

考え方について

一般社団法人インターネットメディア協会(JIMA)は、「自殺報道についての考え方」をまとめました。これは、JIMA加盟のメディアをはじめ様々な分野のメディア、プラットフォーム、さらにはブロガー、個人ユーザーが発信の際の参考にしてもらうために作成したもので、順守を義務付けたり、強制したりする発想は一切ありません。「自殺報道についての考え方」をもとに議論が深まり、よりよい発信が増え、避けるべき発信が減り、社会全体のメディアリテラシー向上に寄与することを期待しています。また、テクノロジーの劇的進歩により、情報環境は時々刻々と変化しています。「自殺報道についての考え方」もそれに応じて随時アップデートしていくことを目指しています。

【日本の自殺報道】

JIMAがメディアの責任者、記者を対象に実施したアンケート調査では、責任者や記者の9割が、自殺報道に際して「悩んでいる」と回答しました。「伝える」という使命と「伝える」ことで自殺の連鎖を起こすリスク、さらに遺族を傷つけてしまうという懸念の間で、揺れる心情が浮き彫りになりました。SNSなどを通じて全員が発信できる時代になり、発信がどのように拡散し影響していくのか見通せないこともメディアを悩ませています。一方で、日本の自殺報道は、メディアの努力によって改善が重ねられてきました。ガイドライン案の作成にあたり、その歴史を振り返りながら、日本の自殺報道の現況をみていきます。

2006年10月30日 自殺対策に取り組むNPO法人らが、『いじめ』自殺報道の改善を求める緊急メッセージ』を発出しました。WHOの「自殺事例報道に関するガイドライン」の内容を紹介し、報道各社に報道の改善を強く求める異例の内容でした。

この時、岐阜県の中学生の自殺をめぐる報道が過熱の一途をたどっていました。自殺をめぐる実態が詳細に掘り起こされ、全国紙は相次いで生徒の残した遺書を写真付きで報じていました。報道各社がそれぞれ「いじめ」を許すまいという「熱意」の下に取材し、記事にしていることはわかっていました。しかし、その結果として生まれた大量の報道が、いま自殺を考えている人たちにどんな影響を与えるか。その配慮が決定的に欠けていると言わざるを得ない状況でした。

それ以前にも、自殺対策の現場からメディアに苦言が呈されてきました。1986年5月、女性アイドルが自殺で亡くなり、当時の報道各社は、独自の集計をもとに3週間で40人を超す子どもや若者たちが自ら命を絶ったと伝えました。

この時も、日本自殺予防学会が「要望書～子どもの自殺事件の報道について」を発出しました。要望書は「自殺事件のセンセーショナルな扱いは同じ問題を持つ子どもたちに著しい暗示効果があり、自殺の模倣と暗示効果があり、自殺の模倣と流行を招く結果となります」と指摘し、「きわめて危険な状態をかもしだすこととなります」と警告していました。

1996年5月にも日本自殺予防学会の有志が「緊急アピール」と題して「マスコミの自殺流行に関する理解と、報道に際しての十分な配慮」を求めました。この時も、愛知県で起きたいじめ自殺を契機に、いじめ問題の報道が過熱していました。過去の教訓が生かされず、同じように過剰な報道が繰り返され、結果として、子どもや若者の命が失われていくという看過できない事態が続いていました。

2011年5月、女性タレントが自殺で亡くなると、多くのスポーツ紙や雑誌、テレビの情報番組で、またもや詳細な報道が繰り返されました。それらの報道に呼応するように、若い女性の自殺が急増しました。

2020年にも、著名人の自殺報道によって自殺で亡くなる人が急増する事態は繰り返されました。この年、男女の有名俳優2人が相次いで自殺で亡くなった時、顕著な増加が見られたのです。

コロナ禍に見舞われた2020年は、多くの人が仕事を失い、人との交流を絶たれ、社会の自殺リスクが飛躍的に高まった時期でもあります。

2020年の全国の自殺者数は、19年より912人(4.5%)多い2万1081人でした。10年連続で減少していた年間自殺者数は、リーマン・ショック後の2009年以来、11年ぶりに前年を上回りました。

報道と自殺の関係について、メディア側の理解も深まり、報道の後には、必ずと言っていいほど悩んでいる人のための相談窓口が紹介されるようになりました。また、メディアがそれぞれの記者に向けて作成した

事件報道の手引きにも、WHOの自殺報道ガイドラインが掲載される例が増えました。インターネットプラットフォームも、記事の見せ方に工夫を重ね、思い悩んでいる人を支える情報の流れをつくろうとしています。

しかし、自殺報道の取組は全国的には改善されてきているものの、一部にはまだ自殺報道ガイドラインに反する報道・放送が行われています。

2022年5月、有名男性タレントが相次いで自殺で亡くなった時は、あるテレビ番組が、男性タレントの自宅前から中継しました。自殺の手段についても言及した報道もありました。街頭インタビューで市民の反応が放映され、生前の映像も繰り返し再生されました。これらは、自殺リスクを高めかねない報道でした。

この時、厚生労働省は、メディアに向けて、1日2回という異例の頻度で注意喚起の文書を公表しました。「子どもや若者、自殺念慮を抱えている人に強い影響を与えかねません。一昨年は自殺報道の影響とみられる自殺者数の増加がありました」として、WHOの自殺報道ガイドラインを踏まえた報道・放送の徹底を求めました。

2023年7月にも若い世代に人気のタレントが自殺しました。メディアは総じて抑制的な報道でしたが、SNSでの拡散は続いており、メディアとしては難しい判断を迫られています。

自殺をなくすための報道をどのように実現していくのか。メディアの責任の重さはもちろんですが、今はすべての人が瞬時にスマートフォンで発信、拡散できる時代です。メディアだけでなく、社会全体の問題として取り組む必要があります。今回、ひな型として作成する「自殺報道についての考え方」は、その一助となることを目指しています。

JIMA 「自殺報道を考えるプロジェクト」チーム