

## マスクとワクチン ——自殺と報道の関係について——

太刀川 弘和

2020年のコロナ禍における自殺者数増加には、有名人の自殺報道が寄与していたことが推測されている。自殺報道と自殺者数増加に関するメカニズムの理解と対策については、近年日本でも少しずつ変化がみられているが、いまだ十分とはいえない。本稿では、コロナ禍の有名人の自殺と自殺者数増加の関連を検討したうえで、これまでの有名人の自殺とメディア報道の関係に関する研究知見を振り返り、考えられる対策を提案した。まず、2020年の有名人の自殺報道記事、インターネット上の報道記事数、コメント、評価件数と月別自殺者数の時系列推移などを検証し、同年は有名人の自殺報道が特別に自殺者数に影響を与えたことを独自に推察した。次に、有名人の自殺報道で生じる自殺は、メディアの集団への影響としての群発自殺現象としてよりむしろ、個人によるメディア情報の社会的学習の結果としての自殺行動の模倣、自殺の伝染モデルでとらえるべきことを紹介した。伝染モデルからメディアの自殺予防対策を考察すれば、情報拡散力が強く孤立しやすいウイズコロナ社会では、ガイドラインに基づく適切な報道をマスク、個人が自殺リスクをもつとき、それをいかに乗り越えるかという自殺予防に関する正しい知識の学習をワクチンに喩えて両方の対策の推進を願う。さらに、臨床においては、軽度の自殺リスクがある患者に対してメディアの影響について問いかけや語らいが求められる。

索引用語 有名人の自殺、自殺の伝染、メディア・ガイドライン、ババゲーノ効果

### はじめに

新型コロナウイルスの感染拡大（コロナ禍）が始まった2020年には、11年ぶりに年間自殺者数が増加に転じた。同年はまた、複数の有名人の自殺連鎖が生じたことが特徴的であった<sup>6)</sup>。

自殺の報道はその内容によって大衆の自殺の危険を促進

したり、自殺予防に寄与したりすることが社会学的自殺研究から知られており、前者はウェルテル効果、後者はババゲーノ効果と呼ばれている<sup>13)</sup>。また有名人の自殺報道 (celebrity's suicide) は、従来から自殺者数を増加させることが知られている。これを欧米では自殺の伝染と呼ぶ。特に有名人の死を美化することや手段や動機などを詳細に報じることで、社会が個人の自殺行動を促進させるとい<sup>2)</sup>。自殺報道と自殺者数増加に関するメカニズムの理解

著者所属：筑波大学医学医療系臨床医学域災害・地域精神医学

編注：本特集は第117回日本精神神経学会学術総会シンポジウムをもとに八木淳子（岩手医科大学医学部神経精神科学講座、岩手医科大学附属病院児童精神科）を代表として企画された。

doi : 10.57369/pnj.23-138

については、この数年間で研究の進展がみられており、コロナ禍を機に日本でも対応に変化が生じているが<sup>4)</sup>、集団データの解析やメディアガイドライン以上の対策ははまだ十分とはいえない。

そこで本稿では、2020年コロナ禍での有名人の自殺連鎖事件を振り返り、自殺とメディア効果に関連する最近の研究知見とあわせて検討したうえで、有名人の群発自殺モデルを再考し、メディアを自殺予防に活かすうえでの課題と精神科臨床でできることを示したい。なお、ここでとりあげる有名人の自殺事件について、著者はその是非や要因を考察する意図はなく、あくまで自殺報道の社会的影響を自殺予防対策に活かす目的で紹介することをあらかじめ付言しておきたい。

