

第 1 回 2026.01.31

メディアと自殺予防の理解

～有名人の死と SNS 時代の反応を手掛かりに～

高橋 あすみ 氏

北星学園大学社会福祉学部心理学科 専任講師

今日は、有名人の死に主に焦点を当ててお話しします。有名人の死に心が揺らぐことは、自然な反応であることをまずお伝えしたいと思います。そして、よい面と悪い面の両面がある SNS について、そこで起こる人々の反応そのものがいろいろな影響力を持つことをお話しします。それから、若者の自殺予防のためのグリーンワークという観点と、ゲートキーパーについてお伝えして、話をまとめたいと思っています。

この後、自殺に関するお話をしますが、自殺という言葉と自死という言葉は一般的には使い分けられています。「自殺」は社会問題としての観点が含まれる言葉で、「自死」という表現は個人の死に焦点を当てた文脈で使われることが多くなっています。今日はこの2つの言葉を使い分けていきます。

「自殺」や「自死」を取り上げる時は「予防」「防止」「対策」という言葉がセットで使われることが多く、今日は主に「予防」が出てきます。「自殺予防」という言葉を使うと、「自殺は防ぐ必要がある悪いものだ」と捉えられる」という批判もあります。ただ、「社会問題のプロセスのどこかで自殺を防ぎたい」という思いもありますので、今日はこうした意図で「自殺予防」「自死の予防」という言葉を使っていきます。

2020年のコロナ禍に入ったあたりから、有名人の訃報や、自死ではないかという報道が多くなりました。令和元年(2019年)から令和6年(2024年)までの自殺者数の月別推移を見ると、自殺者数がこれまでの年と比べて突然増加した月があります。この背景には、報道が関係した場合もあったという研究がされていま

す。特に、2020年に関しては女子高生の自殺が多くなっていて、若い人に報道の影響が強くなったのではないかと考えられています。

有名人(芸能人に限らず社会的地位のある人などを含む)が亡くなると、やはり大きく報道されます。もともと我々は、有名人の死をテレビや新聞が報じることで初めて知っていたのですが、最近は SNS でかなり多くの情報が発信されるようになりました。関係者が SNS に直接、「〇〇さんが亡くなった」と投稿することもあれば、マスメディアの SNS アカウントがニュースをいち早く伝えることもあり、SNS で情報が大きくなって人々に伝わる形になっています。SNS を含むこのような報道によって、自殺がその後、増加することが分かっています。

自殺が報じられることで、起こることは様々あります。社会的には、自殺対策の重要性に注目が集まります。死因に注目が集まり、その背景にあるうつ病などの対策が進むこともあります。しかし悪い面もあり、メンタルヘルスに悪影響を及ぼして、続けて自殺が起こる現象(ウェルテル効果)が知られています。

ウェルテル効果は、ある人物の自殺や自殺企図の報道が何らかの誘因となり、その後、複数の人々が自殺していく現象(連鎖自殺)を言います。ウェルテルというのはゲーテの小説『若きウェルテルの悩み』からきています。この小説がヨーロッパで一時期話題になった後に、若い人たちが次々と自殺で亡くなったことからこの名前が付けました。ウェルテル効果は有名人の自殺だけでなく、何らかの自殺報道が人々のメン

タルに悪影響を及ぼす、というもののなのですが、有名人の自殺報道と、繰り返しの自殺報道の影響が特に大きいことが分かってきました。有名人の自殺は繰り返し報道されることにもなるので、影響力がますます大きくなります。

自殺報道の影響を受けやすい人は、亡くなった人と同じ属性（国籍、性別、年齢）を持つ人、似通った特徴を持つ人、若い人、心理社会的な危機の状態にもともとある人、ということが最近の研究で分かっています。報道された自殺と同じ方法を用いた自殺企図が増加することも分かっています。この背景には、報道されたことを学習する「社会的な学習」や、報道された人物と自分を同一視する心理が関係しているのではないか、とされています。

