

01

국내외 ‘자살보도 가이드라인’ 동향과 특징

위준영 한국생명존중희망재단 자살예방홍보부장



1. 서론

‘베르테르 효과’¹⁾ 대중적, 사회적으로 영향력이 있는 유명인이나 자신이 존경하거나 모델로 여겼던 사회적 지위가 있는 사람이 스스로 목숨을 끊을 경우, 그 대상을 모방해서 자신 또한 자살을 택하는 사회적 현상을 일컫는 말이다. 역사적으로 미디어가 이러한 모방자살 현상을 유발한 최초의 사례는, 아마도 괴테의 소설 「젊은 베르테르의 슬픔」이 독일에서 출판된 이후 이 책을 읽은 다수의 청년들이 주인공인 베르테르의 죽음을 따라 유사한 의상과 동일한 방법으로 자살을 했던 것일 테다. 이 용어는 1974년 미국의 사회학자 데이비드 필립스(David Philips)가 처음 사용한 것으로 알려졌다. 필립스는 자신의 연구를 통해 1947년~1968년 영국과 미국의 신문에 자살 보도가 공개된 직후 실제로 자살이 증가했음을 보여주었다. 자살사건이 미디어를 통해 많이 알려질수록 그 이후의 자살 증가 빈도는 더 높아진다는 것이다.

오늘날 「젊은 베르테르의 슬픔」을 읽었다고 해서 주인공처럼 노란 조끼에 푸른 연미복을 차려 입고 같은 방법으로 죽을 생각을 한다는 것이 지금으로서는 상상하기 어렵지만, 17세기에는 교황청이 이 책을 금서로 지정할 만큼 사회적 문제가 되었다고 한다. 그 당시에는 소설책 한 권이 오늘날의 TV와 스마트폰에 버금가는 미디어로서 영향력을 발휘한 것이다. 미디어의 급격한 발달로 영향력이 더욱 광범위해지고 빨라진 오늘, 미디어를 통한 자살 모방 효과를 줄이고 궁극적으로 자살을 예방하는 일은 더욱 중요해지고 있다.

그렇기 때문에 세계보건기구(WHO) 역시 세계 각국이 자살예방정책을 수립하고 추진하는 데 있어 반드시 고려해야 할 4가지 요인¹⁾ 중 하나로 ‘미디어와의 협력’을 명시하고 있다. 인종과 언어, 문화적 차이를 뛰어넘어 자살예방을 위해서는 미디어의 힘이 중요하다는 것을 인정한 셈이다. 그렇다면 세계 여러 나라들은 미디어와 관련하여 자살예방을 위해 어떤 노력을 하고 있을까.

2. 해외 자살보도 가이드라인의 특징

아일랜드의 미디어 가이드라인(Media guideline for reporting suicide)은 민간단체 ‘사마리아인(Samaritans)’에 의해 개발되었고 현재까지 발전해오고 있다. 이 가이드라인은 매우 세부적이다. ‘언론보도’뿐만 아니라 ‘필

1) 여기에는 자살수단에 대한 접근 차단, 미디어와의 자살예방을 위한 협력관계 구축, 청소년들의 정신건강 지원, 자살 고위험군 조기식별 및 사후지원 등이 포함된다.

름(영화) 제작자, '인쇄매체 출판인' 등 매체별 대상을 별도로 구분하여 그 내용을 정리하여 제각각 별도의 가이드라인을 제시하고 있다. 또한 '자살'과 '자해', '살해 후 자살' 등 유형에 따라 내용을 세분화하기도 한다. 그러나 그 중에서도 가장 기본이 되는 것이 언론인을 대상으로 하는 자살예방 가이드라인이다. 이 가이드라인은 우리나라의 자살보도 권고기준과 내용 구성에서 비슷한 부분이 매우 많다. 한 가지 차이점을 보이는 것은 청소년·청년과 관련된 자살사건을 취재할 때에는 그들이 처해있던 사연에 보도의 비중과 초점을 두지 않을 것을 강조한 점이다. 이는 정서적으로 완성되지 못한 청소년·청년들이 유사한 상황에 처해 있을 경우 이를 자신에게 동일시하여 모방자살로 이어질 가능성이 성인보다 더욱 높을 것을 염려한 것으로 보인다. 아일랜드는 자살예방 사업에 있어 미디어와의 정책연계를 세분화하는 노력을 기울이고 있다는 점에서 우리나라 또한 참고할 만한 부분들이 많다.

