

## الإعلام والانتحار: عوامل الخطر وأخلاقيات التغطية

عماد شلبي\*

تسعى المقالة إلى توثيق وتوضيح الأبعاد والجوانب المختلفة لعلاقة وسائل الإعلام بالانتحار واستخلاص عوامل الخطر وعوامل الوقاية المتفق عليها في التغطية، إلى جانب استخلاص وتحديد أبرز المبادئ والمعايير الأخلاقية والمهنية المستقر عليها دولياً لتغطية الانتحار تغطية مسؤولة وأمنة.

### مقدمة

يمثل الانتحار قضية من قضايا الصحة العامة<sup>(١)</sup>، وهو ظاهرة عالمية تحدث في مختلف دول العالم وفي مختلف مراحل العمر، ولكن يزداد بين الشباب حيث يحتل المرتبة الثانية بين أهم أسباب الوفاة في الفئة العمرية بين ١٥ و ٢٩ عاماً على مستوى العالم<sup>(٢)</sup>. وبالرغم من كونه ظاهرة معقدة تتأثر بعدة عوامل تتفاعل مع بعضها البعض، إلا أن هناك أدلة موثقة ومنتزعة على أن التغطية الإعلامية للانتحار يمكن أن تؤدي إلى محاكاة أو تقليد الآخرين لها<sup>(٣)</sup>، وهو ما يعرف في الأدبيات السابقة بتأثير فيرتر Werther-effect الذي يستخدم لوصف العلاقة المفترضة بين تغطية وسائل الإعلام للانتحار وحالات الانتحار المكتملة ومحاولات الانتحار وكذلك الأفكار حول الانتحار. ويعود العمل الأساسي حول آثار عدوى وسائل الإعلام المرتبطة بالانتحار إلى عام ١٩٧٤ عندما نشر ديفيد فيلبس نتائج أول دراسة علمية خلصت إلى وجود علاقة قوية بين تغطية حالات الانتحار في الصحف والزيادة اللاحقة في معدلاته، حيث راجعت الدراسة عدد حالات الانتحار التي حدثت في الأشهر التي

---

\* أستاذ الإعلام المساعد، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية.

ظهر فيها تقارير إعلامية عن الانتحار فى الصفحة الأولى فى عينة من صحف الولايات المتحدة الأمريكية بين عامى ١٩٤٧ و ١٩٦٨ ووجدت زيادة كبيرة فى عدد حالات الانتحار وذلك فى عدد ٢٦ شهرا من بين ٣٣ شهرا ظهرت خلالها تلك التقارير<sup>(٤)</sup>. وأجريت فى السنوات التى تلت تلك الدراسة عشرات البحوث والدراسات حول علاقة التغطية الإعلامية بزيادة عدد حالات الانتحار، مستخدمة فى ذلك منهجيات مختلفة وعلى فترات زمنية ممتدة، ولكنها تركزت حتى عام ١٩٩٠ فى الولايات المتحدة الأمريكية مما أثار مسألة ما إذا كان يمكن تعميم النتائج على دول أخرى، ولكن بعد هذا التاريخ توسعت تلك الدراسات لتشمل بجانب الولايات المتحدة الأمريكية عدداً من الدول الأوروبية والآسيوية بما فى ذلك النمسا وألمانيا والمجر وأستراليا وكوريا واليابان وكندا<sup>(٥)</sup>، وتوصلت غالبية الدراسات إلى النتيجة نفسها: "يمكن أن تؤدى التغطية الإعلامية عن الانتحار إلى زيادات لاحقة فى السلوكيات الانتحارية"<sup>(٦)</sup>.

وهناك أدلة تجريبية حول إمكانية حدوث هذا التأثير تنفى تفسيرات سيكولوجية سابقة قدمها دوركايم، تشير إلى أن التقليد فى حالة الانتحار هو عامل ضعيف وتأثيره محدود على معدلات الانتحار الكلية باعتباره عملية انتقال عدوى بسيطة من فرد إلى فرد، وتؤكد الأدلة الحديثة أن التقليد يمكن أن يحدث على مستوى أوسع بسبب تغطية وسائل الإعلام التى تتيح الفرصة للانتقال غير المباشر لعدوى الانتحار<sup>(٧)</sup>، وهى العملية التى يصبح بسببها انتحار شخص واحد نمودجا مقنعا لعمليات انتحار إضافية ربما لن تحدث بدون عملية النشر<sup>(٨)</sup>. وترجع إمكانية تأثير وسائل الإعلام فى هذه الحالة إلى عدة عوامل ينظر لها فى البحوث على أنها عوامل خطر أو عناصر ضارة تتعلق بخصائص وأسلوب التغطية الإعلامية للانتحار، مثل التناول المكثف للقصاص الإخبارية حول الانتحار وتكرار هذه القصص دون مبرر، بالإضافة إلى توافر عناصر معينة بداخلها مثل إعطائها مكانا بارزا، ونشر تفاصيل عن وسيلة أو طريقة

الانتحار وموقعه، أو عندما تضيف طابعا رومانسيا على هذا النوع من الوفيات، أو تقدم تفسيرات فردية بسيطة تشير إلى أن الانتحار نتيجة لعامل أو حدث واحد، أو تقدمه باعتباره وسيلة معقولة لحل المشكلات، وبالمثل عندما تقدمه على أنه أمر لا يمكن تفسيره أو لا يمكن تجنبه، مع زيادة ذلك التأثير عند توافر هذه العوامل والعناصر في القصص الإخبارية حول انتحار المشاهير.

وقد دفعت نتائج البحوث والدراسات -حول تأثير التغطية الإعلامية على زيادة معدلات الانتحار- العديد من المنظمات والهيئات الدولية والمحلية وعدداً من المؤسسات الإعلامية في عدد من دول العالم؛ إلى وضع أدلة أو موثيق أخلاقية تتضمن مجموعة من المبادئ التوجيهية والمعايير المهنية التي ترشد وسائل الإعلام وتثقف العاملين بها بشأن تغطية الانتحار بطريقة مسؤولة، باعتبارها خطوة مهمة ضمن مجموعة من الاستراتيجيات التي يجب تطبيقها للحد من الانتحار. وقد أتاح المجتمع الدولي نماذج من هذه المبادئ والإرشادات منذ أوائل التسعينيات من القرن العشرين مثل تلك التي وضعتها الرابطة الدولية لمنع الانتحار<sup>(٩)</sup>. وكان من بين أسباب انتشار هذه المبادئ وزيادة الاهتمام بها في عدد من دول العالم النجاح الذي تحققت في النمسا، التي أعدت أول دليل من هذا النوع في عام ١٩٨٧ والذي جاء إصداره بعد أن لاحظت الجمعية النمساوية لمنع الانتحار OVSKK استخدام مترو أنفاق فيينا في بداية الثمانينيات بشكل متزايد كوسيلة للانتحار، وكان يتم النشر عن هذه الحالات في وسائل الإعلام بطريقة مثيرة وعلى نطاق واسع، بما في ذلك العناوين المثيرة التي تتضمن صور المتوفى، لذلك شكلت الجمعية فريق عمل لدراسة تقارير وسائل الإعلام، قام بتطوير ووضع مجموعة من المبادئ والمعايير المهنية وأطلق حملة إعلامية حولها في منتصف عام ١٩٨٧<sup>(١٠)</sup>. وقد وجدت مجموعة من الدراسات انخفاضاً كبيراً في معدلات الانتحار بعد تطبيق تلك المبادئ، من بينها دراسة Etzersdorfer E, Sonneck G عام ١٩٩٨ التي لاحظت انخفاض عدد

حالات الانتحار ومحاولات الانتحار إلى ٨٤,٢٪ بين النصف الأول من عام ١٩٨٧ إلى النصف الثاني من العام نفسه، وأرجعت هذا الانخفاض إلى تنفيذ المبادئ التوجيهية لتغطية الانتحار في وسائل الإعلام، وخلصت إلى أن تأثير التغطية الإعلامية على زيادة الانتحار سيقبل في الحالات الآتية: إذا تم عرض المزيد من البدائل مثل وسائل العثور على المساعدة في مثل هذه المواقف، إذا كان هناك تقارير عن أزمة تم التغلب عليها ولم تسفر عن الانتحار، إذا تم تزويد القراء بمعلومات أساسية عن السلوك الانتحاري مثل ما يجب فعله مع شخص لديه أفكار انتحارية<sup>(١١)</sup>. وعلى أساس هذه النتائج وغيرها أصبحت مسألة ما إذا كانت هناك إمكانية وقائية في تقارير وسائل الإعلام الجماهيرية موضوع اهتمام رئيسي في بحوث منع الانتحار، وخاصة بعد أن وجد نيدركروتنتالر وزملاؤه Niederkrötenhaler, et al عام ٢٠١٠ أن فئة معينة من التقارير الإعلامية وخاصة التي تركز على استراتيجيات المواجهة الإيجابية والدعم الذي يمكن أن يساعد في منع الانتحار ارتبطت بانخفاض معدلاته، وصاغت تلك الدراسة مصطلحًا جديدًا في أدبيات بحوث الإعلام والانتحار يقابل مصطلح تأثير فيرتر وهو مصطلح تأثر باباجينو Papageno الذي يشير إلى أن أي تأثير يحمي من الانتحار من خلال التقارير الإعلامية يمكن أن يكون كتأثير باباجينو في أوبرا موتسارت الذي تخطى أزمة الانتحار وامتنع عن ذلك بسبب ثلاثة أشخاص يلفتون انتباهه إلى استراتيجيات المواجهة البديلة<sup>(١٢)</sup>. كما قدمت بحوث ودراسات أخرى- ولكن عددها أقل- أدلة على أن تأثير التغطية الإعلامية قد لا يقتصر على الآثار الضارة، وإنما يمكن أن يكون لها آثار إيجابية أو تأثيرات وقائية إذا تم تغيير خصائص محتوى التغطية الإعلامية في اتجاه تثقيف الجمهور وتشجيع أولئك المعرضون لخطر الانتحار على اتخاذ إجراءات بديلة، بما يمثل عوامل وقاية في هذه التقارير بدلا من عوامل الخطر، وذلك استنادا إلى فرضية رئيسية مؤداها أنه إذا كان لوسائل الإعلام القدرة على التأثير السلبي بمحاكاة البعض للقصاص الإخبارية

التي تقوم بنشرها حول الانتحار، فإن لديها القدرة أيضا على العمل في الاتجاه الإيجابي.

وقد وضعت منظمة الصحة العالمية في تقريرها حول الوقاية من الانتحار التقارير الإعلامية بين عوامل الخطر الممكنة، وتحديدًا تلك التي تعتمد على التهويل في تغطية الانتحار، وفي استعراضها للاستراتيجيات الرئيسية للتصدي لعوامل الخطر، وضعت التغطية الإعلامية المسؤولة ضمن النوع الأول من بين ثلاثة أنواع من الاستراتيجيات تحت عنوان استراتيجيات الوقاية العامة<sup>(١٣)</sup>، وذلك في ضوء الإمكانيات المزدوجة لوسائل الإعلام في علاقتها بالانتحار واستنادًا إلى نتائج البحوث والدراسات وعدد من التجارب الدولية.