こうしたウェルテル効果が広く知られるようになり、自殺に関する報道ガイドラインが広まってきました。WHO が 2008 年くらいに出したのですが、2023 年に更新されたものが最新版になっています。このガイドラインでは「Dos / すべきこと」として、「自殺や自殺予防に関して、正確な情報に基づいた事実を周知する」「生活の中でストレスを抱えたり、自殺を考えたりしたときの対処法や助けを求めることの大切さについて報道する」「有名人の自殺を報じる際には、特に注意を払う」などのポイントが書かれています。このため最近の報道では、相談場所などがセットで報じられるようになってきました。

一方、「Don'ts / してはいけないこと」として、「自殺に関する内容をトップニュースとして扱ったり、報道を漫然と繰り返したりしない」「自殺の手段を描写しない」「場所に関する名称や詳細な情報を伝えない」などのポイントが挙げられています。自殺の行動につながるような情報を報じない、ということです。

このようなガイドラインができ、報道に従事する人たちも自殺をどのように報じるか悩みながら伝えていきますので、テレビ報道も新聞報道も、昔に比べるとかなり改善してきました。最近の研究ではマスメディアの報道以上に、SNS の影響が大きいのではないかと考えられています。

例えば、若年の有名人が亡くなると、やはり若年の

人たちが SNS でたくさん投稿します。SNS 上で関連投稿が急増するのですが、特に反応が大きく広がるのは、若年、女性、芸能人の自死の場合であることが研究で分かっています。SNS 上でそうした強い反応が起きた時に限って、その後の自殺者数が増加します。つまり、ウェルテル効果が起きることが確認されています。この時、SNS でどのような反応が特徴的なのかというと、驚きや衝撃が投稿されている時は自殺者数の増加と正の関連がありました。一方、弔意が表されるような投稿が目立つ時は、自殺者数の増加とは負の関連が見られました。

つまり、若い女性の芸能人が亡くなり、周囲の人が驚きや衝撃を SNS にたくさん投稿する、という行動があった場合には、自殺が特に増加する可能性があります。何がどれだけ報じられたかというよりも、人々にどう受け止められ、どう広がったかが、その後の自殺にかなり影響を与えられられるのです。

では、「SNS を見なければよい」ということになりそうですが、そういうわけにもいきません。マスメディアは詳細な報道を控えるようになっていますが、有名人が亡くなると人々は情報を求めて SNS やテレビにさらに接触しようとしします。「なぜ亡くなったのか」を知りたくなるのは当然の心理です。大きく報道されたけれども自分はよく知らない有名人だった、という場合にもその有名人のことを調べようとして SNS に接触したりします。周囲の人の反応が気になって、SNS などを見たりする傾向もあります。

SNS はガイドラインや規制があまりありませんので、たくさんの情報があふれています。例えば、ファンの人がたくさん投稿するだけではなく、死に際や死因に関する憶測が広まったり、関係者への批判が投稿されたりするとか、様々です。亡くなった個人に着目して、思い出話を共有するような投稿も多く見られます。亡くなった有名人と実際に関わりのあった他の有名人が、人柄や裏話を投稿することもあります。有名人の自殺によって、本当にたくさんの情報が SNS にあふれることになるわけです。

このような情報が悪いということではないのですが、コントロールしにくくなっているのが現状です。有名人が亡くなった後に SNS を使うことに関しては、

メリットとデメリットがあります。訃報について誰かと語ることは、自分の心の衝撃を受け止めたり、自分の気持ちを理解したりするためにも非常に重要な行動です。周りの人と交流して対話を重ねることは、決して悪いことではありません。ファン同士で気持ちを共有することも重要ですし、知りたい情報が分かる可能性もあります。これらが SNS のメリットになります。

SNS のデメリットとしては、いろいろな憶測が広がるのでさらに傷つく可能性があります。例えば、亡くなった人がうつ病を抱えていたと伝えられると、うつの不安を持っている人は、自分もそうなるのではないかと新しい不安が生じる可能性があります。「悲嘆警察」(グリーフ・ポリシング)の問題もあります。有名人が亡くなった後、ファンは悲しい気持ちやいろいろな思いを SNS に投稿しますが、それに対して別の人(悲嘆警察)が「こんな時だけ投稿するのか」「身近な人じゃないのにそんな風に悲しむのはおかしい」などと批判することがあります。ファンが追悼の思いで上げた様々な画像や動画に対しても、「不謹慎だ」「自分が注目を浴びたいだけだろう」などと批判を書かれたりもします。自分の中の悲しむという行為に対して、周りからいろいろと言われやすいのも SNS の特徴なのです。

