

表 諸外国における自殺報道ガイドラインの調査結果

調査事項		オーストリア	スイス	イギリス	
ガイドライン名		Austrian media guidelines for the reporting on suicide (2005)	Leitfaden für Journalisten - Suizid in den Medien (2014)	Samaritans' Media Guidelines for Reporting Suicide (2013)	
発行者		・ウィーン危機介入センター (Kriseninterventionszentrum)	—	・サマリタン協会	
対象メディア		・対象メディアを特定する記述は無い。	—	・新聞、テレビ、デジタルメディア (ウェブサイト、SNS等)	
記載内容	自殺予防 メディア関係者のためのクイック・リファレンス	① 努めて、社会に向けて自殺に関する啓発・教育を行う。	・以下の方法によって民衆を啓発することで、後追い自殺を抑制できる。 ①専門機関と連携したメディアによるキャンペーン。 ②一般的に普及している自殺に関する迷信が誤りであることを証明、是正する。 ③自殺はしばしば、精神疾患との関連性を持つということについて言及する。 ・自殺の行動の因果関係を単純化して説明するような記述は後追い自殺を助長する。	—	・可能な限り、自殺と関連する幅広い問題を参照する (アルコール依存、精神疾患、貧困等)。
		② 自殺を、センセーショナルに扱わない。当然の行為のように扱わない。あるいは問題解決法の一つであるかのように扱わない。	・自殺者や自殺行為を英雄視するような記述は後追い自殺を助長する。 ・自殺者や自殺行為を美化する描写は後追い自殺を助長する。 ・語句の選択、表現方法、正常な判断について責任を持つ。	—	・自殺に対する社会の悲しみの声を過度に記載しない (自殺が敬意の対象となると受け取られる可能性がある)。 ・特定場所、特定の集団内での自殺を「流行、頻発」という表現で記述してはならない。 ・自殺は問題解決の手段であるという考えを助長しないよう注意する必要がある。 ・不適切な表現が使用されていないか注意する必要がある。 ・遺書の内容の報道は避ける。 ・心中、無差別殺人後の自殺に関する報道については模倣自殺を避けるために特段の注意が必要である。
		③ 自殺の報道を自立つところに掲載したり、過剰に、そして繰り返し報道しない。	・一面への掲載は後追い自殺を助長する。	—	・自殺記事の、巻頭など自立つ箇所への掲載は避ける。
		④ 自殺既遂や未遂に用いられた手段を詳しく伝えない。	・自殺の手段の詳細についての記述は後追い自殺を助長する。 ・自殺の行為が再現可能となるような記述は後追い自殺を助長する。	—	・自殺の手段に関する記載は注意が必要である。 ・稀な手法やこれまでに例のない手法が用いられたケースについては、その手法の掲載に注意が必要である。 自殺の手段について「早い、簡単だ」といった表現を用いてはならない。
		⑤ 自殺既遂や未遂の生じた場所について、詳しい情報を伝えない。	・自殺を図った場所についての記述は後追い自殺を助長する。	—	・自殺場所について「名所 (hot spot)」といった表現を使用してはならない。
		⑥ 見出しのつけかたには慎重を期する。	・センセーショナルな表現は後追い自殺を助長する。	—	・見出しを付ける際は、文言とその社会的影響を考慮する必要がある。
		⑦ 写真や映像を用いることにはかなりの慎重を期する。	・自殺者、自殺場所についての写真の掲載は後追い自殺を助長する。	—	・自殺者の写真の繰り返しの掲載は避ける。また (遺族への配慮として) 自殺の後日談を記載する際に自殺者の画像を使用することは避ける。 ・印象的な、また感情を掻き立てるような画像・映像の使用は避ける。
		⑧ 著名な人の自殺を伝えるときには特に注意をする。	・人気があり、人々が共感を抱く著名人の自殺は、模倣自殺を招く可能性が高まる。 ・自殺を強制的に取り上げた作品を作成した芸術家が自殺した場合には、その作品と自殺を切り分けて報道する必要がある。	—	・著名人や社会的地位の高い人物の自殺は、自殺を意図せず美化するリスクを有する為、報道の際には一般的な報道の留意事項について特に注意を払う必要がある。
		⑨ 自殺で遭われた人に対して、十分な配慮をする。	・後追い自殺を図った遺族や友人に対するインタビュー記事の掲載は後追い自殺を助長する。	—	・自殺に関する調査は長期に及ぶ可能性があり、遺族を苦しめる可能性があるため、その報道には注意が必要である。 ・検視官 (または事件に関わった警察、目撃者等) からは自殺の非常に詳細な情報が報告されるが、自動的にすべての情報を報道してよいという訳ではなく、自殺を考えている人々に与える影響や、遺族に対する長期的な影響について考慮する必要がある。