같은 독일어 문화권에 속해 있는 독일과 오스트리아의 자살보도 가이드라인은 언론의 '책임의식'을 강조하는 데 공통점이 있다. 독일의 경우는 가이드라인의 서두에서 '언론인의 책임의식'을 강조하는 내용을 언급하였다. 또한 독일 자살예방협회는 보도하기에 앞서 '이 사건이 정말 꼭 보도해야 하는 뉴스인가?'에 대해 언론인들이 스스로 따져볼 것을 명시하고 있다. 오스트리아 또한 '자살사건보도를 꼭 해야만 하는가?'에 대해 더욱 구체적인 사회적 합의를 거쳐 가이드라인에 명시하고 있음을 알 수 있다. 이를테면 오스트리아 언론평의회 및 기자협의회는 '보도할 수 있는 자살사건'에 대해 다음과 같은 경우로 한정하고 있다.

1. 대중의 관심을 불러일으킨 경우
2. 공인이거나 자살이 공공의 이해와 관련된 경우
3. 경찰에 의해 보고된 범죄와 관련이 있는 경우
4. 사회적 반향을 일으킬만한 내용이거나 사회적 논의가 필요한 경우
5. 잘못된 소문과 소송 등으로 발생한 자살이라면 이를 바로잡기 위해 언론이 필요한 경우

사실 오스트리아 언론평의회는 방침을 언뜻 살펴보면 모든 유형의 자살 보도를 허용한 것처럼 보인다. 하지만 이는 사회적으로 중요한 이슈를 ‘자살 사건’이라는 이유 때문에 무조건적으로 보도하지 않을 수는 없다는 언론의 기본적인 책무와 사명감을 고려하여 반영된 결과로 이해된다. 그 대신 언론인들에게 제일 먼저 ‘이 사건이 꼭 보도를 해야만 하는 뉴스인가?’를 고려할 것을 권장하고, 모방의 위험을 유발할 수 있는 정보를 적극적으로 제한하며, 굳이 대중이 알 필요 없는 단순한 자살사건에 대한 보도를 지양한다는 것을 분명하게 밝히고 있다.

뉴질랜드는 다른 국가의 가이드라인과 비교할 때 흥미로운 차이를 보이는 내용이 있다. ‘사망원인이 자살임을 증명하기 전까지는 자살 의심으로 보도할 것’을 강조한다는 점이다. 자살 사건을 조사하는 사법기관의 명확한 판단이 나오기 전까지 언론이 앞서 사인을 자살로 단정 지어서는 안 된다는 의식이 반영된 것이다. 특히 뉴질랜드는 세계적으로도 청소년 자살률이 높은 국가이기 때문에 청소년의 자살문제를 보도하는 데 신중할 것을 강조하고 있다. 뿐만 아니라 뉴질랜드의 가이드라인은 국외에서 발생한 자살사건 보도 역시 되도록 피할 것을 언급하고 있다. 우리나라에서도 국외에서 발생한 자살사건을 자극적으로 무분별하게 보도하는 경우를 볼 수 있는데, 앞으로 뉴질랜드의 가이드라인 사례를 참고하여 개정 또는 보완할 필요가 있다.

미국의 자살예방 가이드라인은 전체적인 내용이 우리나라를 비롯한 다른 각국의 자살보도 가이드라인 내용과 거의 동일하지만 내용을 전달하는 방식에서 조금 차이를 보인다. 미국의 가이드라인은 ‘언론인이 하지 말아야 할 것(Do Not)’과 ‘언론인이 해야 할 것(Do)’으로 나누어 제시한다. ‘구체적인 자살수단 언급’, ‘자살 미화’ 등은 전자에 해당하고, ‘도움기관 안내’ 등이 후자에 해당된다. 특히 미국은 몇 년 전, 넷플릭스(Netflix)를 통해 방영된 인기 드라마 ‘13 Reasons Why’로 인해 청소년들의 자살문제가 심각한 사회 문제로 대두된 경험이 있는 만큼 미디어가 촉발할 수 있는 자살문제에 대해 민감도가 높은 것으로 보인다.