SNS は決して悪いものではないのですが、使い方や反応によっては、その後自殺の増加を招く可能性がありますので、うまく使って自殺予防につなげることが非常に重要になります。そのためには、SNS 上で言説のコントロールを試みていく必要があるだろうと私は考えています。例えば、SNS で相談先の情報やセルフケアに関する情報を積極的に投稿していくとか、自殺対策を進めるための論点を提示していくとか、見たくない情報を見ないようにするためにミュートするキーワードを勧めるとか、そうした上手な使い方を一緒に考えながら SNS をコントロールしていくのです。

相談先の投稿などを自殺報道があった時だけやると、「誰かが自殺した？」と知らなかった人にも気付かれて、かえって自殺の検索を促してしまいます。ですから、訃報があった時だけ SNS をそのように使うのではなく、普段から自殺予防に通じる様々な情報を発信し続けることが重要です。

メディアには、ウェルテル効果という悪影響だけでなく、メディアの力によって自殺を防ぐパパゲーノ効果というものもあります。最近はたくさん研究が進んでいます。このパパゲーノは、モーツァルトのオペラ「魔笛」の登場人物にちなんで付けられました。

全国紙に関する研究で、自殺企図や自殺既遂の情報を含まない、自殺念慮に関する個人の物語(自殺念慮はあっても自殺を試みずに危機を克服した内容)は、自殺率の低下と関連することが分かっています。このパパゲーノ効果は日本ではまだ研究が進んでいませんが、回復していった個人の物語は悩んでいる人に希望を与えます。物語の登場人物が今も生きていれば、読者はその生きている個人との同一化を強めて、自分も何とか生きていけるかもしれないと思えるようになります。パパゲーノ効果を上手く使って、どんな物語をメディアや SNS で発信していくのか、しっかり考えることが大事になってきたと思います。

自分が苦しい時に誰かが回復した物語を聞くことは、むしろ嫌な気持ちになるのではないかと懸念が湧く人もいます。これまでの研究を見ると、一時的にそのような気持ちになったとしても、自殺を考える気持ち自体は低下していくと考えられます。そうした知見が積み重ねられているところです。日本に合った形でこうした物語を発信していけるようになると、メディアを使った自殺予防が可能になるのではないかと考えています。

このパパゲーノ効果をうまく使っていくためには、回復した個人が安心して経験を語れる場づくりが必要になります。全国紙で回復経験を語るには勇気が要ることですし、SNS で自ら投稿するといろいろなコメントが付いたりするので、自殺への偏見やスティグマがある中では難しいところがあります。メディアの力を借りるにしても、個人が安心して語れる社会をつくること、今後目指すところではないかと思っています。

これまでは集団に対する影響をお話してきましたが、集団に何が起きているかということと、個人に何が起きているかということは、視点が異なります。有名人が自死で亡くなった後、個々の人々がどういう気

持ちになるのかということ、あまり注目されていませんでした。私は今、個人の方に注目して研究を進めています。

自殺が報じられた時、個々の人々は「自殺の問題に関心を持つ」「悲嘆が生じる」「心を痛める、気が滅入る」といった気持ちになります。これは究極的には、自分も死にたい気持ちになるとか、報じられた自殺の行動を学習するようになるとか、そのように発展していく恐れがあります。先にお伝えした、自殺という情報に対して心が揺らぐことと、有名人が亡くなった「喪失」によっていろいろな気持ちになることは、区別しなげとも併せて扱うことが非常に重要だと考えています。

SNS の時代はこの 2 つが絡み合い、広がっていく状況になっています。ウェルテル効果を踏まえたメディアのガイドラインは、自殺という情報に対する揺らぎにどう立ち向かうか、ということにとどまっています。喪失という観点も考えることで、個人に対してどんな支援が必要か、ということを考えやすくなります。