		⑩ どこに支援を求めることができるのかということについて、情報を提供する。	・自暴自棄になる人々が支援を求めることができるコミュニティについての情報を記載することで、後追い自殺を抑制できる (URL、電話番号など)。	—	・国または地域の適切な支援機関に関する情報を提供することで、心の問題を抱えている人々や自殺を思い立った人々が助けを求めることができる。
		⑪ メディア関係者自身も、自殺に関する話題から影響を受けることを知る。	・自殺報道は、記者にも影響を与え、そのことは記事の内容に反映される。	—	—
	その他	○ 信頼できる情報資源	—	—	・「流行」という表現をする場合には、短期的な自殺死亡率の情報ではなく、長期的なデータを参照する必要がある。
		○ 他の種類のメディア (インターネット、映画、テレビ、映像、演劇等)	—	—	■デジタルメディアについて ・自殺に関してオンラインの情報源を使用する際は特別に注意を払う必要がある。 ・自殺サイトやチャットルーム等から情報を引用する際は、記事でサイト名を特定するのを避ける。 ・コメントスレッドなどから読者や利用者の意見が引用する際は、使用されている語句が適切かどうか確認する。 ・自殺者を称賛するような情報を掲載するウェブサイトやSNSの参照は注意が必要である。 ・SNSに掲載された画像や動画を使う際は、自殺者の遺族や友人への影響に配慮する必要がある。 ・SNSツールを使用する際も、他の媒体での見出しの付け方に関するガイドラインに則って報道する。 ・可能な場合は常に、支援機関のリンク (サマリタンズ等) を掲載する。
	その他項目	● 自殺者についての詳細な記述を避ける	・自殺者についての詳細な記述 (氏名、写真、生活環境、遺書など) は後追い自殺を助長する。	—	・自殺者個人や置かれた環境が特定できてしまうと後追い自殺のリスクとなるため、自殺者個人に関する詳細に関して過度な報道は避ける。
● 後追い自殺の誘発を抑制する要素に留意する		・自殺に代わる行動について明確に記述する (危機的状況の中で自殺行動ではなく生きる選択をした人々の話など)。	—	—	
● 自殺と関連する他の領域に関する報道での注意		—	—	・道連れ心中や無理心中は、自殺と同様に模倣行動への影響が考えられるため、ガイドラインに則って、細心の注意を払う必要がある。	
● 速報記事での注意		—	—	・速報記事は、間違いや不適切な報道の原因とならかねないため、組織内の自殺に関する報道規約やガイドラインを参照する。	
運用方針		—	—	・本ガイドラインは、助言的役割を果たすものであり、報道の自由を制限する意図はない。 ・取組の目的は、可能な限り自殺を予防する事であり、そのために質の高いジャーナリズムを支援し、また記者が自殺報道の際に陥りやすい問題を回避するための支援を行う。	
作成のきっかけとなった出来事		・1980年代初頭にウィーン市内の地下鉄における自殺者または企図者が大々的に報道されたこと。	・研究者が新たに発表した研究成果 (ババゲーノ効果) が自殺報道の対策に有効と考えられたこと。	—	
作成プロセス	① 主導的な役割を果たした主体	・ウィーン危機介入センター ・大学 (心理学者、医師、ソーシャルワーカー) ・記者、編集者 ・国営放送局 ・交通機関 ・報道倫理委員会	・若者の自殺防止活動に永年携わってきたソーシャル・ワーカー ・経験豊富な記者・作家 ・自殺防止の研究者	—	
	② メディアの関与	・記者と編集者がガイドラインの作成及び配布に関与。	・主導的な役割を果たした記者は、次の2つの役割を果たした。 — ガイドラインへのメディアでの経験の取り込み。 — ソーシャル・ワーカー・研究者の知識を、記者向けに平易な表現に置き換え。	—	
	③ 遺族やメンタルヘルスの問題を抱える当事者の関与	・一部の遺族を対象に「ガイドラインに対する意見照会」、「様々な自殺報道に対する意見の収集」を実施。	・関与無し。	—	
	④ 政府機関の参画	・政府機関の参画なし。	・参画無し。	—	
	⑤ 最も議論となった論点	・ (報じないことだけでなく) 報じる内容の推奨、様々なメディアへのガイドラインの適用、最大手報道機関の参画。	・「ガイドラインに記載した重要事項に対する記者の関心をいかに喚起するか」という点。	—	
普及状況	① メディアにおける認知度	・広く認知されている。 ・各記者・編集者への継続的な配布、ワークショップ・シンポジウムによる通知。	・まだ配布していないため、認知されていない。	—	
	② メディアによる利用状況	・メディアに頻繁に利用されており、報道の質的な改善に貢献している。 ・センセーショナルな報道が行われた場合には、担当記者・編集者にガイドラインを送付し、説明を実施。	・未だ配布していないため、利用されていない。	—	
	③ 自殺対策支援団体の評価	・好意的に評価されている。	・ガイドラインの際に協力を依頼した人の大半が肯定的に評価。	—	
引用	① メディアの報道の影響に関するエビデンス	・メディアの報道と後追い自殺の関係性に関する諸研究に言及あり。	—	・メディアの報道と後追い自殺の関係性に関する諸研究に言及あり。	
