研究。整體而言，這些研究從不同方面強化了證據的主體。首先，他們使用改良後的研究法，例如 Wasserman 等人³ 和 Stack 等人⁴ 重複驗證了 Phillips 當時研究的結果，並且擴大研究觀察的期間、使用更複雜的時間序列回歸（time-series regression）技術，並且以自殺率而非自殺數量為指標。其次，這些研究檢視了不同的媒體。舉例來說，Bollen 等人⁵ 與 Stack 等人⁶ 檢視了覆蓋美國全境電視頻道自殺新聞的衝擊，發現在相關新聞播映以後自殺率顯著上升。進一步而言，即使許多早期的研究大多數都在美國而且僅考量自殺死亡的案例，但晚近的研究擴大至亞洲與

歐洲國家，並且納入自殺企圖者。例如 Chen 等人^{7,8}、Yip 等人⁹和 Chen 等人¹⁰發現中國（臺灣與香港特別行政區）與南韓的自殺率和自殺企圖在名人自殺報導之後皆有所上升。Etzersdorfer、Voracek 和 Sonneck 的研究¹¹針對澳洲的名人自殺發現類似的結果：在大多數的媒體報導了某位名人自殺後，有更多報導的地區的自殺數量上升了。更多近期的研究則在評估媒體效應之前，對媒體報導內容的特徵加以檢視。Pirkis 與其同事的研究基於內容差異區分出不同的報導種類¹²，他們發現重複報導自殺方法以及強化大眾的錯誤認知與後續自殺率的提升有所關聯。值得注意的是，Gould 和他的同事發現針對年輕人的仿效自殺更可能被非常顯眼的（如：被放在頭版或包含圖片）、暴露的（如：標題包含「自殺」字詞或是特定的自殺方法）、詳細的（如：包含逝者的名字、詳細的自殺方法或出現自殺遺書）以及報導自殺死亡的（比起報導自殺企圖）新聞故事所促發¹³。

媒體與自殺研究領域的系統性回顧研究經常達成同一個的結論：媒體對自殺的報導會導致後續自殺行為的增加¹⁴⁻¹⁷，這些回顧研究也觀察到自殺行為增加的機率受到新聞報導出刊後時間因素的影響，通常在三天內達到最高峰，隨後兩週內逐步下降^{5, 18}，但有時候會持續得更久¹⁹。自殺行為的上升與醒目的新聞報導數量有關，再配合上重複及高度衝擊式的故事報導則與仿效行為有高度的關聯^{10, 11, 20-22}。當故事中被描繪的人物與讀者之間有某種程度上的相似^{22, 23}，或是當故事中的人物是讀者給予高度關注的名人，這類自殺行為會被強化^{3, 4, 7, 9, 22, 24}。對娛樂產業名人自殺事件的聳動和渲染式的報導，顯然與後續大量增長的自殺行為有關²⁵。來自不同研究的證據顯示，在新聞媒體聳動式報導名人自殺之後的一個月內，每十萬人自殺率平均上升 0.26，而針對藝人自殺報導所估算的效應更高（每十萬人自殺率平均上升達 0.64）²⁵。媒體的效應也因閱聽者的特徵而有差異，部分族群（年輕族群、憂鬱疾患患者族群或認同自殺死亡者的族群）看來特別地脆弱並且更可能出現自殺意念或仿效自殺行為^{18, 26-29}。而公然地描繪特定的自殺方法通常導致使用該方法自殺的行為增加^{10, 30-33}。

媒體保護因子

有些證據表明了媒體有發揮其正面影響力的潛能。這些證據來自檢視是否品質良好的自殺報導可以減少自殺率及自殺企圖的研究。Etzersdorfer 和他的同事的研究發現，在奧地利維也納的地鐵置入媒體報導自殺的指引後，聳動式報導的數量下降，隨後，地鐵的自殺率下降了百分之七十五，而維也納整體的自殺率下降百分之二十³⁴⁻³⁶。重複散佈自殺報導指引使得自殺事件的報導品質有所改善，且奧地利全境的自殺率下降，而在那些媒體彼此密切合作的地區其正面的效應更是明顯³⁷。來自澳洲、中國、香港特別行政區、德國和瑞士的研究皆顯示出媒體報導自殺的指引與報導品質有正面的關聯。然而，媒體報導指引的效果有賴於成功的施行方法^{38, 39}。來自澳洲 (<http://www.mindframe-media.info>)、奧地利 (<http://www.suizidforschung.at>)、中國、香港特別行政區 (<http://www.csrp.hku.hk/media/>)、瑞士 (<http://www.stopsuicide.ch>)、英國 (<http://www.samaritans.org/media-centre/>) 及美國 (<http://www.reportingonsuicide.org>) 等國家的經驗對如何實施媒體報導指引提供了重要的慧見，可以做為其他國家參考的方向。