تسعى الدراسة الحالية إلى توثيق وتوضيح الأبعاد والجوانب المختلفة لعلاقة وسائل الإعلام بالانتحار واستخلاص عوامل الخطر وعوامل الوقاية المتفق عليها في التغطية، إلى جانب استخلاص وتحديد أبرز المبادئ والمعايير الأخلاقية والمهنية المستقر عليها دوليًا لتغطية الانتحار تغطية فعالة وآمنة. وتعتمد في ذلك على المراجعة المنهجية التحليلية لنتائج البحوث والدراسات المعنية بطبيعة وحدود العلاقة بين الانتحار ووسائل الإعلام والتي تراكمت منذ أوائل السبعينيات من القرن العشرين في عدد مختلف من دول العالم. إلى جانب الأدلة والمواثيق الأخلاقية التي صدرت من خلال عدد مختلف من الدول والمؤسسات الإعلامية والمنظمات والهيئات المعنية بمنع الانتحار، والتي أتاح بعضها المجتمع الدولي منذ التسعينيات من القرن العشرين. ويجدر هنا التأكيد على محدودية الاهتمام بهذا المجال في مصر والعالم العربي بصفة عامة، والدراسة الوحيدة في هذا المجال أجراها المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية بهدف تقديم فهم أولى لكيفية تغطية وسائل الإعلام المصرية للانتحار وكشفت عن تعدد عوامل الخطر وغياب المعرفة والوعي بين القائمين بالاتصال بوجود مبادئ ومعايير مهنية مستقر عليها لتغطية الانتحار تغطية مسؤولة<sup>(١٤)</sup>. وسنتناول

نتائجها بعد قليل في إطار استعراض أحد الاتجاهات البحثية في هذا المجال والذي يبحث في ما إذا كان أسلوب التغطية الإعلامية يتماشى مع المبادئ والمعايير المهنية لتغطية الانتحار أم لا؟ والمقارنة بين مجتمعات مختلفة في مدى الالتزام بهذه المعايير.

### **أولاً: عوامل الخطر وعوامل الوقاية في التغطية الإعلامية للانتحار**

تكشف مراجعة التراث البحثي حول علاقة وسائل الإعلام بالانتحار عن اهتمام المجتمع الأكاديمي الغربي والآسيوي بهذا النوع من البحوث والدراسات بشكل لافت للنظر، وقد أسهم الاهتمام العلمي في هذا المجال عن وجود اتجاهين رئيسيين في هذه البحوث، الأول مثل نقطة الانطلاق الرئيسية وحظى بتراكم علمي ومعرفي كبير يدور حول العلاقة بين النشر الإعلامي عن حالات الانتحار وزيادة معدلات الانتحار اللاحقة، والثاني ظهر مؤخراً ويعد الوجه الثاني للاتجاه الأول حيث يدور حول التأثيرات الوقائية للنشر الإعلامي، ومدى التزام وسائل الإعلام بالمبادئ والمعايير المهنية لتغطية الانتحار. ونستعرض في هذا القسم الاتجاهين من حيث النشأة وأهم الاستنتاجات الخاصة بعوامل الخطر وعوامل الوقاية مع ملاحظة أن عدداً من الدراسات الحديثة لا تفصل بينهما على اعتبار أنهما وجهان لعملة واحدة. في حين نحدد في القسم الثاني أبرز المبادئ والمعايير المهنية لتغطية الانتحار مسؤولة والتي وضعت بناءً على نتائج البحوث والدراسات التي أجريت في الاتجاهين.

### **عوامل الخطر في التغطية الإعلامية للانتحار**

يرجع النقاش حول علاقة وسائل الإعلام بزيادة معدلات الانتحار من خلال تقليد أو محاكاة القصص التي تنشرها تلك الوسائل عن حالات الانتحار إلى عام ١٧٧٤. عندما نشر غوته Goethe JW رواية *The sorrows of the young Werther* وهي رواية يموت بطلها بالانتحار من خلال إطلاق النار على نفسه بسبب علاقة حب فاشلة، انتشرت الرواية على نطاق واسع وكان ينظر لها عن أنها مسؤولة عن زيادة

حالات الانتحار فى العديد من الدول الأوروبية وخاصة أن الكثير من هذه الحالات كان يرتدى ملابس فيرتر التى وصفها جوته فى روايته، واستخدم بعضهم سلاحا مشابها، بل إن بعضهم كان يحتفظ بنسخة من الرواية عثر عليها إلى جوار الجثة مفتوحة على الصفحة التى تصف مشهد الانتحار، لذلك حظرت الرواية فى العديد من الدول الأوروبية<sup>(١٥)</sup>.

ومنذ نشر أحداث تلك الرواية نوقشت مسألة ما إذا كانت تغطية وسائل الإعلام للانتحار يمكن أن تؤدي إلى التقليد أو المحاكاة، وظل النقاش طوال هذه الفترة يستند إلى ملاحظات وانطباعات وحكايات شخصية حتى بداية السبعينيات من القرن الماضى، عندما نشر ديفيد فيلبس ١٩٧٤ نتائج أول دراسة علمية خلصت إلى وجود علاقة قوية بين تغطية الانتحار فى الصحف والزيادة اللاحقة فى معدل الانتحار<sup>(١٦)</sup>، وفى هذه الدراسة صاغ فيليبس مصطلح تأثير Werther فيرتر<sup>(١٧)</sup>. وكان لهذه الدراسة تأثير كبير فى الدراسات اللاحقة التى تناولت العلاقة بين نشر تقارير وسائل الإعلام عن الانتحار وزيادة معدلاته فى الواقع. فبعد نشرها تم نشر عشرات الدراسات فى عدد كبير من الدوريات العلمية حول ذلك التأثير، وساعد ذلك عدد من الباحثين والمنظمات والهيئات المعنية بمنع الانتحار والوقاية منه على إجراء العديد من التحليلات النقدية والكمية بأسلوبى التحليل الثانوى والبعدى لنتائج هذه الدراسات مجمعة، فى محاولة لاستخلاص استنتاجات كمية عامة توضح العلاقة بين التغطية الإعلامية وسلوكيات الانتحار اللاحقة وتحديد أبرز العوامل التى من المحتمل أن تؤثر فى هذه السلوكيات. وفى هذا الإطار أجرى Stack عام ٢٠٠٣ تحليلاً كمياً باستخدام الانحدار اللوجيستى لمجموعة ٢٩٣ نتيجة من ٤٢ دراسة حول تأثير قصص الانتحار التى يتم نشرها فى وسائل الإعلام على حدوث الانتحار اللاحق، وانتهت النتائج إلى أنه كلما زاد مقدار تغطية الانتحار فى وسائل الإعلام زادت نسبة الانتحار فى العالم الواقعى، وأن هناك ظروفًا محددة تزيد من تأثير التغطية الإعلامية

للانتحار على السلوك الانتحاري<sup>(١٨)</sup>. وفي تحليل Sisask and Värnik ٢٠١٢ نتائج ٥٦ دراسة تبين أن الغالبية العظمى من الدراسات تدعم التأثيرات المحتملة التي قد تحدثها تقارير وسائل الإعلام حول السلوكيات الانتحارية على الانتحار الفعلي<sup>(١٩)</sup>، وفي الاتجاه نفسه أشار تقرير لمنظمة الصحة العالمية عام ٢٠١٦ إلى أنه بعد مراجعة أكثر من ١٠٠ بحث حول حالات الانتحار التي يبدو أنها مرتبطة مباشرة بتقارير وسائل الإعلام حول واحد أو أكثر من حالات الانتحار، توصلت هذه الدراسات إلى نتيجة واحدة وهي أنه يمكن أن يؤدي النشر الإعلامي عن حالات الانتحار إلى سلوكيات انتحار لاحقة<sup>(٢٠)</sup>، وحديثاً أجرى Pirkis وآخرون عام ٢٠١٨ تحليلاً نقدياً لنتائج ١٦٣ دراسة حول العلاقة بين تقارير وسائل الإعلام عن الانتحار والانتحار الفعلي، وأشارت النتائج إلى أن الغالبية العظمى من هذه الدراسات تشير إلى وجود ارتباط وأن التغطية غير المسؤولة قد تمارس تأثيراً سلبياً<sup>(٢١)</sup>. وفي دراسة أجريت في كندا عام ٢٠١٨ قامت بتحليل مضمون ١٦٨٤٥ مادة تتعلق بالانتحار في ١٣ صحيفة في الفترة بين عام ٢٠١١ إلى عام ٢٠١٤، كما حصلت على بيانات تفصيلية لحالات الوفاة بالانتحار في مدينة تورونتو خلال الفترة نفسها، وباستخدام الانحدار اللوجيستي متعدد المتغيرات لتحديد خصائص المواد الإعلامية المرتبطة بزيادة أو نقصان وفيات الانتحار بعد سبعة أيام من النشر. وجدت الدراسة أن العديد من خصائص هذه المواد كانت مرتبطة بالتغيرات اللاحقة في حالات الانتحار. وتمثلت العناصر الضارة المرتبطة بمزيد من حالات الانتحار في المواد التي ركزت على البالغين الأكبر سناً، والتي ركزت على أساليب محددة في الانتحار بما في ذلك القفز من مبنى، والموت بالأسلحة النارية، والاختناق، وتلك التي دارت حول شخصية مشهورة، بالإضافة إلى المواد التي أكدت على حتمية الانتحار أو كونه أمراً لا مفر منه. وخلصت الدراسة إلى التأكيد على أن أسلوب تغطية الانتحار يمكن أن يكون له



تأثير كبير على وفيات الانتحار اللاحقة وأن المؤسسات الإعلامية يجب أن تكون حذرة عند النظر إلى محتوى المواد الإعلامية حول الانتحار قبل النشر<sup>(٢٢)</sup>.  
وتكشف مراجعة وتحليل نتائج البحوث والدراسات السابقة عن مجموعة من الاستنتاجات تحدد عوامل الخطر في التغطية الإعلامية للانتحار في الآتي:

### ١- مقدار التغطية... الكثافة والتكرار والبروز

يوصف تأثير تكثيف القصص الإخبارية حول الانتحار مع تكرارها وبروزها بتأثير الاستجابة للجرعة، Dose- response effect فكلمًا زادت تغطية انتحار معين زادت فرص المحاكاة والتقليد<sup>(٢٣)</sup>، وعلى سبيل المثال أوضح تحليل Stack أن الدراسات المستندة إلى قصة انتحار واحدة في شبكة تليفزيون أو عدة شبكات كانت أقل في احتمال التقليد بنسبة ٨٤٪ مقارنة بالدراسات القائمة على قصتين أو ثلاث قصص<sup>(٢٤)</sup>، وفيما يتصل بالبروز وجدت دراسات أن حالات الانتحار كانت أكثر استنادًا إلى القصص الإخبارية التي تتضمن صورة، أو تلك التي يتم نشرها على الصفحة الأولى، أو التي تستخدم كلمة الانتحار في العنوان الرئيسي<sup>(٢٥)</sup>، وفي هذا السياق لاحظت دراسات أن احتمال حدوث زيادة في السلوكيات الانتحارية يبلغ ذروته عادة خلال الأيام الثلاثة الأولى من النشر ويستقر بعد نحو أسبوعين وأحيانًا يدوم لفترة أطول وأن الزيادة ترتبط بمقدار التغطية وبروزها<sup>(٢٦)</sup>. وقد استطاعت منظمات منع الانتحار في النمسا وسويسرا تغيير كمية وجود الأخبار حول الانتحار، وتشير بعض الدراسات إلى أن انخفاض الانتحار قد يأتي من الحد من كمية الأخبار مقارنة بالجودة<sup>(٢٧)</sup>.

