



راهنمای انعکاس خبر خودکشی در رسانه ها

شهریور ۱۴۰۲

دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی

شیراز

معاونت بهداشت

مدیریت سلامت روانی، اجتماعی و اعتیاد

مقدمه

اغلب افرادی که به خودکشی فکر میکنند، برای اقدام به خودکشی مردد هستند و مطمئن نیستند که می خواهند بمیرند. یکی از عواملی که ممکن است افراد مستعد و آسیب پذیر را به سمت خودکشی سوق دهد، انتشار خودکشی در رسانه ها میباشد. این تاثیر زمانی بیشتر می شود که فردی که اقدام به خودکشی کرده شخصیتی مشهور، و یا مورد توجه خوانندگان و یا بینندگان خبر باشد. هرچه میزان انتشار و تبلیغ در مورد خودکشی بیشتر باشد بروز خودکشی در دیگران افزایش بیشتری پیدا میکند. چگونگی گزارش موارد خودکشی بسیار مهم است. درج نادرست و غیر حرفه ای خبر خودکشی میتواند تاثیر زیادی در افزایش اقدام به خودکشی، شکل گیری موج خودکشی و بروز خودکشی های تقلیدی داشته باشد. از سوی دیگر رسانه ها با درج و انتشار صحیح اخبار و گزارش مسئولانه می توانند در آگاه سازی، آموزش عمومی و پیش گیری از خودکشی نیز نقش فعالی داشته باشند و افراد در معرض خطر خودکشی را به اقدامات جایگزین تشویق کنند. گزارش رسانه ها از افرادی که در شرایط بسیار دشوار زندگی میکنند اما توانسته اند افکار خودکشی خود را مدیریت کنند و به شیوه سازنده ای با آن مقابله کنند با کاهش رفتار خودکشی در ارتباط است. این راهنما و دستورالعمل جهت استفاده رسانه ها به چگونگی گزارش خبر خودکشی و خطاهائی که باید در گزارش خودکشی از آن اجتناب کرد، می پردازد.

شواهد و تجربیات گذشته موارد متعددی از بروز اپیدمی یا همه گیری خودکشی به دنبال انتشار نامتناسب اخبار مربوط به خودکشی در سطح جهان و ایران را نشان می دهد.

بنابراین، پرهیز از انعکاس اخبار خودکشی می تواند در پیشگیری از رفتارهای تقلیدگرانه خودکشی کمک کننده باشد. انتشار خبر خودکشی این عقیده را که خودکشی روشی طبیعی برای حل مشکلات است، گسترش می دهد. همچنین انتشار مکرر و مداوم اخبار مرتبط با خودکشی اشتغال فکری در مورد خودکشی بویژه در نوجوانان و جوانان را افزایش میدهد و در گروه های آسیب پذیر منجر به همانندسازی با فرد اقدام کننده به خودکشی می شود.

در مورد جنبه های آسیب رسان و یا پیشگیری کننده گزارش رسانه ها، اجماع عمومی وجود دارد، و این پایه و اساس دستورالعمل های رسانه ای را تشکیل میدهد. دستورالعمل های مربوط به گزارش دهی مسئولانه رسانه ها در مورد خودکشی در بسیاری از کشورها، تهیه شده است. مطالعات انجام شده نشان میدهد که اجرای دستورالعمل ها، در کیفیت گزارش دهی خودکشی مؤثر بوده و نهایتا منجر کاهش موارد خودکشی می شود.

با این حال دستورالعمل های رسانه ای فقط در مواقعی مؤثر هستند که با تأیید رسانه ها، استراتژی های انتشار فعال و آموزش و نظارت مداوم همراه باشند.

چگونگی گزارش خودکشی:

بطور کلی در مورد انتشار مطالب مرتبط با خودکشی موارد زیر باید رعایت شود:

۱. در بین آمار خودکشی نباید صرفاً به ارائه اعداد و ارقام بسنده شود؛ آمارهای خودکشی با دقت و بدرستی و مطابق نظر یک متخصص و با مقایسه آمار سایر نقاط دنیا باید تفسیر گردد.
۲. منابع اطلاعاتی که مورد استفاده قرار می گیرند باید معتبر باشد.
۳. از تعمیم موارد معدود خودکشی در یک منطقه با اعلام عباراتی مانند همه گیری خودکشی یا منطقه با بالاترین شیوع خودکشی در دنیا باید پرهیز شود.
۴. از گزارش رفتار خودکشی به عنوان پاسخی قابل درک به تغییرات اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، فرهنگی یا تنزل رتبه اجتماعی باید ممانعت شود.