## I. 2020年コロナ禍の有名人の自殺連鎖

まず、2020年の有名人の自殺事件を振り返っておこう<sup>14)</sup>。2月にダイヤモンド・プリンセス号の横浜港での検疫事件を端緒に、コロナ禍が始まった。3月にはコメディアンA氏がコロナ罹患により死亡した。4～6月に緊急事態宣言が発出され、さまざまなエンターテインメントが中止に追い込まれた。この間5月には、テレビ番組に出演していた俳優B氏が自殺した。6月に宣言が解除されたが、7月には俳優C氏の自殺事件が発生した。以後9月に俳優D氏、同月に俳優E氏、同月末に俳優F氏、10月にアーティストG氏とほぼ毎月有名人の自殺が生じた。同年の芸能人・プロスポーツ選手の年間自殺者数は17名と前年比2.8倍になった。このうち7～9月に連続したC氏、D氏、E氏、F氏の自殺は、共演歴や交友関係があることから、コロナ禍と因果関係のある連鎖自殺のように報じられた。特にC氏とF氏の自殺<sup>5)</sup>はマスメディアで速報され、その後数週間の報道では、自殺の手段や遺書の存在、動機の推測、本人の生い立ちが、コロナ禍との関係も含めて詳細かつセンセーショナルに頻回に報じられた。以後さまざまな言説が、不確実な情報も含めて、各種メディアで流布され続けた。

一方、2020年の月別自殺者数は7月から増加に転じ、10月に最多となった。厚生労働大臣指定法人「いのち支える自殺対策推進センター（Japan Suicide Countermeasures Promotion Center：JSCP）」の本橋らは、7月の報道後約1週間、9月に約3週間過去データと比べて有意な自殺者数増加がみられ、9月のF氏の事例は10月の自殺者数の増加

分の約7割を説明できることから、コロナ禍の経済雇用環境や医療資源へのアクセス不全などの背景要因効果に加え、有名人の自殺が誘発要因効果として自殺者数の増加に寄与するウェルテル効果をもたらした、と考察している<sup>7)</sup>。

## II. 2020年の自殺連鎖報道のメディア分析

われわれは、2020年のC氏、F氏の自殺に関連する報道を独自に検討した<sup>15)</sup>。具体的には、1) インターネット上の報道記事内容の検討、2) 月別自殺者数と報道検索数のGoogle Trendsによる時系列分析、3) Yahoo ニュース、Yahoo ニュースコメントの記事数の時系列推移の検討を行った。方法として、報道記事内容は世界保健機関（World Health Organization：WHO）の自殺報道メディア・ガイドライン<sup>18)</sup>への抵触があるかどうかを質的に検討し、報道と自殺との関連は、C氏、F氏、自殺のキーワードで、Google Trendsは2020年1～12月、その他はC氏のなくなった7月18日～12月31日の間検索を行い、収集されたデータを月別自殺データと比量的に比較検討した。なお、Yahoo ニュースとコメントはクローラープログラムを独自に作成して収集した。

まず、C氏、F氏の自殺報道の記事は、ニュース速報として報じられ、自殺と大きく書かれたセンセーショナルなイメージで、本人の画像とともに推定動機や自殺方法の詳細を不確実な情報を交えて報じたものが多く、自宅場所や関係者の話を載せているものもあった。閲覧できた報道内容の多くは、表1に示す2017年版のWHOの自殺報道に関するメディア・ガイドライン<sup>18)</sup>の「してはならないこと」の(i)～(vi)のすべてに抵触している一方、「やるべきこと」の(i)しか実施していなかった。

次に、キーワードを「自殺」としてGoogle Trendsの月別検索指数と月別自殺者数を比較したところ、図1のように、B氏がなくなった5月、C氏がなくなった7月、F氏がなくなった9月に明確な検索指数の増加がみられ、月別の自殺語検索指数と女性自殺者数は1ヵ月遅れで交差相関係数が0.73と有意に高い相関を認めた。さらに、月別自殺者数の前年比増加率は、8月が19.6%、10月が42.9%と他の月の増加率12～13%に比しても極端な短期的増加を示していた。すなわち、自殺者数が有名人の自殺、情報の検索と時間的関連があることが確認された。