	② WHOのガイドラインに関する言及	・参考文献にWHOガイドラインを記載。	—	・メディアと後追い自殺の関係性に関する諸研究としてWHOガイドラインを参照。	

表 諸外国における自殺報道ガイドラインの調査結果（続き）

調査事項		アメリカ	香港	オーストラリア	
ガイドライン名		Reporting on Suicide: Recommendations for the Media (2001)	Suicide and the Media: Recommendations on Suicide Reporting for Media Professionals (2004年)	Reporting suicide and mental illness, a Mindframe recourse for media professionals (2014)	
発行者		<ul style="list-style-type: none"> Centers for Disease Control and Prevention National Institute of Mental Health Office of the Surgeon General Substance Abuse and Mental Health Services Administration American Foundation for Suicide Prevention American Association of Suicidology, Annenberg Public Policy Center 	<ul style="list-style-type: none"> 香港大学 自殺研究・予防センター 	<ul style="list-style-type: none"> ハンター精神保健研究所（初版はQuay Connectionが編纂） 	
対象メディア		<ul style="list-style-type: none"> 対象メディアを特定する記述は無い。 	<ul style="list-style-type: none"> 新聞、雑誌、テレビ、演劇、インターネット 	<ul style="list-style-type: none"> 新聞、雑誌、テレビ、ラジオ 	
記載内容	自殺予防のためのメディア関係者のためのクイック・リファレンス	① 努めて、社会に向けて自殺に関する啓発・教育を行う。	<ul style="list-style-type: none"> 鬱病や他の精神疾患に対する治療の進歩を強調して伝える。また治療によって回復したケース、若しくは自殺を図ることなく鬱から回復したケースを記事と併せて掲載する。 自殺、無理心中について、因果関係を過度に単純化することを避ける。またそれらを説明不能なもの、不可解なものとして表現することを避ける。 	<ul style="list-style-type: none"> 自殺は単一の理由で実行されるものではない。説明をする際は過度の単純化は避ける。 自殺は、説明不能なもの、若しくは不可解なものとして報道されるべきではない。 自殺者個人の精神疾患歴や薬物使用歴については言及すべきである。 	<ul style="list-style-type: none"> 当該の自殺が精神疾患や薬物と関連を持つケースでは、それらの要素と自殺の関連について報道し、自殺に関する迷信の払拭に努める。 自殺のリスク要因について議論し、自殺はより大きな問題の一部であり、社会として挑戦すべき課題であることを啓蒙する。
		② 自殺を、センセーショナルに扱わない。当然の行為のように扱わない。あるいは問題解決法の一つであるかのように扱わない。	<ul style="list-style-type: none"> 自殺を美化しない。 友人や親戚からの自殺への賛辞（自殺を肯定する発言）を取り上げない。 自殺未遂を行った未成年からの直接得た情報を報道しない（共感した他者による模倣を防ぐため）。 自殺件数（頻度、率）について過度に表現しない（蔓延や流行といった表現は避ける）。 自殺は犯罪ではないため、自殺行為に対して「犯す（commit）」という語句の使用は避ける。また、「不十分な結果」という印象を与えるような「失敗（failed）」や「十分な結果」という印象を与えるような「成功（successful）」という語句の使用を避ける。 	<ul style="list-style-type: none"> “自殺の成功/失敗”や“自殺行動常習者”という文言を避ける。 “自殺の流行”という文言を避け、“自殺死亡率”を用いる。 自殺をセンセーショナルに扱わない（特に著名人）。記載する要素は必要最小限にとどめる。 自殺を讃えたり美化する文言を使わない。 報道において自殺への非難・批判、または同情をしない。 自殺者/未遂者の氏名について言及することは、自殺者は有名になれるという誤ったメッセージを発信することとなる可能性がある。報道には格別の注意が必要である。 自殺は、個人の問題（倒産、勉強の悩みなど）に対しての解決手段の一つであるとして推奨されるべきではない。 自殺者の遺族の悲しみや罪の意識に焦点を当ててはならない。こうした報道は、自殺により人々の気を引くことができるという誤ったメッセージとなりえる。 	<ul style="list-style-type: none"> 自殺を美化したり、センセーショナルに扱うような語句、または自殺が問題解決法の一つであるような表現を用いないよう確認する。