### ٢- تقديم أوصاف تفصيلية حول طريقة الانتحار أو موقع الانتحار

تشير غالبية البحوث إلى أن تضمين القصص الإخبارية وصفا مفصلا لطريقة معينة من الانتحار من المرجح أن يؤدي إلى حالات انتحار تحاكي ما ورد بهذه القصص، ومثال على ذلك تأثير وسائل الإعلام على انتشار طريقة الانتحار بالتسمم بأول أكسيد الكربون عن طريق حرق الفحم في مكان ضيق بعد أن قامت امرأة في نوفمبر

عام ١٩٩٨ فى هونج كونج باستخدام هذا الأسلوب لإنهاء حياتها، وقد وجدت دراسة جمعت التقارير الإعلامية عن الانتحار بهذه الطريقة خلال عامى ١٩٩٨ و١٩٩٩ من ست صحف كبرى وبحثت علاقتها بالانتحار الفعلى بهذه الطريقة، أنه قبل نوفمبر عام ١٩٩٨ لم تكن هناك حالات انتحار بهذه الطريقة ولم ترد تقارير فى وسائل الإعلام عنها، وفى نوفمبر ١٩٩٨ بعد أن تم استخدامها والنشر عنها فى الصحف على نطاق واسع تم محاكاة هذه الطريقة لدى ٥٦ حالة ٣٩٪ منها حدثت فى الأسابيع التسعة التى تلت أول حادث تم النشر عنه<sup>(٢٨)</sup>. وفى دراسة أخرى حظى انتحار مالك فندق شهير فى فيينا بسلاح نارى عام ١٩٩٠ بتغطية إعلامية مفصلة ومثيرة على صفحتين كاملتين بما فى ذلك العناوين والصور الفوتوغرافية لمدة خمسة أيام متتالية من خلال صحيفة (NKZ) Neue Kronenzeitung الواسعة الانتشار فى النمسا، حصلت الدراسة على بيانات حول الانتحار فى النمسا بما فى ذلك طريقة الانتحار والمنطقة ضمن إطار زمنى يتراوح بين ثلاثة أسابيع قبل وبعد انتحار مالك الفندق عام ١٩٩٠، وكذلك بيانات الانتحار خلال الفترة بين عامى ١٩٨١ حتى ١٩٨٩ كفترة ضابطة، كما راجعت بيانات توزيع الصحيفة فى عدد مختلف من المناطق قسمتها إلى مناطق منخفضة وأخرى مرتفعة التوزيع. وجدت الدراسة زيادة فى نسبة الانتحار بالسلاح النارى فى المناطق مرتفعة التوزيع من ١٣,٢٪ إلى ٣٤,١٪ بما يمثل ثلاثة أضعاف الأرقام من خمسة إلى ١٥ حالة انتحار، كما ارتفع إجمالى حالات الانتحار بالأسلحة النارية فى النمسا من ١٧ إلى ٢٨ حالة فى الوقت الذى ارتفعت فيه حالات الانتحار بصفة عامة بشكل طفيف من ١٠٧ إلى ١١٦ حالة، وخلصت الدراسة إلى وجود علاقة قوية بين توزيع الصحيفة وزيادة حالات الانتحار بسلاح نارى، وإلى أن ما يقرب من ٤٠٪ من التباين فى التغييرات فى الانتحار بواسطة سلاح نارى يرجع إلى ذلك، فى حين لم يثبت مثل هذا الارتباط فى الفترة الضابطة<sup>(٢٩)</sup>.

### ٣- تقديم تفاصيل حول هوية الشخص

وجدت دراسات أن حالات الانتحار بين الشباب كانت أكثر استنادا إلى القصص الإخبارية الأكثر وضوحا مثل تلك التي توضح اسم المتوفى، ظروف حياته، مذكرة تركها قبل الانتحار، ويرتبط بذلك أيضا استخدام صور المتوفى أو مقاطع الفيديو، أو الصور التي تعبر عن حزن الأسرة والأصدقاء أو صور الجنازات<sup>(٣٠)</sup>.

### ٤- تبسيط أسباب الانتحار

لأن الانتحار معقد وهناك دائما أسباب متعددة، تشير دراسات إلى أن أحد عوامل الخطر في التغطية الإعلامية هو تبسيط أسباب الانتحار، وتقديمه بوصفه نتيجة لعامل أو لحدث واحد سبقه مثل انهيار علاقة عاطفية، فقدان وظيفة، طلاق، وغيرها، ويرتبط بذلك أيضا تقديمه على أنه حل بناء وخيار لمواجهة المشكلات، ويزداد الخطر عندما يتم تقديمه باعتباره سلوكًا غامضًا لا يمكن تفسيره أو أنه جاء دون سابق إنذار. كما خلصت دراسة قامت بتحليل نتائج مستخلصة من عدد من البحوث إلى وجود زيادة في حالات الانتحار الناتجة عن التغطية الإعلامية التي تضيء طابعا رومانسيا على الأشخاص الذين ماتوا بالانتحار، أو تقدم موتهم بشكل درامى مثير أو على أنه عمل بطولى<sup>(٣١)</sup>.

### ٥- الوسيلة: الصحافة مقابل التلفزيون

ركزت معظم الدراسات التي تبحث في العلاقة بين تغطية وسائل الإعلام الجماهيرية والانتحار الفعلى على وسيلتي الصحافة والتلفزيون، وخلصت دراسة Stack إلى أن قصص الانتحار فى التلفزيون من المحتمل تقليدها بنسبة أقل من تلك المنشورة فى الصحف بواقع نسبة ٨٢٪، وأن ذلك ربما يرجع إلى أن قصص الانتحار فى الصحف يمكن الاحتفاظ بها وإعادة قراءتها، فى حين أن قصص الانتحار فى التلفزيون تستغرق وقتاً أقل ويمكن نسيانها بسرعة أو حتى دون أن يلاحظها أحد، وقد وجدت

العديد من الدراسات نسخًا من قصص الأخبار حول حالات الانتحار في الصحف بالقرب من جسم المنتحر<sup>(٣٢)</sup>. وفي هذا الإطار تشير دراسات إلى أن الأدلة على تأثير التلفزيون على السلوك الانتحاري الفعلي ليست قوية مثل تلك الموجودة في الصحف إلا أن مراجعة الدراسات التي تربط بين تأثير الأخبار التلفزيونية على معدلات الانتحار الفعلية تخلص إلى وجود علاقة في غالبية الدراسات وأن الاستثناءات كانت محدودة<sup>(٣٣)</sup>.

### ٦- خصائص القصة: الحقيقية مقابل الخيالية

وجدت البحوث أن تقارير وسائل الإعلام التي تستند إلى قصص انتحار حقيقية تحظى بمعدل أعلى من التقليد مقارنة بتلك التي تتناول قصصًا خيالية في فيلم أو برنامج تلفزيوني، وفي هذا السياق كشفت دراسة أن الأولى يزداد خلالها التقليد بمعدل ٤.٠٣ مرة، وأرجعت ذلك إلى أن الجمهور قد يتعاطف مع حالات الانتحار الحقيقية بدلا من حالات الانتحار في الأفلام والمسلسلات<sup>(٣٤)</sup>. ولكن دراسات أخرى أشارت إلى أن قصص الانتحار الخيالية وخاصة في الأفلام يمكن أن تؤدي إلى معلومات مغلوطة حول طبيعة الانتحار ولا بد من الاهتمام بها وخاصة أنها تحظى بمعدلات مشاهدة مرتفعة<sup>(٣٥)</sup>.

### ٧- التغطية الإعلامية لانتحار المشاهير

تشير الأبحاث إلى أن عدوى الانتحار تكون واضحة وتزداد بشكل ملحوظ عندما يكون الشخص الموصوف في القصة مشهورا أو يحظى باحترام كبير من القاريء أو المشاهد، وترجع البحوث ذلك إلى تأثير التغطية الإعلامية على خلق حالة من التوحد لدى بعض الأفراد مع هؤلاء المشاهير، أو شعورهم بالتشابه معهم وهو ما قد يجعلهم يستنتجون أن الانتحار هو حل مقبول أو حتى عمل بطولى وحاسم يستحق المحاكاة، ويدعم هذا الاستنتاج ملاحظة أن الأشخاص الذين يموتون بالانتحار بعد انتحار المشاهير يقومون باستخدام الأساليب نفسها وأحيانا المواقع نفسها، وهم يتعلمون ذلك

في الغالب من خلال التغطية الإعلامية المفصلة<sup>(٣٦)</sup>. وفي هذا الإطار راجعت دراسة نسبة الانتحار الشهري قبل وبعد انتحار روبين ويليامز Robin Williams من خلال الشنق ووجدت زيادة بنسبة ١٠٪ في حالات الانتحار في الشهرين التاليين لوفاته، كما وجدت زيادة كبيرة في عدد حالات الانتحار عن طريق الشنق، وأشارت إلى أن هذه الزيادة ربما ترجع جزئياً إلى التغطية الإعلامية المفصلة عن الأسلوب الذي انتحر من خلاله ويليامز<sup>(٣٧)</sup>. وفي دراسة أخرى جمعت كل حالات الانتحار في تايوان خلال الفترة بين عامي ٢٠٠٣ حتى ٢٠٠٥ خلصت إلى وجود زيادة ملحوظة في عدد حالات الانتحار خلال فترة ٤ أسابيع من التغطية الإعلامية المكثفة لانتحار بعض المشاهير<sup>(٣٨)</sup>، وفي دراسة أخرى من نفس المنطقة لبحث ما إذا كان هناك زيادة في محاولات الانتحار خلال فترة ثلاثة أسابيع من بداية التغطية الإعلامية واسعة الانتشار من انتحار بعض المشاهير خلال الفترة من ٢ مايو ٢٠٠٥ ولمدة سبعة عشر يوماً بعد هذا التاريخ وأجرت مقابلات مع ١٢٤ من محاولي الانتحار تعرضوا للتقارير الإعلامية، تبين وجود زيادة ملحوظة في عدد محاولات الانتحار خلال فترة ثلاثة أسابيع بعد بداية التغطية الإعلامية، وخلصت الدراسة إلى التأكيد على أن التغطية الإعلامية المكثفة عن انتحار أحد المشاهير تؤدي إلى زيادة في محاولات الانتحار، وأوصت بمزيد من القيود على النشر في مثل هذه الحالات كجزء من استراتيجيات منع الانتحار وللحد من التأثيرات المعديّة لمثل هذه التقارير على الأشخاص الذين ارتكبوا أعمالاً انتحارية حديثة<sup>(٣٩)</sup>. وفي دراسة أخرى أجريت في كندا بعد انتحار مراسلة تليفزيونية شهيرة في كيبيك تم إجراء تحليل مضمون لوسائل الإعلام وتحليل معدلات الانتحار خلال العام التالي، أظهرت النتائج ارتفاعاً في معدلات الانتحار بعد انتحار المراسلة كما وقعت ست حالات انتحار شناً في المنطقة التي وقع فيها الانتحار<sup>(٤٠)</sup>. وفي الاتجاه نفسه راجعت دراسة أخرى نتائج عشر دراسات أجريت على ٩٨ حالة لانتحار مشاهير أشارت إلى حدوث تغيير في معدلات

الانتحار بزيادها قدرها ٠,٢٦ فى الشهر التالى لانتحارهم مع وجود اختلاف فى معدل الزيادة حسب تصنيف أو نوع المشاهير ومنطقة الدراسة<sup>(٤١)</sup>. وخلصت دراسة أخرى إلى أن قصص انتحار المشاهير والأشخاص المعروفين فى وسائل الإعلام من المرجح زيادة تقليديها بمعدل ١٤,٣ مرة -مقارنة بقصص الانتحار الأخرى<sup>(٤٢)</sup>، وعلى العكس من التأثير قصير الأجل للتقارير الإعلامية فى حالات الانتحار لغير المشاهير الذى يتراوح بين يوم إلى أربعة أسابيع فإن التفكير فى الانتحار عقب انتحار المشاهير قد يستمر لفترة أطول من عام<sup>(٤٣)</sup>.

