

# 报道自杀应谨防模仿效应

根据世界卫生组织的数据,精神问题和自杀在2004年占全国全部疾病总负担的五分之一,而据估算,到2020年,此类疾病负担将占中国女性疾病总负担的四分之一。

尽管学术界长期呼吁,正视精神健康和预防自杀的意识,似乎一直并未深入普通民众。直至3月17日一位江苏女孩@走饭的不幸自杀,网络和传统媒体在跟进事件时,都将议程设置为“正视抑郁症”,一夜之间,使用百度搜索“抑郁症”的每日数量由3000至4000,剧增到3月19日的7221,到20日更攀升到一个高峰10975。

香港大学香港赛马会防止自杀研究中心抑郁知识网站“忧郁小王子”(www.depression.edu.hk)也因此备受关注:网站每日访问量在3月19日骤然翻倍,20日更升至平日的3至5倍,且访问主要来自内地。新媒体在引导公众注意力方面的影响力以及公众对心理健康知识的需求,由此可见一斑。

欣然见到各方出于人道关怀和社会公益积极呼吁关注心理健康的同时,我们也注意到,媒体在具体操作时,可能由于知识储备或其他原因,呈现出颇多值得商榷之处。

## 程绮瑾

香港大学社会工作与社会行政学系博士候选人

## 张书森

香港大学香港赛马会防止自杀研究中心研究助理教授,精神科医师

## 叶兆辉

香港大学香港赛马会防止自杀研究中心总监、香港大学社会工作与社会行政学系教授

有些名人的响应甚至有“美化”自杀者之嫌,如“你这么轻描淡写地走了,让我觉得……也许真的是解脱了”;“太累的人,终于安然入睡”。

在有网站组织的微访谈里,有嘉宾将抑郁症症状简化为三条“情绪低落、思维迟缓、运动减少”,更有嘉宾建议“谈恋爱也是治疗抑郁症的最好方法”,这些都既不严谨,也不科学。

无论是出于知识储备不足,还是由于思虑不周,由此造成的提供偷工减料、甚至含有有毒物质的乳品给处于自杀风险者,其危害和后果都不堪设想。

## 过于关注或美化自杀可能引发模仿效应

某网站在编辑专题页面的某些新闻操作时,存在可能带来模仿效应的风险。

例如,有编辑将自杀者@走饭的遗言放置于专题页面的显著位置,并有超链接到@走饭的微博全部内容。有遗言将自杀淡化为“就去死一死”,对于某些身处自杀危机的脆弱人士来说,这可能具有感染力。

在另一个专题页面,编辑将名人对女孩自杀的反应放置在显眼位置,也可能令某些脆弱人

士以为自杀之后至少可以获得名人、偶像地关注。有些名人的响应甚至有“美化”自杀者之嫌,如“你这么轻描淡写地走了,让我觉得……也许真的是解脱了”;“太累的人,终于安然入睡”。

此类过度的关注和美化,都可能会引起脆弱人士的效仿行为。早前就有报道说,有青少年在自杀之前,表示希望死后像电视剧里的人物一样穿越去古代,可见某些脆弱人士的认知可能

存在偏差。

我们无意干涉言论自由,只想请名人谨记个人言论可能带来的影响力。而网站又将名人言论放置于显著位置,扩大其影响范围,其后果令人担忧。

需要强调的是,编辑应该避免描述自杀方法,例如有新闻报道详细介绍如何使用网络工具设置网上遗言的发布时间,因为许多研究已经证实,对自杀方式的过度描述,可能引发同样方法的仿效。

## 警惕错误信息权威化

同时,一些不准确甚至错误的信息,被当作权威之言在网上广泛传播。

有媒体编辑曾经列出自测抑郁症的6条症状,但并未说明出处,因此,可能会被误认为诊断抑郁症的公认准则。事实上,编辑应当注明,网友不应以此自行认定自己或他人有无抑郁症,而是在有这些症状时,求助于专家进一步确诊,以及接受适当的治疗。