3. 국내 자살보도 권고기준의 변화

우리나라의 자살보도 권고기준의 역사는 2004년으로 거슬러 올라간다. WHO에서 제정한 <자살예방 미디어 가이드라인>(Preventing Suicide : A Resource for Media Professionals)을 2004년에 번안 수준으로 도입한 이후 2013년 우리나라의 상황에 맞게 개정한 <자살보도 권고기준 2.0>(이하 ‘권고기준 2.0’)을 소개하였다. 자살예방정책 및 사업수행에 있어서 미디어와의 협력을 위한 정책적 사업수행 노력도 사실상 2013년 권고기준 2.0의 개정에 맞물려 시작되었다고 볼 수 있다. 권고기준 2.0은 사실상 최초로 우리나라의 상황에 부합하도록 그 내용을 논의하여 정리한 권고기준이라는 점에서, 그리고 이를 활용하여 자살보도 모니터링 및 언론과의 협력사업 등을 전개할 수 있었다는 점에서 그 의미가 크다고 볼 수 있다. 권고기준 2.0은 총 9개의 원칙으로 구성되어 있었다. 그러나 9개의 원칙은 모두 선언적인 성격이 강했으며, 언론인들이 지켜야 할 주요 내용을 구체적으로 제시하지 못했다는 한계가 있었다.

그 당시 자살 사건과 관련된 언론보도는 여전히 구체적이고 선정적인 자극적 보도들이 대부분이었다. 이를테면 고(故) 최진실 배우나 고(故) 안재환 배우의 사망 당시 언론은 그들이 스스로 목숨을 끊는 데 사용한 수단에 대해 기사를 통해 자세하게 언급하고 그들이 사망한 방법과 경과를 상세하게 언론보도를 통해서 소개하였다. 특히 고(故) 안재환 배우 사건이 언론보도를 통해 구체적으로 소개된 2008년 이후 당시만 해도 자살방법으로

사용되지 않던 번개탄이 국내 주요 자살수단으로써 통계적으로 매우 유의미하게 보고되기 시작하였다. 언론보도를 통해 번개탄이 자살을 위한 수단으로 사용될 수 있음을 국민들이 학습하게 된 것이다. 이러한 사례에서 보듯 권고기준 2.0의 한계는 권고기준의 내용들이 언론현장에서 실질적으로 받아들여져 반영되지는 못했다는 것에 있었다.

이러한 권고기준 2.0의 한계를 보완하기 위해 권고기준 2.0이 개정된 뒤 5년 만인 2018년 <자살보도 권고기준 3.0>(이하 '권고기준3.0')을 개정하였다. 권고기준 3.0은 언론현장의 목소리를 더욱 반영하기 위해 노력하였다. 한국기자협회의 추천을 통해 국내 주요 언론사에 재직 중인 현직 기자 3명이 개정 자문위원으로 참석하였으며, 자살 사건 발생 시 최초로 이 사건을 접하고 사건기자들에게 내용을 전달하는 것은 경찰이라는 점에 주목하여 경찰청 형사와 관계자도 개정 자문위원으로 함께 참석하였다. 그 외에 자살예방 전문가와 미디어 언론학계 전문가, 법률 전문가 등이 개정 자문위원으로 함께 참여하여 2018년 한 해 동안 매달 정기적인 논의를 진행하였다.

권고기준 3.0 개정의 주요 목표는 다음과 같았다. 먼저 선언적인 기존의 원칙들을 보다 명료하게 정리하여 기자들이 함께 고민하고 신경써야 할 부분이 무엇인지 구체적으로 드러낼 수 있도록 하였다. 또한 기자들과 함께 고민해야 할 중요도의 우선순위를 고려하여 원칙을 정리하였다. 이러한 방향에 따라 권고기준 3.0은 기존의 9개 원칙을 새로운 5개의 원칙으로 정리하였다.

자살보도 권고기준 2.0(2013년)	자살보도 권고기준 3.0(2018년)
1. 언론은 자살에 대한 보도를 최소화해야 합니다	1. 기사 제목에 '자살'이나 '자살을 의미하는 표현' 대신 '사망', '숨지다' 등의 표현을 사용합니다
2. 자살이라는 단어는 자제하고 선정적 표현을 피해야 합니다	2. 구체적인 자살방법, 도구, 장소, 동기 등을 보도하지 않습니다
3. 자살과 관련된 상세 내용은 최소화해야 합니다	3. 자살과 관련된 사진이나 동영상은 모방 자살을 부추길 수 있으므로 유의해서 사용합니다
4. 자살보도에서는 유가족 등 주변 사람을 배려하는 신중한 자세가 필요합니다	4. 자살을 미화하거나 합리화하지 말고, 자살로 발생하는 부정적인 결과와 자살예방 정보를 제공합니다
5. 자살과 자살자에 대한 어떠한 미화나 합리화도 피해야 합니다	5. 자살사건을 보도할 때에는 고인의 인격과 유가족의 사생활을 존중합니다
6. 사회적 문제제기를 위한 수단으로 자살보도를 이용해서는 안됩니다	-