### ٨- خصائص الجمهور المتلقى

رجح عدد من الدراسات أن تأثير عدوى الانتحار الناتج عن التغطية الإعلامية يكون حاضرا فقط لمجموعات فرعية معينة من السكان استنادا إلى أن درجة تأثير وسائل الإعلام تتوقف على تلقى وتقبل الجمهور، ويبدو أن فئات الشباب، والأشخاص الذين يعانون من الاكتئاب، والأشخاص الذين يتعاطفون مع المتوفى، والأشخاص الذين لديهم تاريخ من السلوك الانتحارى عرضة بشكل خاص للانخراط فى السلوك الانتحارى بعد التعرض لتقارير وسائل الإعلام حول الانتحار<sup>(٤٤)</sup>؛ وفى هذا الإطار تشير بعض البحوث إلى أن الشباب على وجه التحديد يتأثرون بشكل خاص بتغطية وسائل الإعلام حول الانتحار سواء الحقيقية أو الخيالية<sup>(٤٥)</sup>. ومن حيث النوع تبين - ولكن فى عدد أقل من البحوث - أن الذكور ربما يكونون أكثر تأثرا من الإناث. وفى جميع الحالات يكون خطر التقليد والمحاكاة أكثر وضوحا عندما تكون الخصائص الديموغرافية للشخص الذى توفى بالانتحار والقارئ أو المشاهد متشابهة بطريقة أو بأخرى<sup>(٤٦)</sup>.

## عوامل الوقاية فى التغطية الإعلامية للانتحار

فى حين واصلت معظم الدراسات الحديثة التى تبحث فى تأثير قصص الانتحار العثور على أدلة تشير إلى زيادة معدلات الانتحار بعد التعرض لتقارير وسائل الإعلام، وجد مجموعة من الباحثين انخفاضا كبيرا فى معدلات الانتحار بعد تنفيذ المبادئ التوجيهية للتغطية الإعلامية التى أعدتها الجمعية النمساوية لمنع الانتحار عام ١٩٨٧، ووفقا لما سبق ذكره فقد لاحظت دراسة أجريت عام ١٩٩٨ عن الانتحار فى مترو أنفاق فيينا انخفاض عدد حالات الانتحار ومحاولات الانتحار إلى ٨٤,٢٪ بعد تطبيق هذه المبادئ<sup>(٤٧)</sup>. وحول الموضوع نفسه أجريت دراسة أخرى عام ٢٠٠٧ قامت بتقسيم النمسا إلى ثلاث مناطق وفقا لأسواق وسائل الإعلام بين مرتفعة ومتوسطة ومنخفضة، ومن أجل اختبار تأثير المبادئ التوجيهية على جودة التغطية الإعلامية راجعت عناوين تقارير الانتحار بين عامى ١٩٨١ و ١٩٩٣ وذلك للمقارنة خلال فترة زمنية مدتها ٥ سنوات قبل وبعد إصدارها، وأظهرت النتائج عند المقارنة بين السنوات الخمس السابقة وبعد تقديم الإرشادات انخفاضا كبيرا فى استخدام مصطلح الانتحار فى عناوين الصحف، ولاختبار إمكانية وجود علاقة مع الأعداد الفعلية لحالات الانتحار، تم ربط هذا الجانب بأرقام الانتحار فى الفترة الزمنية نفسها، كما تم مراجعة بيانات الانتحار من منتصف عام ١٩٤٦ إلى منتصف عام ١٩٨٧. وأظهر نموذج تقييم التأثير حدوث تحول كبير فى مستوى حالات الانتحار فى العام التالى لإدخال المبادئ، بما يقابل انخفاضا سنويا دائما قدره ٨١ حالة انتحار، وكان التأثير كبيرا على سوق الوسائل عالية التوزيع بخفض سنوى قدره ٤٧ حالة انتحار. وخلصت الدراسة إلى وجود علاقة سببية بين إرشادات وسائل الإعلام وجودة المواد الإعلامية وأرقام حالات وطريقة الانتحار، فبعد إدخال الإرشادات لم يكن هناك ارتفاع كبير فى حالات الانتحار فى مترو الأنفاق على الرغم من تضاعف أعداد الركاب السنوية بين عامى ١٩٨٧ و ٢٠٠٥. وأوصت الدراسة الدول الأخرى بوضع وتنفيذ

مبادئ توجيهية لتغطية وسائل الإعلام وأكدت أن التعاون مع وسائل الإعلام قد تحول إلى وسيلة واعدة لمنع الانتحار في النمسا<sup>(٤٨)</sup>.

وقد برز الاتجاه الخاص بالآثار الوقائية بعد دراسة أجراها نيدركروتنتالر وزملاؤه عام ٢٠١٠ توصلوا خلالها تجريبيا إلى نتائج جديدة، حول إمكانية توفير تأثير وقائي في مضمون التغطية الإعلامية، أو بقول آخر أكدوا خلالها على أن الوقاية من السلوك الانتحاري من خلال تقارير وسائل الإعلام أمر ممكن، وصاغوا في هذه الدراسة مصطلح تأثير باباجينو Papageno الذي يشير في البحوث إلى الآثار الوقائية المحتملة لتقارير وسائل الإعلام المسؤولة عن الانتحار، وقد استهدفت هذه الدراسة اختبار العلاقة بين خصائص التغطية الإعلامية من حيث مدى توافر عناصر محددة في التغطية بعضها ضار والآخر وقائي والتغيرات قصيرة الأجل في معدلات الانتحار، إضافة إلى تحديد الاتساق والاختلاف بين خصائص التغطية والمبادئ التوجيهية لمنظمة الصحة العالمية وعدد من الوكالات الوطنية، وافترضت الدراسة أن التغيرات في معدلات الانتحار ستختلف استنادا إلى خصائص التغطية، ولاختبار ذلك أجرت الدراسة تحليل مضمون لعدد ٤٩٧ مادة تضمنت مصطلح الانتحار في ١١ صحيفة نمساوية في الفترة ما بين ١ يناير و٣٠ يونيو ٢٠٠٥، وحصل الباحثون من هيئة الإحصاء النمساوية على بيانات يومية عن حالات الانتحار لكل ولاية فيدرالية نمساوية للفترة الزمنية من ديسمبر ٢٠٠٤ إلى يوليو ٢٠٠٥ بالإضافة إلى بيانات عن حجم السكان، وتم تعريف قياس المتغير الناتج (الانتحار) على أنه الفرق بين معدلات الانتحار (حالات الانتحار لكل ١٠٠٠٠٠ من مجموع السكان) في الأسبوع الذي يسبق تاريخ النشر وفي الأسبوع التالي للنشر، كما حصلت الدراسة على بيانات حول معدلات تداول الصحف في جميع أنحاء البلاد وأخرى حول الطبقات المحلية، وكشفت النتائج عن وجود ارتباط بين عناصر تكرار المواد، تركيزها على أساليب محددة، تأكيدها على أن زيادة الانتحار ترجع للمشكلات



المجتمعية، المفردات اللغوية التي تشير إلى انتشار وباء الانتحار، وجود معلومات وتصورات مغلوبة حول الانتحار، كل تلك العناصر ارتبطت بزيادة معدلات الانتحار. في حين كان تركيز المواد على التفكير في الانتحار غير المصحوب بانتحار أو بمحاولة انتحار يرتبط بخفض معدلات الانتحار وبالتالي كان له تأثير وقائي<sup>(٤٩)</sup>.

واستنادا إلى نتائج تلك الدراسة أجريت دراسات أخرى تبحث في ما إذا كان أسلوب التغطية الإعلامية يتماشى مع المبادئ والمعايير المهنية لتغطية الانتحار أم لا؟ ولا تقوم تلك الدراسات باختبار العلاقة المباشرة بين جودة التغطية وخفض معدلات الانتحار، ويلاحظ أن هذه النوعية من الدراسات في ازدياد كبير خلال الوقت الراهن، وتتباين نتائجها إلى حد كبير بين دراسات تجد التزاما كبيرا وأخرى متوسطا وثالثة تشير إلى تعدد الانتهاكات، وهو ما يرجع إلى مكان التطبيق.

ومن الدراسات التي وجدت التزاما كبيرا دراسة أجريت في كندا عام ٢٠١٨ تعد جزءا من دراسة طويلة أوسع مدتها ثمانى سنوات تبحث في اتجاهات التغطية الإعلامية للأمراض العقلية فى وسائل الإعلام الكندية، حللت الدراسة ١٠٩ مادة تناولت تغطية وسائل الإعلام الكندية لمسلسل "ثلاثة عشر سببا" الذى بثته شبكة Netflix والذى ماتت بطلته بالانتحار<sup>(٥٠)</sup>، وذلك بهدف تقييم مدى التزام التغطية بالتوصيات الرئيسية لدليل Mindset<sup>(٥١)</sup>، خلصت الدراسة إلى التأكيد على التزام الصحف الكندية بالتوصيات الرئيسية، فلم تذكر نسبة ٨٨,٧٪ من المواد طريقة الانتحار، وربط ما يقرب من النصف ٤٣,٧٪ بين انتحار بطلة المسلسل والقضايا الاجتماعية الأوسع نطاقا، ونقل نسبة ٤٥,١٪ عن خبير فى الصحة العقلية، وشمل ٢٥٪ معلومات تخبر الذين يفكرون فى الانتحار من أين يمكن الحصول على المساعدة، وأكدت الدراسة على وجود نمط من التغطية المسئولة وأن الصحفيين استغلوا هذه السلسلة كفرصة لإثارة الوعي بالمحددات الاجتماعية ومناقشة الانتحار

والوقاية منه من زوايا مختلفة وخاصة بين الشباب<sup>(٥٢)</sup>. وفي الاتجاه نفسه راجعت دراسة تمت عام ٢٠١٧ لهجة ومضمون التغطية الإعلامية الكندية لانتحار روبن ويليامز، ووجدت أن الصحفيين التزموا بشدة بالمبادئ المهنية لتغطية الانتحار، فلم تقدم غالبية المواد ٧٦٪ تفاصيل حول الطريقة والأسلوب، ولم يستخدم ٨٦٪ اللغة التي تضى طابعا رومانسيا على الانتحار، وبصفة عامة طبق نسبة ٨٥٪ من المواد ما لا يقل عن ٧٠٪ من التوصيات<sup>(٥٣)</sup>. وفي الاتجاه نفسه وجدت دراسة أجريت في بريطانيا أن نسبة ٦٩٪ من المواد لم تتناول بالتفصيل الطريقة المستخدمة، وهو ما توصلت إليه دراسة أخرى من أيرلندا وجدت أن نسبة ٨٠٪ لم يسترسل في التفاصيل حول الطريقة وأن ٨٨٪ تجنب اللغة المثيرة<sup>(٥٤)</sup>. كما أظهرت دراسات تمت في أستراليا والصين ومنطقة هونغ كونغ وألمانيا وسويسرا بالمثل ارتباط إرشادات وسائل الإعلام بشكل إيجابي بنوعية التغطية الإعلامية عن الانتحار<sup>(٥٥)</sup>.

وعلى الجانب الآخر فيما يتصل بالدراسات التي وجدت التزاما متوسطا أو منخفضا وجدت دراسة تمت عام ٢٠١٩ أجرت تحليل مضمون لعدد ٦٣ مادة عن انتحار ويليامز في ١٠ صحف أمريكية في فترة الثلاثين يوما التي تلت وفاته، أن كل المواد لم تستخدم مصطلح انتحار ناجح، ولكن نسبة ١١٪ فقط قدمت معلومات حول طلب المساعدة، و٢٧٪ استخدمت لغة تميل إلى الرومانسية في انتحاره، أو ربط الكوميديا ببراعة الانتحار، أو الإيحاء بأن الانتحار كان عملا بطوليا من فنان حساس أسبىء فهمه، وتجاهل ما يقرب من النصف ٤٦٪ التوصية التي تؤكد على تجنب التطرق بالتفصيل للطريقة المستخدمة، وخلصت النتائج إلى أن الصحف الأمريكية التزمت بشكل متوسط بتوصيات النشر، فجميعها اتبع خمس توصيات على الأقل من أصل ١٢ توصية<sup>(٥٦)</sup>.

