

الوقاية من الانتحار:
مرجع للإعلاميين
النسخة المحدثه لعام 2017



I A S P

International Association
for Suicide Prevention

منظمة
الصحة العالمية
المكتب الإقليمي لشرق المتوسط



الوقاية من الانتحار: مرجع للإعلاميين

النسخة المحدثة لعام 2017



International Association
for Suicide Prevention

منظمة
الصحة العالمية

The logo of the World Health Organization (WHO) is a circular emblem featuring a caduceus (a staff with two snakes) in the center, surrounded by a laurel wreath. The emblem is set against a white background with a dark border.

المكتب الإقليمي لشرق المتوسط

1. الانتحار - وقاية و مكافحة 2. محاولة الانتحار- وقاية و مكافحة 3. وسائل الإعلام أ. العنوان ب. المكتب الإقليمي لشرق المتوسط
- ج. الرابطة الدولية لمنع الانتحار
- (تصنيف المكتبة الطبية القومية: HV 6545)

© منظمة الصحة العالمية 2018

بعض الحقوق محفوظة. هذا المصنف متاح بمقتضى ترخيص المشاع الإبداعي "نسب المصنف - غير تجاري - المشاركة بالمثل 3.0 لفائدة المنظمات الحكومية الدولية"

3.0 IGO licence (CC BY-NC-SA 3.0 IGO; <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/igo/>)

والمقتضى هذا الترخيص يجوز أن تنسخوا المصنف وتعيدوا توزيعه وتحوروه للأغراض غير التجارية، وذلك شريطة أن يتم اقتباس المصنف على النحو الملائم. ولا ينبغي في أي استخدام لهذا المصنف الإيحاء بأن المنظمة (WHO) تعتمد أي منظمة أو منتجات أو خدمات محددة. ولا يُسمح باستخدام شعار المنظمة (WHO). وإذا قمتم بتعديل المصنف فيجب عندئذ أن تحصلوا على ترخيص لمصنّفكم بمقتضى نفس ترخيص المشاع الإبداعي (Creative Commons licence) أو ترخيص يعادله. وإذا قمتم بترجمة المصنف فينبغي أن تدرجوا بيان إخلاء المسؤولية التالي مع الاقتباس المقترح: "هذه الترجمة ليست من إعداد منظمة الصحة العالمية (المنظمة (WHO)). والمنظمة (WHO) غير مسؤولة عن محتوى هذه الترجمة أو دقتها. ويجب أن يكون إصدار الأصل الإنكليزي هو الإصدار الملزم وذو الصجية."

ويجب أن تتم أية وساطة فيما يتعلق بالمنازعات التي تنشأ في إطار هذا الترخيص وفقاً لقواعد الوساطة للمنظمة العالمية للملكية الفكرية.

الاقتباس المقترح. الوقاية من الانتحار: مرجع للإعلاميين. النسخة المحدثة لعام 2017. القاهرة: المكتب الإقليمي لمنظمة الصحة العالمية لشرق المتوسط؛ 2018. الترخيص CC BY-NC-SA 3.0 IGO.

المبيعات والحقوق والترخيص. لشراء مطبوعات المنظمة (WHO) انظر الرابط <http://apps.who.int/bookorders>. ولتقديم طلبات الاستخدام التجاري والاستفسارات الخاصة بالحقوق والترخيص انظر الرابط <http://www.who.int/about/licensing>.

مواد الطرف الثالث، إذا كنتم ترغبون في إعادة استخدام مواد واردة في هذا المصنف ومنسوبة إلى طرف ثالث، مثل الجداول أو الأشكال أو الصور فإنكم تتحملون مسؤولية تحديد ما إذا كان يلزم الحصول على إذن لإعادة الاستخدام هذه أم لا. وعن الحصول على الإذن من صاحب حقوق المؤلف. ويتحمل المستخدم وحده أية مخاطر لحدوث مطالبات نتيجة انتهاك أي عنصر يملكه طرف ثالث في المصنف.

بيانات عامة لإخلاء المسؤولية. التسميات المستعملة في هذا المطبوع، وطريقة عرض المواد الواردة فيه، لا تعبر ضمناً عن أي رأي كان من جانب المنظمة (WHO) بشأن الوضع القانوني لأي بلد أو أرض أو مدينة أو منطقة أو سلطات أي منها أو بشأن تحديد حدودها أو تخومها. وتشكل الخطوط المنقوطة على الخرائط خطوطاً حدودية تقريبية قد لا يوجد بعد اتفاق كامل بشأنها.

كما أن ذكر شركات محددة أو منتجات جهات صانعة معينة لا يعني أن هذه الشركات والمنتجات معتمدة أو موصى بها من جانب المنظمة (WHO)، تفضيلاً لها على سواها مما يمثّلها في الطابع ولم يرد ذكره. وفيما عدا الخطأ والسهو، تميز أسماء المنتجات المسجلة الملكية بالأحرف الاستهلاكية (في النص الإنكليزي).

وقد اتخذت المنظمة (WHO) كل الاحتياطات المعقولة للتحقق من المعلومات الواردة في هذا المطبوع. ومع ذلك فإن المواد المنشورة تُوزع دون أي ضمان من أي نوع، سواء أكان بشكل صريح أم بشكل ضمني. والقارئ هو المسؤول عن تفسير واستعمال المواد. والمنظمة (WHO) ليست مسؤولة بأي حال عن الأضرار التي قد ترتب على استعمالها.

المحتويات

- 5..... التقديم
- 8..... إعداد التقارير الخاصة بحوادث الانتحار بطريقة مسؤولة: دليل مرجعي موجز
- 9..... مقدمة
- 11..... الأدلة العلمية التي تبين تأثير وسائل الإعلام على انتهاج سلوك انتحاري
- 12..... إعداد التقارير بطريقة مسؤولة
- 12..... توفير معلومات دقيقة عن أماكن التماس المساعدة
- 12..... تثقيف الجمهور بشأن الحقائق الخاصة بالانتحار وكيفية الوقاية منه دون نشر أية خرافات
- نشر القصص الإخبارية حول كيفية التعامل مع ضغوطات الحياة أو الأفكار الانتحارية وسُبل تلقي المساعدة
- 12.....
- 12..... توخي الحرص الشديد عند إعداد تقارير عن حوادث انتحار المشاهير
- 13..... توخي الحرص عند إجراء مقابلات مع أسرة الفقيد أو أصدقائه
- 13..... إدراك احتمالية تأثر الإعلاميين أنفسهم بقصص الانتحار
- مراعاة عدم تسليط الضوء على القصص الإخبارية الخاصة بالانتحار ومراعاة عدم تكرار الحديث عن هذه الأخبار بدون داع
- 14.....
- مراعاة عدم استخدام لغة تضيئي إثارة على حوادث الانتحار أو تجعل منها مسألة طبيعية أو اعتيادية
- 14..... ومراعاة عدم طرح فكرة الانتحار بوصفها حلاً ناجعاً للمشاكل
- 14..... عدم تقديم وصف تفصيلي لطريقة الانتحار المتبعة
- 15..... عدم تقديم تفاصيل عن مكان أو موقع الانتحار
- 15..... عدم استخدام العناوين الصحفية المثيرة والرنانة
- 15..... عدم استخدام الصور أو تسجيلات الفيديو أو روابط مواقع التواصل الاجتماعي
- 16..... الاعتماد على مصادر معلومات موثوق فيها
- 17..... ملحق 1. الاعتبارات الخاصة بالإعلام الرقمي
- 18..... ملحق 2. التقارير الخاصة بحوادث إطلاق النار الجماعي وحوادث الإرهاب
- 19..... ملحق 3. نظرة عامة على الأدبيات العلمية التي تتناول تأثير الإعلام
- 26..... ملحق 4. خرافات وحقائق حول الانتحار

التقديم

يُعدُّ الانتحار مشكلة من مشاكل الصحة العامة العالمية الخطيرة التي تستدعي شحذ اهتمامنا نحوها، غير أن الوقاية من الانتحار ليست بالمهمة السهلة. وبالرغم من إمكانية الوقاية من الانتحار، تشير الأبحاث الحالية إلى أن الوقاية من الانتحار تستلزم تنفيذ سلسلة كاملة من الأنشطة، بدءاً من إتاحة أفضل الظروف الممكنة لتربية أطفالنا وشبابنا، من خلال التقييم الدقيق لاضطرابات الصحة النفسية في حينها ومتابعة علاجها بفاعلية، وانتهاءً بالسيطرة على عوامل الخطر داخل البيئة المحيطة. وفي ذات السياق، يُعدُّ نشر المعلومات بالشكل الملائم ورفع مستوى الوعي مرتبط الفرس في إنجاح مساعي الوقاية من الانتحار. وينبغي مراعاة الفروق الثقافية والاعتبارات المرتبطة بالفئة العمرية ونوع الجنس في كافة هذه الأنشطة.

أطلقت منظمة الصحة العالمية في عام 1999 مبادراتها العالمية للوقاية من الانتحار، ويعتبر هذا الكتيب هو النسخة الثانية المنفحة لأحد الموارد التي تم إعدادها وتوجيهها إلى مجموعات اجتماعية ومهنية محددة معينة بشكل خاص بالوقاية من الانتحار. كما أن هذا الكتيب المنقح هو نتاج التعاون المستمر بين كل من منظمة الصحة العالمية والرابطة الدولية للوقاية من الانتحار. ويمثل الكتيب حلقة واحدة من سلسلة طويلة ومتنوعة تشمل نطاقاً واسعاً من الأشخاص والمجموعات، بما في ذلك المهنيين الصحيين والمعلمين والمؤسسات الاجتماعية والحكومات والمُشرِّعين والعاملين في مجال التواصل الاجتماعي وجهات إنفاذ القانون والأسر والمجتمعات المحلية.

كل الشكر والتقدير للأستاذ ديبغو دي ليو، من جامعة غريفيث، بريسبان، كوينزلاند، أستراليا الذي أصدر النسخة الأولى من هذا الكتيب. والشكر موصول أيضاً للدكتورة لاكمشي فيجاياكومار من المركز الهندي للوقاية من الانتحار (الهند، شيناي) لدعمها للتحضير التقني للكتيب. ونتوجه بالشكر أيضاً لأعضاء فريق عمل الشبكة الدولية للوقاية من الانتحار التابعة لمنظمة الصحة العالمية الذين راجعوا النص الأصلي وهم: الدكتور سيرجيو بيريز باريرو، مستشفى دي بايامو، غراما، كوبا؛ والدكتورة أنيت بياتريس، كلية الطب في كرايست تشيرش، كرايست تشيرش، نيوزيلندا؛ والدكتور أحمد عكاشة من جامعة عين شمس، القاهرة، مصر؛ والأستاذ لورنس شليبوش، جامعة ناتال، ديربان، جنوب أفريقيا؛ والأستاذ جان-بيير سوبري من مركز دراسة علوم السلوك الانتحاري بباريس، فرنسا؛ والأستاذ إيرني فارنيك من جامعة تالين، إستونيا؛ والأستاذ دانوتا واسرمان من المركز الوطني لأبحاث الانتحار والوقاية من أمراض الصحة النفسية، معهد كارولينسكا، ستوكهولم، السويد؛ والدكتور شوتاو تشاي، من مستشفى المخ كلية طب نانجينغ، نانجينغ، الصين.

