

网络自杀新闻报道及其影响因子研究^①

——基于传播学研究的内容分析法

沈正赋 许逸

摘要:互联网已成为人们获取信息的重要渠道和载体,网络新闻的议题会在很大程度上主导网民的“议事日程”。当自杀成为日益严重的社会问题时,网络媒体对自杀新闻报道的数量、方式和态度显得尤为重要。本文对2009年9-11月间新浪、搜狐、网易、新华网、南方报网等国内五大网站的自杀新闻进行研究,运用传播学研究的内容分析法,来探讨我国网络媒体是如何报道自杀新闻和设置相关议题。

关键词:自杀 网络自杀新闻 报道失当 议题设置

一、研究背景

自杀是一个全球性的社会问题,全球每年约有120万人死于自杀(联合国政策协调和可持续发展署,2002),即每26.3秒地球上就有一个人死于自杀。此外,有自杀意念与企图者约占全球人口的10%。我国每年有28.7万人自杀死亡,200万人自杀未遂。“每发生1例自杀死亡或自杀未遂,至少会有5个和他密切相关的亲人、朋友、同事或照顾者因此遭受严重的心理创伤,这种心理创伤有时会持续很多年甚至后半生……因此,自杀行为已成为我国一个及其重要的公共卫生问题,影响国家的经济和社会发展”(李献云,2007:143)。媒体对于自杀的再现与现实生活中的自杀行为之间存在着复杂的联系。德国文学家歌德1774年创作并发表《少年维特之烦恼》,作品的主人公维特为情开枪自杀。小说出版后,欧洲许多青年男子仿效维特的方法结束生命,因此该小说当时被许多国家查禁。后来的媒介研究者将模仿媒介产品或报道的自杀行为称为“维特效应”(Schmidtke A, Schaller S. 1998:127-131)。

20世纪70年代,美国社会学家格伦·斯帕克斯(2004:324)研究发现,报纸与电视上的自杀新闻报道量与随之而来的自杀数量成正比;自杀报道的传阅率越高影响力越大,其诱发的自杀率也会越高、越严重。在电视报道自杀案例后,自杀数量在10天内逐渐攀升,如果自杀者是名人,且在多家电视台、多个频道或栏目相继报道,其负面影响及诱导效应尤为明显。大众媒体对于社会公众人物尤其是演艺界明星自杀的报道,所引发的负面影响不可忽视。1962年,美国电影明星玛丽莲·梦露自杀当月,美国增加了303个自杀案例,同比增加12%(Stack S. 2000: 81: 957-971)。1986年4月8日,日本歌星冈田由希子跳楼自杀的新闻被媒体大肆渲染后,两周内有二十多名青少年自杀。当年的前11个月,日本青少年自杀人数达333名,比1985年同期高44%,心理学家称之为“由希子症候群”事件(周达生、戴梅竞,1993:244)。2003年4月1日,中国香港艺人张国荣自杀事件发生后,当年4月份香港共发生131宗自杀身亡案件,较3月份增加32%,亦较2002年4月份多出18人。在这些自杀案件中,跳楼死亡的占32%,在所有自杀方法中比例最高。在当月的自杀者中,有几名死者在轻生前留下的遗书中清楚写明其自杀与张国荣轻生有关。

当下社会已进入网络化时代,网络媒体作为大众媒介的重要组成部分,其对自杀新闻的报道也

^① 课题项目:安徽省精品课程《新闻采访学》。安徽省教学研究项目《新闻传播学专业结构调整与人才培养方案改革研究与实践》(项目编号2007jyxm201)。

会不可避免地造成一些负面的社会效应,因此需要引起社会各界的高度关注与足够重视。

二、研究目的和研究内容

按照著名传播学家李普曼的观点,在大众传播高度发达的现代社会,人们的行为与三种意义上的“现实”发生着密切的联系:一是实际存在的“客观现实”,二是传播媒介有选择地提示的“象征性现实”(即拟态环境),三是人们在自己头脑中描绘的“关于外部世界的图像”,即“主观现实”。“主观环境”亦即人们的现实观,它是人们的现实行为的依据。在传统社会里,主观现实是对客观现实较为直接的反映,而在媒介社会,人们对客观现实的认识在很大程度上需要经过媒介提示的“象征性现实”的中介(郭庆光,1999:224-225)。那么,传播媒介对人们的现实观究竟具有什么样的影响?这种影响是如何发生的?传播媒介在提示“现实”之际具有什么样的倾向性?为什么大众传媒对于自杀新闻的报道会导致其后一段时间内自杀事件的激增?这些必然涉及到社会学、社会心理学等相关学科领域。我们认为,改进对自杀新闻的报道,尽可能地削弱自杀新闻给受众带来的负面效应,避免受众对自杀事件和自杀行为产生错误的认识,倡导积极乐观的生活态度,则是媒体的新闻工作者义不容辞的责任。这就是本文研究的目的所在。