وفي دراسة أخرى أجريت في الولايات المتحدة الأمريكية عام ٢٠١١ تم تقييم ٢٤٠ مادة نشرت في ١٥ صحيفة عسكرية ومدنية عن الانتحار، تبين أن معظمها

احتوى على انحرافات تخالف توصيات التغطية الصادرة عن (SPRC) Suicide Prevention Resource Center<sup>(٥٧)</sup> وتمثلت أبرز الانحرافات في تضمين نسبة ٧٤٪ من المواد للأسلوب أو الطريقة، واستخدام ٥١٪ كلمة الانتحار في العنوان، في حين لم توفر سوى ٥٪ فقط مصادر للمساعدة<sup>(٥٨)</sup>. وفي هذا الاتجاه تشير دراسات أجريت في مناطق أخرى إلى حدوث انتهاكات بمعدل أعلى، ففي دراسة أجريت في الهند عام ٢٠١٣ راجعت مضمون ٣٤١ مادة من ست صحف على مدار ثلاثة أشهر، تبين خلالها عدم امتثال غالبية المواد لمبادئ التغطية المهنية واحتواؤها على العديد من العناصر الضارة، وخاصة أن نسبة ٨٩٪ تناول الطريقة، و٣٢٪ وضع في صفحات بارزة، و١٩٪ اشتمل على صورة، و٦٩٪ قدم تفسيراً واضحاً عن الانتحار، في حين جاءت العناصر الوقائية بنسب منخفضة فقد أدرج أقل من ٣٪ معلومات عن الوقاية من الانتحار وخطوط المساعدة، واشتمل ٣٪ فقط على آراء الخبراء، وقدم نسبة ١٦٪ معلومات عن الاضطرابات العقلية المرتبطة بالانتحار<sup>(٥٩)</sup>. وفي دراسة أخرى تمت في الهند عام ٢٠١٨ تعد جزءاً من مشروع الانتحار في وسائل الإعلام الهندية SIM قامت بتقييم جودة ١٦٨١ مادة صحفية طبقاً لتوصيات منظمة الصحة العالمية في تسع صحف يومية بين يونيو وديسمبر عام ٢٠١٦، تبين تعدد الممارسات الضارة، فقد تم ذكر الطريقة في نسبة ٩٢,٧٪ من المواد، ووصفها بالتفصيل في ٤٣,٣٪، وقدم ٥٣,٤٪ تفسيراً أحادياً، إلى جانب وضع العديد من المقالات بشكل بارز وبنسبة ١٦.٨٪ في الصفحات الثلاث الأولى و٤,٩٪ في الصفحة الأولى. وعلى الجانب الآخر انخفضت نسبة الممارسات المفيدة، حيث قدم ٢.٥٪ فقط معلومات للاتصال بخدمات الدعم<sup>(٦٠)</sup>.

وفي مصر أجرى المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية دراسة استكشافية حاولت تقديم فهم أولى لكيفية تغطية الانتحار، حلت ٥٢٧ مادة بالمواقع الإلكترونية للصحف المصرية على مدار ستة أشهر، استناداً إلى مجموعة المبادئ

والمعايير التي وضعتها منظمة الصحة العالمية والرابطة الدولية لمنع الانتحار IASP. كما أجرت مقابلات متعمقة مع عدد من مديري تحرير تلك الصحف. أظهرت النتائج تعدد عوامل الخطر وارتفاع نسب العديد من المؤشرات والعناصر الدالة عليها في التغطية، فقد تم استخدام كلمة الانتحار في غالبية العناوين ٨٧,٩٪، وارتفعت نسبة ذكر الطريقة إلى ٨٠,٣٪ والموقع إلى ٧٣,٢٪، والأخطر وصف الأسلوب خطوة بخطوة إلى ٥٩,٦٪. كما ذكرت ما يزيد على نصف المواد ٥١,٨٪ سببا للانتحار في العنوان والنسبة الغالبة منها ٦٠,٨٪ قامت بتبسيط السبب أو قدمت تفسيراً أحادياً، إلى جانب استخدام اللغة بأسلوب يشير أحياناً إلى الآتى: انتشار وباء الانتحار، تقديمه كحل بناء للمشاكل ومواجهة ضغوط الحياة، غموضه وعدم إمكانية تفسيره. بينما جاءت غالبية المؤشرات الوقائية بنسب ضئيلة يقل كل منها عن ٥٪، فلم تربط سوى نسبة ٤,٦٪ من المواد بين الانتحار والاكتئاب وبينه وبين المرض النفسى، وقدمت ٣,٨٪ فقط إرشادات ومقترحات للوقاية، واقتبست نسبة محدودة ٢,٥٪ من خبير فى الصحة النفسية أو العقلية، وهناك مؤشرات لم يرد ذكرها على الإطلاق مثل المعلومات حول أماكن المساعدة وتلك التى تشير إلى خدمات الدعم. وخلصت الدراسة إلى التأكيد على أن أسلوب تغطية الانتحار فى مصر يشكل مصدراً محتملاً للخطر، مع محدودية عوامل الوقاية والمعلومات التى يمكن أن تسهم فى تثقيف الجمهور حول حقائق الانتحار وتزويد من الوعى حوله، وأرجعت ذلك فى جانب منه إلى غياب المعرفة والوعى بين القائمين بالاتصال بوجود مبادئ ومعايير مهنية مستقر عليها لتغطية الانتحار تغطية مسؤولة. وأوصت بضرورة التدخل لتعديل خصائص التغطية من خلال نشر الوعى داخل المؤسسات الإعلامية حول المبادئ والمعايير المهنية لتغطية الانتحار بطريقة آمنة ومسؤولة، وبما يسهم فى تحسين أدائها وممارسة دورها فى هذا الإطار بقدر من المسئولية تجاه المجتمع<sup>(٦١)</sup>.

وبناءً على ما سبق تتركز عوامل الوقاية فى تضمين المواد الإعلامية مجموعة من العناصر ذات الصلة بتثقيف الجمهور حول حقائق الانتحار، وتوفير معلومات حول مصادر الدعم والمساعدة، إلى جانب التركيز على بدائل السلوك الانتحارى، وغيرها من العناصر التى تشتمل عليها الموثيق الأخلاقية لتغطية الانتحار والتى نتناولها فيما يلى فى إطار استعراض أبرز ما تضمنته هذه الموثيق لتغطية الانتحار تغطية مسؤولة.

## **ثانيا: المبادئ الأخلاقية والمعايير المهنية لتغطية الانتحار تغطية مسؤولة فى وسائل الإعلام**

أطلقت العديد من الدول والمنظمات وعدد من المؤسسات الإعلامية موثيق أخلاقية تحتوى على مجموعة من المبادئ والمعايير المهنية التى تستهدف تثقيف العاملين فى مجال الإعلام حول خصائص التغطية التى قد تمنع أو تؤدى إلى الانتحار<sup>(٦٢)</sup>، وقبل تناول أبرز ما جاء فى هذه الموثيق يجدر الإشارة إلى ملاحظتين:

### **الملاحظة الأولى**

أن غالبية الموثيق والمبادئ التى تم تطويرها فى عدد مختلف من دول العالم تتسم بقدر كبير من التشابه، ويرجع الاختلاف بينها فقط إلى أسلوب وضعها ومدى تنفيذها<sup>(٦٣)</sup>.

### **الملاحظة الثانية**

أن تلك الموثيق لا تهدف إلى تقييد حرية الإعلاميين، بل هى بمثابة مادة تعليمية من أجل تغطية الانتحار تغطية فعالة ومسؤولة بما يسهم فى زيادة وعى الجمهور حول تعقيداته من جانب، وتقليل مخاطر الانتحار اللاحق من جانب آخر. ولكن فى بعض الدول توجد قيود تشريعية على تغطية وسائل الإعلام للانتحار - مثل ما هو موجود فى عدد من ولايات أستراليا - ولا تمنع هذه التشريعات وسائل الإعلام من التغطية

بشكل عام، ولكنها تضع قيودًا على النشر وخصائصه في حالات معينة دون إذن من قاضى التحقيق.

وفى هذا الإطار راجعت الدراسة الحالية مجموعة من هذه الموثائق<sup>(٦٤)</sup> بهدف تحديد المبادئ المستقر عليها فى هذا المجال، والتي يمكن تقسيمها إلى ست فئات رئيسية: الأولى تشمل عددًا من التوصيات العامة، والثانية تضم مجموعة من المبادئ التي تهدف إلى الحد من عدوى الانتحار، فى حين تركز الثالثة على اللغة المستخدمة، وتهتم الرابعة بكيفية تشكيل القصة الإخبارية، وتقدم الخامسة مجموعة من المبادئ حول موارد الدعم والمساعدة، وتوضح السادسة كيفية إجراء المقابلات مع العائلة أو الأصدقاء.

#### ١- توصيات عامة تضمنتها الموثائق الأخلاقية لتغطية الانتحار

- فكر فى الطريقة التي يجب أن يعامل بها الانتحار كقصة إخبارية ومبرر نشرها.
- قلل من أهمية التغطية... لا تضعها على الصفحة الأولى وتجنب استخدام العناوين المثيرة.
- لا ينبغي أن تكون طريقة الانتحار أو الموت بحد ذاتها أساس القصة.
- تجنب الوصف التفصيلي ومناقشة الطريقة.
- تأكد من وجود زاوية لمنع الانتحار فى القصة.
- يجب تأطير الانتحار بواسطة عوامل متعددة بدلا من كونه نتيجة لسبب واحد.
- يجب أن تتضمن جميع المواد المتعلقة بالانتحار وجهة نظر عن الانتحار كشكل من أشكال الوفاة يمكن الوقاية منه ومسألة رئيسية تتعلق بالصحة العامة.
- تأكد من الحقائق والإحصائيات عن الانتحار قبل نقلها إلى الجمهور.
- لا تقدم تقريرا عن الانتحار كسلوك إجرامى.
- توخى الحذر بشكل خاص عند النشر الإعلامى عن حالات انتحار المشاهير.

## ٢- توصيات للحد من عدوى الانتحار

إن العوامل التي تسهم في الانتحار والوقاية منه معقدة وغير مفهومة تماما، لكن هناك أدلة متزايدة على أن وسائل الإعلام يمكن أن تلعب دورا مهما في تعزيز أو إضعاف جهود منع الانتحار، لذلك ولتقليل تأثيرات عدوى الانتحار يوصى بتجنب الآتى:

- وضع قصص عن الانتحار بشكل بارز وتكرار مثل هذه القصص دون مبرر.
- استخدام كلمة الانتحار فى العنوان الرئيسى أو الإشارة الصريحة فى العنوان إلى طريقة الانتحار أو موقعه.
- التفاصيل الدقيقة حول موقع وطريقة الانتحار مع توخى الحذر عندما تكون طريقة الانتحار نادرة أو جديدة.
- استخدام الصور أو روابط الوسائط الرقمية وإذا تم استخدامها يفضل تلك التي تظهر الشخص مندمجا فى الحياة بدلا من الصور التي تظهره حزينا أو مكتئبا.
- نشر محتوى أو صورة مذكرة الانتحار أو الرسائل النصية النهائية أو رسائل البريد الإلكتروني أو منشورات مواقع التواصل الاجتماعى للشخص الذى مات بالانتحار.
- الرجوع إلى مواقع الشبكات الاجتماعية المستخدمة فى تأبين أو تخليد ذكرى شخص مات بسبب الانتحار.
- تبسيط الأسباب أو التفسيرات الفردية فبعض الأحداث أو العوامل يمكن أن تؤدي إلى الانتحار ولكن هناك دائما أسبابا كامنة متعددة.
- ردود أفعال الحزن المجتمعية على انتحار أحد الأصدقاء لأنه شيء قد يرغبون فيه لأنفسهم.