أجرت فرقة العمل الإعلامي التابعة للرابطة الدولية للوقاية من الانتحار التنقيح الأول للكتيب وذلك تحت قيادة الأستاذ المساعد جين بيركس، من كلية الصحة السكانية بجامعة ملبورن، أستراليا.

وأجرى التحديث الحالي لهذا الكتيب فرقة العمل المعنية بإعداد التوصيات الإعلامية الخاصة بإعداد تقارير عن حوادث الانتحار والتابعة للرابطة الدولية للوقاية من الانتحار. ونتوجه بالشكر الخاص للأستاذ المساعد الدكتور توماس نيدركروتينيلير (من مركز الصحة العامة، الجامعة الطبية فيينا، النمسا) والدكتور دانيال رايدنرج (منظمة أصوات التنقيف والتوعية بشأن الانتحار (SAVE)، الولايات المتحدة الأمريكية)، حيث تقاسم كلاهما رئاسة فرقة العمل المعنية بإعداد التوصيات الإعلامية الخاصة بإعداد تقارير عن حوادث الانتحار والتابعة للرابطة الدولية للوقاية من الانتحار كما توليا مسؤولية تحديث هذا الكتيب.

والشكر موصولاً أيضاً للأعضاء التالي ذكرهم من فرقة العمل المعنية بإعداد التوصيات الإعلامية الخاصة بكتابة وإعداد تقارير عن حوادث الانتحار والتابعة للرابطة الدولية للوقاية من الانتحار لإسهاماتهم القيمة: السيد كارل أندرسن، كلية الطب النفسي، جامعة نيو ساوث ويلز، سيدني، أستراليا؛ والأستاذة إيليا أرنسمان، قسم علم الأوبئة والصحة العامة، جامعة كوليج كورك، كورك، أيرلندا؛ والسيدة جين أريغو، هيدلاين، دبلن، أيرلندا؛ والدكتورة لورين بارناي، قسم الصحة المجتمعية والطب النفسي، جامعة ويست إنديز، مونا، جامايكا؛ والدكتور جو بل، كلية الصحة والعمل الاجتماعي، جامعة هال، هال، إنجلترا؛ والأستاذة سيلفيا سارا كانيو، جامعة ولاية كولورادو، فورت كولينز، كولورادو، الولايات المتحدة الأمريكية؛ والأستاذ المساعد قيجين تشنغ، هونغ كونغ، مركز جوكي كلوب المعني بأبحاث الانتحار والوقاية منه، جامعة هونغ كونغ، منطقة هونغ كونغ الإدارية الخاصة، الصين؛ والأستاذ صني كولينز من وحدة أبحاث الصحة النفسية للسكان والطب النفسي الاجتماعي، جامعة أوتاغو، كلية ويلينغتون للطب والعلوم الصحية، كرايستشرش، نيوزيلندا؛ والأستاذ ديبغو دي ليو، المعهد الأسترالي لأبحاث الانتحار والوقاية منه، جامعة غريفيث، بريسبان، أستراليا؛ والأستاذ المار اتزيرسدورفر فورتباتشكرانكينهاوس، عيادة الطب النفسي والعلاج النفسي، شتوتغارت، ألمانيا؛ والأستاذة مادلين غولد، المركز الطبي لجامعة كولومبيا، معهد الطب النفسي لجامعة ولاية نيويورك، نيويورك، الولايات المتحدة الأمريكية؛ والأستاذ جوبالكريشنا جوروراج، المعهد الوطني للصحة النفسية والعلوم العصبية، بنغالور، الهند؛ والأستاذ كيث هوتون، مركز أبحاث الانتحار، جامعة أكسفورد، أكسفورد، إنكلترا؛ والسيدة إيرينا إينوستروسا، من جمعية وقف الانتحار (Stop Suicide)، جنيف، سويسرا؛ والدكتورة كارولينا كريسنسكا من كلية الطب النفسي، جامعة نيو ساوث ويلز، سيدني، أستراليا؛ والسيدة كارولين لو من الصحافة الاستقصائية، مينيابوليس، ولاية مينيسوتا، الولايات المتحدة الأمريكية؛ والدكتورة آن لوس من كلية الصحافة، قسم اللغة الإنجليزية والاتصالات، جامعة بورغموث، بورغموث، إنكلترا؛ والأستاذ المساعد ليزا مارزانو من كلية العلوم والتكنولوجيا، جامعة ميدلسيكس، لندن، إنكلترا؛ والأستاذ براين ميشارا من مركز الأبحاث والتدخلات الخاصة بالانتحار والقتل الرحيم، جامعة كيبك هونتريال، مونتريال، كندا؛ والدكتور تشارلز-إدوارد نوتردام من المركز الطبي للجامعة، جامعة المستشفى الإقليمية، مركز ليل، ليل، فرنسا؛ والأستاذة جين بيركس من مركز الصحة النفسية بجامعة ملبورن، ملبورن، أستراليا؛ والأستاذ ستييف بلات من جامعة إدنبرة، إدنبرة، اسكتلندا؛ والدكتور سباستيان شير من قسم علوم الاتصال والأبحاث الإعلامية، جامعة ميونخ، ميونخ، ألمانيا؛ والأستاذ ميريك سيساسك من المعهد الإستوني السويدي للصحة النفسية والسلوك الانتحاري، كلية الحوكمة، القانون والمجتمع، جامعة تالين، تالين، إستونيا؛ والسيدة جاليا سكيهان من معهد هنتر للصحة النفسية بأستراليا؛ والأستاذ جيرنوت سونيك من مركز فيينا للتدخلات أثناء الأزمات، فيينا، النمسا؛ والأستاذ ستيفن ستاك، جامعة ولاية وين، ديترويت، ميشيغان، الولايات المتحدة الأمريكية؛ والأستاذ مساعد بينيديكت تيل من وحدة أبحاث الانتحار، قسم الطب الاجتماعي والوقائي، مركز الصحة العامة، كلية طب فيينا، النمسا؛ والدكتور مايكل ويستلوند من قسم الدراسات الإعلامية، جامعة ستوكهولم، ستوكهولم، السويد؛ والأستاذ بول ييب من مركز نادي الجوكي بهونغ كونغ المعني بأبحاث الانتحار والوقاية منه، جامعة هونغ كونغ، منطقة هونغ كونغ الإدارية الخاصة، الصين.

كل التقدير للخبراء الآتي ذكرهم ممن راجعوا النسخة الحالية: الدكتور أندريا بروني، من المكتب الإقليمي لمنظمة الصحة العالمية للأمريكتين، واشنطن العاصمة، الولايات المتحدة الأمريكية؛ والدكتور فلاديمير كارلي من المركز الوطني لأبحاث الانتحار والوقاية من أمراض الصحة النفسية، معهد كارولينسكا، ستوكهولم، السويد؛ والدكتور خورخي كاسترو، من المكتب الإقليمي لمنظمة الصحة العالمية للأمريكتين، واشنطن العاصمة، الولايات المتحدة الأمريكية؛ والدكتورة كلودينا كايانو من المكتب الإقليمي لمنظمة الصحة العالمية للأمريكتين، واشنطن العاصمة، الولايات المتحدة

الأمريكية؛ والسيدة بريدجيت هاوسمان من مركز موارد الوقاية من الانتحار، واشنطن العاصمة، الولايات المتحدة الأمريكية؛ والدكتورة ديفورا كيستيل من المكتب الإقليمي لمنظمة الصحة العالمية للأمريكيتين، واشنطن العاصمة، الولايات المتحدة الأمريكية؛ والدكتور كايري كولفيز من المعهد الأسترالي لأبحاث الانتحار والوقاية منه، جامعة جريفيث، برسبان، أستراليا؛ والسيد إيد مانتر من لجنة الصحة النفسية بكندا، أوتاوا، كندا؛ والسيدة كارمن مارتنيز من المكتب الإقليمي لمنظمة الصحة العالمية للأمريكيتين، واشنطن العاصمة، الولايات المتحدة الأمريكية؛ والأستاذ مايكل فيليبس من مركز أبحاث الانتحار والوقاية منه، مركز شانغهاي للصحة النفسية، كلية الطب بجامعة شانغهاي جياو تونج، شانغهاي، الصين؛ والدكتور جيرى ريد من مركز موارد الوقاية من الانتحار، واشنطن العاصمة، الولايات المتحدة الأمريكية؛ والأستاذ جان-بيير سوبري من مركز دراسة علوم السلوك الانتحاري بباريس، فرنسا؛ والسيدة كيم تورجوسن من تحالف أكشن للوقاية من الانتحار، واشنطن العاصمة، الولايات المتحدة الأمريكية؛ والدكتورة لاكشمي فيجايكومار من الخدمات الصحية الطوعية، المركز الهندي للوقاية من الانتحار، شيناى، الهند؛ والأستاذ دانوتا واسرمان، المركز الوطني لأبحاث الانتحار والوقاية من أمراض الصحة النفسية، معهد كارولينسكا، ستوكهولم، السويد.

كما نتوجه بالشكر إلى كل من السيد ديفيد براملي، سويسرا، على مجهوداته في التحرير؛ والسيد دينيس ميسزر، من منظمة الصحة العالمية على تصميمه للغلاف؛ والسيد يوسوكي ناكازاوا، اليابان، على الرسوم البيانية والتصميم العام. وتتوجه منظمة الصحة العالمية بالشكر والعرفان للرابطة الدولية للوقاية من الانتحار على تعاونها في أنشطتها ذات الصلة بالوقاية من الانتحار.

وتنشر هذه المطبوعة على نطاق واسع أملاً في أن تتم ترجمتها وتطويعها حسب السياقات المحلية المختلفة، حيث يُعدُّ ذلك شرطاً أساسياً لنجاحها وفعاليتها. ونرحب بأي تعليقات وطلبات للسماح بترجمة المطبوعة وتطويعها.

إيلا أرنسمان	ألكساندرا فلايشمان
رئيس الرابطة الدولية	قسم الصحة النفسية وإدمان المواد
للووقاية من الانتحار	منظمة الصحة العالمية

إعداد التقارير الخاصة بحوادث الانتحار بطريقة مسؤولة: دليل مرجعي موجز

النصائح

- وفر معلومات دقيقة عن أماكن التماس المساعدة
 - ثقّف الجمهور بشأن الحقائق الخاصة بالانتحار وكيفية الوقاية منه دون نشر أية خرافات
 - انشر القصص الإخبارية التي تتناول كيفية التعامل مع ضغوطات الحياة أو الأفكار الانتحارية وسُبل تلقي المساعدة
 - توخّ الحذر الشديد عند نشر أخبار عن حوادث انتحار المشاهير بشكل خاص
 - توخّ الحذر عند إجراء مقابلات مع أسرة الفقيد أو أصدقائه
 - عليك إدراك مسألة تأثير الإعلاميين أنفسهم بقصص الانتحار
-

النواهي

- لا تسلط الضوء على قصص الانتحار ولا تكرر الحديث عن هذه الأخبار بدون داعٍ
 - لا تستخدم لغة تضيئي إثارة على حوادث الانتحار أو تجعل منها مسألة طبيعية أو اعتيادية، ولا تطرح فكرة الانتحار بوصفها حلاً بناءً للمشاكل
 - لا تقدم وصفاً تفصيلياً للطريقة التي تم بها الانتحار
 - لا تقدم تفاصيل عن مكان/موقع الانتحار
 - لا تستخدم العناوين الصحفية المثيرة والرنانة
 - لا تستخدم الصور أو تسجيلات الفيديو أو روابط مواقع التواصل الاجتماعي
-

يُعدُّ الانتحار من مشكلات الصحة العامة الخطيرة التي يترتب عليها عواقب بعيدة المدى على المستوى الاجتماعي والانفعالي والاقتصادي؛ حيث تحدث 800,000 حالة انتحار تقريباً سنوياً على مستوى العالم، ويتأثر بكل حالة انتحار ستة أشخاص على الأقل تأثراً مباشراً حسب التقديرات.