چگونه موارد خودکشی را منتشر کنیم:

به منظور خنثی سازی خودکشی های تقلیدی لازم است به موارد زیر توجه نمایید.

- ❖ از تیتراهای خبری حساسیت برانگیز و ادبیات و محتوایی که باعث حساس شدن مردم یا عادی سازی پدیده ی خودکشی میشود یا آن را راهکار سازنده ای در مقابله با مشکلات نشان میدهد استفاده نکنید.

نبایدها:

- در تیترا اخبار نباید از اصطلاح «خودکشی» و همچنین اشاره ی صریح به روش یا محل خودکشی استفاده کرد.
- استفاده بی مورد از کلمه خودکشی مثلاً خودکشی سیاسی ممکن است باعث عادی تلقی شدن خودکشی در افکار عمومی و نادیده گرفته شدن عوامل زیر بنایی آن شود. از به کار بردن بی مورد این کلمات خودداری کنید.
- اخبار مربوط به خودکشی را برجسته نکنید و از تکرار آنها خودداری کنید.
- یادداشت خودکشی، آخرین پیامک ها، پست های شبکه های اجتماعی و ایمیل های فرد متوفی نباید منتشر شوند.

- از پوشش خبری هیجان انگیز در مورد خودکشی بپرهیزید در این موارد تا حد امکان پوشش خبری باید محدود باشد. این گزارش‌ها نباید از خودکشی فرد تجلیل یا جزئیات روش خودکشی او را بیان کنند.
- گمانه زنی‌ها در مورد علت خودکشی را منتشر نکنید. گمانه زنی رسانه‌ها درباره‌ی احتمال خودکشی اشخاص می‌تواند آسیب‌رسان باشد. بهتر است تا زمان مشخص شدن علت مرگ و تحقیق درباره‌ی آن منتظر ماند. بویژه در مواردی که افراد مشهور و مورد وثوق مردم اقدام به خودکشی می‌کنند.
- از توصیف خودکشی به عنوان مسئله‌ای غیر قابل توضیح یا ساده انگارانه خوداری کنید. («علیرغم اینکه همه چیز برای او فراهم بود اقدام به خودکشی کرد»، «دختری بخاطر اینکه اجازه رفتن به میهمانی دوستش را نداشت خودکشی کرد». خودکشی هیچ‌گاه در نتیجه یک عامل یا حادثه اتفاق نمی‌افتد. معمولاً تعامل پیچیده‌ای از عوامل روانی، بیماری جسمی، سوء مصرف مواد، مشکلات خانوادگی، تعارضات بین فردی، و استرس‌های زندگی منجر به خودکشی در فرد می‌شود.
- از درج اخبار مربوط به خودکشی در رسانه‌هایی همچون روزنامه‌ها و مجلات خوداری کنید. به دلیل ماندگاری، بازخوانی و تکرار مجدد، خطر تاثیرات منفی این اخبار را در مقایسه با اخبار کوتاه شفاهی در رادیو و تلویزیون، افزایش می‌یابد.

باید‌ها:

- به جای اصطلاحاتی مانند «خودکشی ناموفق» یا «خودکشی موفق» که تلویحاً به معنی آن است که مرگ نتیجه‌ای مطلوب بوده است بهتر از عبارت جایگزین رفتارهای خودکشی غیر کشنده و یا خودکشی منجر به فوت استفاده کرد.
- اطلاعات مرتبط به خودکشی را فقط در صفحات داخلی جراید منتشر کنید.
- هنگام انتشار خبر خودکشی به اثرات خودکشی بر خانواده و بازماندگان فرد اقدام کننده، رنج و انگ وارده بر خانواده در اثر انتشار خبر خودکشی توجه کنید.
- به جای عبارت «ارتکاب خودکشی» که بر عملی جنایتکارانه دلالت دارد (خودکشی در برخی کشورها جرم محسوب می‌شود) و باعث افزایش انگ و شرمساری افرادی می‌شود که بر اثر خودکشی عزیزی را از دست داده‌اند بهتر است از اصطلاحاتی مانند «مرگ ناشی خودکشی» یا «گرفتن جان خود» استفاده کنید.

