

上接A18

上个世纪80年代,约翰是“危机处理治疗流动小队”的成员,这个组织的医生们进入那些有精神疾病但不愿意寻求帮助的人家中主动提供帮助。那段经历使他相信,整个国家心理健康系统的最大问题在于,需要帮助的人不会主动求助,而系统的设计对这些人极不方便,他们往往被遗忘在系统之外。现有的系统会说:“好的,看上去你的心理健康有点问题,我们的心理医生在下一个周二9点会在诊所等你。”结果是,2/3的病人永远不会赴约。心理疾病患者不愿意主动面对他人,尤其是解剖内心的医生。

正因为深信整个系统需要改革,约翰参与建立了24×7不间断的“生命线”服务。“生命线”在2001年声名远播,因为“9·11”事件后相当多的心理受创者致电寻求帮助。那时有大量人表示有抑郁、焦虑情绪甚至是心理创伤,短时间内“生命线”的雇员翻倍,电话量也倍增,从那以后一直没有减少的趋势。2004年这条热线被选中加入全国预防自杀系统。

今天,约翰和他的下属们监管着161个呼叫中心,只要你拨打1-800-273-TALK,就会自动连接到离你位置最近的一个呼叫中心,过去一年中,有800万美国成年人严肃地思考过自杀问题,只有110万真正尝试自杀,最终自杀成功的人则更少。相对,打进“生命线”的电话量已经达到一年110万,约翰认为是很不错的成绩。他说:“打电话的人多了是不是意味着内心压抑的人也增加呢?事实未必如此,只能说明之前有很多焦虑、抑郁的人不知道还有‘生命线’这样的资源能提供帮助。”

可是要总结预防自杀的计划是否奏效是很困难的,除非有人站出来,自己很想自杀,但是因为那个那个改变了决定,这样的人并不多。美国自杀研究学会的专家相信,处在自杀危机之中的人如果马上能得到援助,很有可能改变主意,但是这种援助会不会是一通电话这么简单呢?

几乎所有获得联邦资助的自杀预防机构都在全国范围做广告,但是批评家相信这么做其实是滥用资源。很多组织展开了可以说是一场“阻止自杀”的运动,浩大的宣传耗费大量资金,虽然广泛触及可能有精神抑郁的人群,但对于有真正自杀倾向的人帮助并不大。在阻止自杀这个领域,一些专家认为针对大众进行大面积的宣传肯定是浪费,因为需要专注的领域其实很小,可能执行自杀的人是很小一个群体。

不过,根据美国国家心理健康研究所的统计,死于自杀的人中,90%有存在日益恶化的精神问题,很多会有滥用酒精和药物的历史,通常会有多种精神疾病伴发。其他可能诱发自杀的因素包括之前不成功的自杀企图,家族具有精神病史以及家庭内部的暴力事件。如果我们知道哪些人是离自杀行动最近的,那么我们是应该把资源更明智地使用,将这些人确定为重点目标呢?例如一个大型企业关闭,工人大量失业,是否应该对相关社区进行重点宣传,提供心理咨询帮助呢?

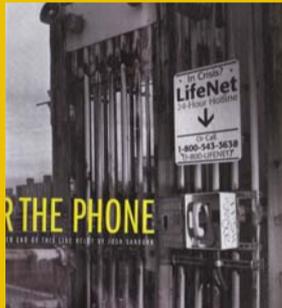
美国药物滥用和精神健康服务管理局(SAMHSA)是政府预防自杀的另一个机构,可是在过去两年中,管理局向联邦申请的、针对自杀的预算在减少,相反普及到大多数心理健康有问题的人的资助却在增加。2014年财政年度,该机构申请的用于阻止自杀的预算是5000万美元,比2012年减少了800万美元。每年,该机构为“生命线”注资370万



美国“全国自杀预防生命线网络”的宣传标志。



德利工作的办公室,看上去像普通的呼叫中心,共有50名专业受训的危机心理应对专家接听电话。



金门大桥上的“生命线”援助热线,也被称为“大桥电话”。打电话的人很可能正准备跳桥自杀,而接听电话的人,有可能挽救一个生命。

美元。以前曾有专门的一笔预算用于跟踪致电者在与电话那头的心理咨询人员交谈之后的行为和精神状态,以此评估“生命线”的有效性,通常每年在70万美元到170万美元之间。管理局的执行主管理查德(Richard McKeon)认为,预防自杀的重点应该是那些“积极地”考虑自杀的人,尽管大众的心理和行为健康也很重要。只有真正接触那些随时可能自杀的高危人群,才能真正减少自杀的概率。

目前有很多计划项目,目的在于获得政府资助后尝试定位并帮助高危人群,例如一个名为“活着的游戏”的项目,它深入到22个公校系统。这些学校都位于贫困区,学生家庭的经济状况都很糟糕,在这些人群中发现不少对生活失去希望的年轻人,他们是自杀的高危群体。