وتتسم العوامل المؤدية للانتحار وسبل الوقاية منه بتعقدها وصعوبة استيعابها. وبالرغم من ذلك، تتزايد الأدلة التي تؤكد أن الإعلام يؤدي دوراً مهماً إما في تعزيز مجهودات الوقاية من الانتحار أو تقويضها. وقد تُسهم التقارير الإعلامية عن الانتحار في الحد من خطر الإقدام على الانتحار بدافع تقليد الغير أو قد تزيد من مخاطر حدوثه. وبالمثل، قد يزود الإعلام الجمهور بمعلومات تثقيفية مفيدة حول الانتحار أو قد ينشر معلومات مضللة عنه.

فمن ناحية، يتعرض الأفراد الضعفاء لخطر انتهاج سلوك انتحاري بدافع تقليد الغير إثر صدور تقارير إعلامية عن الانتحار، خاصة إذا كانت التغطية الإعلامية شاملة وبارزة ومثيرة وواقية في شرحها لطريقة الانتحار وتتغاضى عن الخرافات المنتشرة على نطاق واسع حول الانتحار وتكررها مراراً. ويتجلى الخطر بشكل واضح عندما يمتاز مَنْ يُقدم على الانتحار برقي مكانته الاجتماعية أو يسهل للغير أن يقرنوا هويتهم به أو كلا الأمرين معاً. وكثيراً ما تسبب التقارير التي يتكرر نشرها على مدى فترة زمنية طويلة في الدفع موجة لاحقة من حوادث الانتحار. ويُطلق على تأثير التقارير الإعلامية التي تسبب في ارتفاع معدلات الانتحار «تأثير فيرتر» (Werther Effect)، نسبة إلى اسم بطل رواية جوته «آلام فيرتر» (The Sorrows of Young Werther) الذي ينتحر في أعقاب ضياع حبه.

ومن الناحية الأخرى، قد يساعد توخي المسؤولية في إعداد التقارير عن الانتحار في تثقيف الجمهور إزاء الانتحار وسبل الوقاية منه، وحثّ المعرضين للإقدام على الانتحار على اتخاذ تصرفات بديلة، وإجراء حوار أكثر انفتاحاً ومفعماً بالأمل بوجه عام. فسرد القصص التي تبين أهمية طلب المساعدة في فترات الضراء (اجتياز المصاعب بإيجابية) يعزز من عوامل الحماية من الانتحار ويقف حائلاً ضده مما يُسهم في الوقاية من خطره. وعليه، ينبغي للتقارير الإعلامية عن الانتحار أن تتضمن دائماً معلومات عن أماكن التماس المساعدة، ومن الأفضل أن يكون ذلك من خلال خدمات معتمدة للوقاية من الانتحار تعمل على مدار الساعة. ويُوصف تأثير التقارير الإعلامية عن الانتحار التي يتم إعدادها بحس واع ومسؤول بهدف الحماية منه في الأدبيات العلمية بأن لها «تأثير باباجينو»، على اسم «باباجينو» بطل أوبرا موتسارت بعنوان «الناي السحري»

(The Magic Flute)، الذي تتنابه الرغبة في الانتحار عندما يخشى ضياع حبه، غير أنه يجد بدائل للانتحار في اللحظة الأخيرة، وعليه يختار طريقاً آخر.

ويجب أن تُطوِّع التوصيات الإعلامية كي تلبى احتياجات الإعلام التقليدي والرقمي، كما ينبغي أن تستهدف الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور للوقاية من الانتحار. ويمتاز الإعلام الرقمي بصفة خاصة بسرعه الفائقة في نشر المعلومات، ومن ثم يصعب رصده ومراقبته. وقد بينت نتائج الأبحاث أن للإعلام التقليدي تأثير على انتهاج سلوك انتحاري، الأمر الذي من شأنه أن يفيد مبادرات الوقاية من الانتحار التي تُدشن في الإعلام الرقمي، وذلك بالرغم من الاختلافات ما بين الإعلام الرقمي والتقليدي. ومن ناحية أخرى، تُسهم الدروس المستفادة من دور الإعلام الرقمي

المحتمل في انتهاج سلوك انتحاري أو الوقاية منه في إفادة مبادرات الوقاية من الانتحار التي تدشن في الإعلام التقليدي.

ويقدم هذا الكتيب المرجعي موجزاً عن أحدث الأدلة على تأثير التقارير الإعلامية عن الانتحار، كما يوفر معلومات للإعلاميين حول كيفية إعداد تقارير عن الانتحار، مع التسليم بأن هناك أوقات يتعين فيها نشر أخبار عن حادث انتحار على أساس أهميته الإخبارية. ويقترح الكتيب أفضل طريقة لضمان دقة مثل هذه التقارير ومسؤوليتها وملاءمتها. ويسري الكتيب على إعداد التقارير في الإعلام التقليدي والرقمي.

ويُسلّم هذا الكتيب المرجعي باختلاف التقارير عن الانتحار وكيفية تصويرها في الوسائل الإعلامية المتنوعة على مستوى البلدان أو داخلها. وتتنوع الاختلافات الثقافية بين البلدان فيما تراه مناسباً للنشر وفي سُبل الوصول إلى معلومات عن حوادث الانتحار. ويُستحث الإعلاميون على العمل مع مجتمعهم المحلي فيما يخص الوقاية من الانتحار والاعتماد على المبادئ التوجيهية المحلية للتقارير الإعلامية حال توافرها، مع مراعاة أن هذا الكتيب قد صُمم لتوفير مبادئ توجيهية عن التقارير الإعلامية تسري على مختلف الثقافات. ولا يألو الخبراء المعنيين بالوقاية من الانتحار جهداً في رفع الوعي بهذه المسألة حول العالم، حيث يقف هذا الكتيب شاهداً على عملهم من خلال مساهمة هؤلاء الخبراء الدوليين في إخراجه. ويقف هؤلاء الخبراء على أهبة الاستعداد للتعاون مع الإعلاميين، وذلك لضمان أن كتابة التقارير الإعلامية عن الانتحار تتسم بالأمانة والدقة وتتجنب تعريض الأفراد الضعفاء للخطر. وقامت بعض البلدان بإدماج المبادئ التوجيهية الخاصة بالتقارير المعنية بحوادث الانتحار في مدونات السلوك المهني للصحفيين.

صُمم هذا الكتيب للإعلاميين العاملين في وسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة والمنشورة على الإنترنت. ومعظم التوصيات لها صلة بإعداد التقارير عبر كافة الوسائط الإعلامية، غير أن بعضها يتصل على وجه التحديد بوسائل الإعلام المطبوعة أو الرقمية. يتوافر ملخصاً موجزاً عن الاعتبارات الخاصة بالإعلام الرقمي في الملحق 1. لا يغطي هذا الكتيب القضايا ذات الصلة بمواقع الإنترنت أو الأفلام أو المسلسلات التلفزيونية أو المسرحيات. للحصول على المزيد من المعلومات ذات الصلة، برجاء الاطلاع على الموارد المتاحة على موقع مجلس الصناعة الترفيهية: (www.eiconline.org/). ويتناول الملحق 4 التقارير الخاصة بحوادث إطلاق النار الجماعي والإرهاب.

الأدلة العلمية التي تبين تأثير وسائل الإعلام على انتهاج سلوك انتحاري

التقارير الإعلامية ودورها في التحريض على انتهاج سلوك انتحاري

لقد أُجري ما يزيد على 100 تحقيق حول حوادث الانتحار التي تتم بدافع تقليد الغير (ويبدو لنا أن هذه النوعية من الانتحار ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالتقارير الإعلامية التي تتناول حادثاً أو أكثر من حوادث الانتحار). وخلصت المراجعات المنتظمة لهذه الدراسات إلى نفس النتيجة، ألا وهي: أن التقارير الإعلامية عن حوادث الانتحار قد تدفع بتزايد انتهاج السلوكيات الانتحارية لاحقاً. كما خلصت هذه المراجعات أيضاً إلى أن انتهاج سلوك انتحاري بدافع تقليد الغير قد يقع في ظل ظروف محددة، بخلاف حوادث الانتحار الأخرى. وبصفة خاصة، ترتبط التغطية المتكررة لقصص الانتحار التي لها وقع قوي أو تشمل شخصيات بارزة ارتباطاً وثيقاً بانتهاج سلوك انتحاري بدافع تقليد الغير. ويتعاطف تأثير خبر الانتحار وتزداد سلسلة الانتحارات التالية له عندما يكون الشخص المنتحر من المشاهير ويكون محل إعجاب واحترام القارئ أو المشاهد. وتعرض فئات فرعية بعينها من داخل المجتمع (مثل الشباب والأفراد الذين يعانون من الأمراض النفسية أو الأشخاص الذين لديهم تاريخ من السلوك الانتحاري أو الذين فقدوا شخصاً عزيزاً عليهم بسبب الانتحار) لخطر الانتحار بدافع تقليد الغير. ويتضاعف الخطر عندما تتشابه السمات الشخصية للشخص المنتحر مع السمات الشخصية لقارئ الخبر أو مشاهده بشكل أو بآخر، وعندما يتوحد القارئ أو المشاهد مع شخصية المنتحر. فضلاً عما تقدم، يلعب محتوى القصص دوراً مهماً، حيث إن القصص التي تؤكد الخرافات الخاصة بالانتحار أو تكررها أو تقدم وصفاً تفصيلياً لطريقة معينة للانتحار غالباً ما تتسبب في وقوع حالات انتحار بدافع تقليد الغير. واتضح أن التقارير الإعلامية عن حوادث الانتحار المكتوبة وفقاً للمبادئ التوجيهية الإعلامية تساهم بشكل كبير في الوقاية من الانتحار ولا تستتبعها موجة أخرى من حالات الانتحار.

الآثار الإيجابية للتقارير

تزايدت الأبحاث في السنوات القليلة الماضية التي تؤكد على الفوائد الممكنة للتقارير الإعلامية الواعية والمسؤولة عن الانتحار، وذلك بالرغم من وجود تاريخ طويل نسبياً من الآثار الضارة التي خلفتها تقارير إعلامية أخرى. فقد ارتبطت التقارير التي تناولت حياة أشخاص مرّوا بظروف صعبة غير أنهم استطاعوا أن يجتازوها بنجاح وأن يتخلصوا من الأفكار الانتحارية بتراجع السلوك الانتحاري. وتقتصر دراسات أخرى أن الموضوعات التثقيفية التي تطرحها وسائل الإعلام والتي تصور سُبل التغلب على الأفكار الانتحارية أمر من شأنه أن يكبح جماح السلوك الانتحاري.

ويقدم الملحق 3 نظرة عامة أكثر تفصيلاً عن الأدبيات العلمية التي تتناول تأثير الإعلام.