最近、個人が何かを熱心に応援する推し活やオタ活が流行しています。例えば、グッズを購入したり、他人に布教したり、あるいは「推し」と呼ばれる存在のために何かを習得しようと努力したり、そうした活動に情熱を注ぐことを推し活といいます。ネオ・マーケティングが 2023 年に行った調査では、「実在の人物」を推している人は男性で 7 割、女性で 8 割にのびりました。アイドルを推している人が非常に多かったのですが、それ以外にも俳優、アーティスト、声優、YouTuber などかなり多様化しています。二次元のキャラクターを推していたとしても、その奥にはキャラクターを創っているクリエイターや声優がいますので、実在の人物と地続きになっていることもあります。

心理学では以前から、ファンの研究として推しの研究が進められてきました。推しというのは自分から相手への一方的な関係性ですが、一種の人間関係であると捉えることもできます。一般的に、誰かと関わることを社会的関係というのであれば、実際に会ったり会話をしたりするわけではなくても、ファンや推し活は、社会的関係に準じる「パラソーシャル関係」と言えます。こうした関係性が築かれやすくなっているのでは

ないでしょうか。

このような社会では、喪失という体験も非常に経験しやすくなっています。亡くなるということだけでなく、放送や作品が中止や終了になったり、芸能界から引退したり、グループが解散したり、スキャンダルが発覚したり、犯罪発覚などで活動が強制終了になったり、様々な形があります。これらは一種の対象喪失と考えることができます。

有名人が亡くなることによる心理的影響に関して、海外ではいろいろな知見が積み重なっています。有名人が亡くなると、我々にはいろいろな悲嘆（グリーフ）が生じることが明らかになっています。悲嘆とは、喪失を体験した後のいろいろな反応をいいます。悲しい気持ちになったり、怒りが湧いてきたり、後悔の気持ちが生じたり、という気持ちの面だけでなく、体調を一時崩したり、人と関わるのが嫌になったり、そういういろいろな反応を含みます。

この反応自体は、病的なものでも異常なものでもありません。身近な人が亡くなった時に、こうした悲嘆が生じると言われていたのですが、有名人が亡くなった後も悲嘆の反応が生じることが分かってきました。その反応は、親戚や友人が亡くなった時と同じような反応だったという調査があります。また、その有名人が自分をすごく助けてくれたのに、自分はその恩に報いることができなかった、という罪悪感が生じる場合もあります。有名人が亡くなった後は、個人の苦痛や孤立感が高まる可能性があるとも言われていて、そうした時に個人は、いろいろな感情を SNS やニュースサイトのコメントなどに匿名で記す傾向も指摘されています。

有名人の死因が自死であった場合、個人への心理的影響は特に激しいものになります。かなり強い悲嘆を示す人は、同時に、死にたいという気持ち（希死念慮）も湧きやすと考えられます。特に、その有名人の特別ファンだった人と、他にも自死による死別を経験したことがある人は、報道によって死にたい気持ちが湧くリスクが高いことが分かってきました。喪失と自殺に関する報道が混ざると、個人に強い影響を与える可能性があるのです。

この影響を防ぐことは非常に難しいです。有名人の死は突然伝えられるので、私たちはそれに備えることができません。事後的な対応にならざるを得ないのですが、それでも対応しないよりは、対応することが大切だと思います。有名人の死に強い衝撃を受けて悲しい気持ちが続き、死にたい気持ちになっている個人には、悲嘆に対する主体的な取り組みとして、グリーフワークという方法が役立ちます。

悲嘆は自然なものであっても、強い悲嘆が長く続くとつらいものです。これを抱えやすくするためのいろいろなグリーフワークが考えられています。まず、気持ちや思い出を誰かと共有し合うことが非常に重要です。有名人に抱いていた思いを言葉にすることも大事です。日記や手紙を書いてみたり、SNS に投稿してみたりして、自分がどういう気持ちを持っていたのか表現します。写真を撮ったり絵を描いたりする（空や自然など有名人と関係ないものでもよい）など、言葉を使わない表現も重要です。公式のお別れ会があれば参列する、聖地巡礼してみる、有名人が好きだったものを食べたり見たりする、その人の作品やグッズを眺めてみる（見てみたくなった時でよい）、有名人が残してくれたものに希望を持つ（出会ったからこそ得られたものを再確認する）、といったこともグリーフワークになります。