本文试图从以下四个方面对我国网络自杀新闻进行统计与分析:一是网络自杀新闻数量特征;二是网络自杀新闻内容表现形式特征;三是网络自杀新闻呈现的自杀特征;四是网络自杀新闻报道文本特征。结合国内外其他学者的研究成果和本次研究的发现,本文就如何改进网络自杀新闻报道方法提出相应的对策。

三、研究方法 with 样本采集

(一)研究方法

考察社会现象离不开调查,调查是传播学研究的基本方法。在传播学研究中,调查的应用范围是非常广泛的,它涵盖了传播者分析、内容分析、媒介分析、受众分析和传播效果分析的所有领域。本文侧重于内容分析。作为传播学研究的基本方法之一,内容分析的任务是将使用语言表达的文献转换为使用数量方式表达的资料。其结果一般与实地调查相同,以频次、百分数等图表进行描述(张国良,1995:66)。讯息内容是传播研究的一个重要领域,对讯息内容的研究和考察也就是内容分析。美国学者贝雷尔森在1952年曾为内容分析下过这样一个定义:“内容分析,是一种对明示的传播内容进行客观、系统和定量描述的调查方法”(Beelson, B, 1952)。这个定义认为内容分析有四个特点,即分析对象是“明示的传播内容”、程序上的客观性、系统性和定量性。

内容分析法除科学检测假设外,还有7项功能:描述传播内容的倾向;说明信息来源的特征;检查传播中不符合标准的内容;分析劝服的方法;分析文本;说明读者对信息的意见;描述传播的模式等。这一研究方法适用于各种信息资料包括网上新闻的分析。

在大众传播高度普及的今天,我们关于社会事物的绝大多数认识和信息都来自于传播媒介,如果大众传播的内容(形成“拟态现实”)不能正确地反映现实,缺乏客观性和公正性,就会引起我们的认识和判断的失误,并由此产生各种各样的社会问题。因此,通过内容分析来检验媒介提示的“拟态现实”与客观现实之间的一致程度,防止媒介歪曲现实的某些倾向是具有重要意义的(郭庆光,1999:285)。

(二)样本采集

1. 目标媒体的选定

本研究以互联网媒体网站为目标媒体。在选择目标媒体时主要考虑综合性网站和专业新闻网站。本研究选择的目标媒体包括:国内三大综合性门户网站——新浪、搜狐、网易,以及两大专业性

新闻网站——新华网和南方报网,共5家媒体。

2. 时间范围的选定

鉴于本研究是现状研究,需要将名人自杀事件前后网络自杀新闻的数量和内容进行对比,再加上国内歌手陈琳在2009年10月31日自杀身亡这一事件比较典型,因此我们选择时间相对较近的三个月份,即2009年9月、10月、11月作为研究时段。

3. 分析单位的选定

本研究通过互联网搜索引擎“百度”进行搜索,在新闻标题中带有“自杀”这一关键词的搜索结果中,选取以自杀为主题的新闻报道,包括各类新闻文体。本研究要求整篇报道以自杀为新闻主题,如果仅仅是报道中提及“自杀”字样,而并非以此议题为主,则不在考察之列。由于本研究针对国内现状,因此只选择国内(包括港澳台地区)自杀事件的新闻报道,至于国外自杀事件的报道,以及政治性自杀、宗教性自杀、邪教性自杀等特殊性的自杀事件,均不在本研究考察之列。本研究亦不考察视频类的网络自杀新闻。

四、研究结果与研究发现

(一)网络自杀新闻的总量分布与数量特征

从总体分布来看,本研究中五个网站(新浪、搜狐、网易、新华网、南方报网)各目标时段自杀新闻的抽样总数为350篇,各网站不同月份目标样本数量分布如下(见表1):

表1 各网站不同月份自杀新闻样本数量分布

时间 媒体	新浪	搜狐	网易	新华网	南方报网	总计篇数 (百分比)
九月	22	9	24	11	7	73(20.86%)
十月	29	19	27	8	4	87(24.86%)
十一月	72	21	58	16	23	190(54.28%)
总计篇数 (百分比)	123 (35.14%)	49 (14.00%)	109 (31.14%)	35 (10.00%)	34 (9.72%)	350 (100%)

研究发现,自杀议题的新闻在五个网站和三个月份中的分布差异都较大,其总量分布与数量特征主要有以下几点:

1. 媒体差异

在本研究选取的三大综合性门户网站中,新浪和网易的自杀新闻报道数量较多,分别为123篇和109篇,分别占样本总量的35.14%和31.14%;搜狐的自杀新闻报道相对较少,为49篇,占样本总量的14.00%。两大专业性新闻网站——新华网和南方报网的自杀新闻报道数量不多,分别为35篇和34篇,分别占样本总量的10.00%和9.72%,均不超过样本总量的10%。可见,综合性门户网站的自杀新闻报道较多,而严肃的专业性新闻网站对自杀的报道数量显得相对较少。

2. 时段差异

在本研究选取的三个时段中,11月份的网络自杀新闻数量最多,达到190篇,占样本总量的54.28%。9月份和10月份的网络自杀新闻数量分别是73篇和87篇,分别占样本总量的20.86%和24.86%,合计还不到总量的一半。我们认为,国内歌手陈琳在2009年10月31日自杀身亡这一事件的报道以及后续报道,是导致11月份网络自杀新闻数量激增的主要原因。

3. 转载数量

如图1所示,在本研究的350个新闻样本中,共有原创新闻244篇(69.71%),非原创新闻106篇(30.29%)。在244篇原创新闻中有73篇被转载185次,已超过样本总量的一半。可见,尽管网络自杀新闻中原创新闻数量占大多数,但转载现象也还非常明显。

图 1 原创新闻与非原创新闻的数量对比

4. 名人自杀事件

在本研究的目标时段中,2009年10月31日歌手陈琳跳楼是一个突发事件,报道数量众多,达到72篇,占样本总量的20.57%。其中仅11月份就有57篇,达到该月样本比例的35.26%(见图2)。陈琳事件发生后的11月,自杀新闻数量激增,超过目标时段前两个月的总和,达到190篇,占样本总量的54.28%。可见,名人突发性自杀事件对于网络媒体的“聚焦”影响较大,亦增加了网络上相关议题的报道数量。

图 2 陈琳事件占样本的比重

(二)网络自杀新闻内容表现形式特征

1. 网络自杀新闻议题分布

从网络自杀新闻议题的整体分布来看(见表2),报道最多的议题为个案报道(76.29%);报道最少的三项议题(均不超过总量的5%)分别是:自杀预防、干预或救治方法(2.86%),自杀预防与干预的社会活动(3.43%),自杀研究、数据及概况(4.57%)。

2. 网络自杀新闻报道语气分布

如表3所示,网络媒体在报道自杀事件时往往采取中立态度(74.28%),遵循新闻客观报道的原则;有22.86%的新闻报道对自杀事件(包括自杀身亡与自杀未遂)表现出批评态度,意在指责轻生者逃避现实,对自己、家庭和社会不负责任;有2.86%的新闻对自杀身亡及自杀未遂者持同情态度,告诫人们要热爱生活,珍爱生命。

表 2 网络自杀新闻议题分布

新闻议题	篇数	百分比
个案报道	267	76.29%
自杀预防、干预或救治方法	10	2.86%
自杀研究、数据及概况	16	4.57%
自杀预防与干预的社会活动	12	3.43%
民众对自杀及未遂者的态度	20	5.71%
其他	25	7.14%
总计	350	100%

表 3 网络自杀新闻报道语气分布

报道语气	篇数	百分比
正面语气	10	2.86%
中立语气	260	74.28%
负面语气	80	22.86%
总计	350	100%

(三)网络自杀新闻呈现的自杀特征

1.网络自杀新闻中自杀者年龄组分布

在本次研究选取的新闻报道中,自杀死亡及未遂者的人数总共为 290 人,其中提及自杀者年龄的有 233 人,具体的年龄组分布如下表(表 4)。

可见,网络自杀新闻中,自杀者以 40 岁以下居多,

儿童和青少年(34.33%)以及青年(39.49%)合计占到样本总量的 73.82%,而中年、老年人则分别占 12.88%和 13.30%。参照我国自杀现状的研究成果^①,网络自杀新闻中自杀者的年龄组分布与实际生活中各年龄组的自杀率基本一致。

2.网络自杀新闻中自杀者性别分布

从表 5 中我们可以看出,本研究样本中自杀者的性别分布情况:男性自杀身亡者 98 人,女性自杀身亡者 114 人,男女比例为 1:1.16;男性自杀未遂者 31 人,女性自杀未遂者 41 人,男女比例为 1:1.32。

我国自杀现状的研究结果显示,现实中男性与女性自杀身亡者的比例为 1:1.4,样本中的比例与之基本相符;现实中男性与女性自杀未遂者的比例为 1:3,自杀未遂者中有 76%是女性,显然样本中女性自杀未遂者的比例较现实偏低。