最後にC氏、F氏の自殺のニュース記事数、コメント件数の時系列推移を検討した。C氏の自殺関連ニュースの

表1 WHOの自殺報道に関するメディア・ガイドライン概要

「やるべきこと」	「やってはいけないこと」
(i) どこに支援を求めるかについて正しい情報を提供すること	(i) 自殺の報道記事を目立つように配置しないこと。また報道を過度に繰り返さないこと
(ii) 自殺と自殺対策についての正しい情報を、自殺についての迷信を拡散しないようにしながら、人々への啓発を行うこと	(ii) 自殺をセンセーショナルに表現する言葉、よくある普通のこととみなす言葉を使わないこと、自殺を前向きな問題解決策の1つであるかのように紹介しないこと
(iii) 日常生活のストレス要因または自殺念慮への対処法や支援を受ける方法について報道をすること	(iii) 自殺に用いた手段について明確に表現しないこと
(iv) 有名人の自殺を報道する際には、特に注意すること	(iv) 自殺が発生した現場や場所の詳細を伝えないこと
(v) 自殺により遺された家族や友人にインタビューをするときは、慎重を期すること	(v) センセーショナルな見出しを使わないこと
(vi) メディア関係者自身が、自殺による影響を受ける可能性があることを認識すること	(vi) 写真、ビデオ映像、デジタルメディアへのリンクなどは用いないこと

(文献 18 より引用)

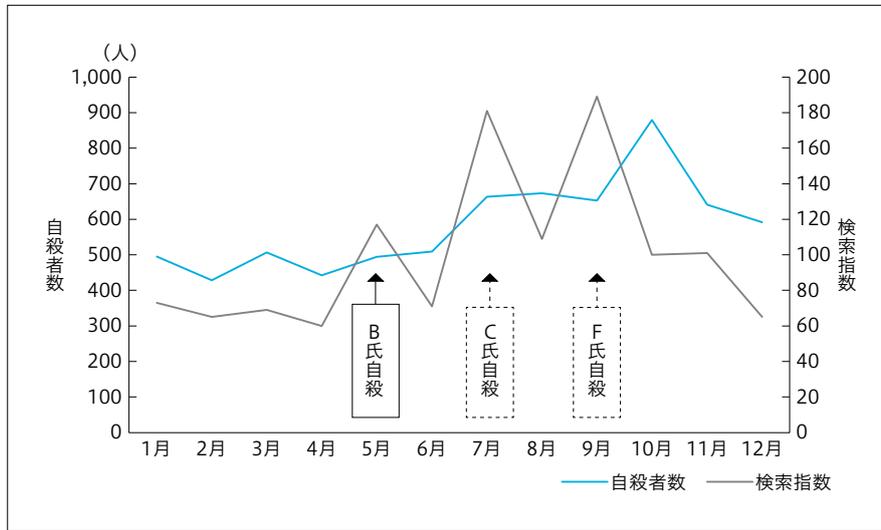


図1 2020年12月別自殺語検索指数と女性自殺者数の関係 (文献 15 より引用)

記事件数は、C氏の自殺当日には、40件程度であったが、その後も少数ながら12月まで長期間記事が続き、総記事数は566件に上った。一方、F氏の記事は自殺報道当日には120件以上とC氏の3倍に上ったが、1週間で急速に減少し、1ヵ月ほどでみられなくなった結果、総記事数は同期間で443件とC氏に比して少なかった。またC氏の自殺記事によせたコメントのうち「死にたい」という言葉が入ったものは1,537件と記事1件あたり3件あり、そのコメントを好意的に評価したGood数は254,522件、当初記事数の450倍に達した。また、コメント件数はC氏の死亡翌日の100件よりF氏の死亡当日が2倍以上多いという、二峰性の時系列推移を示した。一方、F氏の自殺記事によせたコメントのうち「死にたい」という言葉が入ったものは1,323件あり、そのコメントを好意的に評価したGood数は166,688件、記事数の376倍に達した。以上の結果