❖ از به کار بردن عکس، فیلم و معرفی لینک های رسانه های دیجیتال خودداری کنید.

نباید ها:

- در گزارش خودکشی، نباید از عکس، فیلم یا معرفی لینک رسانه های اجتماعی که حاوی اطلاعات مربوط به صحنه ی خودکشی هستند استفاده کرد، به ویژه اگر به جزئیات محل یا روش خودکشی اشاراتی داشته باشند. (تحقیقات نشان می دهند که تصاویر مرتبط با عمل خودکشی ممکن است در آینده در شرایطی -از جمله در جریان بحران های شخصی- دوباره در خوانندگان آسیب پذیر فعال و محرک رفتار خودکشی در آنها شوند).
- این تصاویر نباید برجسته شوند یا با تجلیل از فرد یا عمل خودکشی همراه باشند.

باید ها:

- باید در انتشار تصاویر شخصی که بر اثر خودکشی جان خود را از دست داده بسیار احتیاط کرد.
- استفاده از تصاویر باید منوط به کسب اجازه مستقیم از خانواده باشد.

❖ از بیان جزئیات روش خودکشی خودداری کنید.

نباید ها:

- نباید در گزارش مصرف بیش از حد دارو، جزئیات نام شیمیایی یا نام تجاری دارو، مقدار یا ترکیب دارویی به کاررفته یا نحوه ی تهیه ی آنها ذکر شود. چون ممکن است آسیب رسان باشد.

باید ها:

- از توصیف جزئیات و/ یا بحث درباره ی روش مورد استفاده برای خودکشی اجتناب کنید، زیرا این موضوع احتمال اینکه فرد آسیب پذیر از این عمل الگوبرداری کند را افزایش می دهد.
- باید در گزارش مواردی که روش خودکشی غیرمعمول یا ابتکاری بوده احتیاط کرد. زیرا هرچند ممکن است استفاده از روش غیرمعمول ارزش خبری خودکشی را بیشتر کند، ممکن است افراد دیگر را نیز به استفاده از این روش ترغیب کند.

❖ از بیان جزئیات محل خودکشی خودداری کنید.

نباید ها:

- از ادبیات حساسیت برانگیز برای توصیف مکان خودکشی استفاده نکنید.
- مکرر به ذکر تعداد خودکشی های رخ داده در آن مکان اشاره نکنید.
- تولید و پخش فیلم هائی که براساس داستانهای واقعی از خودکشی افراد ساخته شده باشند می تواند خطر خودکشی را در افراد مستعد افزایش دهد لذا از ذکر عبارتهائی چون «این داستان واقعی است» بپرهیزید.
- گاهی اوقات ممکن است یک مکان به نام «مکانی برای خودکشی» شهرت پیدا کند؛ مثلاً پل یا ساختمانی بلند، پرتگاه یا ایستگاه راه آهن یا تردد در محلی که قبلاً مواردی از خودکشی در آن رخ داده است. چنین مکان هایی را تبلیغ نکنید.

باید ها:

- در گزارش موارد خودکشی و اقدام به خودکشی در محیط های آموزشی یا مؤسسات ویژه برای گروه های آسیب پذیر (مانند زندان ها، مراکز و بیمارستان های روانپزشکی) احتیاط کنید.

❖ هنگام گزارش خودکشی افراد مشهور جانب احتیاط را رعایت کنید.

نباید ها:

- مرگ شخصیت های مشهور را بزرگنمایی نکنید. ممکن است ناخواسته این تصور را القا کنید که جامعه رفتار خودکشی را تجلیل میکند در نتیجه ممکن است باعث افزایش رفتار خودکشی در دیگران شود.
- گزارش مرگ شخصیت های مشهور نباید از خودکشی فرد تجلیل یا جزئیات روش خودکشی او را بیان کنند.