3.网络自杀新闻中自杀者城乡分布

从表 6 中我们可以看到,网络自杀新闻中城市与农村自杀身亡人数之比为 2.62:1(139:53)。然而我国自杀现状的研究结果显示,我国农村自杀率比城市自杀率高 3 倍;网络自杀新闻中城市与农村自杀未遂人数之比为 1.5:1,而现实中城市与农村自杀未遂人数之比为 4.85:1。

表 4 网络自杀新闻中自杀者年龄组分布

年龄组	人数	百分比
儿童和青少年(0~24岁)	80	34.33%
青年(25~39岁)	92	39.49%
中年(40~54岁)	30	12.88%
老年(55岁及以上)	31	13.30%
合计	233	100%

表 5 网络自杀新闻中自杀者性别分布

性别	自杀身亡人数	自杀未遂人数
男性	98	31
女性	114	41
未交待	5	1
合计	217	73

表 6 网络自杀新闻中自杀者城乡分布

发生地	自杀身亡者人数	自杀未遂者人数
城市	139	36
农村	53	24
未交待	25	13
合计	217	73

表 7

网络自杀新闻中自杀原因分布

自杀原因	自杀身亡者人数(百分比)	自杀未遂者人数(百分比)
对社会不满	11(5.07%)	0(0.00%)
经济困难	3(1.38%)	2(2.74%)
家庭矛盾	11(5.07%)	17(23.29%)
身体疾病	6(2.76%)	2(2.74%)
精神疾病	8(3.69%)	6(8.21%)
工作、学历压力	39(17.97%)	9(12.33%)
感情受挫	24(11.06%)	16(21.92%)
丢面子、被人歧视或误会	3(1.38%)	3(4.11%)
避责自尽	5(2.30%)	0(0.00%)
酗酒	5(2.30%)	3(4.11%)
多种原因	15(6.91%)	5(6.85%)
其他原因	10(4.61%)	8(10.96%)
不可辨识或未交待	77(35.48%)	2(2.74%)
总计	217(100%)	73(100%)

① 费立鹏、李献云、张艳萍,2004,《中国的自杀率:1995—1999年》,参见《北京心理危机研究与干预中心网》(<http://www.crisis.org.cn/page/downloadfile/200481811152472.doc>)。

4. 网络自杀新闻中自杀身亡者与未遂者自杀原因分布

通过表 7 我们发现,在网络自杀新闻中,自杀身亡者的自杀原因前两项分别是:工作、学习压力(17.97%)和感情受挫(11.06%);自杀未遂者的自杀原因前两项分别是:家庭矛盾(23.29%)和感情受挫(21.92%)。

而参照我国自杀现状的研究结果,无论是自杀身亡者还是自杀未遂者,其自杀原因的前两项均是经济困难(40%)和严重身体疾病(38%)。这表明,网络媒体对自杀身亡与未遂者自杀原因的总体特征再现与现实存在较大偏差,网络媒体可能忽视了一些重要的自杀原因,如:经济困难、严重身体疾病对自杀者的致命性影响。此外,心理学研究发现,自杀死亡者的精神病患率为 63%,而媒体中呈现的由于精神疾病而自杀身亡的比例只有 3.69%。

4. 网络自杀新闻中自杀身亡与自杀未遂者自杀方式分布

从表 8 中我们可以看出,网络自杀新闻中自杀身亡者常用的自杀方式前三项分别是:跳楼(53.92%)、服毒(9.68%)和割伤(7.83%);自杀未遂者常用自杀方式的前三项分别是:服毒(21.91%)、割伤(16.44%)和跳楼(13.70%)。参照我国自杀现状的研究结果,网络媒体中呈现的自杀身亡与未遂者使用的自杀方式基本与现实相符。

表 8 网络自杀新闻中自杀方式分布

自杀方式	自杀身亡者人数(百分比)	自杀未遂者人数(百分比)
火器或炸药	10(4.61%)	8(10.96%)
上吊或自缢	15(6.91%)	2(2.74%)
服毒	21(9.68%)	16(21.91%)
跳楼及其他坠高式自杀	117(53.92%)	10(13.70%)
溺水	15(6.91%)	7(9.59%)
割伤	17(7.83%)	12(16.44%)
卧轨	6(2.77%)	3(4.11%)
多种手段	0(0.00%)	5(6.85%)
其他	4(1.84%)	10(13.70%)
不可辨识或未交待	12(5.53%)	0(0.00%)
总计	217(100%)	73(100%)