は、F氏とC氏の自殺が相互に関連づけられ、結果情報量が増加したことを示している。まとめると、2020年の有名人の自殺は、ネットメディアで数百倍に拡散され、連鎖と報じられたために、9月の自殺の影響は7月分をあわせて相乗的に作用し、自殺者数増加に特異的に強い影響を与えたと思われる。

### III. 有名人の自殺の伝染

有名人や新奇な方法による自殺事件を報じた後、群発自殺が生じるという現象は、ゲーテの小説『若きウェルテルの悩み』の発売後、同じ手法で自殺する若者が多数生じた事件にちなみ、社会学者のPhillips, D. P.により「ウェルテル効果」という名で報告された<sup>11)</sup>。以後この現象は世界中で確認され、日本でも、1989～2010年の有名人の自殺報

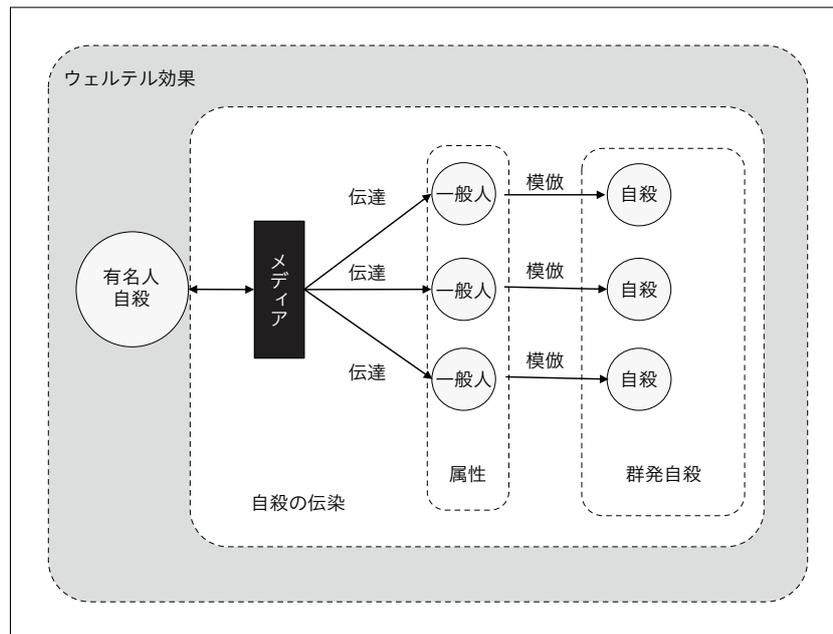


図2 有名人の自殺の伝染に関連する用語整理図  
(文献15より引用)

道とその後の自殺者数との関係を検討し、新聞報道の開始当日に1日の自殺者数は5%増加し、10日間その影響が続くこと、特に芸能人の自殺報道は最終的に5%以上の自殺者数増加をもたらすことが報告されている<sup>17)</sup>。最新のシステマティックレビューでも、1人の有名人の自殺報道によってその後平均1ヵ月間で13%自殺者数が増加し、有名人が用いた自殺方法が報道されると同じ方法の自殺者数が30%増加することが見いだされている<sup>9)</sup>。

これらの知見を踏まえ、WHOは、自殺報道に関するメディア・ガイドライン<sup>18)</sup>を作成している。メディア・ガイドラインは多くの国で作成され、さまざまな自殺予防関係者がメディアにこれを周知し、遵守する活動が行われているが、十分に遵守されていないことが問題になっている。2020年以降、JSCPは厚生労働省と何度も記者会見し、過度な報道の自粛とWHOの自殺報道に関するメディア・ガイドラインの遵守を呼びかけた<sup>3)</sup>。