關於特定的媒體報導可能有自殺保護效應的進一步證據是由 Niederkrotenthaler 和他同事所做的研究，他們發現著重於正面因應危機的報導類型與某些地區的媒體報導能夠傳播至該地區大部分群眾的自殺率下降有關²¹。媒體具有此類保護性潛能的現象，由於莫札特的歌劇〈魔笛〉而被學界稱為「帕帕吉諾效應」。從第一篇帕帕吉諾效應的研究之後，其他研究也指出媒體報導中提及有建設性的因應方式並提供自殺防治資訊所產生的正面效應^{28, 38, 40}。

總之，回顧媒體與自殺的相關文獻發現，證據顯示媒體對自殺防治工作有傷害性及正向的兩面效益。大多數的研究迄今聚焦在負面的效應¹⁷。

數位媒體

關於線上自殺相關的描述所造成效應的研究仍非常少，而目前這些研究顯示有害的或保護性的效應都是有可能的。對於那些有自殺想法且需要幫助的人們來說，數位媒體是一個潛在提供豐富資源的平台，因為網路媒體平台是容易接觸且常為年輕族群所使用。那些屬於高風險自殺的人們經常表示當他們在使用社群媒體時比較不會有人際疏離感，也表示有時候網路互動能降低他們的自殺想法，特別是那些與能提供有建設性幫助、積極防止將自殺行為正常化、或避免縱容其發生的言論。

然而，目前需高度關切的現象包括將自殺行為合理化的潛勢、自殺照片或自殺工具照片的取得、易引發霸凌及性騷擾的社群交流平台等^{41, 42}。另外，網路上也有許多推廣自殺的網站，內容包含具體描述不同自殺方法、鼓勵自殺行為或號召集體自殺。目前有案例研究顯示訊息交流平台可以作為學習自殺方法的工具之一，而且會促進脆弱個人的自殺行為。

結論

有許多強力的證據支持聳動式的自殺新聞報導會導致後續自殺行為（自殺死亡或自殺企圖）的論點。這些短時間內增加的自殺行為並不僅僅是種無論如何都會發生的早期徵兆（如果是這種狀況，那自殺死亡率應該會有相對性的下降現象）；這些增長的自殺行為在沒有媒體不適當報導的時候是不會發生的。

自殺新聞報導潛在的保護效應研究是近幾年才開始的，關於本手冊建議的自殺新聞報導準則也是近來才有證據顯示其可帶來的正向影響。媒體專業人士應熟習如何謹慎報導自殺新聞，在閱聽者「知的權利」與可能造成傷害的風險之間達成平衡。

參考文獻

1. Phillips DP. The influence of suggestion on suicide: substantive and theoretical implications of the Werther effect. *Am Sociol Rev.* 1974;39(3):340-54.
2. Schmidtke A, Hafner H. The Werther effect after television films: new evidence for an old hypothesis. *Psychol Med.* 1988;18(3):665-76.
3. Wasserman IM. Imitation and suicide: a re-examination of the Werther effect. *Am Sociol Rev.* 1984;49(3):427-36.
4. Stack S. A reanalysis of the impact of non-celebrity suicides: a research note. *Soc Psychiatry Psychiatr Epidemiol.* 1990;25(5):269-73.
5. Bollen KA, Phillips DP. Imitative suicides: a national study of the effects of television news stories. *Am Sociol Rev.* 1982;47(6):802-9.
6. Stack S. The effect of publicized mass murders and murder-suicides on lethal violence, 1968-1980: a research note. *Soc Psychiatry Psychiatr Epidemiol.* 1989;24(4):202-8.
7. Cheng ATA, Hawton K, Lee CTC, Chen THH. The influence of media reporting of the suicide of a celebrity on suicide rates: a population-based study. *Int J Epidemiol.* 2007;36(6):1229-34.
8. Cheng ATA, Hawton K, Chen THH, Yen AMF, Chen CY, Chen LC, et al. The influence of media coverage of a celebrity suicide on subsequent suicide attempts. *J Clin Psychiatry.* 2007;68(6):862-6.
9. Yip PSF, Fu KW, Yang KCT, Ip BYT, Chan CLW, Chen EYH et al. The effects of a celebrity suicide on suicide rates in Hong Kong. *J Affect Disord.* 2006;93(1-3):245-52.
10. Chen YY, Yip PS, Chan CH, Fu KW, Chang SS, Lee WJ et al. The impact of a celebrity's suicide on the introduction and establishment of a new method of suicide in South Korea. *Arch Suicide Res.* 2014;18(2):221-6.
11. Etzersdorfer E, Voracek M, Sonneck G. A dose-response relationship of imitational suicides with newspaper distribution. *Aust N Z J Psychiatry.* 2001;35(2):251.
12. Pirkis JE, Burgess PM, Francis C, Blood RW, Jolley DJ. The relationship between media reporting of suicide and actual suicide in Australia. *Soc Sci Med.* 2006;62:2874-86.
13. Gould M., Kleinman MH, Lake AM, Forman J, Basset Midle J. Newspaper coverage of suicide and initiation of suicide clusters in teenagers in the USA, 1988-96: a retrospective, population-based, case-control study. *Lancet Psychiatry.* 2014;1(1): 34-43. doi: 10.1016/S2215-0366(14)70225-1.
14. Pirkis J, Blood RW. Suicide and the media: (1) Reportage in non-fictional media. *Crisis.* 2001;22(4):146-54.