إعداد التقارير بطريقة مسؤولة

توفير معلومات دقيقة عن أماكن التماس المساعدة

ينبغي توفير معلومات عن موارد الدعم في نهاية كل قصة من قصص الانتحار، وينبغي أن تشمل موارد الدعم المحددة: مراكز الوقاية من الانتحار والخطوط الهاتفية للمساعدة في الأزمات والعاملين في مجال الصحة والرعاية ومجموعات الدعم الذاتي. وينبغي أن تشمل المعلومات التي توضح أماكن التماس المساعدة الخدمات المعروفة في المجتمع بتمييزها وسهولة الوصول إليها والتي تعمل على مدار الساعة، وذلك في حالة توافرها. ويجب أن تتيح هذه الموارد للأشخاص المكرويين أو الذين قد تتناهم أفكاراً انتحارية عند مشاهدتهم أو قراءتهم لقصة انتحار فرصة الحصول على الدعم اللازم. ويوصى بمراجعة عناوين وأرقام الاتصال الخاصة بالموارد المذكورة بانتظام للتأكد من صحتها. ويُنحذ عدم تقديم قائمة مطولة بالموارد المحتملة حيث قد يؤدي ذلك إلى نتيجة عكسية، وعليه يُوصى بتقديم قائمة بعدد محدود من الموارد (مثل رقم هاتف واحد وموقع إلكتروني واحد).

تثقيف الجمهور بشأن الحقائق الخاصة بالانتحار وكيفية الوقاية منه دون نشر أية خرافات

تنتشر الكثير من المفاهيم المغلوطة عن الانتحار. وتوضح الأبحاث أن التقارير الإعلامية التي تكرر هذه الخرافات من المرجح أن تؤدي إلى انتهاج سلوك انتحاري بدافع تقليد الغير. كما أظهرت الدراسات أن الجمهور غالباً ما يميل إلى تذكر هذه الخرافات، كما ظهر من سرد قصص «بين الخرافة والواقع» في الإعلام. ويذكر الملحق 3 بعضاً من أكثر الخرافات والحقائق شيوعاً عن الانتحار. وبالتالي، يفضل البدء بالحقائق حول الانتحار. ويُنحذ دائماً أن يبدأ التقرير الإعلامي بتناول كيفية الوقاية من الانتحار، والتأكيد على وجوب طلب المساعدة عند الشعور بنزعة انتحارية، وتوضيح كيفية الوصول إليها، وهذا كله بخلاف تحري الدقة عند سرد حقائق حول الانتحار.

نشر القصص الإخبارية حول كيفية التعامل مع ضغوطات الحياة أو الأفكار الانتحارية وسُبل تلقي المساعدة

يُوصى بسرد قصص شخصية لأفراد استطاعوا أن يجتازوا فترات الضراء وأن يتغلبوا على أفكارهم الانتحارية، فذلك من شأنه أن يساعد آخرين ممن يمرون بظروف عصبية في أن يتبعوا استراتيجيات إيجابية مشابهة لاجتياز المصاعب. ويُنحذ أن تتضمن القصص الإخبارية مواداً تثقيفية توضح كيفية طلب المساعدة عند مواجهة مصاعب لا قِبَل للمراء بها. وعادة ما تُبرز هذه القصص سُبلًا محددة انتهجها آخرون للتغلب على أفكارهم الانتحارية، كما تسلط الضوء على وسائل طلب المساعدة في حالة شعور الشخص بنزعة انتحارية.

توخي الحرس الشديد عند إعداد تقارير عن حوادث انتحار المشاهير

تستقطب أخبار انتحار المشاهير الصحافة والإعلام بوجه عام، حيث يرون أن نشرها ينطوي على مصلحة عامة. ولكن غالباً ما تؤدي هذه التقارير بصفة خاصة إلى دفع الأفراد الضعفاء للانتحار تقليداً للمشاهير. إن تمجيد انتحار المشاهير قد يوهم البعض بأن المجتمع يُعلي من قيمة السلوك الانتحاري، الأمر الذي قد يدفع الآخرين لتقليد هذا السلوك. وعليه، يُوصى بتوخي الحرس عند إعداد تقارير عن انتحار المشاهير. فلا ينبغي لمثل هذه التقارير أن تضيء هالة ساحرة على حادث الانتحار أو تصف طريقة الانتحار باستفاضة. بل يُوصى بتسليط الضوء على حياة الشخصية الشهيرة ذاتها وإسهاماتها في المجتمع، والتأثير السلبى لوفاتها على الآخرين بدلاً من تناول تفاصيل الانتحار نفسه أو تقديم أسباب واهية للانتحار. إضافةً إلى ذلك، ينبغي تحري الحرس عند نشر خبر وفاة الشخصية الشهيرة عندما يكون سبب

الوفاة غير معلوم بعد. فتكهنات وسائل الإعلام عن انتحار شخصية شهيرة قد تعود بالضرر على الآخرين. ومن الأنسب الانتظار حتى يتسنى معرفة سبب الوفاة الحقيقي والبحث في ملابسات الأمر بعناية. وكما أوضحنأ أعلاه، ينبغي للتقارير الإعلامية أن تتضمن معلومات حول سُبُل الوصول لموارد الدعم لهؤلاء الأشخاص الذين قد يتأثرون بالوفاة أو قد تنتابهم نزعات انتحارية.

توخي الحرص عند إجراء مقابلات مع أسرة الفقيد أو أصدقائه

يمكن لوجهات نظر الأشخاص الذين تعرضوا لفقدان عزيز بسبب الانتحار أن تكون مورداً قيماً للغاية لتثقيف الآخرين بالحقائق حول الانتحار. ولكن، ينبغي الأخذ في الاعتبار عدة أمور أساسية عند جمع المعلومات وتضمينها في تقرير إعلامي عن الانتحار. ويُراعى الحرص عند إشراك أفراد من الأسرة أو الأصدقاء أو آخرين من المتأثرين أو المكروبين بوفاة عزيز. وعليه، ينبغي عدم التعامل مع شخص مصاب بفاجعة الانتحار باستخفاف عند إجراء مقابلة معه. ويرجع ذلك إلى أن مثل هؤلاء الأشخاص يكونون أكثر عُرضة للانتحار أو لإيذاء أنفسهم أثناء حدادهم. ومن ثم، فاحترام خصوصياتهم أهم بكثير من كتابة قصة مؤثرة. وفي بعض البلدان، يعمل الصحفيون وفقاً لمدونة السلوك المهني عند إجرائهم لمثل هذه المقابلات.

ومن الأهمية بمكان أن يعي الإعلاميون أنهم قد يحصلون على معلومات عن حادثة الانتحار أو المنتحر في إطار تحقيقاتهم لا تتوافر لشهود الحادث أو من يعانون من فاجعة الانتحار أو كلاهما معاً. ومن ثم، يُعدُّ نشر مثل هذه المعلومات ضاراً لمن يعانون من فاجعة الانتحار. وعلى المراسلين تحري دقة المعلومات التي تنمو إلى علمهم أثناء مقابلة من يعانون من فاجعة الانتحار، ويرجع ذلك إلى أن استحضارهم لذكريات أو عبارات أو سلوكيات محددة خاصة بالانتحار قد يكون مشوشاً بسبب حالة الحزن الشديد.

ويُسهم الأشخاص الذين استطاعوا التغلب على فقدان عزيز بسبب الانتحار ويرغبون في الاشتراك في القصة الإخبارية في رفع وعي الآخرين، وتقديم حلول ناجعة لغيرهم من أجل مساعدتهم على اجتياز مصاعبهم بنجاح، وغالباً ما يحدث ذلك في الحالات التي لا تجرى فيها التقارير الإعلامية عن الوفاة مباشرة. وجدير بالذكر، أن تناول تجارب سابقة عن أناس أقدموا على الانتحار من شأنه أن يستحضر ذكريات ومشاعر أليمة حتى لو كانت الوفاة قد وقعت منذ فترة طويلة. وقد لا يعي الأشخاص المصابون بفاجعة الانتحار ممن يتطوعون للحديث مع الإعلام بالعواقب الشخصية المترتبة على انتشار معلومات شخصية مفصلة عنهم؛ وعليه، فيُوصَى بالحديث معهم مسبقاً عن الأمر، كما ينبغي اتخاذ إجراءات لحماية خصوصياتهم. ويجب أن يُطلع من يعانون من فاجعة الانتحار على التقارير التي تحتوي على سردهم الشخصي للأحداث قبل نشرها، وذلك من أجل إتاحة الفرصة لهم لإدخال أية تصحيحات أو تغييرات أخرى قبل النشر.

إدراك احتمالية تأثر الإعلاميين أنفسهم بقصص الانتحار

إن إعداد قصة إخبارية عن الانتحار قد يقع في نفس الإعلاميين ويعيد أصداء تجارب شخصية إلى ذاكرتهم، وقد يظهر هذا الأثر في مواقع شتى، غير أنه قد يتجلى بشكل خاص داخل المجتمعات الصغيرة والمتربطة حيث يتمتع الإعلاميون بعلاقات قوية مع المعارف المحلية. ومن ثم، ينبغي للمؤسسات الإعلامية أن تضمن توفير الدعم اللازم للإعلاميين، مثل منحهم الفرصة للإحاطة علماً بالموضوع وتزويدهم بالإرشادات اللازمة لإعداد القصة. وينبغي ألا يتردد أي من الإعلاميين في طلب المساعدة في حالة تأثرهم بشكل سلبي من جراء إعدادهم للتقرير الإعلامي.

مراعاة عدم تسليط الضوء على القصص الإخبارية الخاصة بالانتحار ومراعاة عدم تكرار الحديث عن هذه الأخبار بدون داع

من المرجح أن يؤدي إبراز قصص الانتحار وتكرارها مراراً بدون داعٍ إلى زيادة انتهاج السلوكيات الانتحارية لاحقاً، وذلك بعكس التقارير الإعلامية المكتوبة بحرص. ويُحذَر أن توضع القصص الصحفية عن الانتحار في الصفحات الداخلية في الجزء الأدنى من الصفحة، بدلاً من نشرها في الصفحة الأولى أو في الجزء العلوي من الصفحات الداخلية. وبالمثل، ينبغي عرض قصص الانتحار في الفقرة الثانية أو الثالثة من نشرة أخبار التلفزيون. أما في أخبار الراديو أو تدوينات الإنترنت، فيُوصى أن يأتي الخبر في نهاية النشرة أو في ذيل التدوينات بدلاً من أن يتصدر نشرات الأخبار المختلفة. ويُوصى بتوخي الحذر فيما يتعلق بتكرار خبر الانتحار أو تحديث القصة الأصلية.

مراعاة عدم استخدام لغة تضيئي إثارة على حوادث الانتحار أو تجعل منها مسألة طبيعية أو اعتيادية ومراعاة عدم طرح فكرة الانتحار بوصفها حلاً ناجعاً للمشاكل

ينبغي تجنب استخدام لغة من شأنها أن تضيئي هالة من السحر والإثارة على خبر الانتحار. فمثلاً يُفضل استخدام عبارة «معدلات الانتحار المتزايدة» بدلاً من عبارة «وباء الانتحار». يساعد استخدام عبارات توضح أن الانتحار مشكلة من مشكلات الصحة العامة عند إعداد تقارير عن الانتحار، وتحديد عوامل الخطر المرتبطة به وتضمين رسائل للوقاية من الانتحار في رفع مستوى الوعي لدى الجمهور وتثقيفه إزاء أهمية الوقاية من الانتحار.