しかし、なぜ有名人の自殺報道は群発自殺をひきおこすのだろうか。欧米では、有名人の自殺が集団に拡大する現象を、集団に伝播しやすいという現象の特性を感染症になぞらえて「自殺の伝染 (suicide contagion)」と呼ぶ。Cheng, Q.ら<sup>2)</sup>は、自殺の伝染に関する340論文をレビューし、「自殺の伝染は群発でも伝達でも集団属性でもなく、社会的学習による模倣現象と定義されるべきである。Phillipsが自殺の集団統計を用いてウェルテル効果という名前で一

般化したために、自殺の伝染は個人現象ではなくメディアと社会の集団現象ととらえられ、個人の自殺模倣行動の解明に結びつかなくなってしまった」と述べている。

図2に理解を深めるために自殺の伝染の模式図を示した。有名人の自殺情報がメディア報道によって一般人に伝達され、彼らのうちある属性をもつものが、模倣行動で自殺に至る現象が自殺の伝染である。ウェルテル効果は、自殺情報のメディアによる集団への伝達の結果、自殺が増えるという集団としての現象を指し、群発自殺は集団の自殺行動の結果である。これらの概念は集団現象の説明に終始しており、個人の自殺行動の理由を解釈できない。一方、模倣行動が自殺の伝染の本質だとすれば、なぜ有名人の自殺が自殺者数に影響を与えるのか理解しやすい。理想化や同一化している有名人の衣服や行動を人々が模倣するのは自明である。Bandura, A.の社会的学習理論<sup>1)</sup>によれば、人は他者の行動を自由意志で観察・模倣すること(モデリング)によって学習する。有名人の自殺行動を詳細に報じれば、その有名人を人生のロールモデルとする人達や、精神障害で脆弱性を抱える人達は、自殺を模倣したくなる。つまり自殺の伝染は、有名人の自殺報道をロールモデルとして自殺方法を学習し模倣する社会的学習の結果である。

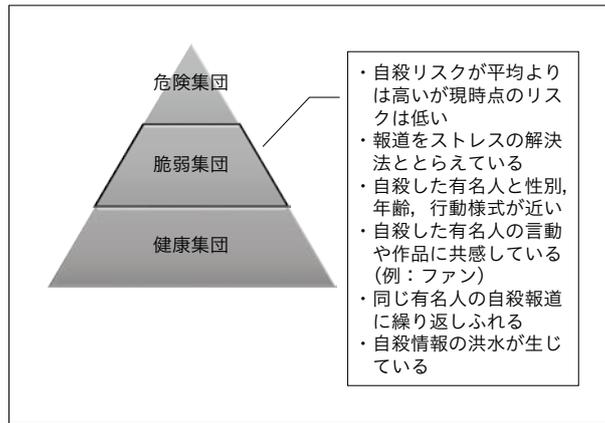


図3 有名人の自殺に感染しやすい人々と環境  
(文献 16 より引用)

表2 パパゲーノ効果を検証した研究報告

著者	対象集団	メディア	結果
Till, Strauss, Sonneck & Niederkrotenthaler (2015)	成人 95 名	ハリウッド映画	人生の満足度が上がり、世界への共感性が高まった。
Arendt, Till & Niederkrotenthaler (2016)	大学生 112 名	新聞報道	逆境に立ち向かう認識が弱かった参加者の自殺念慮が減った。
Till, Tran, Voracek & Niederkrotenthaler (2017)	成人 161 名	教育的ウェブサイト	相対的に高い自殺傾性がある参加者の自殺念慮減少、自殺予防関連知識の向上。
Arendt, Scherr, Niederkrotenthaler, Krallmann & Till (2018)	成人 273 名	新聞報道	自殺危機への対処と自殺に関する誤った知識の修正に関する読み物を読んだ後の自殺関連の知識の増加と自殺を考えている人への適切な支援意識の増加。
Braun, Benedikt, Pirkis & Niederkrotenthaler (2020)	未成年 299 名	若者が危機から回復し希望を語るビデオ	自殺念慮を援助希求で処理する仲間の個人的物語は、若者に明らかな自殺予防効果をもたらした。

(文献 10 より引用)