## ٣- توصيات حول اللغة المستخدمة

تقوم اللغة بدور بالغ الأهمية فى تشكيل المفاهيم العامة، وبتزايد أهميتها عند تغطية الانتحار بسبب المفاهيم العديدة الخاطئة الشائعة حوله، لذلك توصى غالبية الموائيق بضرورة استخدام اللغة بما يحقق الآتى: زيادة الوعى والحوار الصحى حول الانتحار،

- تحطيم الخرافات حول الانتحار، تغيير المفاهيم حول حتمية الانتحار، تغيير التصورات حول الأشخاص الذين يموتون بسببه عن طريق استخدام لغة متعاطفة تحارب الصورة النمطية الضارة. ولتحقيق ذلك يوصى بمراعاة الآتى:
- لا تستخدم مصطلحات مثل انتحر أو الانتحار فهي توحى بالتجريم أو الفشل الأخلاقي- يظل الانتحار جريمة جنائية فى عدد من الدول- كما أنها تزيد من وصمة العار التى قد يعانى منها الذين فقدوا شخصا مات بسببه ومن الأفضل استخدام مصطلحات مثل مات بالانتحار أو أنهى حياته.
  - تجنب مصطلحات انتشار الانتحار أو وباء الانتحار واستخدم بدلا من ذلك زيادة معدلات الانتحار.
  - لا تقدم الانتحار كنتيجة مرغوبة من خلال وصف انتحار أو محاولة انتحار شخص ما بأنها ناجحة أو فاشلة أو أن وفاته كانت سريعة أو غير مؤلمة، لأن هذه اللغة يمكن أن توحى بأن الانتحار حقق نتائج أو أنه حل فعال فى بعض الحالات، كما أنها تدعم خرافة أن الانتحار غير مؤلم والحقيقة أن العديد من الطرق المستخدمة مؤلمة للغاية وفى كثير من الأحيان لا يتم تصوير ذلك فى وسائل الإعلام.
  - وفى نفس السياق تجنب اللغة التى تشير إلى خرافة أن الأشخاص الذين يهددون بالانتحار يبحثون عن الاهتمام، والحقيقة أنه يجب أن يؤخذ هؤلاء على محمل الجد فمن المحتمل أن يسعى الشخص إلى الاهتمام الذى قد ينقذ حياته.
  - الامتناع عن استخدام كلمات مثل لا يمكن تفسيره أو لا مفر منه أو دون سابق إنذار لوصف الموت بالانتحار.
  - تجنب اللغة التى تضيف طابعا رومانسيا على حياة شخص مات بالانتحار.
  - تجنب تقديم تكهنات حول أفكار الفرد ومشاعره التى تؤدى إلى الانتحار.
  - تجنب استخدام اللغة التى تشير إلى أن الانتحار كان غايته نبيلة.



- لا تركز فقط على الخصائص الإيجابية للشخص الذى مات بالانتحار.

#### ٤- توصيات لتشكيل القصة الإخبارية

حتى الآن لدى الجمهور صورة غير كاملة وغير دقيقة عن الانتحار لذلك يجب تشكيل القصة الإخبارية بأسلوب يسهم فى تحقيق الآتى: تثقيف الجمهور حوله وحول أدوات المواجهة وسبل الشفاء، مساعدة الناس على التعرف على الانتحار فى بيئتهم الاجتماعية وفهمه على اعتبار أنه تحد للمجتمع. لذلك يوصى فى هذا الجانب بالآتى:

- تسليط الضوء على عوامل الحماية التى تقلل من مخاطر الانتحار مثل الأسباب المحتملة، التطورات الحديثة فى العلاج، استراتيجيات المواجهة، الاتجاهات فى معدلات الانتحار، كيفية تحديد الأفراد المعرضين لخطر الانتحار، وصف علامات التحذير التى تسبق السلوك الانتحارى.

- من المهم إعلام الجمهور بأن معظم الأفراد الذين يموتون بالانتحار يعانون من الاكتئاب أو أية حالة صحية عقلية أخرى.

- ما يفيد بأن من يتعافون من محاولة انتحار يمكنهم العثور على الدعم والعلاج الفعال.

- تناول قصص إيجابية حول كيفية التعامل مع ضغوط الحياة والأفكار الانتحارية.

- تقديم قصص لأشخاص اختاروا الحياة بدلا من الموت بالانتحار عندما واجهتهم أزمة انتحارية وكيف تغلبوا عليها.

- استشارة خبراء ومتخصصو الصحة العقلية ويفضل خبراء منع الانتحار لدعم فهم الجمهور للمخاطر وعلامات التحذير.

#### ٥- توصيات حول موارد الدعم والمساعدة

يجب أن تكون الرسالة الرئيسية لأى مادة إعلامية عن الانتحار هى تشجيع الناس على الحصول على المساعدة عند الحاجة إليها، وما يجب فعله مع شخص لديه

أفكار انتحارية، وهو ما يفرض على المواد الإعلامية التي تتناول الانتحار أن تتضمن معلومات دقيقة حول خيارات العلاج المتاحة، والتقدم في العلاج الحديث، وكيفية ومكان الحصول على المساعدة، وخدمات الدعم والتدخل والعلاج في مثل هذه الحالات: مثل رقم هاتف أو موقع إنترنت.

#### ٦- توصيات حول المقابلات مع العائلة أو الأصدقاء

غالبًا ما تكون أسرة وأصدقاء الذين ماتوا بالانتحار مرتبكين ومحبطين ويشعرون بالذنب ويبحثون عن إجابات، وتظهر الأبحاث أن العائلات والأصدقاء أكثر عرضة لخطر الانتحار أو إيذاء الذات لذلك يوصى بالآتي:

- يجب أن يكون لاحترام خصوصية هؤلاء الأسبقية على كتابة القصة الإخبارية.
- توخى الحذر عند إشراكهم أو إشراك غيرهم من الذين يشعرون بالحزن لأنهم قد يقولون أشياء يندمون عليها لاحقًا.
- يجب التفكير بعناية في دقة أى معلومات يدلون بها لأن ذكرياتهم قد تكون غامضة بسبب حالة الحزن.
- فى الحالات التى لا تتعلق بانتحار حدث مؤخرًا يكون هؤلاء مصدرا مهما لزيادة الوعى حول كيفية التعامل مع الأفكار الانتحارية.

ويمكن تلخيص المبادئ السابقة فى قدرة الإعلامى على الإجابة بنعم عن

ثلاثة تساؤلات قبل نشر أية قصة أو مادة إعلامية حول الانتحار وهى:

- هل تشير القصة إلى أن الانتحار يمكن الوقاية منه؟
- هل تقدم القصة معلومات حول خيارات العلاج المتاحة وموارد الدعم التى يمكن الوصول إليها مثل خطوط وأماكن الحصول على المساعدة؟
- هل تشجع القصة على البحث عن المساعدة إذا كان شخص ما يعانى من أفكار انتحارية؟

وفى ختام هذا القسم يمكن التأكيد على أنه لا يجب النظر إلى تلك التوصيات على أنها تمثل تهديدا لحرية التعبير أو أنها تملى على الإعلاميين ما يقومون به، أو أن الانتحار أمر ينبغي تجنبه، ولكن يجب النظر إليها على أن الانتحار يجب معالجته بعناية لأنه مسألة تتصل بإنقاذ أرواح.

## خاتمة

### نحو ميثاق أخلاقي لتغطية الانتحار فى وسائل الإعلام المصرية

خضعت دراسة العلاقة بين التغطية الإعلامية والانتحار للبحث والدراسة منذ عدة عقود، وتشير غالبية الدراسات إلى أن التغطية الإعلامية للانتحار يمكن أن تسهم فى عدوى الانتحار وفى بعض الحالات يمكن أن تؤدى إلى طلب المساعدة، وهناك أدلة على أن خصائص التغطية تتوسط هذه العلاقات. لذلك ينظر إلى التغطية الإعلامية المسؤولة كواحدة من الاستراتيجيات الفعالة فى الحد من الانتحار، وأحد أساليب الصحة العامة المعترف بها التى تهدف إلى الحد من محاكاته والتأثير الإيجابى على وعى الجمهور ومواقفه، وخاصة بعد النجاح الذى تحقق فى عدد من دول العالم. وتشمل هذه الاستراتيجية تثقيف المراسلين والمحريين ومنتجى الأفلام والتليفزيون حول العدوى من أجل إنتاج قصص إعلامية تقلل من الضرر<sup>(٦٥)</sup>. وتستند هذه الاستراتيجية إلى نتائج العديد من البحوث التى تشير إلى أن وسائل الإعلام تلعب دورا رئيسيا فى البناء الاجتماعى للواقع<sup>(٦٦)</sup>، من خلال تأثيرها على المواقف والمعتقدات والسلوكيات العامة تجاه مختلف القضايا الاجتماعية وهذا التأثير يزداد بشكل خاص فيما يتعلق بقضايا الصحة النفسية والعقلية وخاصة الانتحار<sup>(٦٧)</sup>.

وبناءً على التجارب السابقة فى عدد من دول العالم التى أصبح من خلالها التعاون مع وسائل الإعلام وسيلة فعالة للحد من الانتحار، وفى ضوء نتائج دراسة المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنايئة التى أكدت على تعدد عوامل الخطر ومحدودية عوامل الوقاية فى التغطية الإعلامية للانتحار فى مصر، إضافة إلى

غياب المعرفة والوعي بين القائمين بالاتصال بوجود مبادئ ومعايير مهنية مستقر عليها لتغطية الانتحار تغطية مسئولة، تبرز ضرورة نشر الوعي داخل المؤسسات الإعلامية حول المبادئ والمعايير المهنية لتغطية الانتحار بطريقة آمنة ومسئولة، بما يسهم في تحسين أدائها وممارسة دورها في هذا الإطار بقدر من المسؤولية تجاه المجتمع. لذلك نقترح إعداد دليل مهني يشمل المبادئ والمعايير المهنية الواجب الالتزام بها عند تغطية الانتحار في مصر. على أن يتم إعداده من خلال فريق متعدد التخصصات بما في ذلك خبراء الصحة العقلية، والنفسية، وخبراء علم الاجتماع، وخبراء الإعلام، بمشاركة المسؤولين وعدد من القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية. مع إمكانية الاستفادة من العديد من الوثائق التي تعنتى بهذا الجانب. على أن يتم توزيع هذا الدليل على المؤسسات الإعلامية مع مراعاة إعداد إصدارات قصيرة تمكن الصحفيين الذين يعملون تحت ضغط الوقت من الوصول السريع إليها، إلى جانب وضع هذه المبادئ على الإنترنت وتوفير جهات اتصال دقيقة يمكن أن يلجأ لها الإعلاميون عند التغطية والتعليق على حالات ومحاولات الانتحار.

## المراجع والهوامش

- اعتمد المقال في بعض جوانبه على الإطار النظري الذي أعده الباحث ضمن تقرير بحث: عوامل الخطر والوقاية في التغطية الإعلامية للانتحار في مصر: دراسة استكشافية، المجلد الثاني من بحث مشكلة الانتحار في المجتمع المصري الأبعاد وآليات الوقاية، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، القاهرة، ٢٠٢٠. إشراف الأستاذة الدكتورة سعاد عبد الرحيم، الأستاذة الدكتورة سهير عبد المنعم.

Carmichael, V., & Whitley, R. (2019). Media coverage of Robin Williams' -1 suicide in the United States: A contributor to contagion? PLOS ONE, 14(5), e0216543.doi:10.1371/journal.pone.0216543 p. 1.

٢- الوقاية من الانتحار ضرورة عالمية، منظمة الصحة العالمية، المكتب الإقليمي لشرق المتوسط.  
ص ٣.

[https://www.who.int/mental\\_health/suicide-prevention/suicide\\_report\\_arabic.pdf](https://www.who.int/mental_health/suicide-prevention/suicide_report_arabic.pdf)

Preventing suicide: a resource for media professionals, update 2017. Geneva: -٣  
Health Organization; 2017 (WHO/MSD/MER/17.5). Licence: World  
CC BY-NC-SA 3.0 IGO.