باید ها:

- باید در گزارش مرگ افراد مشهور، زمانی که علت مرگ هنوز مشخص نیست، احتیاط کرد. گمانه زنی رسانه ها درباره ی احتمال خودکشی شخص مشهور می تواند آسیب رسان باشد. بهتر است تا زمان مشخص شدن علت مرگ و تحقیق درباره ی آن منتظر ماند.

- خودکشی افراد مشهور ارزش خبری دارد و غالباً توجه مردم را جلب میکند. هنگام گزارش خودکشی افراد مشهور جانب احتیاط را رعایت کنید.
- به جای پرداختن به جزئیات مربوط به خودکشی یا ارائه‌ی دلایلی ساده انگارانه برای مرگ افراد مشهور، بر زندگینامه‌ی افراد مشهور، و نقش آنها در اجتماع و تأثیر منفی مرگشان بر دیگران تمرکز کنید.

❖ هنگام مصاحبه با خانواده یا دوستان داغدار جانب احتیاط را رعایت کنید.

نباید ها:

- هرگز تصمیم برای مصاحبه با شخصی که داغدار خودکشی یکی از عزیزانش را آسان نگیرید. این افراد وقتی با فقدان عزیزشان روبه‌رو می‌شوند بیشتر در معرض خطر خودکشی یا خودآسیبی قرار می‌گیرند.

باید ها:

- دیدگاه افرادی که در نتیجه‌ی خودکشی داغدار شده‌اند می‌تواند منبع بسیار ارزشمندی برای آموزش دیگران درباره‌ی واقعیت‌های خودکشی باشد. با این حال، جمع‌آوری چنین اطلاعاتی و گنجاندن آن در خبر رسانه‌ای باید با ملاحظات انجام شود.
- مشارکت اعضای خانواده، دوستان یا اطرافیان داغدار، یا افرادی که خود ممکن است در شرایط بحرانی باشند، باید با احتیاط انجام شود.
- باید احترام به حریم خصوصی آنها را به نوشتن داستانی دراماتیک ارجح دانست.
- روزنامه نگاران در برخی کشورها، برای انجام این‌گونه مصاحبه‌ها، باید از کدهای رفتاری خاصی تبعیت کنند. اصحاب رسانه باید بدانند که ممکن است در جریان تحقیقات خود اطلاعاتی را درباره‌ی رویداد خودکشی یا متوفی کسب کنند که شاهد عینی خودکشی یا فرد داغدار از آن مطلع نباشد. نحوه‌ی انتشار این اطلاعات بسیار حائز اهمیت است، زیرا ممکن است به افراد داغدار آسیب برساند.
- همچنین خبرنگاران باید به دقت از صحت اطلاعاتی که از افراد داغدار دریافت می‌کنند مطمئن شوند. زیرا ممکن است آنها خاطرات، جملات یا رفتارهای خاص مرتبط با خودکشی را، در نتیجه‌ی رویارویی با سوگ‌داد، به روشنی به یاد نیاورند.
- باید به یاد داشت که حتی اگر فقدان مربوط به گذشته‌ی دور هم باشد، سخن گفتن از تجربیات قبلی مرتبط با خودکشی ممکن است برانگیزاننده‌ی خاطرات و احساسات دردناک باشد.

- افراد داغداری که برای صحبت با رسانه ها داوطلب می‌شوند ممکن است از پیامدهای احتمالی انتشار عمومی و گسترده‌ی اطلاعات شخصی خود بی‌اطلاع باشند. بنابراین، این موضوع باید از پیش با فرد در میان گذاشته و اقدامات لازم برای محافظت از حریم شخصی آنها انجام شود.
- در گزارشهای داستانی رسانه ای، از افرادی که موفق شده اند با فقدان ناشی از خودکشی کنار بیایند و تمایل به مشارکت دارند (مواردی که گزارش دهی مربوط به فقدان اخیر نیست) استفاده کنید. این گزارش ها می توانند منبع مهمی برای افزایش آگاهی و ارائه گزینه های مناسب در زمینه چگونگی مقابله با شرایط مشابه برای دیگران باشند.
- در صورت امکان، باید قبل از انتشار اطلاعات شخصی آنها، گزارش تهیه شده به افراد داغدار نشان داده شود تا در صورت نیاز این اطلاعات تصحیح و تغییرات لازم اعمال شود.

