(cc) BY

Даутова Гузель Рустамовна
студентка
Макарова Татьяна Анатольевна
канд. юрид. наук, заведующая кафедрой

ФГБОУ ВО «Ульяновский государственный педагогический университет им. И.Н. Ульянова»
г. Ульяновск, Ульяновская область

ВЛИЯНИЕ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ НА СУИЦИДАЛЬНОЕ ПОВЕДЕНИЕ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ

Аннотация*: в статье рассматривается влияние информации в СМИ на суицидальное поведение несовершеннолетних. Анализируется «эффект Вертера», используемый для обозначения подражательных самоубийств. Авторами также приводятся данные об увеличении случаев самоубийств после публикаций тематических сюжетов. На основе исследования приводятся рекомендации для решения данной проблемы.*

Ключевые слова*: СМИ, суицид, эффект Вертера, суицидальные сайты, Интернет.*

В современном обществе средства массовой информации (далее – СМИ) играют важную роль в распространении информации для массовой аудитории различными способами. Невозможно не отметить то, что они оказывают значительное влияние на общественное мнение, убеждения и поведение людей.

Согласно ст. 2 Закона РФ от 27 декабря 1991 г. №2124-1 «О средствах массовой информации», под СМИ следует понимать периодическое печатное издание, сетевое издание, телеканал, радиоканал, телепрограмму, радиопрограмму, видеопрограмму, кинохроникальную программу, иную форму периодического распространения массовой информации под постоянным наименованием (названием) [1].

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

Самоубийство считается одним из самых трагических путей ухода человека из жизни. У большинства людей, раздумывающих о суициде, отношение к нему неоднозначное. Они не уверены в том, что они действительно желают умереть. По данным Всемирной организации здравоохранения (далее – ВОЗ), ежегодно более 800 000 человек кончают жизнь самоубийством, это один человек каждые 40 секунд [5].

За девять месяцев 2018 года 583 российских подростка, по данным Следственного комитета России, добровольно ушли из жизни, в 2017-м их было 692 [6].

Одним из факторов, которые могут подтолкнуть уязвимого человека к совершению самоубийства, зачастую оказывается его широкое освещение в СМИ.

Первым свидетельством установленной взаимосвязи между информацией в СМИ и последовавшими за этим самоубийствами связано с публикацией в 1774 г. повести И. Гете «Страдания юного Вертера». Герой данного произведения покончил с собой из – за несчастной любви. Вскоре, после выхода повести, появилось множество сообщений о самоубийствах, совершенных юношами тем же способом. Термин «эффект Вертера», используемый в специальной литературе для обозначения имитационных (подражательных) самоубийств, в 1974 г. ввел в научный оборот американский социолог Дэвид Филлипс [3, с. 3].

Однако, даже спустя несколько веков, данный синдром никуда не исчез. Дэвид Филипс начал независимое расследование. Он изучил детали 12 тысяч самоубийств, которые освещались в новостях, и пришел к страшному заключению. Людям на самом деле свойственно копировать попытки суицида, при этом неважно, из каких источников они об этом узнали: из литературы, газет, новостных программ или телевизионных кинофильмов.

Еще один известный и более современный случай касается книги Дерека Хамфри «Окончательный исход»: после ее публикации в Нью-Йорке повысилась частота самоубийств, осуществляемых с помощью описанных в ней методов. Выход книги «Suicide, mode d'emploi» «Самоубийство, способы осуществ-

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

ления» во Франции также привел к увеличению числа последовавших самоубийств.

Самоубийство известных личностей также может являться неким триггером. Яркий тому пример – смерть солиста группы «Nirvana» Курта Кобейна. 8 апреля 1994 года в 8:45 утра он был найден мертвым в своем доме в Сиэтле. Курт оставил предсмертную записку. В ней он жаловался, что «уже давно не получает удовольствия от прослушивания и написания музыки» и признавался в «чувстве вины» перед своими близкими и поклонниками, с которым он «не мог справиться» [7]. Новость о его смерти потрясла всех. Движение в Сиэтле остановилось, около 10 тысяч человек пришли на панихиду в центре города.

После смерти Курта Кобейна, по всем странам мира пронеслась массовая волна самоубийств, которая с заметным постоянством длилась на протяжении нескольких лет. Точное число трудно определить, но подсчитали, что было не менее 350 инспирированных Кобейном самоубийств в нескольких странах.

На суицидальное поведение воздействует также телевидение: Филлипс обнаружил, что уровень самоубийств бывает повышенным в течение 10 дней после телевизионных сообщений о случае суицида.

В первой половине 1980-х гг. в Германии, после демонстрации шестисерийного телесериала «Смерть студента», где в начале каждой серии демонстрировался акт суицида учащегося под колесами поезда, исследователи также обнаружили увеличение числа суицидов среди школьников и молодежи на протяжении 70 дней после показа сериала. И способ самоубийства был, как правило, таким же, как в телесериале. Этот эффект резкого увеличения количества суицидов повторился год спустя, когда сериал вновь демонстрировали по ТВ [3, с. 4].