#### IV. コロナ禍を機に考える メディアと自殺のあり方

有名人の自殺を情報の伝染モデルと考えれば、医学的・公衆衛生的な考察と対策の余地が生じる。それはコロナ禍の「マスク」と「ワクチン」に喩えうる。

まずマスクとみなせるのはメディア・ガイドラインである。コロナ禍で自殺が増えた1つの理由は、それがもたらした infodemic と呼ばれる情報洪水による不確実な情報、偏見などの情報バイアスや、social distance により孤立した人々の認知バイアスと考えられる<sup>12)</sup>。孤立した人々に有名人の自殺に関する真偽不明の情報が頻りに流れれば、自殺傾性がある人の自殺リスクをかなり高めることになるだろう。言い換えれば、自殺の伝染(感染)は、情報疫学

(infodemiology) の問題である。表現の自由は担保しつつ、いかに適切な健康情報を流し、個人の自殺リスクを高めるような不適切情報を流さないかということで、不適切な情報をウイルスに喩えれば正にこれは感染対策となる。ここでは、対策指針としての自殺の報道ガイドラインをいかに適切に運用できるかが重要となる。

このような点からみると、JSCP が自殺事件直後に毎回報道各社にガイドラインをメッセージとして送ったり、SNS 事業者を巻き込んで自殺報道のあり方についての勉強会を開くようになったりしたこと<sup>5)</sup>は評価できる。また、自殺の伝染は報道だけでなく、自殺の場面がある映画、物語、音楽などさまざまなメディアで生じること、ガイドラインに沿って適切にコンテンツを制作すれば伝染はそれほど広がらないこと、故人の人生や社会・芸術への貢献に焦点をあてた報道は、自殺率と関連しないこと、などのエビ

デンスが増えてきている<sup>19)</sup>。著者は先日映画制作会社から適切な自殺場面の描写に関する監修依頼があり、意識の変化に驚いた。ただし、日本の若者の自殺に強い影響を与えていないかと個人的には危惧している漫画やアニメ、ゲーム（いわゆる鬱漫画、鬱ゲー）にガイドラインを適用するような動きは著者が知る限りみられておらず、今後の課題と思われる。

もう1つの感染対策、ワクチンとみなされるのは、パパゲーノ効果<sup>8)</sup>である。これは、厳しい環境で自殺念慮をもった個人が、その危機を乗り越えた報道内容による、有意な自殺予防効果を指す。パパゲーノ効果を提唱したNiederkröthaler, T.らは、自殺の報道で影響を強く受ける集団が、図3に示すように、(i) 一般集団より自殺リスクは高いと判断されるが現時点でのリスクは低い（例：軽い希死念慮や過去の自殺企図の既往はあるが、現時点で強い自殺念慮や自殺企図の予定はない）、(ii) 報道をストレスの解決法ととらえている、(iii) 自殺した有名人と性別、年齢、行動様式に近い、(iv) 自殺した有名人の言動や作品に共感している（例：ファン）、(v) 同じ有名人の自殺報道に繰り返しふれるという特徴をもつ、(vi) 自殺情報の洪水が生じている、という脆弱集団であることを見いだした<sup>16)</sup>。また、先にウェルテル効果で問題となったように、有名人の自殺報道と自殺者数に統計上みられた見かけの関連が、報道と個人の自殺に実際は関連がないという生態学的誤謬（ecological fallacy）<sup>20)</sup>をさけるため、表2のように個人に映画、新聞、ビデオ、ウェブサイトなどさまざまなメディアを介してパパゲーノ効果を企図したランダム化比較試験を実施し、対象集団の自殺念慮が下がる社会的学習効果を得られたことを報告している<sup>10)</sup>。これらのエビデンスは、自殺リスクがある個人に適切な自殺予防教育を施せば、一次予防につながることを示唆している。パパゲーノ効果のエビデンスは、現在のところ欧米の報告に限られており、文化的差異も想定されるため、わが国での研究が望まれる。