ويُراعى تجنب استخدام لغة من شأنها أن تضلل الجمهور أو تجعل من الانتحار مسألة عادية أو اعتيادية أو تقدّم تفسيرات واهية عن الأمر. ويُوصى بتحري صحة التغييرات التي يتم إدخالها على الإحصاءات الخاصة بالانتحار، حيث قد تكون مجرد تقلبات مؤقتة في الأرقام ولا تعني بالضرورة حدوث أية زيادة أو انخفاض مؤكد في إحصاءات حالات الانتحار. ويؤدي استخدام كلمة «الانتحار» في خارج سياقها مثل «الانتحار السياسي» إلى تعامل الجمهور مع خطورتها بقدر من اللامبالاة. كما أن استخدام مصطلحات مثل «انتحار فاشل» أو «انتحار ناجح» يوحي بأن الموت أمر مرغوب فيه، وعليه لا ينبغي استخدام مثل هذه المصطلحات بل استبدالها بعبارات أدق لا يساء تفسيرها مثل «سلوك انتحاري لم يفض إلى الموت». وفي ذات السياق، تُوحي عبارة «ارتكب فعل الانتحار» بارتكاب جريمة (يظل الانتحار جريمة في بعض البلدان) الأمر الذي يزيد الطين بلة في مسألة وصم المجتمع لمن فقد شخص عزيز بسبب انتحاره بوصمة عار. ومن ثم، يُحذَر قول «مات منتحراً» بدلاً من «قتل نفسه».

عدم تقديم وصف تفصيلي لطريقة الانتحار المتبعة

يُراعى تجنب تقديم وصف تفصيلي أو تناول طريقة الانتحار باستفاضة أو كلاهما معاً، حيث إن هذا الأمر من شأنه أن يزيد من احتمالات تقليد الأفراد الضعفاء لفعل الانتحار. وفي حالة إعداد تقرير عن حالة انتحار بسبب تعاطي جرعة زائدة من عقار ما، فلا يُوصى بعرض اسم أو ماركة العقار أو تركيبته أو كميته أو توليفه الأدوية التي تم تناولها أو ذكر وسيلة الحصول على العقار.

ويُراعى توخي الحذر أيضاً عندما تتسم وسيلة الانتحار بندرتها أو بغرابتها. وعلى الرغم من أن الانتحار باتباع طريقة غريبة يجعله أجدر بالتغطية الإخبارية، إلا أن تناول مثل هذه التفاصيل من شأنه أن يدفع الآخرين إلى اتباعها. وتنتشر أساليب الانتحار الجديدة بسهولة من خلال إعداد تقارير مثيرة، وتزيد مواقع التواصل الاجتماعي الطين بلة.

عدم تقديم تفاصيل عن مكان أو موقع الانتحار

وفي بعض الأحيان، تشتهر بقعة ما بكونها «مكاناً للانتحار» مثل جسر أو مبنى شاهق أو جرف أو محطة للسكة الحديد أو تقاطع بسبب وقوع سلسلة من الانتحارات فيه. وينبغي أن يحرص الإعلاميون على عدم الترويج لهذه الأماكن بوصفها مواقع للانتحار، على سبيل المثال من خلال استخدام لغة تُضفي هالة من السحر والإثارة عليها أو من خلال المبالغة في ذكر عدد الحوادث التي وقعت فيها. كما يُوصى بتوخي نفس الحذر عند إعداد تقارير تتعلق بحوادث انتحار أو محاولات للانتحار داخل أماكن تعليمية أو مؤسسات بعينها، خاصة بالنسبة للفئات الضعيفة (مثل السجون ووحدات/مستشفيات الأمراض النفسية).

عدم استخدام العناوين الصحفية المثيرة والرنانة

تعمل العناوين الصحفية الرئيسية على جذب انتباه القراء من خلال التعبير عن فحوى الخبر الصحفي بما قلّ ودلّ. لذلك، لا يجب استخدام كلمة «انتحار» في العناوين الرئيسية، كما ينبغي تجنب استخدام أي إشارة صريحة إلى طريقة الانتحار أو مكانه. ويوصى بأن ينسّق كل من الكاتب المسؤول عن كتابة النص خبر الانتحار مع زميله المسؤول عن كتابة العناوين الرئيسية للتأكد من وضع العنوان المناسب للخبر، وذلك في حالة لو كانت العناوين الرئيسية كتبها إعلاميون آخرون خلاف المسؤولين عن كتابة النص الأساسي.

عدم استخدام الصور أو تسجيلات الفيديو أو روابط مواقع التواصل الاجتماعي

لا ينبغي استخدام الصور أو تسجيلات الفيديو أو روابط مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بمشهد الانتحار، خصوصاً في حالة الإشارة إلى تفاصيل مكان الانتحار أو وسيلته. فضلاً عن ذلك، يُرعى تحري الحرس الشديد عند عرض صور للمنتحر. وينبغي الحصول على إذن صريح من أسرة المنتحر في حالة استخدام الصور. ولا يُجذب إبراز صور المنتحر ولا التعظيم من شأنه أو تمجيد عملية انتحاره. وتبين الأبحاث أن القراء من الفئات الضعيفة غالباً ما يعادون مشاهدة الصور المرفقة بحوادث الانتحار عند مرورهم بأزمات شخصية على سبيل المثال، وهو الأمر الذي قد يرضهم على انتهاج سلوك انتحاري. ومن ثمّ، يُوصى بتنسيق العمل بين المسؤولين عن كتابة النص وزملائهم المعنيين بالصور المرفقة به، لأن الأفراد المسؤولين عن النص يكونون أحياناً غير مسؤولين عن استخدام الصور. ولا يجب نشر خطابات الانتحار أو الرسائل النصية الأخيرة أو تدوينات مواقع التواصل الاجتماعي أو رسائل البريد الإلكتروني للمنتحر.

الاعتماد على مصادر معلومات موثوق فيها

يجب على الإعلاميين الاعتماد على مصادر الإحصاءات والمعلومات الأخرى الموثوقة عن الانتحار عند إعداد تقرير إعلامي عن الانتحار. وتوفر أجهزة الإحصاءات الحكومية في العديد من البلدان بيانات عن معدلات الانتحار السنوي لديها حسب العمر ونوع الجنس. وتُبلغ الدول الأعضاء منظمة الصحة العالمية عن بيانات الوفيات لديها شاملة حالات الانتحار (www.who.int/healthinfo/mortality_data/en/). وينبغي تفسير البيانات والإحصاءات بدقة وعلى نحو سليم.¹

وينبغي للإعلاميين أن يسعوا للحصول على النصح والإرشاد من الخبراء المحليين المعنيين بالوقاية من الانتحار عند إعدادهم قصص إخبارية عن الانتحار. ويمكن لهؤلاء الخبراء المساعدة في تفسير البيانات الخاصة بالانتحار وضمان أن أخبار الانتحار لن تزيد من مخاطر حدوث موجة أخرى من الانتحار بدافع تقليد الغير، وتفنيد الخرافات الخاصة بالسلوك الانتحاري، وتقديم معلومات مفيدة حول كيفية تمييز الأشخاص الذين تراودهم أفكار عن الانتحار ومساعدتهم.

وفي الكثير من الأحيان يكون لدى المنظمات الوطنية والإقليمية المعنية بالوقاية من الانتحار تفاصيل اتصال محددة لوسائل الإعلام. كما يتوافر أيضاً في الكثير من البلدان مؤسسات تقدم معلومات عن الانتحار. وتقوم هذه المؤسسات أيضاً بدور في الوقاية من الانتحار، وتوفر الدعم للأشخاص الذين تراودهم أفكار عن الانتحار أو الذين فقدوا عزيزاً عليهم بسبب الانتحار، كما تقدم خدمات الدعم وتعزز الأبحاث المعنية بالانتحار أو أي مما سبق. وتعتبر الرابطة الدولية للوقاية من الانتحار هي المنظمة النظيرة لتلك المؤسسات. ويحتوي موقع الرابطة الدولية للوقاية من الانتحار (www.iasp.info) على معلومات أساسية مفيدة عن الموضوع بالنسبة للإعلاميين بإعداد قصص إخبارية عن الانتحار. كما يشمل الموقع قوائم بخدمات الوقاية من الانتحار ويحتوي على مبادئ توجيهية للإعلاميين عن إعداد التقارير الإعلامية حول الانتحار مستخلصة من عدة بلدان. ووضع كبار الخبراء ومراكز الوقاية من الانتحار ومنظمات الصحة العامة توصيات بأفضل الممارسات التي ينبغي مراعاتها عند إعداد تقارير معنية بالانتحار بعدة لغات مختلفة (www.reportingonsuicide.org).

¹ يُراعى الحذر عند عقد المقارنات الدولية بين معدلات الانتحار، حيث إن للبلدان لوائح وإجراءات قانونية مختلفة من شأنها أن تؤثر بطريقة أو بأخرى على سُبل تحديد سبب الوفاة والإشهاد عليه وتسجيله على أنه حالة انتحار.

ملحق 1.

الاعتبارات الخاصة بالإعلام الرقمي

يحصل الناس على معلوماتهم في الوقت الحالي من مجموعة مصادر أوسع من ذي قبل، كما يتزايد التداخل فيما بين وسائل الإعلام التقليدية والإلكترونية. وأصبح الإنترنت منبراً هاماً للمعلومات والتواصل حول الانتحار، خاصة في صفوف الشباب والأشخاص المعرضين لخطر الانتحار بشكل أكبر. ويجوز استخدام هذا الكتيب في إعداد التقارير الإعلامية في مجالي الإعلام التقليدي والرقمي على حدٍ سواء، ومع ذلك تلوح المزيد من التحديات عند إعداد تقارير عن الانتحار في وسائل الإعلام الرقمية، وأيضاً في إدارة أي محتوى إلكتروني محتمل عن الانتحار. وقد أُرسيت مجموعة محددة من المبادئ التوجيهية في السنوات الأخيرة للتصدي لهذه التحديات.

يُرَاعَى تجنب عمل وصلات تشعبية بين مواقع التواصل الاجتماعي على الإنترنت التي تتناول موضوعات خاصة بالانتحار. ولا ينبغي استخدام تسجيلات فيديو أو تسجيلات صوتية (مثل إذاعة مكالمة طوارئ) أو رفع روابط على مواقع التواصل الاجتماعي تصل المتابعون له بمشهد الانتحار، ولا سيما إذا عُرض مكان الانتحار أو الطريقة المتبعة عرضاً واضحاً. كما يُنصح بتحري الحرص الشديد عند استخدام صور الشخص المنتحر. ويُحذ صياغة الكلمات على محركات البحث، وبالأخص في العناوين الرئيسية، بانتقاء التعبيرات اللغوية المستخدمة، وتحاكي المُضَرَّ منها عند تناول حوادث الانتحار. وينبغي توخي الحذر عند تمثيل البيانات في شكل رسوم بيانية في وسائل الإعلام الرقمي، لتجنب المبالغة والإثارة في الإحصاءات عن الانتحار، شأنه في ذلك شأن الإعلام التقليدي. وعلى مديري المنابر الإعلامية وضع سياسات مناسبة لكيفية التعامل مع أي محتوى محتمل عن الانتحار في الجزء الخاص بتعليقات القراء في الإعلام الرقمي، مثل تلك الموجودة في الصحف الإلكترونية أو مواقع الإنترنت للصحف المطبوعة. كما ينبغي مراعاة الرد على التعليقات الواردة عن هذا المحتوى بشكل مناسب.