		③ 自殺の報道を目立つところに掲載したり、過剰に、そして繰り返し報道しない。	<ul style="list-style-type: none"> 自殺記事の目立つ場所への掲載を避ける。 	<ul style="list-style-type: none"> 公共の利益にかなう場合を除き、一面で自殺を報道しない。 	<ul style="list-style-type: none"> 自殺関連の報道は（トップを避け）、新聞、テレビニュース、ラジオレポートなどの中盤で掲載・放送する。
		④ 自殺既遂や未遂に用いられた手段を詳しく伝えない。	<ul style="list-style-type: none"> 自殺の手段や場所を含む、自殺に関する詳細の説明を避ける。 	<ul style="list-style-type: none"> 手段及び工程、特に自殺場所、使用された道具、薬物の服用量など、自殺に関する詳細を報道しない。 	<ul style="list-style-type: none"> 自殺の手段に関する記述を避ける。
		⑤ 自殺既遂や未遂の生じた場所について、詳しい情報を伝えない。	<ul style="list-style-type: none"> 同上 	<ul style="list-style-type: none"> 同上 	<ul style="list-style-type: none"> 自殺場所に関する記述には注意する。
		⑥ 見出しのつけかたには慎重を期する。	<ul style="list-style-type: none"> 見出しへの「自殺」という単語の使用を避ける。 	<ul style="list-style-type: none"> — 	<ul style="list-style-type: none"> 見出しにおける「自殺」という表現の使用は、自殺の美化、一般化につながるため、表現を変える（例“took own life”, “a fatal decision, the last decision”等）。
		⑦ 写真や映像を用いることにはかなりの慎重を期する。	<ul style="list-style-type: none"> 自殺場所に関する説明や、写真の掲載を避ける。 	<ul style="list-style-type: none"> 自殺者、遺族や友人の写真の掲載は彼らをひどく傷つける可能性があるため、配慮が必要である。 写真掲載は、弱者に対し、自殺が有名になる手段であるという印象を与える可能性があるため注意が必要である。 自殺の手段や工程について図や絵を用いた説明をしてはならない。 	<ul style="list-style-type: none"> 家族の承諾なしに、自殺者（死者）の写真を使用しない。 写真を掲載する場合は、トップ（第1面）に配置するべきではない。
		⑧ 著名人の自殺を伝えるときには特に注意をする。	<ul style="list-style-type: none"> 著名人の自殺を美化する記事は避ける。 	<ul style="list-style-type: none"> 自殺をセンセーショナルに扱わない（特に著名人）。記載要素は必要最小限にとどめる。 	<ul style="list-style-type: none"> 著名人の自殺について、自殺に用いた手段の描写を避ける。 著名人の自殺について、自殺が無駄、無意味であったことを示すような意見を集め掲載する。 自殺のとらえ方に関して、特定の文化圏（アボリジニやトレス海峡諸島民）に配慮して報道し、また一方で特定の文化圏に対し単一的な見解を報道することは避ける。
		⑨ 自殺で遭った人に対して、十分な配慮をする。	<ul style="list-style-type: none"> — 	<ul style="list-style-type: none"> — 	<ul style="list-style-type: none"> 遺族のプライバシー、心痛、トラウマに関するメディアコードに従う。