在有网站组织的微访谈里,有嘉宾将抑郁症症状简化为三

条“情绪低落、思维迟缓、运动减少”,更有嘉宾建议“谈恋爱也是治疗抑郁症的最好方法”,这些都既不严谨,也不科学。这或许由于微博限制每条字数不可超过140字,令嘉宾难以科学、全面地做出解答。若果真如此,媒体也需要反思“微访谈”是否适合谈论抑郁症这类复杂话题。

更重要的是,在线缺乏权威、可信的心理健康教育信息,根植于在线下,国内的精神健康事业刚刚兴起,人才和知识储备尚有不足,并且主要集中于大城

市。但是,也必须说明的是,抑郁症在中国农村的发病率高于城市。这不仅导致网上相关内容的质量低下,而且令网上暴露出来的求助需求,难以在现实中得到及时、专业的帮助。

在英美,网络媒体如Google、Facebook等,都有相关机制可以将存在自杀风险的人士,指引或转介给预防自杀专业机构。当然,其前提是,美国、英国都有全国性预防自杀机构,其服务素质和信誉获得广泛认可。

## 预防自杀刻不容缓

在中国,提供心理咨询或危机干预的热线和机构虽然不断增多,但缺乏监管和认证,素质良莠不齐。

传统媒体担心成了“医托”,不敢轻易推荐服务机构。网络媒体在发现疑似自杀行为之后,第一反应是报警,而非转介专业服务。这或许与国内互联网监管的一些法律法规有关。对已经在自杀、随时有生命危险的人来说,报警无疑有助于挽救生命。

但是,从长远精神健康角度讲,一些处于自杀风险但尚无生命危险的人士,包括试图

自杀被解救的人士,其后续的精神状态需由专业人士诊断、治疗,并需要家庭及小区的长期关怀,而这些都非警察的职责和专长。

目前,国人包括很多媒体从业者对精神健康普遍缺乏了解,如嗷嗷待哺的婴儿,这时,无论是出于知识储备不足,还是由于思虑不周,由此造成的提供偷工减料、甚至含有有毒物质的乳品给处于自杀风险者,其危害和后果都不堪设想。

我们无意指责任何个人或组织,只诚恳希望唤起各方面对

此问题的重视,亡羊补牢。

事实上,中央政府将发展精神健康事业纳入十二五规划,这令人期待。

因此,长远的人才培养、公众教育、精神科与临床心理学职业管理规范、小区服务,乃至推出全国性预防自杀的系统策略,都是值得政府及时关注的课题。

与此同时,国内心理健康服务的专业人士,更亟须更多地与传媒合作,将国内外在预防自杀、治疗抑郁症方面的优秀研究和实践,推广或者译介给公众,以正视听。

## 链接

## 慎在网上发布有关自杀信息

网上信息泛滥,有时令读者难以分辨,哪些信息是讲述客观事实,而哪些信息只是表达一种个人观点。如果您打算在网上谈论与自杀有关的话题,烦请注意以下几点:

避免提及或者链接到鼓励自杀或者美化自杀的网站,而尽量链接到预防自杀的网站,令身处自杀风险的读者可以更方便地获取帮助。

请注意您的网页内容很可能由网站根据关键字加入广告链接,有些广告链接甚至可能加重读者的自杀风险。因此,在

编写网上内容的时候,请注意措辞和关键词的设置。如果发现你的页面出现不恰当的连接,请及时与您的网站管理员联系去除。

网上内容通常允许留言评论,有人可能会借此机会鼓吹或者美化自杀,或者提供有争议、不准确、甚至错误的信息。这些内容都可能误导读者,甚至对一些脆弱人士带来极大的风险。负责任的网站应该尽可能提醒用户在留言时谨慎考虑自己的言论可能对他人的健康甚至生命带来影响。

此外,网站可以与用户订立

明确契约,让用户明白,网站管理员或者博客主人有权删除不恰当的留言。

(程绮瑾编译自英国撒玛利亚会“新媒体与自杀”文稿)