ومن نفس المنطلق، تم إرساء مجموعة من أفضل الممارسات في مجال تكنولوجيات شبكة الإنترنت (www.preventtheattempt.com) بهدف مساعدة المؤسسات والشركات الصغيرة والمتوسطة والكبيرة الحجم في تمثيلها على الإنترنت. وتتوافر التوصيات بكافة مستوياتها سواء الأساسية، أو المتوسطة، أو المتقدمة للدمج بين الموارد المتاحة على الإنترنت والمكونات التفاعلية بغية الوقاية من الانتحار. وتشمل التوصيات الأساسية الآتي: إتاحة مركز للمساعدة يقدم معلومات عن الموارد الداعمة للوقاية من الانتحار، والأسئلة الشائعة عن الموضوع، فضلاً عن وضع سياسات حول كيفية التعامل مع مستخدمي المواقع ذوي النزعة الانتحارية. وتشمل التوصيات أيضاً اللوائح الخاصة بالاستعانة بجهات إنفاذ القانون، وتحدد التوقيتات المناسبة للرد على المحتوى المتعلق بالانتحار، كما تقدم معلومات عن أماكن إحالة الأشخاص الذين تراودهم أفكار عن الانتحار.

وأرست منظمة أصوات التثقيف والتوعية بشأن الانتحار (SAVE) مجموعة أخرى من التوصيات ذات صلة بالمدونين (www.bloggingsuicide.org). وتستند هذه التوصيات إلى فحوى المبادئ التوجيهية لوسائل الإعلام التقليدي، وتسَلِّط الضوء على الهواجس الخاصة بالسلامة التي تثار على المدونات، وتوضح كيفية التعامل معها.

ملحق 2.

التقارير الخاصة بحوادث إطلاق النار الجماعي وحوادث الإرهاب

لم تتناول الأبحاث تأثير التقارير الإعلامية عن حوادث إطلاق النار الجماعي وحوادث الإرهاب في استفزاز موجة من السلوكيات المقلدة له مثلما تناولت الأبحاث الأخرى باستفاضة تأثير التقارير الإعلامية المعنية بحوادث الانتحار في التشجيع على انتحار سلوك انتحاري بدافع تقليد الغير. وبالرغم من ذلك، تتوافر بعض الأدلة التي تثبت أن إعداد تقارير عن حوادث القتل إعداداً مثيراً من شأنه أن يؤدي إلى التشجيع على ارتكاب مزيد من جرائم القتل. وعادة ما تسترعي مثل هذه الحوادث انتباهاً بالغاً من جانب الإعلام، وقد تنطوي على إيذاء النفس بعد ارتكاب جريمة القتل أو أثنائها. وفي حال اشتملت جريمة القتل على حادث انتحار، فلا ينبغي وصف الحادث بأنه هجوم انتحاري أو تفجير انتحاري، لأن ذلك يضاعف من الوصم السلبي للسلوك الانتحاري. ومن ثمّ، فالإشارة إلى هذه الأحداث على أنها «تفجيرات قاتلة» أو «جرائم قتل جماعي» هو الأنسب. ويرجع ذلك إلى أن الهدف الأساسي من هذه الأفعال هو قتل الآخرين، فبعض الجناة فقط ينتابهم نزعات انتحارية. ومن الأهمية بمكان عند إعداد تقارير جرائم القتل هذه، إدراك أن الجاني قد لا تتنابه أي نزعات انتحارية وقد لا يكون مصاباً بأي أمراض عقلية. فمعظم الأشخاص الذين ارتكبوا جرائم إطلاق النار الجماعي لم يتم تشخيص إصابتهم بأي اضطرابات نفسية. وقام فريق دولي من الخبراء بقيادة منظمة أصوات التثقيف والتوعية بشأن الانتحار (SAVE) بوضع توصيات (www.reportingonmassshootings.org) خاصة بإعداد تقارير عن مثل هذه الأحداث، شاملةً الحدّ من اهتمام وسائل الإعلام بالجناة، حيث إن وضعهم تحت الأضواء قد يدفع آخرين إلى التوحد مع شخصياتهم ويحثهم على ارتكاب أفعال مماثلة.

ملحق 3.

نظرة عامة على الأدبيات العلمية التي تتناول تأثير الإعلام

الآثار الضارة للإعلام

ظهرت الأدلة الأولى لتأثير الإعلام على السلوك الانتحاري مع نهاية القرن 18 عندما نشر جوته روايته *آلام فيتر* (The Sorrows of Young Werther) التي يطلق فيها فيتر النار على نفسه لأنه يقع في حب امرأة بعيدة المنال. دفعت الرواية بموجة من حالات الانتحار اجتاحت جميع أرجاء أوروبا. وعُثر على الكثيرين ممن انتحروا وهم يرتدون ملابس مشابهة لملابس فيتر كما أنهم قلدوا طريقة انتحاره أو وُجد معهم نسخة من رواية جوته. وبناءً على ما تقدم، تم حظر تداول الرواية في العديد من البلدان الأوروبية.

وظلت الأدلة على تزايد انتحار السلوكيات الانتحارية بدافع تقليد الغير بمثابة رد فعل على تقارير منشورة عن حوادث انتحار افتراضية حتى فترة السبعينات من القرن العشرين عندما قام فيليبس (7) بنشر دراسة قارنت بأثر رجعي عدد حالات الانتحار التي وقعت خلال الشهور التالية لنشر أخبار عن حوادث انتحار في الصفحات الأولى للجرائد الأمريكية مع عدد حالات الانتحار التي وقعت في الشهور التي لم تنشر فيها أية مقالات عن الانتحار. وخلال فترة الدراسة التي امتدت لفترة 20 سنة، راقب الباحث حصاد 33 شهراً نُشرت فيها مقالات عن حوادث انتحار تصدرت الصفحات الأولى من الجرائد، حيث لاحظ زيادة كبيرة في عدد حالات الانتحار في 26 شهراً من واقع 33 شهراً. وبدت آثار حوادث الانتحار بدافع تقليد الغير جلية وفقاً لما اكتشفه شميديكي وهافنر (2) بعد إذاعة مسلسل تلفزيوني.

وأجري ما يزيد على 100 تحقيق من بعد دراسة فيليبس، حول الانتحار بدافع تقليد الغير. وإجمالاً، عززت هذه الدراسات من مجموعة الأدلة المتاحة بسبل شتى. أولاً، لجأت الدراسات التالية إلى استخدام منهجيات مطورة. فمثلاً، توصل كل من واسرمان (3) وستاك (4) إلى نفس نتائج دراسة فيليبس مع مدّة فترة الملاحظة واستعمال أساليب أكثر تعقيداً، مثل تحليل انحدار السلاسل الزمنية، واهتموا بمعدلات الانتحار بدلاً من أرقامه المطلقة. ثانياً، بحثت هذه الدراسات في وسائل الإعلام المختلفة. فعلى سبيل المثال، بحث بولين وفيليبس (5) وستاك (6) في الأثر الذي يخلفه إعداد تغطية إعلامية وطنية لخبر الانتحار في نشرة أخبار التلفزيون في الولايات المتحدة واكتشفوا ارتفاعاً كبيراً في معدلات الانتحار بعد بثّ هذه الأخبار. وعلاوة على ذلك، وبالرغم من أن معظم الدراسات الأولية أُجريت في الولايات المتحدة الأمريكية فقط ولم تتناول سوى موضوع الانتحار، إلا أن الدراسات اللاحقة امتدت لتشمل آسيا والدول الأوروبية، وانصب اهتمامها على محاولات الانتحار. ومثالاً على ذلك، الدراسات التي أجراها تشغن وآخرون (7، 8)، ويب وآخرون (9) وتشن وآخرون (10) والتي أكدت على حدوث زيادة في حوادث الانتحار ومحاولات الانتحار في أعقاب التغطية الإخبارية لحوادث انتحار المشاهير في الصين ومقاطعة تايوان الصينية، ومنطقة هونغ كونغ الإدارية الخاصة، وجمهورية كوريا على التوالي. وخلصت الدراسة التي أجراها اتزيرسدورفير وفوراسيك وسونك (11) إلى نتائج مماثلة، وذلك خلفاً للتغطية الإعلامية التي أخرجتها أكبر صحيفة نمساوية لانتحار أحد المشاهير، حيث ارتفعت معدلات الانتحار في المناطق التي كانت فيها معدلات توزيع الجريدة هي الأكبر. وقامت دراسات أحدث بتقييم خصائص محتوى التقارير الإعلامية، قبل تقييمها لآثار وسائل الإعلام. ويظهر ذلك في الدراسات التي أجراها بيركس وزملاؤه، حيث ميزت بين الأنواع المختلفة للتقارير الإعلامية على أساس اختلاف المحتوى (12)، حيث أكدت أن السرد المتكرر

ل طرق الانتحار فضلاً عن تعزيز المفاهيم المغلوطة لدى الجمهور حول الانتحار، يعقبه ارتفاع في معدلات الانتحار. وجدير بالذكر أن غولد وزملائه اكتشفوا أن قيام الشباب بالانتحار بدافع تقليد الغير يحدث على الأرجح بسبب القصص الصحفية الأبرز (مثل تلك التي تنصدر صفحات الجرائد أو ترفق الصور) والأكثر صراحة (مثل العناوين الرئيسية التي تحتوي على كلمة «انتحار» أو التي تتناول طريقة الانتحار بالتفصيل) والأكثر تفصيلاً (التي تشمل اسم المتوفى وتفاصيل طريقة الانتحار أو ترفق خطاب الانتحار) والتي تتحدث عن الموت منتحراً بدلاً من الحديث عن محاولة انتحار (13).