		⑩ どこに支援を求めることができるのかということについて、情報を提供する。	<ul style="list-style-type: none"> 常に記事と併せて危機介入サービスに関する電話番号や情報を記載する。 （メディアが対象とする地域圏における）地域の自殺予防団体の活動を報道する。 	<ul style="list-style-type: none"> ホットラインの番号、自殺行動への警鐘といった、予防策を提示する。 カウンセリングによる（問題解決の）成功例を示す。 遺族や友人の助けとなるホットラインの番号を示す。 “鬱病は治療できる病気である”というメッセージを示し啓蒙する。 	<ul style="list-style-type: none"> ヘルプラインの電話番号や、助けを求めようとする手段に関する情報を併せて報道する。
		⑪ メディア関係者自身も、自殺に関する話題から影響を受けることを知る。	<ul style="list-style-type: none"> — 	<ul style="list-style-type: none"> — 	<ul style="list-style-type: none"> メディア関係者自身（特に過去に自殺からの影響を受けた場合）も、自殺報道から影響を受けることに注意する必要がある。
その他項目	○ 信頼できる情報資源	<ul style="list-style-type: none"> 自殺や精神疾患治療や予防戦略に精通した専門家へのインタビューを行う。 	<ul style="list-style-type: none"> — 	<ul style="list-style-type: none"> 受け手の関心を引くと考えられる報道は、信頼性の高い専門家の意見を聞いた上で作成されるべきである（専門家コンタクトリストはガイドライン参照）。 	
	○ 他の種類のメディア（インターネット、映画、テレビ、映像、演劇等）	<ul style="list-style-type: none"> — 	<ul style="list-style-type: none"> テレビについて 公共の利益にかなう場合を除き、テレビのトップニュースとして自殺を報道しない。 明確かつ正確な文言を用いる。 自殺の手段の詳細を報道しない。自殺者/未遂者に関するいかなる個人情報も、報道には注意を払わなくてはならない。 自殺を美化しない。 	<ul style="list-style-type: none"> — 	
その他項目	● 自殺者についての詳細な記述を避ける。	<ul style="list-style-type: none"> — 	<ul style="list-style-type: none"> — 	<ul style="list-style-type: none"> — 	
	● 後追い自殺の誘発を抑制する要素に留意する。	<ul style="list-style-type: none"> — 	<ul style="list-style-type: none"> — 	<ul style="list-style-type: none"> — 	
	● 自殺と関連する他の領域に関する報道での注意	<ul style="list-style-type: none"> — 	<ul style="list-style-type: none"> — 	<ul style="list-style-type: none"> 安楽死に関する報道においても、自殺報道と同様の配慮が必要である。 	
	● 速報記事での注意	<ul style="list-style-type: none"> — 	<ul style="list-style-type: none"> — 	<ul style="list-style-type: none"> — 	
運用方針		<ul style="list-style-type: none"> 全ての記者と編集者がガイドラインを読むよう働きかける。 記者が自殺報道の良い例・悪い例を参照するよう働きかける。 主となる記事と合わせ、自殺の警告、リスク、予防に関する補足記事を掲載する。 	<ul style="list-style-type: none"> — 	<ul style="list-style-type: none"> 本書に示された見解は著者によるものであって、必ずしも連邦政府の見解ではない。本書は、政府・非政府機関による政策・プログラム開発に有用な情報提供を行うことを目的に企画された。 本書はオーストラリア連邦政府によるマインドフレーム・メディアイニシアチブの一端をなす。 	
作成のきっかけとなった出来事		<ul style="list-style-type: none"> 10年の間に多くの事件が発生したこと。 	<ul style="list-style-type: none"> アジア金融危機・SARS発生の影響で自殺率が上昇していたこと。 1998～2003年の間に新たな自殺手段（練炭自殺）がメディアにセンセーショナルに取り上げられ、模倣自殺が急速に広まったこと。 	<ul style="list-style-type: none"> — 	