15. Stack S. Media impacts on suicide: a quantitative review of 293 findings. *Soc Sci Q.* 2000;81(4):957-72.
16. Stack S. Suicide in the media: a quantitative review of studies based on non-fictional stories. *Suicide Life Threat Behav.* 2005;35(2):121-33.
17. Sisask M, Värnik A. Media roles in suicide prevention: a systematic review. *Int J Environ Res Public Health.* 2012;9(1):123-38.
18. Phillips DP, Carstensen LL. Clustering of teenage suicides after television news stories about suicide. *N Engl J Med.* 1986;315(11):685-9.
19. Fu KW, Yip PSF. Long-term impact of celebrity suicide on suicidal ideation: Results from a population-based study. *J Epidemiol Community Health.* 2007;61(6):540-6.
20. Hassan R. Effects of newspaper stories on the incidence of suicide in Australia: a research note. *Aust N Z J Psychiatry.* 1995;29(3):480-3.
21. Niederkrotenthaler T, Voracek M, Herberth A, Till B, Strauss M, Etzersdorfer E et al. Role of media reports in completed and prevented suicide – Werther v. Papageno effects. *Br J Psychiatry.* 2010;197:234–43.
22. Niederkrotenthaler T, Till B, Voracek M, Dervic K, Kapusta ND, Sonneck G. Copycat-effects after media reports on suicide: a population-based ecologic study. *Soc Sci Med.* 2009;69:1085–90. doi: 10.1093/eurpub/ckp034.
23. Stack S. Audience receptiveness, the media, and aged suicide, 1968-1980. *J Aging Stud.* 1990;4(2):195-209.
24. Stack S. Celebrities and suicide: a taxonomy and analysis. *Am Sociol Rev.* 1987;52 (3):401-12.
25. Niederkrotenthaler T, Fu KW, Yip P, Fong DYT, Stack S, Cheng Q, et al. Changes in suicide rates following media reports on celebrity suicides: a meta-analysis. *J Epidemiol Community Health.* 2012;66:1037–42.
26. Cheng ATA, Hawton K, Chen THH, Yen AMF, Chang JC, Chong MY et al. The influence of media reporting of a celebrity suicide on suicidal behaviour in patients with a history of depressive disorder. *J Affect Disord.* 2007;103:69-75.
27. Phillips DP, Carstensen LL. The effect of suicide stories on various demographic groups, 1968-1985. *Suicide Life Threat Behav.* 1988;18(1):100-14.
28. Till B, Strauss M, Sonneck G, Niederkrotenthaler T. Determining the effects of films with suicidal content: a laboratory experiment. *Br J Psychiatry.* 2015;207(1):72-8. doi: 10.1192/bjp.bp.114.152827.
29. Scherr S, Reinemann C. Belief in a Werther effect: third-person effects in the perceptions of suicide risk for others and the moderating role of depression. *Suicide Life Threat Behav.* 2011;41(6):624–34.
30. Ashton JR, Donnan S. Suicide by burning: a current epidemic. *BMJ.* 1979;2(6193):769-70.