一方、周囲は何ができるのでしょうか。他者へのグリーフサポートとしては、身近なサポートができるとよいと思います。体調を気にかける、話を聴く、安易に励まさない、日常生活をサポートする（日常生活に支障が出た場合）、喪失後の過ごし方を紹介する（先の主体的なグリーフワークなどを勧める）、専門書を勧める、専門機関を勧める、などのサポートです。有名人の命日を強く覚えていて、近くなると不安が強まる人もいますので、記念日反応に留意して体調を気にかけることも大切です。

もし自殺の報道があったら、個人を喪失の観点からサポートするだけでなく、自殺予防の観点からゲートキーパーの役割を果たすことも必要になります。例えば、「有名人が自死で亡くなった」「人気や知名度が高い有名人が亡くなった」「人々がメディアで見かける頻度が高い有名人であった」「繰り返し、詳細に報道された」「同時期に他の自殺も報道された」という

ような場合は、リスクがどんどん積み重なっている状態なので、アンテナを高くして周囲の人を見守る姿勢が大事です。ゲートキーパーは、心配な人に気づき、声をかけ、話を聴き、専門家につなぎ、見守る、という一連の役割のことをいいます。ご自身ができる範囲で実行していただきたいと思います。

話を聴いてみたら、「死にたい気持ちがある」「何となく死を身近に感じるようになっていく」という心の変化を打ち明けられることもあります。つらい気持ちをどうしたらいいのか話せることが非常に重要なので、私はできるだけ話題に出していくことを大事にしています。そして、対話の中で一緒に抱え方を考えていきます。特に、亡くなった人が普段から話題に出るような有名人であれば、話題に出した方がよいと思います。

もし話を聴く中で、悲しい気持ちだけではなく、死にたい気持ちに引っ張られているような発言や雰囲気があれば、「死にたいような気持ちになっていませんか」とか、詳しく尋ねていくような関わりが大事になってきます。ただ、自殺の話題を出すことは非常に勇気が必要です。自殺の考えを聞くことによって、自殺をより促進してしまうのではないかと不安を持つ人は多いです。これまでの知見では、自殺の考えを語ってもらったり、自殺の気持ちを尋ねたりすることで、自殺のリスクが高まることはないと言われています。

むしろ、自殺のことをこちらから尋ねたり話題に出したりすることで、「話してもいいことなんだ」と思ってもらえたり、「自分がおかしいわけではないんだ」ということが伝わったりもします。よくあることだと捉えて、ノーマライズしてお話を聴くことが対話の時には大事です。もし、死にたいような発言があった場合は、その気持ちを受け止めつつも、有名人の訃報をきっかけに出てきた背景に別の要因があるかもしれない、ということをも可能であれば確かめていただきたいと思います。報道にふれたこと以外の要因がなさそうな場合は一時的な可能性があるのですが、気持ちを十分に聴いて、「おかしなことではないよ」と受け止めるような関わりになるかと思っています。

こうした影響は予防できるのでしょうか。最近、SNS では有名人が誹謗中傷を受けていたり、対人ト

ラブルが生じていたり、そうしたことが目に見えるようになってきました。見ているうちに、この有名人はショックを受けているのではないかと、メンタルヘル스에悪い影響があるんじゃないかと、事前に不安が湧くようなこともあります。しかし基本的には、元氣だと思っていた有名人が亡くなった、という突然の報道に驚くことが通常だと思います。

元氣に活動している有名人が「いつかなくなるかも」と思いながら応援するというのは、不自然な話です。特に死を意識しなくても、その存在を当たり前と思わず、「ありがたく思う」（尊ぶ）気持ちを持つようにすることが大切ではないかと考えています。若い人は推しを「尊い」と表現することがあります。そういう尊ぶ気持ちを持っておくということです。

若年層の支援では、日頃から誰を好きで、どういふふうに応援しているのか、そうしたことを話題に取り上げる関係性を築くことが非常に重要だと思っています。興味や趣味だけでなく、その人がメディアを通して人とどういふ関係性を築くのか、という視点で話を聴くことで、その人をより深く理解できるようになります。日頃から話しておくことによって、スキヤンダルなどの喪失に関わる報道があった時にも、話しやすい相手になれます。