(四)网络自杀新闻报道文本特征

在文本特征方面,本文主要探讨网络自杀新闻(个案报道)中出现的报道失当情况(路鹏程, 2005)。在本研究样本的 267 篇个案报道中(见表 9),出现一项失当的新闻报道有 106 篇,占 39.70%;出现两项失当的有 89 篇,占 33.33%;出现三项及以上失当的有 39 篇,占 14.61%。也就是说,有 87.64%的个案报道都存在失当的情况,仅有 12.36%的新闻报道基本无失当情况(比例见图 3)。可见,我国网络自杀新闻报道的失当情况比较明显,完全符合标准的新闻报道较少。

表 9 网络自杀新闻(个案报道)中报道失当情况分布^①

报道失当情况	次数	百分比
一项失当	106	39.70%
两项失当	89	33.33%
三项及以上失当	39	14.61%
无失当	33	12.36%
总计	267	100%

图 3 网络自杀新闻报道失当情况比例

^① 报道失当的情况只可能存在于个案报道中,故本项研究的样本数为个案报道的样本数(N=267)而非新闻样本总数(N=350)。

从表 10 中可以看出,网络自杀新闻报道中出现最多的三项失当类型分别为:未提及自杀者对家人及朋友造成的严重伤害(33.83%),描写自杀细节或公布遗书、现场照片(25.68%),将自杀原因简单化、神秘化(13.82%)。

表 10 网络自杀新闻(个案报道)中报道失当类型分布^①

报道失当的类型	次数	百分比
描写自杀细节或公布遗书、现场照片等	104	38.95%
将自杀原因简单化、神秘化	56	20.97%
煽情式、渲染式的报道方式	30	11.24%
使用耸动、煽情的标题或标题与文中信息不一致	30	11.24%
未提及自杀者对家人及朋友造成的严重伤害	137	51.31%
传播其他与自杀相关的错误认识	48	17.98%
合计	405	—

以下分别简述网络自杀新闻报道中失当类型的具体表现:

1. 描写自杀的细节或公布遗书、现场照片

(1)新闻中提及到自杀者服用的毒品或药品的具体名称和剂量,并在上下文中暗示了毒品的药性与药效。

(2)新闻中交代了自杀者具体的自杀时间或地点。

(3)新闻中详细描写了自杀者自杀的过程。

(4)新闻中公布了自杀者的遗书、现场照片等。

样本(个案报道 N = 267)中出现此类失当的报道有 104 篇,占样本总量的 38.95%,表明出现此类失当的情况比较普遍。

2. 将自杀原因简单化和神秘化

(1)新闻常常将自杀行为归结为某单一原因,有时限于报道篇幅和文体甚至将自杀原因简化为仅仅一句话。

(2)新闻常常把自杀原因神秘化,将自杀者描绘在一种神秘莫测甚至莫名其妙的心理下采取自杀行为。

样本(个案报道 N = 267)中出现此类失当的报道有 56 篇,占样本总量的 20.97%,表明出现此类失当的情况不算严重。

3. 煽情式、渲染式报道

(1)将自杀行为美丽化。新闻中将自杀与一些美丽传说、美好事物相比拟,或用一些具有美感的词汇来修饰、描绘自杀行为,制造出一种情绪,营造出一种凄美的氛围。

(2)将自杀行为浪漫化。新闻中将自杀描写成一出爱情悲剧,极力渲染自杀者生前的浪漫爱情,自杀者是爱到深处、“情”不能拔,而为“情”赴死。

(3)将自杀行为闹剧化。新闻中用轻松、调侃的笔调,夸大和戏说某些环节,将自杀描绘成一出滑稽的闹剧。

(4)将自杀行为喜剧化。新闻中淡化自杀未遂的后果,忽视其潜在的心理创伤和危险性,凸显由自杀引发的极其偶然的皆大欢喜的结局。

样本(个案报道 N = 267)中出现此类失当的报道有 30 篇,占样本总量的 11.24%,表明出现此类

^① 由于一个样本中可能会有超过一项以上的报道失当类型,因此本项研究采用累加统计,所以有 N405(报道失当类型总数) > N350(新闻样本总数)的情况。本表中的百分比为该失当类型报道的篇数占总样本中个案报道总数(N = 267)的比例,即“该失当类型的篇数(次数)/样本总数”而非“该报道失当类型的次数/合计次数”,所以百分比合计总数不是 100%。

失当的情况比较少。

4. 使用耸动、煽情的标题或标题与文中信息不一致

(1) 使用耸动、煽情的新闻标题。媒体或使用耸人听闻的字眼来渲染自杀行为的惊悚性:《砍下同行人 肉贩剖腹自杀》;或使用刺激性的、甚至是无中生有的字眼来凸显自杀事件的离奇性:《女孩公厕内脱裤欲自杀 男警察冲进救人》、《彩民连续中奖 900 元后精神崩溃 挥刀欲自杀被救下》;或使用煽情的词语来营造某种氛围:《他生日那天,她跳楼自杀 他昨天开口,追悔莫及》。

