

倡導本土化的媒體報導自殺新聞準則

呂淑好

前言

過去幾個月以來，有關自殺新聞的報導屢見不鮮，無論是名人或非名人的自殺事件，都可能成為頭版頭條新聞。回顧民國九十四年五月，國內媒體以「連續劇」方式報導倪姓藝人自殺相關新聞近一個月，已成為媒體史上創紀錄的自殺新聞報導，同時在報導期間，也衍生出新聞內容「八卦靈異化」、「悲劇光榮化」等現象。

廣電基金會[1]在倪姓藝人遺體發現後一週內，針對國內九大報與十一家新聞台之調查研究發現，各家媒體都以相當多的篇幅與時段來處理。報導量最多的平面媒體，平均每天以2.1個版面的新聞來報導「倪案」，而報導量最多的電視台，在每天七點至八點晚間新聞的報導時間，平均超過二十分鐘。另外，根據呂淑好與王石番[2]有關倪案所進行之研究發現：在倪姓藝人自殺當月(九十四年五月份)，各縣市119消防緊急救護服務接獲的自殺急救人數，較前兩個月(三月與四月)之平均人數高出35%。而由行政院衛生署各縣市衛生局的自殺個案通報統計之資料顯示，九十四年五月份之自殺通報人數為1,892人，比九十三年同時期(五月份)自殺通報的957人，共多出935人，增幅高達98%。這些自殺通報人數的增加，顯示自殺新聞重複持續的不當報導，可能對易感性較高的民眾有極大的影響力，而且已觸發更多

自殺企圖。因此，本文旨在簡介國際有關媒體報導自殺新聞之規範現況與相關準則，並提出本土化的報導準則建議，期能作為改善現況之參考。

國際媒體報導自殺新聞之相關規範與準則

世界各先進國家都崇尚新聞自由，並對於新聞專業倫理都有自律規範與準則，以英國為主的媒體倫理公益機構(The PressWise Trust)，彙整分析了八十六個國家的相關新聞報導法規(journalism codes)，結果發現只有丹麥、愛沙尼亞、德國、立陶宛、挪威、南韓、瑞典、土耳其等八個國家有報導自殺新聞的相關規範[3]。事實上，大部分的先進國家有關自殺新聞的報導，都是由各媒體自律，例如英國廣播公司BBC等訂定製作人守則，又如日本廣播電視公司NHK等訂定編輯室手冊，或是各平面媒體自訂的編輯室守則(in-house guidelines)。

世界衛生組織(World Health Organization, WHO)於1996年起，就大力呼籲全球重視自殺防治，在1999年成立自殺防治專責單位(SUPRE)[4]，並且隨即於2000年出版一系列針對自殺防治之各類相關工作人員手冊。其中，特別針對媒體工作者明確指出媒體對自殺相關新聞的不當報導，會引發自殺高危險群的模仿行為，並且強調「對社會善盡教化之責的媒體，會以適當、正確與提供協助的態度來報導自殺，並可以預防因自殺所造成喪失生命的悲劇」[5]。同時，WHO也列舉了媒體報導自殺新聞之注意事項，以及「六不」與「六要」準則。「六要」係指六項應該要做的事，包括：當報導事件時，與醫療衛生專家密切討論；用「自殺身亡」而不要用「自殺成功」這樣的字眼；只報導相關的

臺北醫學大學公共衛生學系所
通訊作者：呂淑好
聯絡地址：臺北市吳興街250號
E-mail: sylyu@tmu.edu.tw
投稿日期：95年4月25日
接受日期：95年6月27日

資訊，且刊登在內頁而非頭版；凸顯不用自殺的其他解決方法；提供與自殺防治有關的求助專線與社區資源；報導危險指標以及可能的警訊徵兆。而「六不」係指六項應該避免的禁忌，包括：不要刊登出照片或自殺遺書；不要報導自殺方式的細節；不要簡化自殺的原因；不要將自殺光榮化或聳動化；不要使用宗教或文化的刻板印象來解讀；不要過度責備[5]。

