

# ÁBYRG UMFJÖLLUN UM SJÁLFSVÍG Í FJÖLMIÐLUM

Fræðandi umfjöllun í fjölmiðlum getur haft þau áhrif að einstaklingar í vanlíðan leiti sér hjálpar.  
Óvarleg umfjöllun um sjálfvíg getur hins vegar haft alvarleg áhrif á viðkvæma hópa.  
Sýnum aðgát í allri umfjöllun um sjálfsvíg.



## Í umfjöllun um sjálfsvíg er mikilvægt að:

- Láta alltaf upplýsingar fylgja um hvar sé hægt að leita aðstoðar
- Tryggja að upplýsingar um sjálfsvíg og sjálfsvígshegðun séu byggðar á gagnreyndri þekkingu
- Fræða um sjálfsvígsforvarnir og birta frásagnir og reynslusögur af því hvaða bjargráð og úrræði hafa hjálpað fólki í sjálfsvígshættu
- Gæta sérstakrar varúðar í umfjöllun um sjálfsvíg þekktra einstaklinga
- Hafa í huga að syrgjandi ástvinir eru í áhættuhóp fyrir sjálfsvígshegðun
- Gæta þess að fjölmiðlafólk getur sjálft orðið fyrir áhrifum af umfjöllun um sjálfsvíg



## Völdum ekki skaða með umfjöllun um sjálfsvíg

- Upphefjum ekki sjálfsvíg og forðumst að nota tilfinningahlaðið orðalag
- Greinum ekki frá aðferð sjálfsvíga
- Greinum ekki frá upplýsingum um staðsetningu eða aðstæðum þar sem sjálfsvíg hefur átt sér stað
- Forðumst að hafa fréttir af sjálfsvígum með áberandi fyrirsögnum
- Forðumst að endurtaka sömu fréttina af sjálfsvígi
- Notum ekki áberandi myndir, myndbandsupptökur eða tengla á samfélagsmiðla í fréttum um sjálfsvíg, nema það sé til að benda á bjargráð og úrræði fyrir einstaklinga í hættu



# Umfjöllun um sjálfsvíg í fjölmiðlum

Tíðni sjálfsvíga hefur lítið breyst undanfarna áratugi á Íslandi. Öll forvarnarvinna sem getur stuðlað að fækkun sjálfsvíga er mikilvæg og þar sem áhættu- og verndandi þættir sjálfsvíga eru gjarnan flókið samspil félagslegra og geðrænna áhættuþátta, er æskilegt að forvarnarvinna eigi sér stað á mörgum sviðum, s.s. heilbrigðisþjónustu, félagsþjónustu, skólum og með opinni og upplýstri umræðu í samfélaginu. Fjölmiðlar leika þar stórt hlutverk. Fjölmiðlar geta miðlað nýrri þekkingu í sjálfsvígsforvörnum, og mögulega komið í veg fyrir sjálfsvíg með því að koma mikilvægum og hjálplegum upplýsingum til skila.

Fjölmiðlar geta líka miðlað upplýsingum sem eru rangar, og á þann hátt að það auki sjálfsvígshættu. Þegar fréttir í fjölmiðlum hafa áhrif á aukna tíðni sjálfsvíga hefur það verið kallað „Werther áhrif“, eftir Werther sem tekur líf sitt í skáldsögu Goethe. Fjöldi rannsókna hefur sýnt fram á að mikil umfjöllun um sjálfsvíg í fjölmiðlum geti haft í för með sér aukna tíðni á sjálfsvígshæðun, eða svokallaða „hermihegðun“. Þessi hættu er sérstaklega til staðar ef aðferð sjálfsvígs er lýst, ef fréttir af sama sjálfsvígi eru endurtekna oft, ef um er að ræða þekktan einstakling eða ef upplýsingarnar eru þannig settar fram að auðvelt er að líta upp til eða samsama sig að þeim einstaklingi sem svipti sig lífi. Rannsóknir benda til að fréttir af þessu tagi geti haft sérstaklega slæm áhrif á viðkvæma hópa, svo sem unga einstaklinga, einstaklinga með sögu um geðræna kvilla og fyrri sjálfsvígshæðun, og aðstandendur þeirra sem hafa tekið líf sitt.

Með aukinni þekkingu á „Werther áhrifum“ hafa leiðbeiningar til fjölmiðla verið gefnar út víðs vegar um heiminn, og hafa sumar rannsóknir sýnt fram á lækkun á sjálfsvígstíðni í kjölfar útgáfu þeirra.

Undanfarin ár hafa fleiri rannsóknir skoðað jákvæð áhrif umfjöllunar í fjölmiðlum og gefa þær til kynna að birtar frásagnir af einstaklingum sem fundu leið úr sínum erfiðleikum og sjálfsvígshugsunum, geti haft í för með sér lækkun á tíðni sjálfsvígshæðunar. Ábyrg fjölmiðlaumfjöllun og þau verndandi áhrif sem hún getur haft á tíðni sjálfsvíga hefur verið kallað „Papageno áhrif“ eftir Papageno úr Töfraflautu Mozarts, sem íhugar sjálfsvíg en hættir við eftir að hafa komið auga á aðrar uppbyggilegar leiðir. Fréttir sem fræða almenning um sjálfsvígshæðun, forvarnir og bjargráð geta verið einstaklingum hvatning til að leita hjálpar og ræða um sínar sjálfsvígshugsanir. Upplýsingar um hvert hægt sé að leita (svo sem í hjálparsíma 1717 sem er opinn allan sólarhringinn) ættu því að fylgja öllum fréttum þar sem minnst er á sjálfsvígshæðun.

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