## おわりに

上記に論考した通り、自殺とメディアの関係は当初の新聞記事と自殺統計の関連に基づくメディアを悪者にした集団レベルの社会的な議論から、報道ガイドライン、メディアの自殺予防効果（パパゲーノ効果）の発見を経て、自殺リスクのある個人に対しメディアをどのように有効活

用するかという臨床レベルの話に進んできている。日常臨床では、例えばうつ病の思春期患者に、同年代の有名人の自殺事件がメディア報道された際に、外来で感想を聞くべきか迷ってスルーした経験はないだろうか。ここまでの省察でわかるようにそれをどう考えるか問うことは自殺リスクの確認になり、その死を悼みつつ、自殺を乗り越えた個人の物語や自殺予防の知識を加えることで治療的転回が生じる可能性もある。病跡学を持ち出すまでもなく、昔から有名人と精神科医はなじみのはずだから。

なお、本論文に関連して開示すべき利益相反はない。

**謝辞** 本稿の内容は、2021年の本学会学術総会シンポジウム「コロナ禍の自殺の増加について」と2022年の本学会自殺対策委員会の記者クラブ勉強会「自殺とメディア報道—コロナ禍の自殺予防の視点から—」における著者の発表内容に些少の考察を加えて作成したものである。本稿分析のデータ収集に協力いただいた池田雄太郎氏、分析に協力いただいた前川翔太先生（ホスピタル坂東）に感謝する。

## 文献

- 1) Bandura, A. : Social Learning Theory. General Learning Press, New York, 1971
- 2) Cheng, Q., Li, H., Silenzio, V., et al. : Suicide contagion : a systematic review of definitions and research utility. PLoS One, 9 (9) ; e108724, 2014
- 3) いのちを支える自殺対策推進センター：「自殺報道ガイドライン」を踏まえた報道の呼びかけ。2020
- 4) いのちを支える自殺対策推進センター：コロナ禍における自殺の動向に関する分析（緊急レポート）。2020 ([https://3112052d-38f7-4601-af43-2555a2470f1f.filesusr.com/ugd/0c32a8\\_91d15d66d1bf41a69a1f41e8064f4b2b.pdf](https://3112052d-38f7-4601-af43-2555a2470f1f.filesusr.com/ugd/0c32a8_91d15d66d1bf41a69a1f41e8064f4b2b.pdf))（参照 2022-05-05）
- 5) いのちを支える自殺対策推進センター：「第2回 自殺報道のあり方を考える勉強会—ネット上での拡散への対応とその課題—」開催レポート。2022 ([https://jscp.or.jp/action/jisatsu\\_benkyo\\_kai\\_report211219.html](https://jscp.or.jp/action/jisatsu_benkyo_kai_report211219.html))（参照 2022-05-05）
- 6) 厚生労働省：令和3年版自殺対策白書。2021 ([https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/hukushi\\_kaigo/seikatsuho-go/jisatsu/jisatsuhakusyo2021.html](https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/hukushi_kaigo/seikatsuho-go/jisatsu/jisatsuhakusyo2021.html))（参照 2022-05-05）
- 7) 本橋 豊，木津善雅：ポスト・コロナ時代の自殺対策。公衆衛生，85 (3) ; 130-137, 2021
- 8) Niederkröthaler, T., Voracek, M., Herberth, A., et al. : Role of media reports in completed and prevented suicide : Werther v. Papageno effects. Br J Psychiatry, 197 (3) ; 234-243, 2010
- 9) Niederkröthaler, T., Braun, M., Pirkis, J., et al. : Association between suicide reporting in the media and suicide : systematic review and meta-analysis. BMJ, 368 ; m575, 2020
- 10) Niederkröthaler, T., Till, B. : Effects of suicide awareness