자살보도 권고기준 2.0(2013년)	자살보도 권고기준 3.0(2018년)
7. 자살로 인한 부정적 결과를 알려야 합니다	-
8. 자살예방에 관한 다양하고 정확한 정보를 제공합니다	-
9. 인터넷에서의 자살보도는 더욱 신중해야 합니다	-

특히 권고기준 3.0은 기존의 권고기준 2.0에 들어가 있던 '사회적 문제제기를 위한 자살보도를 하지 않는다'는 원칙을 제외하였다. 이는 권고기준 개정을 위해 언론현장 종사자들에게 의견을 수렴하는 과정에서 언론인의 기본적인 본분인 '사회적 문제제기를 위한 보도'를 단순히 '자살 사건'이라는 이유만으로 보도하지 못하도록 막는 것은 합리적이지 않다는 의견을 반영한 결과였다. 그 대신, 사회적으로 문제제기를 위해 자살 사건을 보도하더라도 자살방법이나 수단을 명시하지 않고 신중하게 보도를 작성하는 방향으로 권고기준 3.0의 내용은 구성되었다.

또한, 권고기준 2.0에는 고려되지 않았던 고인의 인격권과 자살유족들의 2차 피해를 고려하여 신중하게 보도할 것을 권고기준 3.0에 새롭게 명시하였다. 이는 무분별한 자살 보도를 통해 사망한 고인과 고인의 유족들이 겪을 2차 피해를 언론인들도 함께 고민하고 배려하여 2차적인 피해를 예방하는 데 힘써야 한다는 취지에서 비롯되었다.

권고기준 3.0이 발표된 2018년 이후 언론의 자살보도 행태는 많은 부분에서 큰 변화를 보였다. 권고기준 3.0의 개정 발표 이후 발생했던 아이돌 종현과 설리, 구하라 씨의 사망 당시 대부분의 언론은 구체적인 자살수단과 방법 등을 보도하지 않았으며, 자살 사건 보도 하단에 자살예방 상담전화 및 도움 받을 수 있는 기관정보를 포함하는 보도의 비중이 기하급수적으로 증가하였다. 특히 자살보도 하단의 자살예방 상담전화 등 도움 받을 수 있는 기관정보 안내는 권고기준 3.0 개정 이전에는 보이지 않던 큰 변화였다. 뿐만 아니라, 간혹 보이는 잘못된 자살 사건 보도가 확인되는 경우에는 언론현장에서 스스로 비판하고 자성하는 목소리도 증가하였음을 알 수 있었다.

권고기준 2.0이 국내의 자살예방정책에 있어서 미디어와의 영향력을 주목하고 관련된 정책사업 수행을 위한 최초의 기준점이 되었다면, 권고기준 3.0은 언론현장이 자살예방을 위해 공감하고, 실질적으로 함께 고민하여

참여할 수 있는 구체적인 방향과 지침을 제시하려 노력했다는 점에서 의미가 있다고 볼 수 있다.

실제로 권고기준 3.0의 발표 이후 확인되는 가장 큰 변화들은 누군가에 의해 강제로 이뤄진 것이 아니라 언론인들 스스로 이뤄낸 것들이다. 기사 제목에 ‘자살’ 혹은 구체적인 ‘자살수단’을 명시하지 않거나, 자살예방 상담 전화 등의 도움 받을 수 있는 기관정보를 기사 하단에 포함하는 것들은 권고기준 3.0 발표 이후 언론인들이 자발적으로 행동하여 반영된 결과물이라는 점에서 그 의미가 매우 크다.

4. <자살보도 권고기준 3.0> 이후, 방향성에 대하여

<자살보도 권고기준 3.0>의 발표 이후 기사 제목에 ‘자살’이라는 표현은 대부분 사라졌으나 그 자리를 ‘극단적 선택’이라는 표현이 대체하기 시작하였다. 사실 권고기준 3.0은 ‘극단적 선택’이라는 표현을 권장하지 않는다. 권고기준 3.0은 ‘극단적 선택’이라는 표현 대신, ‘숨진 채 발견’, ‘사망’ 등 사망을 객관적으로 드러낼 수 있는 표현을 활용할 것을 권고하고 있다. 그렇지만 ‘자살’이라는 사회적 현상을 단순히 ‘사망’으로 표현할 수 없는 언론 현장의 고민이 반영된 결과물이 ‘극단적 선택’이라는 표현으로 점차 자리잡게 된 것으로 보인다.