美國疾病管制局(Centers for Disease Control and Prevention, CDC)為了減少所謂的「與媒體相關的自殺傳染」(media-related suicide contagion)現象，曾經提出多項建議。同時也提出七大項可能會引發自殺行為傳染的媒體報導內容類型[6]。包括：簡化自殺的原因、重複的持續或過度報導自殺的新聞、提供聳動的自殺新聞報導、報導如何自殺的方法、呈現自殺為完成某種目的之工具、將自殺行為及自殺者美化或光榮化，以及將焦點集中在完成自殺者的正面特質。其後，CDC在2001年，與世界衛生組織等各國相關機構與專業團體，聯合共同發布對於媒體報導自殺準則更新的共識[7]。再次強調自殺傳染是真實的；研究發現有幾種媒體報導會導致閱聽人自殺事件的增加，包括：增加個人自殺事件的報導、持續及大幅報導某種特殊的自殺方式、個人自殺事件被置於報紙頭版或廣播電視新聞的第一則新聞，以及使用戲劇化的標題報導特殊自殺事件[7]。媒體能夠在自殺預防上扮演有影響力的角色；報導中能夠告知讀者與觀眾有關自殺的可能原因、自殺的警訊徵兆、自殺率的趨勢、以及最近的治療新知；也可以強調預防自殺的機會。媒體報導個別自殺，可能是具有新聞價值而需要被報導的，但也可能是有害的。遵循媒體報導自殺的準則，已顯示可以降低自殺率[7]。由此可見，倡導媒體報導自殺新聞準則之重要性與日俱增。

建構本土化的媒體報導自殺新聞準則

呂淑好等人[2]曾經綜合國內民調結果與國外相關文獻，起草八項簡潔之本土化媒

體報導自殺新聞之公約，內容為最基本且必須要避免的報導類型。其後在九十四年八月二十九日，由健康人生聯盟與中華民國電視學會、台灣新聞記者協會等單位共同辦理的「媒體造人心」研討會上公開討論，最後，這八項準則之最新版本詳如下列：

- 一、不輕易放頭版頭條或重點提要。
- 二、不重複持續過度報導。
- 三、不詳細報導自殺的方法及發生地點。
- 四、不刊登聳動照片及遺書。
- 五、不用SNG現場連線報導。
- 六、不將自殺行為美化或光榮化。
- 七、不將自殺原因過度簡化。
- 八、不以怪力亂神方式探討自殺事件。

目前欣見國內公共電視文化事業基金會於九十四年十二月所出版的「節目製播準則」，有專章規範自殺新聞報導，並已涵括上述八項自律準則之精神。而在九十五年三月甫成立之衛星廣播電視事業商業同業公會，亦透過其「新聞自律委員會」，研擬報導自殺的新聞自律綱要。遺憾的是，在平面媒體方面尚未見到有關之自律行動。

結語

關於自殺行為的防治，身為「第四權」的媒體具有關鍵性的影響力，以及不可規避的責任義務。在世界各國已對媒體報導自殺新聞所引發的社會問題作出反應時，台灣的媒體若仍以新聞價值甚或是商業利益作為取捨標準，著實已落後於國際社會。所謂「水能載舟亦能覆舟」，唯有經由敏感的新聞報導，同時還要由閱聽人共同參與監督媒體的機制，結合公民監督與媒體自律，促進良性互動，才能拯救更多人命。

參考文獻

1. 林育卉、莊伯仲：祖師爺自殺。倪敏然自殺事件之新聞觀察實錄。台北：廣電基金會，2005。
2. 呂淑好、王石番：建構媒體報導自殺新聞之準則。台北：行政院衛生署九十四年度委託研究計畫報告，2005。
3. Norris B, Jempson M. Covering Suicide Worldwide:

- Media Responsibilities. Bristol: The PressWise Trust, 2001; 30p.
4. WHO. Background of SUPRE - prevention of suicide behaviours - a task for all. (cited 2006 Apr 24). Available from: URL: http://www.who.int/mental_health/prevention/suicide/background/en/
 5. WHO. Preventing Suicide: A Resource for Media Professionals. Geneva: WHO, 2000; 9p.
 6. Centers for Disease Control and Prevention. Suicide contagion and the reporting of suicide. *MMWR* 1994;**43**:13-8.
 7. Centers for Disease Control and Prevention. New recommendations for media coverage of suicide. (cited 2006 Apr 24). Available from: URL: http://www.annenbergpublicpolicycenter.org/07_adolescent_risk/2001_suicide-release.pdf