作成プロセス	① 主導的な役割を果たした主体	<ul style="list-style-type: none"> 自殺対策支援組織 研究者 NGOの職員 政府職員 メディア関係者 	<ul style="list-style-type: none"> 香港大学 自殺研究・予防センター 	<ul style="list-style-type: none"> — 	
	② メディアの関与	<ul style="list-style-type: none"> 検討チーム、および当該チームの下に設置された検討グループのメンバーとして参画。 	<ul style="list-style-type: none"> メディア従事者から意見・提案を収集し、この結果をガイドラインに反映。 	<ul style="list-style-type: none"> — 	
	③ 遺族やメンタルヘルスの問題を抱える当事者の関与	<ul style="list-style-type: none"> ガイドラインの査読者・助言者として参画。 	<ul style="list-style-type: none"> 遺族にインタビューを行い、この結果をガイドラインに反映。 	<ul style="list-style-type: none"> — 	
	④ 政府機関の参画	<ul style="list-style-type: none"> 政府職員が、検討チーム、および検討グループに参画し、調査研究の成果・背景事情・データを提供。 	<ul style="list-style-type: none"> 政府機関は関与していない。 	<ul style="list-style-type: none"> — 	
	⑤ 最も議論となった論点	<ul style="list-style-type: none"> メディア関係者やジャーナリストが報道時に使用する素材の作り方。 	<ul style="list-style-type: none"> 報道の自由とガイドラインの遵守のバランスの取り方（この結果、冊子のタイトルが「ガイドライン」ではなく「提言」に変更）。 	<ul style="list-style-type: none"> — 	
普及状況	① メディアにおける認知度	<ul style="list-style-type: none"> 当初は注目を集めたが、メディア業界に普及しているとは言えない。 	<ul style="list-style-type: none"> メディアへの認知度を高めるために、「メディアへの印刷物の配布」、「インターネット上でデジタル媒体の無料提供」、「ワークショップの開催」を実施。 	<ul style="list-style-type: none"> — 	
	② メディアによる利用状況	<ul style="list-style-type: none"> 同上 	<ul style="list-style-type: none"> 2012年：メディアを対象に実施したインタビューの結果、日常業務にて使用されていないことを確認。 2014年～：メディアへの働き掛け（問題ある報道を行ったメディアの関係者への接触、メディアの役員への定期接触）を積極的に実施した結果、メディアにおけるガイドラインの使用状況は改善。 	<ul style="list-style-type: none"> — 	
	③ 自殺対策支援団体の評価	<ul style="list-style-type: none"> 概ね支持を得ている。 	<ul style="list-style-type: none"> ガイドラインの必要性と有用性を認めている。 既存のガイドラインが、従来型のメディアを想定した内容であることから、新たなメディア環境に合わせたガイドラインの更新作業を現在実施している。 	<ul style="list-style-type: none"> — 	
引用	① メディアの報道の影響に関するエビデンス	<ul style="list-style-type: none"> メディアの報道と後追い自殺の関係性に関する諸研究に言及あり。 	<ul style="list-style-type: none"> メディアの報道と後追い自殺の関係性に関する諸研究に言及あり。 	<ul style="list-style-type: none"> メディアの報道と後追い自殺の関係性に関する諸研究に言及あり。 	
	② WHOのガイドラインに関する言及	<ul style="list-style-type: none"> WHOガイドラインに関する言及はない。 本ガイドラインの共同開発者としてWHOを記載。 	<ul style="list-style-type: none"> WHAT TO DO & WHAT NOT TO DOにてWHOガイドラインを参照。 	<ul style="list-style-type: none"> WHOのガイドラインに関する言及はない。 	