(2) 新闻标题与文中信息不一致。这种情况的网络标题在业界被称为“标题党”,即新闻标题有哗众取宠之嫌,内容与标题不相吻合。

样本(个案报道 N = 267)中出现此类失当的报道有 30 篇,占样本总量的 11.24%,表明出现此类失当的情况比较少。

5. 自杀新闻中未提及自杀者对其家人和朋友造成伤害

新闻只注重对自杀过程、自杀原因和自杀结果的报道,而不报道自杀结果所产生的严重后果,尤其是对其家人和朋友造成的严重心理伤害和心灵创伤。

样本(个案报道 N = 267)中出现此类失当的报道有 137 篇,占样本总量的 51.31%,表明出现此类失当的情况比较普遍,需要引起媒体工作者的重视。

6. 传播其他有关自杀的错误认识

(1) 对名人自杀的大肆渲染。前文已提到,本研究样本中关于陈琳自杀事件的报道共有 72 篇之多。甚至在法医鉴定结果出来的 2009 年 11 月 5 日,仅仅新浪网一家媒体就有 12 篇内容非常相似的相关报道,这无疑极大地强化了该事件的影响力。当然,并非所有对名人自杀的报道都属于此类失当,但确有一部分新闻媒体对此大肆渲染和炒作,造成较为恶劣的负面影响。

(2) 对自杀行为态度模糊、立场不明。一些媒体面对自杀行为表现出来的报道姿态,往往貌似不偏不倚,恪守公正,实则是态度模糊,立场不明,未能表达出理性态度和科学立场,不能正确地引导受众如何看待自杀行为。一些媒体甚至对自杀事件的报道采用了正面语气,幸灾乐祸。

样本(个案报道 N = 267)中出现此类失当的报道有 48 篇,占样本总量的 17.98%,表明出现此类失当的情况不算严重,但所造成的负面影响最大。

五、研究结论

(一) 网络自杀新闻数量特征

1. 不同媒体间差异显著

在我国主流的互联网媒体中,综合性门户网站发布的自杀新闻占绝大多数(80.28%),而专业性新闻网站对自杀事件的报道较少(19.72%)。不同媒体间对自杀新闻报道差异表明,自杀作为我国一个日益严重的公共精神健康问题,尚处于政治阶层和精英阶层关注视野的边缘,或至少可以说自杀问题尚未进入严肃媒体和精英媒体的议程框架中心(路鹏程,2005)。

2. 相互转载现象普遍

本研究样本中被转载两次以上的原创新闻有 73 篇,共计转载 185 次,超过样本总量的一半。考虑到本研究仅选取了浩瀚网海中五大网站的自杀新闻作为样本,可以推测网络自杀新闻总量中转载的比例将更大,相互转载现象更加普遍。

3. 热衷于聚焦名人自杀

在名人自杀事件出现后,我国网络媒体的相关报道连篇累牍(72 篇,占样本总量的 20.57%),自杀新闻的总体数量也呈现激增的态势(11 月达 190 篇,占样本总量的 54.28%)。这一方面表明名人自杀事件依然是我国网络媒体设置议题的主要新闻来源之一;另一方面也表明,名人自杀事件发生后,网络媒体对自杀这一议题表现出异乎寻常的兴趣和强烈的关注度。

(二)网络自杀新闻内容表现形式特征

1. 个案报道过多,其他议题被忽视

在自杀新闻的议题呈现方面,网络媒体偏重个案报道(76.29%),媒体的注意力集中在凸显异常性、冲突性、轰动性的“事件型新闻”(eventful content)上。而对有助于预防自杀,提高公众精神健康水平的具有知识性、教育性的“资讯型新闻”(informative content)报道力度不够。本研究议题类型中的“自杀预防、干预或救治方法”,“自杀预防与干预的社会活动”,“自杀研究、数据及概况”均属于“资讯型新闻”,但三者的总和也仅占样本总量的10.86%。

此外,网络自杀新闻中反思自杀的报道少之又少,在350个样本中,仅有2009年11月3日南方报网的《陈琳自杀事件反思 90年代歌手的命运令人唏嘘》和11月16日网易的《抑郁症是自杀的头号祸根》两篇。我们认为,针对自杀的“反思型新闻”(reflective content)应当成为网络媒体今后报道不可或缺的重要内容。