Эксперты из Американского журнала медицинской ассоциации (JAMA) на протяжении нескольких месяцев наблюдали за реакцией подростковой аудитории на премьеру сериала «13 причин почему», состоявшуюся в онлайн-кинотеатре Netflix 31 марта 2017 года. В центре сюжета сериала находится история Ханны Бэйкер – вымышленной американской школьницы, покончившей

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

жизнь самоубийством. По данным специалистов, после публикации в сети сериала, количество поисковых запросов по ключевым словам, так или иначе связанных с суицидом, выросло в несколько раз.

Согласно данным опубликованного исследования, количество поисковых запросов по ключевым словам «горячая линия по проблемам суицида» и «подростковый суицид» выросло на 21% и 34% соответственно по сравнению с периодом до премьеры сериала «13 причин почему» [8].

Общественно – значимой проблемой является связь подростковых суицидов с посещением страниц суицидальной тематики в социальных сетях. 16 мая 2016 года в «Новой газете» была опубликована статья Галины Мурсалиевой «Группы смерти». Всего за две недели статья набрала около 2 миллионов просмотров.

В статье приводится аргументация о том, что в группах с суицидальной тематикой «ВКонтакте» подростков системно и планомерно подталкивали к последней черте. «Мы насчитали 130 суицидов детей, случившихся в России с ноября 2015-го по апрель 2016 г., – почти все они были членами одних и тех же групп в интернете» [9] – сообщает Г. Мурсалиева. Основываясь на расследовании, проведенном совместно с родителями погибших детей и активистами общественных организаций, автор описал способы «зомбирования» подростков. К ним, в частности, относилось правило просыпаться в 4.20 утра и выходить для общения в групповые чаты; присылать рисунки китов и бабочек; носить с собой нож; присылать фото своих порезанных рук или ног; отсчитывать 50 дней до самоубийства (среди подростков раскручивалась культовая книга с одноименным названием). Наконец, избранным присваивались «номера», согласно которым определялась очередность «выпиливания» (этим словом в суицидальных группах называют самоубийства).

Но главное – среди подростков был «раскручен» образ нового «кумира», девочки, известной под «интернет-мемом» «Ня.Пока». 23 ноября 2015 года 16-летняя студентка колледжа из Уссурийска Рената Камболина совершила суицидальные действия, бросившись под поезд. Перед этим она опубликовала предсмертное

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

фото в социальной сети. Фотография Рины превратилась для детей в «икону», а её прощальное: «Ня. Пока» в культовую фразу среди молодёжи.

Безусловно, пример студентки не является главной причиной самоубийств подростков, каждый случай индивидуален. Так называемыми триггерами могут быть как напряженные отношения с родителями и сверстниками, так и различные психические расстройства. Однако, можно с полной уверенностью сказать, что неэтичное и непрофессиональное оглашение подробностей суицида подростка, стало неким толчком, примером, побудившим остальных, имеющих совершенно разные причины для суицида, к совершению подобных действий [2, с. 216].

После смерти Ренаты, в социальных сетях начали появляться новые «группы смерти»:

1. «F57». Для раскрутки сообщества, администраторы связали смерть Ренаты со своей страничкой. В паблике присутствовал деструктивный контент и фото с суицидом. Позже создатель проекта, 21-летний парень под ником Филлип Лис, запаниковал, и создал антигруппу «Море китов». В ней Филлип уже отговаривает от массовых самоубийств;

2. Тихий дом. Основанная задача данной группы – имитация собственной смерти. Подросток, после того как публикует фото якобы собственного самоубийства, некоторое время не выходит на связь, чем вызывает панику родственников;

3. Синий кит. Квест состоит из 50 заданий, последнее из которых – суицид. Символ этого млекопитающего выбран не просто так: киты часто выбрасываются из океана по неустановленным причинам и погибают.

Очевидно, что самый большой риск возникает, когда подросток свободно и бесконтрольно посещает различные суицидальные сайты, разнообразные форумы, где он находит себе собеседников, решает возникающие проблемы, получает психологическую поддержку.

Кибермобберы (лица, скрывающиеся за ником или маской) вначале располагают к себе жертву, выстраивают фальшивые дружеские или романтические

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

отношения, чтобы узнать личную информацию. Затем производится психологическое давление, нападки, насмешки, оскорбления, запугивание, распространение заведомо ложной информации. Данное давление будет трудно выдержать даже взрослому человеку, не говоря уже о подростках.

Вообще, понятие «моббинг» (или «буллинг») ввел в научный оборот Ханц Лейман в 1980 году [4, с. 61]. «Моббинг» (или «буллинг») означает психологическое насилие в коллективе, причинение неудобства, постоянное преследование. Под кибермоббингом понимается вовлечение несовершеннолетнего в дружеские отношения в социальных сетях с целью психологического давления и насилия. Эффект «псевдодружбы» длится достаточно долго и имеет такую разрушительную силу, что у жертвы появляются мысли о суициде.