- materials on individuals with recent suicidal ideation or attempt : online randomised controlled trial. *Br J Psychiatry*, 217 (6) ; 693-700, 2020
- 11) Phillips, D. P. : The influence of suggestion on suicide : substantive and theoretical implications of the Werther effect. *Am Sociol Rev*, 39 (3) ; 340-354, 1974
- 12) 笹原和俊 : フェイクニュースを科学する—拡散するデマ, 陰謀論, プロパガンダのしくみ—. 化学同人, 京都, 2021
- 13) 太刀川弘和 : 自殺予防とメディア—ウェルテル効果とパパゲーノ効果—. *精神科治療学*, 30 (3) ; 369-374, 2015
- 14) 太刀川弘和, 河西千秋 : コロナ時代の有名人の自殺に関連した報道のあり方. *自殺予防と危機介入*, 41 (1) ; 39-42, 2021
- 15) 太刀川弘和, 池田雄太郎 : 有名人の模倣自殺とメディア. *精神科治療学*, 36 (8) ; 875-879, 2021
- 16) Till, B., Vitouch, P., Herberth, A., et al. : Personal suicidality in reception and identification with suicidal film characters. *Death Stud*, 37 (4) ; 383-392, 2013
- 17) Ueda, M., Mori, K., Matsubayashi, T. : The effects of media reports of suicides by well-known figures between 1989 and 2010 in Japan. *Int J Epidemiol*, 43 (2) ; 623-629, 2014
- 18) World Health Organization : Preventing suicide : a resource for media professionals, update 2017 (自殺総合対策推進センター訳 : 自殺対策を推進するためにメディア関係者に知ってもらいたい基礎知識 2017年 最新版) (<https://www.mhlw.go.jp/content/000526937.pdf>) (参照 2023-08-10)
- 19) World Health Organization : Preventing suicide : a resource for filmmakers and others working on stage and screen (自殺総合対策推進センター訳 : 自殺対策を推進するために映画製作者と舞台・映像関係者に知ってもらいたい基礎知識. 2020) (<https://www.mhlw.go.jp/content/000526937.pdf>) (参照 2023-08-10)
- 20) 米本直裕 : 過去の研究報告からみた震災による自殺への影響—震災後に自殺は増えるのか?—. *日本社会精神医学会雑誌*, 21 (1) ; 78-81, 2012
-

# ‘Mask’ and ‘Vaccine’ : Association between Celebrity Suicide Reports in the Media and Suicide

Hirokazu TACHIKAWA

Department of Disaster and Community Psychiatry, Division of Clinical Medicine,  
Faculty of Medicine, University of Tsukuba

It has been speculated that celebrity suicide reports may have contributed to the increase in the number of suicides in Japan reported in 2020 during the Covid-19 pandemic. Although there has been some progress in Japan regarding the understanding of the mechanisms and countermeasures related to media reports for suicide prevention in recent years, efforts are insufficient. Herein, we examine the relationship between celebrity suicide reports and the increase in the number of suicides due to the Covid-19 pandemic. We also review research findings on the relationship between celebrity suicides and media coverage and propose possible countermeasures.

We examined articles reporting celebrity suicides (number of articles, comments, and evaluations) on the Internet ; the time series of the number of suicides by month in 2020 ; and studies that independently suggested that celebrity suicide reports had an impact on the number of suicides in 2020. We used a suicide contagion model that suicides caused by media coverage of celebrity suicides are an imitation of suicidal behavior because of social learning from the media rather than a cluster of suicide phenomena.

Considering media measures for suicide prevention from the contagion model, we propose that, in the context of a society where information diffusion is strong and people are easily isolated, appropriate media coverage based on guidelines can be used as a ‘mask’, and learning of correct knowledge about suicide prevention, such as how to overcome suicide risks when individuals are at risk, can be regarded as a ‘vaccine’. Both of these suicide prevention measures for media should be promoted in the Covid-19 era. Our findings suggest that in clinical practice, we should ask patients who are at mild risk of suicide about the influence of media reports of celebrity suicides.

**Author’s abstract**

**Keywords** celebrity suicides, suicide contagion, media guideline, Papageno effect