2. 负面评价过少,报道态度不明确

在报道语气方面,对自杀事件或现象采取负面评价和批评态度的报道太少(22.86%),而“遵循客观报道原则”的自杀新闻占到绝大多数(74.28%)。对于自杀这类容易产生负面效应的社会现象,新闻工作者理应表明批评立场,正确引导和教育民众,避免效仿,积极干预。

(三)网络自杀新闻呈现的自杀特征

1. 网络自杀新闻对农村自杀问题的再现和认识严重不足

承前所述,网络自杀新闻中城市与农村自杀身亡人数之比为2.62:1(139:53),然而根据我国自杀现状的研究结果可知,我国农村自杀率实际上比城市自杀率高3倍;网络自杀新闻中城市与农村自杀未遂人数之比为1.5:1,现实中城市与农村自杀未遂人数之比为4.85:1。

无论是出于对目标受众的考虑,还是由于农村新闻采写困难等原因,我国网络媒体对发生在农村的自杀现象的报道明显存在不足,忽视了中国农村中存在着的较为严重的自杀现象和自杀潜在隐患,说明新闻媒体的从业人员在认识上还有一定程度的误区。

2. 网络自杀新闻对自杀原因的整体再现存在严重偏差

如前文所述,网络自杀新闻中对自杀身亡与自杀未遂者自杀原因的总体特征再现与现实存在严重偏差,网络媒体严重忽略了一些重要的自杀原因,如:经济困难、严重身体疾病对自杀者的致命性影响。此外,心理学研究发现,自杀死亡者中的精神病患率为63%,而媒体中呈现的由于精神疾病而自杀身亡的比例只有3.69%。

大多数网络媒体没有配备专门的医学记者采写自杀新闻,而一般的新闻记者对自杀的知识掌握不足,缺乏干预与预防自杀的相关训练与培训,又承受着截稿时间、行业竞争等因素的影响,因而通常难以对自杀原因进行深入采访与报道。

(四)网络媒体自身的缺陷

1. 相互转载之风在网络上盛行

本研究中的绝大多数样本是引自报纸网络版中的新闻报道或是转引自其他网站。不仅自杀新闻如此,其他各类新闻也多被转载,这是网络新闻运作机制的重大缺陷之一。大多数网络媒体缺乏新闻报道来源,多是通过购买其他新闻媒体或通讯社的新闻维持生存,更多的小网站更是直接拷贝其他媒体或网站的新闻,这种不规范的做法,容易产生以讹传讹的现象,应引起相关部门和有关新闻媒体的重视。

2. 网络新闻中“标题党”现象普遍

前文已提到网络自杀新闻报道中存在“使用耸动、煽情的标题或标题与文中信息不一致”的弊病,即俗称的“标题党”。这类问题也存在于各类网络新闻当中,网民浏览新闻的随意性和猎奇性使得很多网络媒体不惜以标题吸引广大受众,却很少考虑标题与内容的相关性,这种做法影响到新闻

的完整性和真实性。

3. 从业者的责任意识和认知能力存在缺失

由前文所述的研究结果可知,网络自杀新闻中的报道失当情况非常普遍(87.64%),这些无意识的失当报道反映出网络媒体责任意识的缺失,各种类型的报道失当都有可能在一方面造成受众的认知偏差,带来社会负面效应。

其实,对于自杀报道应遵循的规则,世界卫生组织精神健康部(2000)的宣传手册《自杀预防:供媒体工作者参考》已经提供了详尽的建议。从事自杀报道的媒体工作者疏于对媒体责任的理解与重视,在报道工作中未能及时有效地参考相关建议,这不能不说是一种职业知识缺憾和认识缺失的表现,亟待弥补。

4. 网络新闻报道方式具有局限性

由于电子阅读的特殊性,网络新闻一般篇幅较短,难以对自杀事件进行深入、详尽的报道,多数浮于事物的表面,不利于受众对自杀事件进行详细了解 and 深入反思。网络新闻现有的报道方式更接近于报纸中的短讯,报道内容缺乏深度和力度使得网络新闻的接受度和美誉度受到一定的影响。

六、结 语

综合上述对网络媒体关于自杀新闻报道中存在的诸多问题及其分析,我们认为,网络媒体应注意加强以下几个方面的报道工作:

第一,更多地关注自杀议题

我国的网络媒体,尤其是严肃的专业性新闻网站,应当更多地关注“自杀”这一关乎公共精神健康问题的议题,引导受众关注并正确认识自杀现象。

第二,积极改进报道方式。

网络媒体应严格遵守新闻法规和相关文件中关于自杀新闻的报道要求,积极改进传统的自杀新闻报道方式。

其一,网络媒体在报道过程中应明确表明立场,尽量避免对自杀作感性报道。在报道时应提到自杀者的行为对其亲属及其心理方面造成的伤害,对自杀行为给个人、家庭和社会所带来的负面影响应着重表现和反映。