Исходя из всего вышесказанного, приходим к выводу, что влияние и воздействие СМИ на суицидальное поведение несовершеннолетних очевидно. Эта проблема является глобальной для современного общества. Для борьбы с описанными явлениями предлагается:

Во-первых, данную проблему необходимо, в первую очередь, решать в семье. Кто лучше родителей знает своего ребёнка? Многие родители погибших детей заявляли, что замечали странное поведение в последние дни жизни своих детей, но не придавали этому значение. Кроме того, необходимо задействовать общеобразовательные учреждения, гарантированно обеспечить доступ к бесплатным кружкам, предупреждать и предотвращать негативные явления через систему ранней диагностики деструктивного поведения при обязательном участии школьных психологов и медицинских работников.

Во-вторых, отсутствие правовой базы для регулирования качества информации в сети «Интернет» приводит к получению доступной информации о самоубийствах. В совершенствовании нуждается как нормативно-правовое регулирование деятельности СМИ, так и практика его применения. Необходимо выработать «критерии» отнесения информации к категории «призывов к самоубийству», и соответствующую ответственность за нарушение данных «критериев». СМИ обязаны руководствоваться рекомендациями ВОЗ, а также реко-

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

мендациями, опубликованными Роспотребнадзором. Только совместная работа журналистского сообщества и уполномоченных государственных органов приведёт к достижению разумного баланса между информированием общества о проблеме суицидов и снижением потенциальных рисков совершения новых самоубийств.

В-третьих, для борьбы с описанными явлениями предлагается ликвидировать анонимность в российском сегменте интернета, урегулировать процедуру регистрации в социальных сетях, ввести обязательность использования достоверных данных, позволяющих идентифицировать личность пользователя с момента активации его учетной записи. Также необходимо рассмотреть вопрос о возможности регистрации в сети Интернет исключительно через портал государственных услуг.

В – четвертых, СМИ следует тщательно избегать сенсационных сообщений о самоубийствах, в особенности, если речь идет об известном человеке. Информация, должна быть, по возможности, краткой. Также, следует избегать детального описания примененного способа и орудия, а также особенностей его приобретения. Исследования показывают, что сообщения о суицидах в СМИ оказывают большее влияние на метод, выбираемый самоубийцами, чем на частоту самоубийств. Определенные места, такие как: мосты, скалы, высотные здания, железнодорожные пути и т. д. – традиционно связываются с самоубийством, и дополнительное привлечение к ним внимания повышает вероятность использования именно их многими людьми.

В-пятых, прославление жертв самоубийства как мучеников или объектов социального преследования может подсказать внушаемым лицам мысль о том, что общество уважает суицидальное поведение. Следует уделять внимание скорби по поводу гибели человека. В сообщениях следует учитывать влияние самоубийства на семью и близких погибшего в плане социальной стигматизации и душевных страданий.

Таким образом, дальнейшее изучения влияния СМИ на суицидальное поведение несовершеннолетних необходимо. Практически все исследователи

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

приходят к выводу, что данное влияния действительно существует. В качестве примеров авторы приводят статистические данные самоубийств после показа тематических сюжетов. Разумеется, СМИ могут не только провоцировать суицидальное поведение. Они также могут положительно влиять и на отдельного человека, и на общество в целом, уменьшая, тем самым, суицидальное настроение (например: сайты, оказывающие психологическую поддержку). Напоследок, хотелось бы вспомнить слова Николая Михайловича Карамзина из повести «Бедная Лиза»: «Хорошие авторы! думайте о следствиях, что вы пишите!».

Список литературы

1. Закон РФ от 27.12.1991 №2124-1 (с изм. от 17.01.2019) «О средствах массовой информации» // Российская газета. – 08.02.1992. – №32.

2. Лемешев К.А. Этические аспекты размещения информации о суициде в средствах массовой информации // Судебная власть и уголовный процесс. – 2017. – №4. – С. 214–218.

3. Суходолов А.П. Освещение суицидальной тематики в средствах массовой информации в свете правовых ограничений и социальной значимости проблемы / А.П. Суходолов, А.М. Бычкова // Вопросы теории и практики журналистики. – 2016. – С. 111–119.

4. Чепелева Л.М. Влияние информационных технологий и кибермоббинга на суицидальные тенденции в подростковой среде / Л.М. Чепелева, Э.Л. Дружинина // Человек. Сообщество. Управление. – 2017. – №2. – С 55–64.

5. Официальный сайт Всемирной организации здравоохранения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.who.int/mental_health/suicide-prevention/infographic/ru/ (дата обращения: 21.04.2019).

6. Интервью старшего помощника Председателя СК РФ Игоря Комиссарова. Официальный сайт Следственного комитета [Электронный ресурс]. – Режим доступа https://sledcom.ru/press/interview/item/1276735 (дата обращения: 22.02.2019).

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

7. Текст предсмертной записки Курта Кобейн [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://kurtcobainssuicidenote.com/kurt_cobains_suicide_note.html. (дата обращения: 20.04.2019).

8. Журнал Американской медицинской ассоциации. Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.ama-assn.org (дата обращения: 21.04.2019).

9. Группы смерти. С детьми в социальных сетях работают системно и планомерно, шаг за шагом подталкивая к последней черте. Как родителям распознать надвигающуюся беду [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.novayagazeta.ru/articles/2016/05/16/68604-gruppy-smerti-18 (дата обращения: 22.04.2019).

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)