한국생명존중희망재단은 과거 재단의 전신인 중앙자살예방센터 시절 2년 동안(2020년~2021년) 국민패널단 50명을 매년 모집하여 자살보도에 대한 모니터링을 통해 그에 대한 국민들의 의견을 수집하였다. 그 당시 ‘극단적 선택’이라는 표현에 대해서는 국민들의 의견은 찬성 40%, 반대 60% 정도로 확인되었는데, 반대 의견을 제시한 국민 패널 대다수는 ‘극단적 선택’이라는 표현은 ‘극단적으로 힘들 때 자살을 선택할 수 있다는 것으로 보인다’는 이유를 들었다.

기본적으로 WHO의 자살예방 미디어 가이드라인과 국내의 자살보도 권고기준의 취지는 ‘모방자살’의 위험이 높은 형태의 보도를 피하자는 것에 있다. 만약 ‘극단적 선택’이라는 표현이 자살을 선택의 수단으로 인지할 수 있도록 하는 부분이 있다면 이 또한 대한민국의 높은 자살률 문제를 고려했을 때 피해야만 하는 방향이라고 생각한다. 그렇다고 ‘극단적 선택’이라는 표현을 대체하기 위하여 ‘자살’이라는 표현으로 다시 돌아가자는 것에 대해서도 고려해야 할 부분들이 있다. 과거부터 우리나라는 역사문화적으로 ‘자살’이라는 행동에 대해 허용적인 태도와 인식이 상대적으로 높았다. 유



독 ‘자살’에 대해서는 국민들이 받아들이는 자극의 정도가 여타의 다른 사망 보도보다 높다는 데에서 문제의식이 있었으며, 이러한 문제를 해결하기 위해 기사 제목에 ‘자살’이라는 직접적 표현 대신 ‘사망’, ‘숨진 채 발견’으로 표현해달라는 메시지를 오늘날까지 전달하고 있는 것이다.

사실 권고기준을 통해서 이야기하고 싶은 것은 자살사건 자체를 다루는 보도이다. 자살예방 정책을 논의하거나, 사회적 문제를 다루는 것에 있어 서조차 ‘자살’이라는 표현 자체를 금기시 하자는 것은 아니다. 다만, 언론이 소개하지 않는다면 국민들도 구태여 관심을 가지지 않을 단순한 자살사건에 대해서 보도하는 것이 ‘꼭 필요한 것인지’ 고민하는 것은 여전히 필요하다.

어떤 용어를 사용할 것인가에 대한 고민에 앞서 ‘이 자살사건 보도가 꼭 필요한 것인가’에 대한 문제의식을 언론현장이 함께 고민하는 것이 더 중요한 우선순위라고 생각된다. 오늘날 <네이버>와 <다음>의 자살보도 댓글창 폐지, 자살보도의 구체적인 내용을 확인하기 위한 접근 경로 강화 등의 조치는 ‘자살’이라는 사안에 대해 우리나라의 대중들이 갖는 민감성이 높다는 점에 대해 포털 사이트들도 어느 정도 문제의식을 함께 공유하는 데에서 비롯되는 결과라고 생각한다.

권고기준 3.0 개정 이후 4년이 흐른 지금, 미디어 환경은 많이 변화했다. 유튜브(YouTube)와 같은 채널이 일상의 대부분을 차지할 만큼 확산되면서 이러한 채널을 기반으로 형성된 1인 미디어 환경은 그 영향력이 더욱 커

졌으며 언론의 기능을 대체하고 있기도 하다. 이러한 사회적 변화에 발맞추어 전통적인 레거시(legacy) 미디어들도 유튜브 채널 등을 신경쓰지 않을 수 없는 환경이 되었다. 또한, 쇼츠(Shorts), 릴스(Reels)와 같은 매우 짧은 형태의 영상콘텐츠가 대세를 이루면서 뉴스보도 또한 짧은 분량 안에 수용자들에게 어필할 수 있는 자극적인 내용이 담길 우려도 커졌다.