31. Ashton JR, Donnan S. Suicide by burning as an epidemic phenomenon: an analysis of 82 deaths and inquests in England and Wales in 1978-79. *Psychol Med.* 1981;11(4):735-9.
32. Veysey MJ, Kamanyire R, Volans GN. Antifreeze poisonings give more insight into copycat behaviour. *BMJ.* 1999;319(7217):1131.
33. Hawton K, Simkin S, Deeks J, O'Connor S, Keen A, Altman DG et al. Effects of a drug overdose in a television drama on presentations to hospital for self-poisoning: time series and questionnaire study. *BMJ.* 1996;318(7189):972-7.
34. Etzersdorfer E, Sonneck G. Preventing suicide by influencing mass- media reporting: the Viennese experience 1980-1996. *Arch Suicide Res.* 1998;4(1):64-74.
35. Etzersdorfer E, Sonneck G, Nagel Kuess S. Newspaper reports and suicide. *N Engl J Med.* 1992;327(7):502-3.
36. Sonneck G, Etzersdorfer E, Nagel Kuess S. Imitative suicide on the Viennese subway. *Soc Sci Med.* 1994;38(3):453-7.
37. Niederkrotenthaler T, Sonneck G. Assessing the impact of media guidelines for reporting on suicides in Austria: interrupted time series analysis. *Aust N Z J Psychiatry.* 2007;41(5):419-28.
38. Stack S, Niederkrotenthaler T, editors. *Media and suicide: international perspectives on research, theory & policy.* Piscataway (NJ): Transaction Publishers; 2017.
39. Tatum PT, Canetto SS, Slater MD. Suicide coverage in U.S. newspapers following the publication of the media guidelines. *Suicide Life Threat Behav.* 2010;40:525-35.
40. Till B, Tran U, Voracek M, Niederkrotenthaler T. Papageno vs. Werther Effect online: randomized controlled trial of beneficial and harmful impacts of educative suicide prevention websites. *Br J Psychiatry.* 2017. Online first: doi: 10.1192/bjp.bp.115.177394
41. Robinson J, Cox G, Bailey E, Hetrick S, Rodrigues M, Fisher S et al. Social media and suicide prevention: a systematic review. *Early Interv Psychiatry.* 2016;10(2):103-21.
42. Daine K, Hawton K, Singaravelu V, Stewart A, Simkin S, Montgomery P. The power of the web: a systematic review of studies of the influence of the internet on self-harm and suicide in young people. *PLoS One.* 2013;30;8(10):e77555.

附件四

自殺的迷思與真相

| Myths and facts about suicide

迷思 | 與人談論自殺是不好的，他可能會被解讀為鼓勵自殺。

真相 | 有鑑於自殺的汙名化，許多有自殺意念的人不知道要向誰傾吐心事。公開談論自殺並不代表鼓勵自殺行為，反而是給他/她一個機會考慮，進而達到自殺防治。

迷思 | 提及自殺的人並不會真的去自殺。

真相 | 提及自殺的想法可能是一種求援的行為，許多有自殺意念的人正經歷著焦慮、憂鬱與絕望，並且認為自己沒有其他的選擇。

迷思 | 自殺者都是真的想結束生命。

真相 | 相反地，自殺者對於選擇存活或死亡感到矛盾。像是有人可能會在衝動下服用農藥自殺死亡，儘管他本來希望自己可以存活下去。在適當的時機點給予情緒支持將能及時防範自殺的發生。

迷思 | 大多數的自殺事件都是沒有預警就發生的。

真相 | 大多數的自殺都有口語或行為的前兆，雖然有少數自殺沒有徵兆，但了解且留意自殺前的警訊相當重要。

迷思 | 一旦有人自殺，他/她將持續企圖自殺。

真相 | 自殺風險遽增通常是短暫的現象，且與當時個體周圍的環境有關，雖然自殺的想法會不斷來回，但是他們並非永久存在，有自殺想法或企圖的人還是可以存活許久。

迷思 | 只有精神疾病患者才會有自殺傾向。

真相 | 自殺行為代表個體極度不快樂，但不能與精神疾患劃上等號。許多精神疾病患者不會受到自殺行為的影響，且並非所有自殺者都有精神疾患。

迷思 | 要解釋自殺的原因是容易的。

真相 | 自殺原因多元且複雜，並非由單一因素或事件所能解釋，因此不應以簡化原因的方式來報導。在嘗試了解自殺行為時，需考慮到身心健康、重大壓力事件、社會與文化因素等，有時個體的衝動性也扮演重要的角色。精神疾患有時會影響一個人因應壓力與面對人際衝突的能力，而有更高的自殺風險。然而，精神疾患並不足以解釋自殺行為，且將考試失利或關係破裂視為自殺的歸因也會產生誤導。總之，在自殺事件尚未得到充分釐清前，過早報導自殺原因是不恰當的行為。

迷思 | 自殺是解決問題的好方法。

真相 | 自殺不是有建設性的問題解決方法，也不是處理壓力或困難的唯一方式。若能報導如何因應其困境的故事，將能協助處於類似情境中且有自殺意念者採取其他面對困境的選擇。另外，自殺對於其親友甚至整個社區會產生毀滅性的影響，使周圍的人不斷思索自己是否錯過了哪些自殺者所留的訊息，並產生內疚、憤怒、羞恥與被遺棄的情緒。自殺報導若能敏銳地探索上述複雜的動力，而非責怪處於悲傷的倖存者，將能教育民眾提供倖存者適時的支持。

社團法人台灣自殺防治學會暨全國自殺防治中心

民國 107 年 6 月