其二,在报道过程中应客观陈述自杀事件,理性分析自杀原因,但避免对自杀方法的详细描述,切忌在报道中暗示“自杀是人们面对重大人生困惑时的唯一解脱方法”。自杀行为通常是许多因素复合堆积的结果,明确自杀的诱发因果有利于保护公众的心理健康,促进和谐社会建设。

其三,网络媒体应避免渲染名人自杀现象。切忌把自杀尤其是名人自杀事件描写成扑朔迷离、引人入胜的悬案,但也不能过于简单地把它归结于某一件事引发的悲剧。名人自杀的影响力巨大,尤其容易对青少年产生不良影响,在报道时应格外审慎。

第三,加强对自杀事件的反思报道。

网络媒体在“事件型新闻”(eventful content)的传统报道之外,应加大“资讯型新闻”和“反思型新闻”的报道力度,更多地关注自杀现象而切勿炒作自杀个案。引导网民对自杀事件进行反思,逐步影响并强化受众对于自杀事件的正确态度,防止盲目模仿自杀行为。

第四,弥补网络媒体缺陷。

如前文所述,网络媒体自身存在着一些缺陷,应尽力弥补。首先,应构建自身的新闻源系统,逐步形成独立的报道风格,而不是简单转载其他网站的新闻;其次,应避免“标题党”新闻,力争以内容取胜而不是只为赚取短期的点击率;再次,应积极研究适合网络媒体报道特点的文体,对自杀新闻应尽可能详尽地报道而不是简单地陈述;最后,对于自杀新闻报道的切入点和侧重点应慎重选取,确保网络自杀新闻的严肃性。

就在本文收篇之际,又从媒体上传来关于富士康“十二跳”的自杀新闻,如此惊人的数字、如此

密集的突发事件和如此恶劣的社会影响,一再扰乱人们日趋迷离的视线,敲响社会安全和社会和谐的警钟。有资深媒体人认为,媒体显然不应该“有跳必报”,特别是富士康接连屡发跳楼事件。此观点涉及媒体在极端负面新闻报道上的角度问题。的确,媒体在当今社会扮演非常重要的角色,以各种各样方式向公众传递不同信息,极大程度地影响着群众的态度和情绪,信念及行为。也有数据显示,媒体对自杀事件的大肆渲染可引发自杀数量激增。媒体报道社会极端负面新闻时的确应该审慎。但是,不能为了避免引起他人效仿或影响公众情绪,就选择不报。揭露问题的本质,才是解决问题的唯一途径。如果媒体和公众都选择闭上眼睛、选择沉默,未必是好事。只有谨慎的报道、选择最合适的角度,找专家学者、甚至心理学专家去剖析问题,找出根源,给政府政策制定者和执行者予良性建议,给广大读者公众予启示,才是媒体的责任。本研究的最终目的,还是希望媒体工作者全面学习、深入钻研相关业务知识,避免报道失当情况的发生,能多角度地观察、透视和剖析自杀现象,使自杀新闻在自杀预防方面起到积极的引导作用和干预效果,为加强我国社会主义精神文明建设和构建和谐社会尽到应有的责任。

参考文献:

- 路鹏程,2005,《媒体自杀新闻的内容分析:一个精神健康传播的视角》,《新闻与传播研究》第3期。
- 格伦·斯帕克斯,2004,《媒介效果研究概论》(英文影印本),北京大学出版社。
- 郭庆光,1999,《传播学教程》,中国人民大学出版社。
- 李献云,2007,《自杀和自杀干预的研究方法》,载于王声湧、林汉生主编:《伤害流行病学现场研究方法》,人民卫生出版社。
- 联合国政策协调和可持续发展署,2002,《自杀的预防——国家策略的制定和实施指南》。
- 世界卫生组织精神健康部,2000,《自杀预防:供媒体工作者参考》。
- 张国良,1995,《传播学原理》,复旦大学出版社。
- 周达生、戴梅竞,1993,《现代社会病》,上海中医学院出版社。
- Beleson, B, 1952, *Content Analysis in Communication Research*, Free Press. Schmidtke A, Schaller S. 1998, What do we do about media effects on imitation of suicidal behaviour. In: De Leo D. Schmidtke A, Schaller S, eds. *Suicide prevention: a holistic approach*. Dordrecht, Kluwer Academic Publishers.
- Stack S. 2000, *Media impacts on suicide: a quantitative review of 293 findings*. *Social Science Quarterly*.

作者单位:安徽师范大学传媒学院
责任编辑:李春玲