오늘날 이야기되고 있는 <자살보도 권고기준 4.0>(이하 ‘권고기준 4.0’) 개정이 실질적으로 이뤄진다면, 전통적인 레거시 미디어에서 벗어나 있었던 1인 미디어들에 대해서도 어떻게 접근해야 할 것인지 등 함께 고민하고 참여할 수 있는 내용들이 반영되어야 할 것으로 보인다. 뿐만 아니라 앞서 확인하였던 해외의 가이드라인 사례를 보면서 참고할 내용들에 대해서도 반영을 검토하는 것이 필요해 보인다. 이를테면 독일과 오스트리아의 경우처럼, 해당 자살 사건 보도가 꼭 필요한 것인지를 자문하여 뉴스가치의 적절성을 판단하는 내용을 추가하거나, 아일랜드나 뉴질랜드의 경우처럼 청소년들과 관련된 자살 사건 보도는 더욱 보도를 자제한다는 내용들은 권고기준 개정을 논의할 때 고민해볼 지점들이라 생각한다.

국내외의 자살보도 권고기준들은 결국 공통적으로 미디어로 인한 ‘모방 자살 위험의 최소화’를 목표로 하는 데 있다. 이를 위해 일부 유럽 국가들은 한발 더 나아가 뉴스보도를 접하는 독자인 국민들을 대상으로, 자살보도를 비판적으로 독해할 수 있는 능력 함양을 위한 미디어 리터러시(Media Literacy) 교육을 권장하고 있다. 권고기준 4.0의 개정은 단순히 권고기준의 내용의 개정에 머무르는 것이 아니라, 뉴스보도를 최종적으로 접하고 소비하는 독자들인 국민들도 함께 그 취지에 공감하고 비판적으로 독해하는 능력을 갖추기 위한 ‘미디어 리터러시 교육 개발’ 등의 노력까지 이어질 필요가 있다.

5. 나가며

‘자살보도 권고기준’의 담당자로서 <자살보도 권고기준 3.0> 개정의 순간부터 오늘날까지 돌이켜보면 자살보도를 어떻게 다루어야 할 것인지에 대해서는 간단명료한 정답은 없다. 모든 자살 사건은 저마다의 맥락이 있고, 그것을 받아들이는 국민들의 인식과 감수성도 사안에 따라 차이가 있기 때문이다. ‘자살보도는 어떻게 해야만 한다’는 정답을 정해놓고 그것을 언론 현장에 강요했다면 지금과 같은 변화는 있을 수 없었다고 생각한다. 지금에 이르기까지 많은 변화들은 결국 언론현장의 자발적인 공감과 협력에 의해서 비롯된 것들이 대부분이다. 이렇듯 자살보도 권고기준은 언론 현장에서



도 함께 지켜나갈 수 있는 것이 무엇인지, 왜 함께 지켜나가야 하는지에 대한 고민들이 내용에 담겨야만 한다.

권고기준 3.0 이후에 변화된 미디어 환경을 고려하여 새롭게 논의가 이뤄지는 과정에서도 언론 현장에서 함께 고민하고 해결책을 찾아가는 과정을 밟아간다면 분명 지금보다 더 구체적이고 유의미한 결과물이 나올 수 있을 것이라고 믿는다. 🌐

참고 문헌

- Samaritans (2020). Samaritan's media guidelines for reporting suicide and online resources. URL: <https://www.samaritans.org/about-samaritans/media-guidelines/>
- Deutsche Depressions HILFE, Medien und Suizid : Empfehlungen zur Benichterstattung über Suizide. URL: <https://www.deutsche-depressionshilfe.de/presse-und-pr/berichterstattung-suizide>
- T. Niederkrotenthaler & G. Sonnek (2007). Australian & New Zealand Journal of Psychiatry. Volume 41, Issue 5, Assessing the Impact of Media Guidelines for Reporting on Suicides in Austria : Interrupted time Series Analysis
- Ministry of Health (2021). Media Guidelines for Reporting on Suicide (<https://www.health.govt.nz/publication/media-guidelines-reporting-suicide>)
- National Action Alliance for suicide prevention. Recommendations for reporting on suicide. URL: <https://reportingsuicide.org/recommendations/>
- World Health Organization (2021). LIVE LIFE : An implementation guide for suicide prevention in countries.
- World Health Organization (2008). Preventing suicide : A resource for media professionals.
- World Health Organization (2018). Regional strategy on preventing suicide.
- World Health Organization (2019). Suicide in the world.
- 한국생명존중희망재단 (2023). 2023년 자살예방백서.