❖ درباره‌ی حقایق خودکشی و شیوه‌های پیشگیری از خودکشی، بدون ترویج باورهای نادرست، به مردم آموزش بدهید.

نباید ها:

- رسانه ها نباید باور های غلط در مورد خودکشی را تکرار و منتشر کنند. تصورات نادرست بسیاری درباره خودکشی وجود دارد. شواهد نشان می دهند گزارش های رسانه ای که این باور های نادرست را تکرار می کنند ممکن است برانگیزاننده رفتارهای تقلیدی باشند.

باید ها:

- رسانه ها باید گزارش های واقعی را منتشر کنند. مطالعات نشان داده اند مردم از میان گزارش های واقعی و غیر واقعی رسانه ها بیشتر گرایش دارند گزارش های غیر واقعی را به خاطر بسپارند. بنابر این بازگو کردن حقایق مربوط به خودکشی ترجیح دارد.
- رسانه ها باید به حقایق و ارائه‌ی اطلاعاتی درست درباره‌ی پیشگیری از خودکشی، اصلاح باورهای غلط در مورد خودکشی و اینکه که افرادی که گرایش به خودکشی دارند باید در پی دریافت کمک باشند و نیز بدانند چگونه و کجا می‌توانند چنین کمکی را دریافت کنند بپردازند.

❖ گزارش هایی درباره‌ی نحوه‌ی مقابله با عوامل استرس زای زندگی یا افکار خودکشی و نحوه‌ی دریافت کمک را تهیه کنید.

باید ها:

- رسانه ها باید روایت های داستانی از زندگی افرادی که توانسته اند به خوبی شرایط سخت زندگی و افکار خودکشی را مدیریت کنند منتشر کنند. این گزارش ها می تواند به افرادی که در شرایط سخت به سر می برند کمک کند تا از راهبردهای مقابله ای کارآمد مشابهی استفاده کنند.
- ارائه‌ی گزارش‌هایی با محتوای آموزشی درباره‌ی چگونگی دریافت کمک در مواجهه با شرایط دشوار حل ناشدنی، نیز توصیه می‌شود. این گزارش‌ها معمولاً راهکارهای مشخصی را نشان می‌دهند که دیگران برای فائق آمدن بر افکار خودکشی به کار برده‌اند و اقداماتی را که فرد می‌تواند در این مواقع انجام بدهد برجسته می‌سازند.

❖ اطلاعات دقیقی درباره‌ی محل‌های دریافت کمک ارائه کنید.

باید ها:

- با افراد ذی صلاح در بخش بهداشت و درمان (مدیریت سلامت روانی، اجتماعی و اعتیاد دانشگاه علوم پزشکی) و منابع معتبر از نزدیک همکاری کنید.
- اختلالات روانپزشکی و بحرانها را توسط متخصصین و کارشناسان تعریف کنید و از مردم بخواهید در صورت وجود چنین مشکلاتی به مراکز درمانی روانپزشکی و مراکز مشاوره مراجعه کنند.
- منابع حمایتی و مراکز کمک رسانی مرتبط با خودکشی را هنگام پخش اخبار خودکشی معرفی کنید.
- مراکز و منابع حمایتی از قبیل روانشناسان مراکز خدمات جامع سلامت، پزشکان خانواده، روانپزشکان و یا اورژانس بیمارستان ها را جهت دریافت خدمات حضوری معرفی کنید.
- شماره تلفن خطوط اورژانس خودکشی اعم از ۱۱۰ پلیس، ۱۲۵ آتش نشانی، ۱۱۵ اورژانس، ۱۲۳ اورژانس اجتماعی و خطوط دریافت مشاوره رایگان اعم از ۱۵۷۰ آموزش پرورش، ۱۴۸۰ بهزیستی، ۴۰۳۰ وزارت بهداشت و ۱۸۱۹ دانشگاه علوم پزشکی شیراز را معرفی کنید.
- اطلاعات مربوط به محل دریافت کمک باید خدماتی را شامل شود که با کیفیت بالا ارائه می‌شوند و شبانه‌روزی و در تمام ایام هفته در دسترس هستند.