表 諸外国における自殺報道ガイドラインの調査結果（続き）

調査事項		ニュージーランド	
ガイドライン名		Suicide and the media (1999)	
発行者		・保健省	
対象メディア		・テレビ（ドラマ、ドキュメンタリー番組、ニュース）、映画、演劇、ラジオ、新聞（ニュース、特集）、雑誌、インターネット、広告用掲示板を所有する組織	
記載内容	自殺予防 メディア関係者のための メディア関係者のための 手引き	① 努めて、社会に向けて自殺に関する啓発・教育を行う。	・自殺の因果を単純化して説明しない。 ・精神疾患（特に鬱病）と自殺リスクの強い関係性について注意を喚起する。
		② 自殺を、センセーショナルに扱わない。当然の行為のように扱わない。あるいは問題解決法の一つであるかのように扱わない。	・危機や絶望状態に対する解決方法として自殺をすることは粗末な選択であると報道する。 ・自殺や自殺者の美化を避ける。 ・故人について、肯定的な側面だけでなく、抱えていた問題についても理解する。
		③ 自殺の報道を目立つところに掲載したり、過剰に、そして繰り返し報道しない。	・関連ニュースの観点で、自殺に関する記事や報道が繰り返し行われていないかどうか検討する。 ・記事の掲載場所が、自殺のリスクを抱える読者に与える影響を考慮する。
		④ 自殺既遂や未遂に用いられた手段を詳しく伝えない。	・自殺の手段・詳細について、決して描写したり報道してはならない。
		⑤ 自殺既遂や未遂の生じた場所について、詳しい情報を伝えない。	—
		⑥ 見出しのつけかたには慎重を期する。	・見出しに「自殺」という言葉を用いない。
		⑦ 写真や映像を用いることにはかなりの慎重を期する。	・自殺記事に画像や映像を用いることを控える。
		⑧ 著名人の自殺を伝えるときには特に注意をする。	・著名人の自殺もしくは自殺未遂について報道する際は特に注意する。
		⑨ 自殺で遺された人に対して、十分な配慮をする。	・遺された人々は高い自殺のリスクにさらされていることを考慮する。
		⑩ どこに支援を求めることができるのかということについて、情報を提供する。	・どこに支援を求めることができるのかということについて、情報を提供する。
		⑪ メディア関係者自身も、自殺に関する話題から影響を受けることを知る。	—
	その他項目	○ 信頼できる情報資源	・自殺について報道する際は、信頼できる情報や自殺に精通した評論家の意見を含めるよう努める。
		○ 他の種類のメディア（インターネット、映画、テレビ、映像、演劇等）	—
	その他項目	● 自殺者についての詳細な記述を避ける。	—
● 後追い自殺の誘発を抑制する要素に留意する。		・絶望や苦悩といった自殺の危機から助けを求め、立ち直った模範例を示す。	
● 自殺と関連する他の領域に関する報道での注意		—	
● 速報記事での注意		—	
運用方針		—	
作成のきっかけとなった出来事		—	
作成プロセス	① 主導的な役割を果たした主体	—	
	② メディアの関与	—	
	③ 遺族やメンタルヘルスの問題を抱える当事者の関与	—	
	④ 政府機関の参画	—	
	⑤ 最も議論となった論点	—	
普及状況	① メディアにおける認知度	—	
	② メディアによる利用状況	—	
	③ 自殺対策支援団体の評価	—	
引用	① メディアの報道の影響に関するエビデンス	・メディアの報道と後追い自殺の関係性に関する諸研究に言及あり。	
	② WHOのガイドラインに関する言及	・WHOのガイドラインに関する言及はない。	

主たる特徴

- ガイドラインの内容は、WHOの「自殺予防 メディア関係者のための手引き」と概ね対応したものとなっている。
- 対象とするメディアとして、新聞・TV・ラジオ・雑誌などの従来型のメディアのほかに、デジタルメディアを対象に加えている国・地域もある。
- 各国・地域ともに、自殺対策において主導的な役割を担っている、政府機関以外の組織が、自殺報道に関するガイドラインの作成を主導している。
- 遺族は、ガイドラインの査読・助言、様々な自殺報道の影響に対するコメントという形で関与している。
- ガイドラインを作成する際に、報道が自殺に与える影響に関する先行研究等の成果を参考にしている。
- オーストリアでは、センセーショナルな自殺報道を行った記者・編集者に対してガイドラインを送付し、その説明を行うといった働き掛けを行っていた。香港では、メディアがガイドラインを利用していないことを受け、オーストリアと同様の取組を行い、その状況を改善した。

「平成26年度 自殺報道の影響と取組に関する調査研究」
報 告 書

発 行 行：平成27（2015）年3月
発 行 者：内閣府自殺対策推進室
調査実施機関：株式会社三菱総合研究所
社会公共マネジメント研究本部、人間・生活研究本部