وفي ذات السياق، خلصت المراجعات المنتظمة للدراسات المعنية بوسائل الإعلام والانتحار باستمرار إلى نفس النتيجة ألا وهي: أن إعداد التقارير الإعلامية التي تتناول حوادث الانتحار تدفع بزيادة انتهاج السلوكيات الانتحارية لاحقاً (14-17). وأفادت المراجعات أيضاً أن احتمالات زيادة انتهاج السلوكيات الانتحارية تختلف حسب الزمن الذي يمر على نشر الخبر الصحفي، حيث تبلغ ذروتها خلال أول ثلاثة أيام من نشر الخبر ثم تبدأ في الانخفاض بعد مضي أسبوعين تقريباً (5، 18)، غير أنها قد تدوم لفترة أطول (19). وتقترن الزيادة في معدلات السلوكيات الانتحارية بمدى إبراز الخبر في التغطية الإعلامية وبحجمه، فكلما تكررت التغطية الإعلامية للقصص الصادمة، زادت حالات الانتحار بدافع تقليد الغير (10، 11، 20-22). وتتفاقم هذه السلوكيات الانتحارية عندما تتشابه شخصية المنتحر الموصوفة في الخبر مع شخصية القارئ أو المشاهد بطريقة أو بأخرى (22، 23)، أو عندما يكون المنتحر من المشاهير ويقع محل إعجاب القارئ أو المشاهد (3، 4، 7، 9، 22، 24). يؤدي إعداد التقارير التي تضي هالة من السحر والإثارة على حوادث الانتحار بين صفوف المشاهير في المجال الترفيهي إلى موجة عارمة من حوادث الانتحار اللاحقة (25). وتبين الأدلة المجمعّة من عدة دراسات أن متوسط الزيادة في معدلات الانتحار في الشهر التالي لنشر تقارير إعلامية إخبارية مثيرة عن انتحار أحد المشاهير يبلغ 0.26 لكل 100,000 نسمة، غير أن الأثر المتوقع يتزايد عندما تتعلق التقارير بانتحار أحد الفنانين (0.64 لكل 100,000 نسمة) (25). ويعتمد تأثير الإعلام أيضاً على سمات الجمهور الذي يخاطبه. وتتسم بعض المجموعات الفرعية من السكان (الشباب والأشخاص الذين يعانون من الاكتئاب وهؤلاء الذين يتوحدون مع شخصية المتوفى) بضعفها، وعليه تزداد نزعاتها الانتحارية أو قابليتها لانتهاج سلوكيات انتحارية بدافع تقليد الغير (18، 26-29). ويؤدي الوصف الصريح لطريقة الانتحار في الكثير من الأحيان إلى ارتفاع معدلات السلوك الانتحاري الذي يتبع نفس الطريقة (10، 30-33).

دور وسائل الإعلام في توفير الحماية

تتوافر بعض الأدلة التي تبين مقدرة وسائل الإعلام على إحداث أثر إيجابي. وتتجلى هذه الأدلة من خلال الدراسات التي بحثت قدرة التقارير الإعلامية التي تطبق أفضل الممارسات على خفض معدلات الانتحار ومحاولات الانتحار. ونوه اتزيرسدورفير وزملاؤه إلى أن نشر مجموعة من المبادئ التوجيهية الإعلامية بشأن التقارير الخاصة بحوادث الانتحار في مترو أنفاق فيينا استتبعه تخفيف معدل الإثارة في التقارير الإعلامية للانتحار، ومن ثم انخفاضاً بلغ 75% في معدلات الانتحار داخل مترو الأنفاق وانحساراً بلغ 20% في المعدل الإجمالي لحالات الانتحار في فيينا (34-36).

كما أدى التوزيع المتكرر لهذه المبادئ التوجيهية إلى تحسن نوعية التقارير المعنية بالانتحار، وانخفاض المعدلات الوطنية للانتحار في النمسا، وظهرت الآثار الإيجابية جلية في المناطق التي اتسم فيها التعاون الإعلامي بقوته (37). كما بينت دراسات أجريت في أستراليا والصين ومنطقة هونغ كونغ الإدارية الخاصة وألمانيا وسويسرا أن المبادئ التوجيهية لوسائل الإعلام كانت مرتبطة ارتباطاً إيجابياً بنوعية التقارير المعنية بالانتحار. بيد أن فعالية المبادئ

التوجيهية لوسائل الإعلام تعتمد على كفاءة تطبيقها (38، 39). وتقدم الخبرات المستخلصة من العديد من البلدان آراءً مستبصرةً حول سُبل تطبيق المبادئ التوجيهية لوسائل الإعلام، مثل خبرات من أستراليا (www.mindframe-media.info)، والنمسا (www.suizidforschung.at)، والصين ومنطقة هونغ كونغ الإدارية الخاصة (www.csrp.hku.hk/media/)، وسويسرا (www.stopsuicide.ch/site)، والمملكة المتحدة (www.samaritans.org/media-centre)، والولايات المتحدة الأمريكية (www.reportingonsuicide.org)، الأمر الذي من شأنه أن يفيد بلدان أخرى.

وتقدم دراسة أخرى أجراها نيدركرويتنثالير وزملاؤه المزيد من الأدلة عن دور التقارير الإعلامية في الحماية من الانتحار، حيث توصلوا إلى أن فئة معينة من المقالات التي سلّطت الضوء على التعامل الإيجابي وتجاوز الأزمات ارتبطت بانخفاض معدلات الانتحار في المنطقة الجغرافية التي نشرت فيها هذه التقارير الإعلامية ووصلت لأكثر عدد من السكان (21). كما تم وصف دور الحماية الذي يقوم به الإعلام بتأثير باباجينو، وذلك تيمناً بأحد شخصيات أوبرا موتسارت المشهورة باسم الناي السحري (The Magic Flute) الذي تتنابه أفكاراً عن الانتحار غير أنه يُعدّل عن خطئه عندما يدرك وجود بدائل للموت. واستتبعاً لهذه الدراسة الأولى من نوعها عن تأثير باباجينو، حددت دراسات أخرى تأثير الحماية التي توفرها المواد الإعلامية المشتملة على أساليب التعامل البناء مع الأزمات وعلى معلومات عن سبل الوقاية من الانتحار (28، 38، 40).

وبوجه عام، توصلت المراجعات التي تناولت موضوع الإعلام والانتحار إلى أنه رغم توافر أدلة على كل من الآثار الإيجابية والسلبية للإعلام في الوقاية من الانتحار، إلا أن معظم الأبحاث حتى الآن ركزت على التأثيرات الضارة فقط (17).

وسائل الإعلام الرقمية

ثمّة أبحاث قليلة للغاية عن تأثير تناول حوادث الانتحار على الإنترنت تبين أن هذا التأثير قد يكون له دور في الحماية أو إلحاق الضرر. ومن نفس المنطلق، تعتبر وسائل الإعلام الرقمي من المصادر القيّمة للأشخاص الذين يحتاجون للمساعدة عندما تتناهم أفكاراً عن الانتحار، حيث يسهل الوصول للمواقع الإعلامية الإلكترونية ويستخدمها الشباب في الكثير من الأحيان. ولا يشعر الأشخاص المعرضون للانتحار باغترابهم عن المجتمع عند استخدامهم مواقع التواصل الاجتماعي، كما يصرحون بأن مباشرتهم لأنشطة على الإنترنت تخفف من الأفكار التي تتناهم عن الانتحار. وينطبق هذا الأمر بالتحديد على الأنشطة التي تمارس على مواقع الإنترنت فضلاً عن منتديات الإنترنت التي تقدم المساعدة الإيجابية وتجنب الحديث عن الانتحار وكأنه أمر طبيعي أو تُظهر أنه مقبول.

وبالرغم من ذلك، تُشكّل احتمالية التعامل مع السلوك الانتحاري وكأنه أمر طبيعي على الإنترنت، وسهولة الوصول إلى صور عن الانتحار والتعرف على طرق الانتحار المختلفة، وإنشاء قنوات للتواصل يمكن استخدامها للتمرن والتحرش مبعث قلق كبير (41، 42). وتوجد أيضاً مواقع على الإنترنت تشجع على الانتحار وتقدم وصفاً تفصيلياً لطرق الانتحار المختلفة، أو تعزز السلوك الانتحاري، أو تُجند أفراداً لعمل اتفاقات تشجع على الانتحار الجماعي. وتشير أعداد متزايدة من دراسات الحالة أن منتديات الإنترنت يمكن أن تُستغل بمثابة أداة لتعلم طرق الانتحار المختلفة كما أنها قد تروج لانتهاج السلوك الانتحاري، خاصة بين الفئات الضعيفة.

الخاتمة

تتوافر أدلة داعمة للرأي القائل بأن التقارير الإعلامية المثيرة عن حوادث الانتحار من شأنها أن تؤدي إلى زيادة انتهاج السلوكيات الانتحارية لاحقاً (التي تشمل حوادث الانتحار ومحاولات الانتحار). ولا يمكن القول بأن هذه الزيادة المحددة بمدة معينة في حالات الانتحار كانت ستحدث على أية حال (لو أن هذه هي الحقيقة، لاستتبع ذلك انخفاضاً مقابلاً في حالات الانتحار)، بل هي مزيد من حالات انتحار ما كانت لتحدث لو تم نشر تقارير إعلامية مناسبة.

بدأ مؤخراً إجراء دراسات حول دور الحماية الذي يمكن أن تؤديه التقارير الإعلامية المسؤولة، كما بدأت تتجلى مؤخراً فوائد هذه النوعية من التقارير.

ويجب على الإعلاميين توخي الحرص عند إعداد التقارير المعنية بالانتحار ومراعاة التوازن بين «حق الجمهور في المعرفة» والتسبب في وقوع المزيد من المخاطر والأضرار.

1. Phillips DP. The influence of suggestion on suicide: substantive and theoretical implications of the Werther effect. *Am Sociol Rev.* 1974;39(3):340-54.
2. Schmidtke A, Häfner H. The Werther effect after television films: new evidence for an old hypothesis. *Psychol Med.* 1988;18(3):665-76.
3. Wasserman IM. Imitation and suicide: a re-examination of the Werther effect. *Am Sociol Rev.* 1984;49(3):427-36.
4. Stack S. A reanalysis of the impact of non-celebrity suicides: a research note. *Soc Psychiatry Psychiatr Epidemiol.* 1990;25(5):269-73.
5. Bollen KA, Phillips DP. Imitative suicides: a national study of the effects of television news stories. *Am Sociol Rev.* 1982;47(6):802-9.
6. Stack S. The effect of publicized mass murders and murder-suicides on lethal violence, 1968-1980: a research note. *Soc Psychiatry Psychiatr Epidemiol.* 1989;24(4):202-8.
7. Cheng ATA, Hawton K, Lee CTC, Chen THH. The influence of media reporting of the suicide of a celebrity on suicide rates: a population-based study. *Int J Epidemiol.* 2007;36(6):1229-34.
8. Cheng ATA, Hawton K, Chen THH, Yen AMF, Chen CY, Chen LC, et al. The influence of media coverage of a celebrity suicide on subsequent suicide attempts. *J Clin Psychiatry.* 2007;68(6):862-6.
9. Yip PSF, Fu KW, Yang KCT, Ip BYT, Chan CLW, Chen EYH et al. The effects of a celebrity suicide on suicide rates in Hong Kong. *J Affect Disord.* 2006;93(1-3):245-52.
10. Chen YY, Yip PS, Chan CH, Fu KW, Chang SS, Lee WJ et al. The impact of a celebrity's suicide on the introduction and establishment of a new method of suicide in South Korea. *Arch Suicide Res.* 2014;18(2):221-6.
11. Etzersdorfer E, Voracek M, Sonneck G. A dose-response relationship of imitational suicides with newspaper distribution. *Aust N Z J Psychiatry.* 2001;35(2):251.
12. Pirkis JE, Burgess PM, Francis C, Blood RW, Jolley DJ. The relationship between media reporting of suicide and actual suicide in Australia. *Soc Sci Med.* 2006;62:2874-86.
13. Gould M., Kleinman MH, Lake AM, Forman J, Basset Midle J. Newspaper coverage of suicide and initiation of suicide clusters in teenagers in the USA, 1988-96: a retrospective, population-based, case-control study. *Lancet Psychiatry.* 2014;1(1): 34-43. doi: 10.1016/S2215-0366(14)70225-1.
14. Pirkis J, Blood RW. Suicide and the media: (1) Reportage in non-fictional media. *Crisis.* 2001;22(4):146-54.