推しと呼ばれる有名人は本当に多様化しているので、SNS でファンとつながっていても、身近な友達には自分の推しを話していないこともあります。自分にとってパラソーシャルな関係にある人は誰なのか、ということをお話する相手は非常に貴重になっています。そうしたことを日頃から話題に出し、どんな心の支えになっているのかということだけでなく、「推し疲れ」という言葉もあるようにハマり過ぎていないかなど、推し活の中でネガティブに感じたことを表現できる場にもなるとよいと思います。

有名人のことをとりわけ好きではなく、推しも別にいない若い人もいますので、そうした人の状況も併せて理解する必要があります。喪失は経験しないかもしれませんが、自殺の情報には心が揺れ動くことがあるので、推しがいないから気にしなくていいというわけではありません。自殺の情報と、喪失の情報を区別して考えることが大事だと思います。

メディアからの影響を防ぐことはなかなか難しいのですが、もし報道があった時には、人の心が揺らぐ理由を知り、それを軽視しない姿勢を持つことが大切です。

Q. 推し活とファンはどう違うのでしょうか。注目されるようになった背景について教えてください

ファンという言葉や、それについての研究は以前からありました。有名人を崇拜するという心理に関しては、決して最近起り始めたものではありません。ただ最近、グッズを身につけたり SNS 発信などを通して周囲や世間にその人を推す、推して応援するという、第三者も意識された積極的な活動のニュアンスから「推し活」と言われるようになってきました。最近では直接会えるとか握手会とか、よりはませる仕掛けが多様になっています。そして SNS では、有名人の活動をいつも見守ることができるようになってきました。それでより強固に、推し活をする人が増えてきた印象があります。昔はオタクと呼ばれる人だけが好きだったジャンルも、より多くの人々が浅く広く興味を持つようになってきたので、そうした意味でも推し活人口が多くなっているように思います。

Q. 推し活の人はどのくらいいるのか、疫学的な調査はありますか

推しの研究は学術的なものがあまりなくて、マーケティング会社などが調査をしています。それで 8 割とか 7 割の人が推し活をしているとか、そうしたデータはあるのですが、日本でしっかり調べた研究はまだないという印象です。

Q. 海外の推し活の動向はいかがですか

ロビン・ウィリアムズとかマイケル・ジャクソンとか、熱狂的に愛された有名人が亡くなることによる影響は非常に大きい、という研究がいろいろあります。推し活という意味では、韓国の人たちが日本よりも熱狂的だと言われています。

Q. 『死にたい』と言いつける人に対して、どのような対応を心がけていらっしゃいますか

私は 18 歳から 25 歳くらいまでの学生さんに関わることが多いのですが、そのくらいの年齢だと「死にたい」という背景にある気持ちとか、考えを別の言葉で言えたりすることがあります。「死にたい」という気持ちを一緒に、もう少し解いていくというか、解きほぐしていきます。

「死にたい」と言われても、「悲しい」などの普通の感情を言われた時と同じように私は反応するようにしています。「えっ！」と驚いたようにはせずに、「そうなんだね」という感じで話を聴きます。そして、そういう気持ちはどこから来ているのだろうかとか、「気持ち」として尋ねるようにしています。「死にたい」という言葉では言い表せない考えを、本人が言葉にできるように支援することを心がけています。

もう少し子どもの場合は、自分の気持ちがなかなか分からなかったりしますので、何で自分が死にたいのか分からないこともあります。そういう時は、死にたいと思うようになった出来事や体験などに焦点を当てることもあります。それが正しいというわけではないのですが、私としては本人が言ってくれたことを温かく、普通のこととして受け止めて、そのことについて一緒に話をしていく、というオープンな対話の姿勢を心がけています。

Q. この人は死にたいと感じていると感じ取っても、とても話しかけられない状況の場合、何かできることはありますか

わざわざ死という話題を出さない方がよい場面もあると思います。そういう時は、いかに気にかけて心配しているか、というつながりを本人に伝えていくことが非常に重要です。自殺を考える人は、家族や友人とつながっている状況にあるとしても、心はうまくつながれていない状態になりやすいのです。ひとりではないことをいかに本人に伝えるか、ということが非常に重要なので、そばにいるとか、温かく接するとか、そういう基本的なサポートの姿勢がベースにあるとよいと思います。