[https://www.who.int/mental\\_health/suicide-prevention/resource\\_booklet\\_2017/en/](https://www.who.int/mental_health/suicide-prevention/resource_booklet_2017/en/)

Phillips DP.(1974) The influence of suggestion on suicide: substantive -٤  
and theoretical implications of the Werther effect. American Sociological  
Review 1974; 39:240–253.

Madelyn S. Gould, Suicide and the Media, p.p.201- 205, available at: -٥  
[http://www.columbia.edu/itc/hs/medical/bioethics/nyspi/material/SuicideAnd  
TheMedia.pdf](http://www.columbia.edu/itc/hs/medical/bioethics/nyspi/material/SuicideAndTheMedia.pdf)

Preventing suicide: a resource for media professionals, update 2017. Op cit, p. -٦  
12.

٧- هي فرضية أساسية صاغها دوركايم في عمله الأساسي حول الانتحار بعنوان الانتحار عام  
١٨٩٧، فعلى النقيض تماما منها ومن تعريف دوركايم الضيق للتقليد أشارت نتائج بعض  
الأبحاث إلى أن الزيادة الكبيرة في حالات الانتحار لا ترجع فقط إلى حالات الانتحار التي  
كانت ستحدث على أية حال. انظر:

- Niederkrotenthaler T, Sonneck G. (2007) 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.

Madelyn S. Gould, Suicide and the Media, Op cit, -٨

Edwards-Stewart, A., Kinn, J. T., June, J. D., & Fullerton, N. R. (2011). -٩  
Military and Civilian Media Coverage of Suicide. Archives of Suicide  
Research, 15(4), 304–312. doi:10.1080/13811118.2011.615692

Etzersdorfer E, Sonneck G. (1998) Preventing suicide by influencing mass- -١٠  
the Viennese experience 1980-1996. Arch Suicide Res. media reporting:  
1998;4(1):64-74.

- 11 - Ibid, pp. 69-73.
- 12 - Niederkröthaler, T., Voracek, M., Herberth, A., Till, B., Strauss, M., Etzersdorfer, E., Sonneck, G. (2010) Role of media reports in completed and prevented suicide: Werther v. Papageno effects. British Journal of Psychiatry, 197(03), 234–243. doi:10.1192/bjp.bp.109.074633.
- 13 - الوقاية من الانتحار ضرورة عالمية، منظمة الصحة العالمية مرجع سابق، ص ص 32-35.
- 14 - سعاد عبد الرحيم، سهير عبد المنعم، عماد شلبي، عوامل الخطر والوقاية فى التغطية الإعلامية للانتحار فى مصر: دراسة استكشافية، المجلد الثانى من بحث مشكلة الانتحار فى المجتمع المصرى الأبعاد وآليات الوقاية، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية، القاهرة، 2020.
- 15 - Jane Pirkis, Warwick Blood, Georgina Sutherland and Dianne Currier. Suicide and the news and information media A Critical Review 13 February, 2018 p.7. available at:  
[http://mindframe.org.au/\\_data/assets/pdf\\_file/0016/5164/Pirkis-and-Blood-2010,-Suicide-and-the-news-and-information-media.pdf](http://mindframe.org.au/_data/assets/pdf_file/0016/5164/Pirkis-and-Blood-2010,-Suicide-and-the-news-and-information-media.pdf)
- 16 - Preventing suicide: a resource for media professionals, update 2017. Op cit, P.11
- 17 - ظلت ظاهرة تفشى الانتحار بين الشباب التى أعقبت نشر تلك الرواية لغزا، حتى قرر ديفيد فيليبس، دراسة الظاهرة ووصل إلى نتيجة مفادها أن شهرة تلك الرواية إضافة إلى قيام كاتبها بوصف عملية انتحار البطل وصفاً دقيقاً قد أدت إلى تأجيج الرغبة فى الانتحار- فى ظل غياب عوامل الرقابة والحماية- بين الشباب سريعى التأثير.
- <https://www.scientificamerican.com/arabic/articles/news/13-reasons-why-and-suicide-contagion/>
- 18 - Stack, S. (2003). Media coverage as a risk factor in suicide. Journal of Epidemiology & Community Health, 57(4), 238–240. doi:10.1136/jech.57.4.238

- Sisask, M., & Värnik, A. (2012). Media Roles in Suicide Prevention: A Systematic Review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 9(1), 123–138. doi:10.3390/ijerph9010123 p. 131. - 19
- Preventing suicide: a resource for media professionals, update 2017. Op cit, p. 3. - 20
- Jane Pirkis, Warwick Blood, Georgina Sutherland and Dianne Currier. Op cit, p.48. - 21
- Sinyor, M., Schaffer, A., Nishikawa, Y., Redelmeier, D. A., Niederkrotenthaler, T., Sareen, J., ... Pirkis, J. (2018). The association between suicide deaths and putatively harmful and protective factors in media reports. *Canadian Medical Association Journal*, 190(30), E900–E907. doi:10.1503/cmaj.170698 p.p . 902-905. - 22
- A Dose–Response Relationship of Imitational Suicides with Newspaper Distribution. (2001). *Australian & New Zealand Journal of Psychiatry*, 35(2), 251–251. doi:10.1046/j.1440-1614.2001.0884d.x - 23
- Suicide and mental illness in the media, Amindframe recourse for mental health and suicide prevention sectors. available at:  
[https://www.iasp.info/pdf/task\\_forces/mindframe\\_resource\\_for\\_mental\\_health\\_and\\_suicide\\_prevention\\_sectors\\_2009.pdf](https://www.iasp.info/pdf/task_forces/mindframe_resource_for_mental_health_and_suicide_prevention_sectors_2009.pdf)
- Luna Greenstein, Why Suicide Reporting Guidelines Matter, Jun. 15, 2018. available at:  
<https://www.nami.org/Blogs/NAMI-Blog/June-2018/Why-Suicide-Reporting-Guidelines-Matter>
- Stack, S. Op. Cit. , p 239. - 24
- Pae, C. U. (2014). Influence of Media on Suicide: Proper Coverage of Media on Suicide Report. *Journal of Korean Medical Science*, 29(11), 1583. doi:10.3346/jkms.2014.29.11.1583 - 25
- Preventing suicide: a resource for media professionals, update 2017. Op cit. - 26
- Stack, S. Op. Cit. - 27

- Chung, W. S. D., & Leung, C. M. (2001). Carbon Monoxide Poisoning as a New Method of Suicide in Hong Kong. *Psychiatric Services*, 52(6), 836–837. doi:10.1176/appi.ps.52.6.836 – ٢٨
- A Dose–Response Relationship of Imitational Suicides with Newspaper Distribution. *Op cit.* p 251. – ٢٩
- Hawton, K. (2002). Influences of the media on suicide. *BMJ*, 325(7377), 1374–1375. doi:10.1136/bmj.325.7377.1374 – ٣٠
- Jane Pirkis, Warwick Blood, Georgina Sutherland and Dianne Currier. *Op cit*,  
- Pae, C. U.. *Op. Cit.*
- Collings, S. C., Fortune, S., Steers D., Currey, N., Hawton, K., Wang J., Slim, B. Media influences on suicidal behaviour: An interview study of young people in New Zealand, June 2011, The National Centre of Mental Health Research, New Zealand. – ٣١
- <https://www.tepou.co.nz/uploads/files/resource-assets/media-influences-on-suicidal-behaviour.pdf>
- Jane Pirkis, Warwick Blood, Georgina Sutherland and Dianne Currier. *Op cit*,  
- Stack, S. *Op. Cit* 239.
- American Association of Suicidology , suicide reporting recommendation, Media as partners in SUICIDE PREVENTION. available at:  
<https://suicidology.org/wp-content/uploads/2018/12/Suicide-Media-Reporting-Extended-4-merged-1.pdf>
- Sinyor, M., Schaffer, A., Nishikawa, Y., Redelmeier, D. A., Niederkrotenthaler, T., Sareen, J., Pirkis, J. *Op cit*, p.p . 902-905.
- Stack, S. *Op. Cit* 239. – ٣٢
- Jane Pirkis, Warwick Blood, Georgina Sutherland and Dianne Currier., *Op. Cit.*, p 25. – ٣٣
- Stack, S. *Op. Cit.*, p 239. – ٣٤
- Sisask, M., & Värnik, A. *Op. Cit.* – ٣٥
- Carmichael, V., & Whitley, R. (2019). *Op. Cit.* – ٣٦



- Ibid ,2. -٣٧
- Andrew T. A. Cheng; Keith Hawton; Charles T. C. Lee; Tony H. H. Chen, -٣٨  
(2007) The Influence of Media Reporting of the Suicide of a Celebrity on  
Suicide Rates: A Population-Based Study, *Int J Epidemiol.* ;36(6):1229-1234.
- Cheng AT, Hawton K, Chen TH, Yen AM, Chen CY, Chen LC, Teng PR. -٣٩  
The influence of media coverage of a celebrity suicide on subsequent suicide  
(6):862-6. attempts. *Clin Psychiatry.* 2007 Jun;68
- Tousignant, M., Mishara, B. L., Caillaud, A., Fortin, V., & St-Laurent, D. -٤٠  
(2005). The impact of media coverage of the suicide of a well-known Quebec  
reporter: the case of Gaëtan Girouard. *Social Science & Medicine*, 60(9),  
1919–1926.doi:10.1016/j.socscimed.2004.08.054
- Niederkrotenthaler, T., Fu, K., Yip, P. S. F., Fong, D. Y. T., Stack, S., Cheng, -٤١  
Q., & Pirkis, J. (2012). Changes in suicide rates following media reports on  
celebrity suicide: a meta-analysis. *Journal of Epidemiology and Community  
Health*, 66(11), 1037–1042.doi:10.1136/jech-2011-200707
- ٤٢ كان تقليد انتحار النجمة السينمائية الشهيرة مارلين مونرو هو أكبر تأثير محتمل للتقليد،  
فخلال الشهر الذي ماتت فيه بالانتحار أغسطس ١٩٦٢ حدثت ٣٠٣ حالة انتحار إضافية  
بزيادة قدرها ١٢٪.
- Sisask, M., & Värnik, A. (2012). *Op. Cit.* -٤٣
- Preventing suicide: a resource for media professionals, update 2017. *Op cit,* -٤٤  
p. 3.
- Collings, S. C., Fortune, S., Steers D., Currey, N., Hawton, K., Wang J., Slim, -٤٥  
B.Media. *Op cit,*
- Carmichael, V., & Whitley, R. (2018).Suicide portrayal in the Canadian media:  
examining newspaper coverage of the popular Netflix series “13 Reasons  
Why.” *BMC Public Health*, 18(1).doi:10.1186/s12889-018-5987-3
- Hawton, K. (2002). *Op cit.* -٤٦
- Jim Tully and Nadia Elsaka (2004) Suicide and the Media A study of the media  
response to Suicide and the Media: The reporting and portrayal of suicide in  
the media A Resource

[https://www.health.govt.nz/system/files/documents/publications/suicideandthemedi  
a-a-study-of-the-media-response.pdf](https://www.health.govt.nz/system/files/documents/publications/suicideandthemedi<br/>a-a-study-of-the-media-response.pdf)

- Carmichael, V., & Whitley, R. (2019) op cit, p. 2

Etzersdorfer E, Sonneck G. op cit, p.p 64-74 -٤٧

Niederkrotenthaler T, Sonneck G. (2007) op cit, -٤٨

Niederkrotenthaler, T., Voracek, M., Herberth, A., Till, B., Strauss, M., -٤٩  
Role of media reports in completed and Etzersdorfer, E., Sonneck, G. (2010)  
prevented suicide: Werther v. Papageno effects. British Journal of Psychiatry,  
197(03), 234–243.doi:10.1192/bjp.bp.109.074633

٥٠- "ثلاثة عشر سببا" مسلسل يسرد حياة مجموعة من المراهقين الأمريكيين ، تتعرض خلاله بطلة  
المسلسل هانا بيكر لعدد من الضغوط الحادة والمزمنة مثل الاغتصاب والبلطجة والتي تقودها  
لإنهاء حياتها بالانتحار، تم إصدار المسلسل في ٣١ مارس ٢٠١٧، وسرعان ما أصبح واحدا  
من أكثر المسلسلات التي تم مشاهدتها على منصة البث الشهيرة Netflix ، وهو ثالث أكبر  
عرض على المنصة في ٣٢ دولة حول العالم في عام ٢٠١٧.