但是所有这些早期介入行动,其科学依据是非常模糊的。甚至对精神健康进行的大面积的公众觉醒运动,也没有坚实的科学证据证明有效。

2009年在《精神病学服务》(Psychiatric Services)杂志上刊登的一篇文章,收集并研究了从1987年到2007年间200篇公开出版物,发现几十年来政府进行大量资助,各机构孜孜不倦地宣传,但对于提高对抑郁人群和有自杀倾向人群的关注和理解度几乎没有效果。公众对精神健康的理解也还停留在很原始的阶段,例如认为精神抑郁的人只占很小比例。所有这些“运动”并没有减少自杀行为,更加不能促使心理上需要帮助的人意识到自己的问题并主动走进诊所。2010年《危机》杂志上发表的另一篇文章认为,大户外大广告牌上做心理释放心态广告对青少年反而会有负面影响,他们会求助策略产生抵触。

同样地,要衡量好像“生命线”这样的援助电话对于有自杀倾向的人到底有多少帮助,也很困难。在2007年到2012年间,美国哥伦比亚大学的一个团队进行了数次调查研究,认为一部分打电话的人,在和德利类似的专业受训的心理交流师交谈后,内心的抑郁感减少,自杀倾向也弱一些。在同意接受后续采访的致电者中,12%的人表示,在与电话那头的人交谈之后,伤害自己的意愿降低了,自杀的念头也不再像以前那样频繁、强烈。有超过一半的致电者听从了工作人员的建议,寻找专业的心理医生,正面面对心理问题。有80%的受访者表示,相信“生命线”对于延续自己的生命有积极作用。

可是,为什么“生命线”接到的电话越来越多,自杀率却还在上升,谁也不能准确地给出答案。

生命线,上午11时14分。

德利上班后不到一个小时,接到第一个电话来自“国家自杀预防中心”。对方是个男性,从早上7点开始已经联系呼叫中心6次,他讲西班牙语。他告诉德利自己经常听到不存在的声音,但是不想联系心理医生,那种感觉就好像“自己马上就要死了”。对于德利来说,这些都没有什么特别的,这是她和同事们每天都会听到并处理的。不过类似的人中,中年男性的比例越来越

高。在2008年华尔街金融危机之后,“生命线”的工作人员明显注意到这个趋势,最集中的原因是他们都遇到了财政困难。

在城市里,中年男子的自杀率升高;在乡村地区,中年男性的自杀率则上升更快。美国怀俄明州是全国自杀率最高的州,在该州的公园郡,也就是著名的黄石国家公园所在地,2012年每10万人中有45人自杀,而全国平均自杀率为12人左右。乡村男性具有所谓的“牛仔性格”,也就是遇到困难自己解决,不愿求助,这种文化不鼓励有心理问题的人主动寻求帮助,此外乡下枪支拥有率较高、心理医生稀少、地理和文化相对隔绝,都成为自杀率一直高于城市的原因。怀俄明州恰恰是美国全国枪支拥有率最高的州,也是除了阿拉斯加之外人口密度最低的,全州只有一个呼叫中心与“生命线”联系。当地的工作人员发现,如果要接触到乡村地带的脆弱、高危人群,必须从他们的精神状态出现一丝异常的时候就开始接触他们,走进他们的生活,也就是从上游就做工作。乡下的生活是那样规律而枯燥,一旦他们已经开始思考自杀,此时再接近他们不会有任何效果,他们会封闭内心,拒绝帮助。

接受了相关建议,怀俄明州政府花费5万美元集中在一个郡的电视上和户外广告牌上投放广告,广告上是个饱经沧桑的中年男子焦虑的脸,广告语是“兄弟,我们知道你的感受”或者是“在这里不容易”。

接下来的6个月时间里,因为广告效应,当地的“生命线”接到的电话增加了109个,对于那些支持“上游”援助策略的人来说,怀俄明州的例子可能算个典范,但是在其他地方,5万美元的广告费能否提高公众的意识,能否带来更多电话,没有人能知道,或许更多人会认为这纯属浪费。

生命线,上午11时25分。

德利正在输入之前一个致电者的基本信息,也就是那个早晨已经打过6次电话的男子。她认为他还不属于马上会实施自杀的那一类,而且对方明确表示,在与德利对话后“接下来一天的日子会好过点”。德利相信,如果这个男人再打一次电话来,她有机会成功劝说他前往心理治疗诊所。

一天工作下来,德利会接到25到30通电话,在这样的地方工作看上去很可怕,但其实和一般的办公室没有太大区别。在茶水间也会有聊不完的八卦,中午的小型聚餐总是很愉快,但实际上这个办公室挽救过他人的生命,无论多少,这或许是职员们自己都不能确信的。

德利说:“我总是对身边的朋友说,我的工作不是阻止自杀,而是协助自杀,所以并非想象中那么可怕。我和同事们每天说的都是关于希望,而不是死亡。”

一个必须清楚的现实是,美国每年有110万成年人想自杀,但是最终死于自杀的人只有38000人,这说明绝大部分自杀还是被提前阻止了,只是背后的故事并不完全为人所知罢了。南都供稿



尽管公众对心理抑郁的重视度和理解度在增加,但是从2005年开始,美国自杀率逐年上升。