

Влияние Средств Массовой Информации На Суицидальное Поведение Молодежи**Султанова Ф. М.**

магистр Национального университета имени Мирзо-Улугбека,

по направлению «Социология массовых коммуникаций»

Средства массовой коммуникации существовали с момента появления человечества на земле. С развитием человеческого разума и технологий, расширился круг средств массовой коммуникаций, которые имеют сильное влияние на разум, мышление и поведение людей, в том числе и на их суицидальное поведение. (Теория имитаций)

Если взглянуть в историю, ранние примеры такого моделирования можно найти в рассказах об эпидемиях самоубийств в древности (например, «Массовое самоубийство милетских дев»; Зингер)¹. В более поздние времена одним из первых свидетельств установленной связи между информацией в СМИ и последовавшими за этим самоубийствами связано с публикацией в 1774 г. повести И. Гете «Страдания юного Вертера»². Герой этого произведения покончил с собой из-за несчастной любви и вскоре после выхода повести в свет появилось множество сообщений о самоубийствах, совершенных юношами тем же способом.³

Также в научной литературе имеются ранние упоминания о суицидальном поведении, вызванном подражанием: «Эпидемии самоубийств или суицидального поведения» были описаны еще Поповым в 1911 году. В этом контексте также часто упоминается сила средств массовой информации или аналогичных средств массовой информации, таких как слухи, внушать суицидальное поведение⁴.

Таким образом, подражание играет важную роль в самоубийствах молодежи. Теория имитации предполагает, что освещение самоубийств в СМИ может увеличить число имитаций самоубийств среди молодежи. В настоящем исследовании эта возможность будет рассматриваться с использованием данных, которые будут собраны в Узбекистане.

Объектом исследования является фактор СМИ в суицидальном поведении молодежи. Предмет- воздействие сообщений о самоубийствах интернет новостных каналов на повышение случаев самоубийств среди студенческой молодежи

¹ Schmidtke, A., Schaller, S. (1998). What do we Know about Media Effects on Imitation of Suicidal Behaviour. In: De Leo, D., Schmidtke, A., Diekstra, R.F.W. (eds) Suicide Prevention. Springer, Dordrecht. https://doi.org/10.1007/0-306-47210-4_13

² Суходолов А. П., Бычкова А. М. 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. — Т. 5, № 4. — С. 588–606. — DOI: 10.17150/2308-6203.2016.5(4).588-606.

³ Термин «эффект Вертера», используемый в специальной литературе для обозначения имитационных (подражательных) самоубийств, в 1974 г. ввел в научный оборот американский социолог Дэвид Филлипс.

⁴ Schmidtke, A., Schaller, S. (1998). What do we Know about Media Effects on Imitation of Suicidal Behaviour. In: De Leo, D., Schmidtke, A., Diekstra, R.F.W. (eds) Suicide Prevention. Springer, Dordrecht. https://doi.org/10.1007/0-306-47210-4_13

Целью будущего исследования является изучить связь между сообщениями о самоубийствах и последующими самоубийствами среди молодежи, обучающихся в вузах нашей страны.

Задачи: проанализировать существующие материалы и исследования о факторе медиа в суицидальном поведении молодежи, изучить данные о суицидах среди молодежи в стране за последние 3 три года, провести социальный опрос среди студентов об отношении к новостям о самоубийствах и к самому суициду, провести сравнительный анализ данных о количестве самоубийств среди студенческой молодежи до и после публикаций новостей о свершившихся суицидов в стране.

В данном исследовании будут использованы метод социального наблюдения, анкетирование и сравнительный метод.

Выдвигаемая гипотеза заключается в том, что рост числа самоубийств прямо пропорционален росту новостей, освещенный СМИ о самоубийствах студенческой молодежи.

Предложения. Средства массовой коммуникации могут сыграть превентивную роль, способствовать в сборе данных о суицидальных случаях, повышении мониторинга самоубийств и суицидальных попыток.

Проблема взаимосвязи влияния информации в СМИ о свершившихся самоубийствах на поведение населения неоднократно становилась предметом соответствующих исследований [6–8]. Одно из первых свидетельств установленной связи между информацией в СМИ и последовавшими за этим самоубийствами связано с публикацией в 1774 г. повести И. Гете «Страдания юного Вертера». Герой этого произведения покончил с собой из-за несчастной любви и вскоре после выхода повести в свет 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

По данным Филлипс с коллегами [11] степень популярности истории о самоубийстве прямо пропорциональна числу последующих суицидов. Филлипс и Карстенсен изучали существование такой взаимосвязи на протяжении 7 лет (1973–1979), взяв данные о 12 585 самоубийствах подростков и проследив их связь с телерепортажами о самоубийстве в новостях и статьями первых полос газет. Они обнаружили, что число самоубийств значительно возросло по прошествии 0-7 дней после такой истории в новостях. Это увеличение коррелировало ($r = 0,52$) с количеством программ, передававших репортаж. Такая корреляция имела значение только для подростков, а не для самоубийств взрослых людей, и была гораздо сильнее для девочек, чем для мальчиков

В первой половине 1980-х гг. в Германии, после показа в Германии шестисерийного сериала «Смерть студента», где в начале каждой серии демонстрировался акт суицида студента под колесами поезда, исследователи также обнаружили увеличение числа суицидов среди подростков и молодежи в течение 70 дней после показа сериала. И метод самоубийства был, как правило, таким же, как в фильме. Этот эффект резкого увеличения количества суицидов повторился год спустя, когда сериал вновь демонстрировали по ТВ [16].