15. Stack S. Media impacts on suicide: a quantitative review of 293 findings. *Soc Sci Q.* 2000;81(4):957-72.
16. Stack S. Suicide in the media: a quantitative review of studies based on non-fictional stories. *Suicide Life Threat Behav.* 2005;35(2):121-33.
17. Sisask M, Värnik A. Media roles in suicide prevention: a systematic review. *Int J Environ Res Public Health.* 2012;9(1):123-38.
18. Phillips DP, Carstensen LL. Clustering of teenage suicides after television news stories about suicide. *N Engl J Med.* 1986;315(11):685-9.
19. Fu KW, Yip PSF. Long-term impact of celebrity suicide on suicidal ideation: Results from a population-based study. *J Epidemiol Community Health.* 2007;61(6):540-6.
20. Hassan R. Effects of newspaper stories on the incidence of suicide in Australia: a research note. *Aust N Z J Psychiatry.* 1995;29(3):480-3.
21. Niederkrotenthaler T, Voracek M, Herberth A, Till B, Strauss M, Etzersdorfer E et al. Role of media reports in completed and prevented suicide – Werther v. Papageno effects. *Br J Psychiatry.* 2010;197:234–43.
22. Niederkrotenthaler T, Till B, Voracek M, Dervic K, Kapusta ND, Sonneck G. Copycat-effects after media reports on suicide: a population-based ecologic study. *Soc Sci Med.* 2009;69:1085–90. doi: 10.1093/eurpub/ckp034.
23. Stack S. Audience receptiveness, the media, and aged suicide, 1968-1980. *J Aging Stud.* 1990;4(2):195-209.
24. Stack S. Celebrities and suicide: a taxonomy and analysis. *Am Sociol Rev.* 1987;52(3):401-12.
25. Niederkrotenthaler T, Fu KW, Yip P, Fong DYT, Stack S, Cheng Q, et al. Changes in suicide rates following media reports on celebrity suicides: a meta-analysis. *J Epidemiol Community Health.* 2012;66:1037–42.
26. Cheng ATA, Hawton K, Chen THH, Yen AMF, Chang JC, Chong MY et al. The influence of media reporting of a celebrity suicide on suicidal behaviour in patients with a history of depressive disorder. *J Affect Disord.* 2007;103:69-75.
27. Phillips DP, Carstensen LL. The effect of suicide stories on various demographic groups, 1968-1985. *Suicide Life Threat Behav.* 1988;18(1):100-14.
28. Till B, Strauss M, Sonneck G, Niederkrotenthaler T. Determining the effects of films with suicidal content: a laboratory experiment. *Br J Psychiatry.* 2015;207(1):72-8. doi: 10.1192/bjp.bp.114.152827.

29. Scherr S, Reinemann C. Belief in a Werther effect: third-person effects in the perceptions of suicide risk for others and the moderating role of depression. *Suicide Life Threat Behav.* 2011;41(6):624–34.
30. Ashton JR, Donnan S. Suicide by burning: a current epidemic. *BMJ.* 1979;2(6193):769-70.
31. Ashton JR, Donnan S. Suicide by burning as an epidemic phenomenon: an analysis of 82 deaths and inquests in England and Wales in 1978–79. *Psychol Med.* 1981;11(4):735-9.
32. Veysey MJ, Kamanyire R, Volans GN. Antifreeze poisonings give more insight into copycat behaviour. *BMJ.* 1999;319(7217):1131.
33. Hawton K, Simkin S, Deeks J, O'Connor S, Keen A, Altman DG et al. Effects of a drug overdose in a television drama on presentations to hospital for self-poisoning: time series and questionnaire study. *BMJ.* 1996;318(7189):972-7.
34. Etzersdorfer E, Sonneck G. Preventing suicide by influencing mass- media reporting: the Viennese experience 1980-1996. *Arch Suicide Res.* 1998;4(1):64-74.
35. Etzersdorfer E, Sonneck G, Nagel Kuess S. Newspaper reports and suicide. *N Engl J Med.* 1992;327(7):502-3.
36. Sonneck G, Etzersdorfer E, Nagel Kuess S. Imitative suicide on the Viennese subway. *Soc Sci Med.* 1994;38(3):453-7.
37. Niederkrotenthaler T, Sonneck G. Assessing the impact of media guidelines for reporting on suicides in Austria: interrupted time series analysis. *Aust N Z J Psychiatry.* 2007;41(5):419-28.
38. Stack S, Niederkrotenthaler T, editors. *Media and suicide: international perspectives on research, theory & policy.* Piscataway (NJ): Transaction Publishers; 2017.
39. Tatum PT, Canetto SS, Slater MD. Suicide coverage in U.S. newspapers following the publication of the media guidelines. *Suicide Life Threat Behav.* 2010;40:525-35.
40. Till B, Tran U, Voracek M, Niederkrotenthaler T. Papageno vs. Werther Effect online: randomized controlled trial of beneficial and harmful impacts of educative suicide prevention websites. *Br J Psychiatry.* 2017. Online first: doi: 10.1192/bjp.bp.115.177394
41. Robinson J, Cox G, Bailey E, Hetrick S, Rodrigues M, Fisher S et al. Social media and suicide prevention: a systematic review. *Early Interv Psychiatry.* 2016;10(2):103-21.
42. Daine K, Hawton K, Singaravelu V, Stewart A, Simkin S, Montgomery P. The power of the web: a systematic review of studies of the influence of the internet on self-harm and suicide in young people. *PLoS One.* 2013;30;8(10):e77555.

ملحق 4.

خرافات وحقائق حول الانتحار

الخرافة 1: الحديث عن الانتحار فكرة سيئة وقد يفسرها البعض بأنها تحث الناس على الانتحار.

الحقيقة: يُوصم الانتحار بوصمة عار تجعل معظم الناس الذين يفكرون ملياً في الانتحار لا يعلمون لمن يلجئون. إن الحديث صراحةً عن الانتحار يعطي للأشخاص خيارات أخرى أو يتيح لهم الوقت لإعادة النظر في قرارهم، ومن ثمّ يقيهم من خطر الانتحار، فالحديث بصراحة لا يُشجع على انتهاج سلوك انتحاري.

الخرافة 2: إن الأشخاص الذين يتحدثون عن الانتحار لا ينوون في واقع الأمر القيام به.

الحقيقة: قد يحاول الناس طلب المساعدة أو الدعم من خلال حديثهم عن الانتحار. فعدد كبير من الأشخاص الذين تراودهم أفكار عن الانتحار همرون بحالة من التوتر والاكتئاب واليأس، بل وقد يشعرون أيضاً بعدم وجود خيار آخر.

الخرافة 3: إن الشخص الذي تراوده أفكاراً عن الانتحار قد عقد العزم على الانتحار.

الحقيقة: العكس هو الصحيح، فكثيراً ما يتأرجح مَنْ تراودهم أفكاراً عن الانتحار بين التفكير في الحياة أو الموت. وقد يتصرف بعضهم بتهور عن طريق تناول مبيد حشري على سبيل المثال ويموتون بعدها بعدة أيام بالرغم من رغبتهم في مواصلة الحياة. لذلك، يمكن أن يساهم الحصول على الدعم العاطفي في الوقت المناسب في الوقاية من الانتحار.

الخرافة 4: تحدث معظم حالات الانتحار فجأة بدون سابق إنذار.

الحقيقة: يسبق السواد الأعظم من حالات الانتحار علامات إنذار، سواءً أكانت شفهيّة أم سلوكيّة. ومما لا شكّ فيه أنّ بعض حالات الانتحار يحدث بدون سابق إنذار. ولكن من الأهمية بمكان إدراك علامات الإنذار والانتباه لها.

الخرافة 5: عندما تنتاب الشخص أفكاراً عن الانتحار، فهو لا يستطيع التخلص منها وتلازمه دوماً.

الحقيقة: عندما تنتاب الشخص نزعة شديدة للانتحار غالباً ما ترتبط بموقف ما وأفق زمني قصير، وبالرغم من أن الشخص قد تعاوده أفكار الانتحار إلا أنها لن تدوم. فالشخص الذي عانى من أفكار الانتحار بل ومحاولة إتيانه في الماضي قد يحيا عمراً طويلاً ومديداً.

الخرافة 6: تنتاب الأشخاص الذين يعانون من الاضطرابات النفسية فقط أفكاراً عن الانتحار.

الحقيقة: يشير السلوك الانتحاري إلى وجود حالة من التعاسة البالغة ولا تعني بالضرورة وجود اضطرابات نفسية. لا تنتاب الأشخاص الذين يعانون اضطراباً نفسياً نزعات انتحارية دوماً، كما لا يعاني كل مَنْ يقتل نفسه من اضطرابات نفسية.

الخرافة 7: يسهل تفسير السلوك الانتحاري.

الحقيقة: لا ينجم الانتحار عن عامل واحد أو حدّث واحد. غالباً ما تكون العوامل التي تدفع الشخص للانتحار متعددة ومعقدة. وعليه، لا ينبغي تناوله ببساطة أو التقليل من خطورته. ينبغي الأخذ في الاعتبار الصحة العامة

والصحة النفسية وأحداث الحياة المُجهدة والمتأزمة والعوامل الاجتماعية والثقافية عند محاولة فهم السلوك الانتحاري. ويُشكّل الاندفاع جزءاً مهماً من سياق الانتحار. فمن المرجح أن يتعرض الأفراد المصابون بمرض نفسي من شأنه أن يؤثر على قدراتهم في تجاوز ضغوطات الحياة والصراعات مع الآخرين لخطر الانتحار. بيد أن الأمراض النفسية وحدها ليست سبباً كافياً لتبرير الانتحار. فدوماً ما يعد ربط الانتحار بحدّث ما، مثل الفشل في الامتحانات أو انهيار علاقة، ربطاً مضللاً. ومن غير الملائم إعداد تقارير عن استنتاجات سابقة لأوانها حول أسباب ودوافع الانتحار في ظل ملاحظات لم يتم فيها تحري سبب الوفاة بعد.

الخرافة 8: يُعدّ الانتحار من الوسائل المناسبة للتعامل مع المشكلات وتجاوزها.

الحقيقة: لا يُعدّ اللجوء إلى الانتحار من الوسائل الفعّالة أو المناسبة للتعامل مع المشكلات، كما أنه ليس الطريق الوحيد للتعامل مع المحن الشديدة أو ظروف الحياة العسيرة. إن سرد قصص عن أفراد عانوا من تجربة شخصية وانتابتهم نزعات انتحارية ثم استطاعوا التعامل مع ظروف الحياة الصعبة من شأنه أن يساعد في إلقاء الضوء على حلول ممكنة لغيرهم ممن تراودهم أفكاراً عن الانتحار. وللانتحار أيضاً تأثير مدمر على أفراد الأسرة والأصدقاء، بل والمجتمعات برمتها. فحادثة الانتحار تجعل هؤلاء يتساءلون عن تلميحات فاتتهم عن الانتحار ويعزز ذلك من شعورهم بالذنب والغضب والهجر وبوصمة العار. وختاماً، فإن التقارير التي تسبر أغوار بعض من هذه الديناميات بالغة التعقيد بحرص، لا تُلقِي اللوم على الأشخاص المفجوعين بفقد عزيز بسبب الانتحار، بل تعمل على رفع وعي الناس حول ضرورة توفير الدعم اللازم لهم.