٥١- صدرت هذه التوصيات بالتعاون بين المنتدى الكندي للصحافة، هيئة الإذاعة الكندية، لجنة  
الصحة العقلية الكندية، ونشرت في كتيب تحت عنوان Mindset guidelines

Carmichael, V., & Whitley, R. (2018) op cit -٥٢

Creed M, Whitley R. Assessing fidelity to suicide reporting recommendations -٥٣  
the death of Robin Williams. Can J Psychiatry. in Canadian news media:  
0706743715621255 PMID: 2017; 62(5):313–7. [https://doi.org/10.1177/  
27600531](https://doi.org/10.1177/27600531).

Ibid. -٥٤

Preventing suicide: a resource for media professionals, update 2017. Op cit, p. -٥٥  
12.

Carmichael, V., & Whitley, R. (2019). Op. Cit -٥٦

The Suicide Prevention Resource Center (SPRC), supported by the Substance -٥٧  
Abuse and Mental Health Services Administration (SAMHSA) and U.S.  
Department of Health and Human Services (DHHS), adapted the task force's

recommendations in light of more recent empirical research. The SPRC guidelines (2007).

Edwards-Stewart, A., Kinn, J. T., June, J. D., & Fullerton, N. R. (2011). Op cit, - ٥٨ p.p 304-312.

Chandra, P. S., Doraiswamy, P., Padmanabh, A., & Philip, M. (2013). Do -٥٩ newspaper reports of suicides comply with standard suicide reporting guidelines? A study from Bangalore, India. International Journal of Social Psychiatry, 60(7), 687-694. doi:10.1177/0020764013513438.

Armstrong, G., Vijayakumar, L., Niederkrotenthaler, T., Jayaseelan, M., -٦٠ Kannan, R., Pirkis, J., & Jorm, A. F. (2018). Assessing the quality of media reporting of suicide news in India against World Health Organization guidelines: A content analysis study of nine major newspapers in Tamil Nadu. Australian & New Zealand Journal of Psychiatry, 52(9), 856-863. doi:10.1177/0004867418772343.

٦١- سعاد عبد الرحيم، سهير عبد المنعم، عماد شلبي، مرجع سابق.

٦٢- **على مستوى المنظمات:** نشرت منظمة الصحة العالمية دليلاً مهماً للإعلاميين عام ٢٠٠٠ وقامت بتطويره ونشره مرة أخرى عام ٢٠١٧. وفي كندا قامت الجمعية الكندية لمنع الانتحار The Canadian Association for Suicide Prevention بتطوير مجموعة من المبادئ لتغطية الانتحار في وسائل الإعلام، ونشرت لجنة الصحة العقلية الكندية (MHCC) أول استراتيجية وطنية للصحة العقلية عام ٢٠١٢، والتي أعطت الأولوية "لتعزيز الصحة العقلية ومنع الأمراض العقلية والانتحار"، وخصصت دليل للتعاون الإيجابي مع وسائل الإعلام كجزء من استراتيجيتها، بهدف تحسين تغطية قضايا الصحة العقلية والانتحار، تحت عنوان Mindse، وقد تم إنتاج هذا الكتيب بالتعاون مع المنتدى الكندي للصحافة ومؤسسة الإذاعة الكندية، مع مدخلات من كبار الأكاديميين المطلعين على أدبيات الوقاية من الانتحار. وفي المملكة المتحدة تم وضع مجموعة من المبادئ من خلال عدد من المنظمات مثل Media ethics charity, the PressWise Trust, and The Samaritans. وفي استراليا زودت استراتيجية Mindframe - وهي استراتيجية إعلامية وطنية بتمويل من وزارة الصحة وتمثل جهوداً تعاونياً بين قطاعي الإعلام والصحة العقلية- العاملين في مجال الإعلام بمجموعة من المعلومات والموارد التعليمية حول تصوير الأمراض العقلية والصحة العقلية والانتحار، كما طور معهد Hunter Institute of Mental Health وجامعة the University of

Newcastle دليل آخر شامل أطلق عام ٢٠٠١. وعلى مستوى الدول وضعت الحكومة الفيدرالية فى الولايات المتحدة الأمريكية مجموعة من التوصيات عام ٢٠٠١ بالتعاون مع المؤسسة الأمريكية لمنع الانتحار The American Foundation for Suicide Prevention والجمعية الأمريكية لمنع الانتحار The American Association of Suicidology and ، ومركز انبيرج للسياسة العامة. The Annenberg Public Policy Centre. كما توجد بعض الولايات مثل ولاية أوريغون Maine, Oregon لديها سياسات خاصة بها لمنع الانتحار وطورت مبادئ توجيهية لوسائل الإعلام كجزء من هذه السياسات. وفى نيوزلندا أصدرت وزارة الصحة فى يناير ١٩٩٨ كتيب تحت عنوان Preventing Suicide: Guidelines for the Media on the Reporting of Suicide وفى مارس من نفس العام انتقد The Commonwealth Press Union New Zealand Section إصدار هذه التوصيات دون التشاور مع وسائل الإعلام، لذلك تم مراجعة هذه المبادئ مع العاملين فى وسائل الإعلام وتم إصدارها فى سبتمبر ١٩٩٩ وأعيد تسميتها تحت عنوان " Suicide and the Media: The reporting and portrayal of suicide in the media. A Resource. وفى عدد من الدول اتخذت المؤسسات الإعلامية المبادرة وانتجت مدونات أخلاقية تعالج مسألة تغطية الانتحار، مثل تلك الموجودة فى الدنمارك، استونيا، ألمانيا النرويج ليتوانيا السويد، وفى استراليا أصدر مجلس الصحافة The Press Council عددًا من أوراق النقاش والمبادئ التوجيهية المقترحة لتغطية الانتحار، كما يحتوى قانون هيئة الإذاعة الاسترالية Australian Broadcasting Corporation (ABC) على نصوص تتعلق بتغطية الانتحار مثل: يجب تغطية الانتحار بعبارات معتدلة وينبغى أن تتجنب التقارير الإعلامية التفاصيل حول الطريقة وعندما تكون الطريقة المستخدمة غير عادية يجب أن تظل التقارير حذرة. انظر:

- Suicide and the Media: The reporting and portrayal of suicide in the media. A Resource.

<https://www.health.govt.nz/system/files/documents/publications/suicideandthemedi a.pdf>

- Jane Pirkis, Warwick Blood, Georgina Sutherland and Dianne Currier. Op cit,

- Carmichael, V., & Whitley, R. (2018), Op cit,

Pirkis, J., Blood, R. W., Beautrais, A., Burgess, P., & Skehan, J. (2006). Media – ٦٣ Guidelines on the Reporting of Suicide. Crisis, 27(2), 82–87. doi:10.1027/0227-5910.27.2.82.

Preventing suicide: a resource for media professionals, update 2017. Geneva: World Health Organization; 2017 (WHO/MSD/MER/17.5). Licence: CC BY- World NC-SA 3.0 IGO. available at:

[https://www.who.int/mental\\_health/suicide-prevention/resource\\_booklet\\_2017/en/](https://www.who.int/mental_health/suicide-prevention/resource_booklet_2017/en/).

- American Association of Suicidology , suicide reporting recommendation , Media as partners in SUICIDE PREVENTION. Developed in conjunction with: the Ohio department of mental health and addiction services nationwide children's hospital , Ohio university's E. W. Scripps School of journalism. available at:

<https://suicidology.org/wp-content/uploads/2018/12/Suicide-Media-Reporting-Extended-4-merged-1.pdf>

- Suicide and mental illness in the media, A mindframe resource for mental health and suicide prevention sectors. Developed with the assistance of media professionals, suicide prevention and mental health experts, and consumer organizations, for the Mental Health and Suicide Prevention Programs Branch, Australian Government Department of Health and Ageing. available at:

[https://www.iasp.info/pdf/task\\_forces/mindframe\\_resource\\_for\\_mental\\_health\\_and\\_suicide\\_prevention\\_sectors\\_2009.pdf](https://www.iasp.info/pdf/task_forces/mindframe_resource_for_mental_health_and_suicide_prevention_sectors_2009.pdf)

- [www.mindframe-media.info](http://www.mindframe-media.info)

- Reporting Suicide A resource for the media, Developed by the media Roundtable and adopted by the Media Freedom Committee and the Newspaper Publishers' Association December 2011. available at:

<https://www.health.govt.nz/system/files/documents/publications/reporting-suicide-a-resource-for-media-dec2011.pdf>

- Recommendations for Reporting on Suicide. Developed in collaboration with: American Association of Suicidology, American Foundation for Suicide Prevention, Annenberg Public Policy Center, Associated Press Managing Editors, Canterbury Suicide Project - University of Otago, Christchurch, New Zealand, Columbia University Department of Psychiatry, ConnectSafely.org, Emotion Technology, International Association for Suicide Prevention Task Force on Media and Suicide, Medical University of Vienna, National Alliance on Mental Illness, National Institute of Mental Health, National Press Photographers Association, New York State Psychiatric Institute, Substance Abuse and Mental Health Services Administration, Suicide Awareness Voices of Education, Suicide Prevention Resource Center, The Centers for Disease Control and Prevention (CDC) and UCLA School of Public Health, Community Health Sciences., Community Health Sciences. available at:

<https://afsp.org/wp-content/uploads/2016/01/recommendations.pdf>

- Media guidance for reporting suicide. Developed by South West London and St George's Mental Health NHS. available at:

<https://www.swlstg.nhs.uk/publications/related-documents/news-and-events/reporting-guidelines/reporting-suicides/104-media-guidance-for-reporting-suicide/file>

- Responsible reporting on mental health, mental illness and death by suicide. A practical guide for journalists by the national union of journalists. available at:

<https://www.nuj.org.uk/documents/nuj-guidelines-for-responsible-reporting-on-mental-health/nuj-guidelines-for-reporting-mental-health-and-death-by-suicide.pdf>

- Reporting & portrayal of suicide. The Mental Health Foundation of New Zealand. available at:

<https://www.mentalhealth.org.nz/get-help/media/reporting-and-portrayal-of-suicide/>

- Guidance on reporting suicide. The Independent Press Standards Organisation (IPSO), the independent regulator for the newspaper and magazine industry in the UK . available at:

<https://www.ipso.co.uk/member-publishers/guidance-for-journalists-and-editors/guidance-on-reporting-suicide/>

- Media Guidelines For Suicide Reporting . available at:

<http://www.suicide.org/media-guidelines-for-suicide.html>

Madelyn S. Gould, Suicide and the Media, Op cit, p.214-260

Sisask, M., & Värnik, A. (2012). Media Roles in Suicide Prevention: A Systematic Review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 9(1), 123–138. doi:10.3390/ijerph9010123

Carmichael, V., & Whitley, R. (2018). Suicide portrayal in the Canadian media: examining newspaper coverage of the popular Netflix series “13 Reasons Why.” *BMC Public Health*, 18(1).doi:10.1186/s12889-018-5987-3

Abstract

MEDIA AND SUICIDE: RISK FACTORS AND ETHICS OF COVERAGE

**Emad Shalaby**

The article aims to document and clarify various facets of the relationship between media and suicide and to extract the risk and prevention factors agreed upon in the coverage, in addition to identifying the most prominent ethical and professional principles that are internationally established for responsible and safe coverage of suicide.