- ارائه‌ی فهرستی بلند بالا از منابع ممکن است گیج‌کننده باشد و نتیجه‌ی معکوس بدهد، بنابراین ذکر تعداد محدود منابع کافی است.

❖ دست‌اندرکاران رسانه نیز ممکن است تحت تأثیر گزارش‌ها و اخبار خودکشی قرار گیرند.

- کارکنانی که به هر طریق درگیر تأثیرات منفی خودکشی هستند، نباید در جست‌وجوی کمک تعلل کنند.
- سازمان‌های رسانه‌ای موظفند از وجود حمایت‌های لازم از قبیل جلسات توصیف رویداد و فراهم بودن آموزش‌های مورد نیاز برای اصحاب رسانه اطمینان حاصل کنند.

❖ ملاحظات در باب رسانه‌های دیجیتال

- امروزه اینترنت در میان جوانان و افراد آسیب‌پذیر در برابر خودکشی، به بستری مهم برای تعامل و تبادل اطلاعات درباره خودکشی تبدیل شده است.
- گزارش خودکشی در رسانه‌های دیجیتال نسبت به رسانه‌ی سنتی با چالش‌های بیشتری در زمینه‌ی تهیه گزارش و مدیریت اطلاعات آنلاین روبرو است.
- پرهیز از بازتاب گسترده‌ی موضوعات مرتبط با خودکشی در رسانه‌های اجتماعی بسیار حائز اهمیت است.
- فایل‌های ویدیویی و یا صوتی یا پیوند‌های رسانه‌های اجتماعی مربوط به صحنه خودکشی بویژه اگر مکان و یا روش خودکشی به روشنی در آن آرایه شده باشد، نباید استفاده شوند.
- علاوه بر این باید در استفاده از تصاویر شخص فوت شده بسیار احتیاط کرد.
- موتور جستجو باید به دقت درباره‌ی کاربرد واژه‌های آسیب‌رسان بویژه در زمینه تهیه تیتراژهای خبری، متعال و بهینه‌سازی شود.
- همانطور که در مورد رسانه‌های سنتی نیز صادق است انتشار داده‌های مربوط به خودکشی در رسانه‌های دیجیتال باید مورد توجه و دقت قرار گیرد و از انتشار آمارهای اغراق‌شده و حساسیت‌برانگیز در زمینه‌ی خودکشی اجتناب شود.
- مدیران پلتفرم‌ها و شبکه‌های اجتماعی باید برای برخورد با محتوای بالقوه تشویق‌کننده‌ی خودکشی و برای پاسخ به موقع به محتواهای مرتبط با خودکشی در بخش توضیحات رسانه‌های دیجیتال – از جمله روزنامه‌های آنلاین یا وب‌سایت روزنامه‌های چاپی – سیاست‌گذاری‌های لازم را انجام بدهند.

- توصیه های پایه درباره چگونگی ادغام منابع علمی آنلاین با مولفه های تعاملی پیشگیری از خودکشی عبارتند از: تدارک مرکز کمک رسانی با اطلاعاتی در زمینه ی منابع و مراکز حمایتی پیشگیری از خودکشی و سوالات متداول درباره ی خودکشی، تعیین خط مشی های لازم درباره ی نحوه پاسخگویی به کاربران که گرایش بالقوه به خودکشی دارند ، مقررات مربوط به دخالت مراجع قانونی، پاسخ به موقع به متون محتوی مطالب مرتبط با خودکشی و اطلاعاتی درباره ی محل ارجاع افراد دارای گرایش به خودکشی.
- مجموع دیگری از توصیه ها را صدای آموزش آگاهی از خودکشی (سیو- suicide awareness voice of education) برای وبلاگ نویسان تهیه کرده است.

منابع معتبر ارائه دهنده ی آمار خودکشی

- دانشگاه های علوم پزشکی
- پزشکی قانونی
- سازمان جهانی بهداشت ([www.who/healthinfo/mortality- data/en](http://www.who/healthinfo/mortality-data/en))
- سازمان های ملی یا منطقه ای پیشگیری از خودکشی
- انجمن ها ، جمعیت علمی پیشگیری از خودکشی ایران
- انجمن بین المللی پیشگیری از خودکشی (IASP) (<https://www.iasp.info>) IASP
- <http://www.reportingonsuicide.org>