

СМИ: пособие по самоубийству
Силина Вероника Сергеевна

Аспирант

Ростовский государственный университет, Ростов-на-Дону, Россия

E-mail: silverbat-25@yandex.ru

Свое хорошо известное сочинение «Миф о Сизифе» А. Камю начинается знаменательным вступлением: «Есть лишь одна по-настоящему серьезная философская проблема - проблема самоубийства. Решить, стоит ли или не стоит жизнь того, чтобы ее прожить, - значит ответить на фундаментальный вопрос философии. Все остальное - имеет ли мир три измерения, руководствуется ли разум девятью или двенадцатью категориями - второстепенно. Таковы условия игры: прежде всего, нужно дать ответ».¹

Сегодня проблема самоубийства стала одной из первостепенных проблем человечества. По статистике, каждую минуту в мире кто-то предпринимает попытку преднамеренного самоубийства. Эти попытки 60-70 раз в день оканчиваются успешно. Причем ситуация стремительно ухудшается; из года в год отмечается значительное повышение числа суицидальных попыток и самоубийств среди молодых людей в возрасте от 15 до 22 лет. Каждый год до 12 000 пожилых россиян кончают с собой.²

Учитывая важность данной проблемы, представляется целесообразным рассмотреть вопрос о явлении суицида как такового, а также выяснить, какое влияние оказывают средства массовой информации на динамику роста самоубийств.

Суицид - осознанный самостоятельный акт самоустранения из жизни под воздействием острых психотравмирующих ситуаций, при которых собственная жизнь теряет смысл.

Заразительный характер суицида известен давно. Достаточно вспомнить массовые самосожжения в России XVII-XVIII веков или волну юношеских самоубийств в Германии после выхода в свет романа Гете «Страдания юного Вертера».

В 20-е годы прошлого века А.Ф. Кони высказал предположение, что серьезным провокатором суицида может выступить не только художественное печатное слово, но и кинематограф, публицистика, дающая подробное описание средств и способов свершившихся самоубийств. Именно на публицистику Кони возлагал ответственность за такие участвовавшие в то время способы лишения себя жизни как использование уксусной эссенции, фосфорных спичек и т.д. Столь же провокационным можно считать и использование социологами непродуманных с психологической точки зрения анкет, в которых расспросы молодых людей такого характера как «Не являлась ли мысль им мысль о самоубийстве?» - могут стать последней каплей в принятии рокового решения.

Говоря о влиянии средств массовой информации на человека в общем, и на потенциального самоубийцу в частности, нужно, прежде всего, указать на такое их качество, как «вездесущность».

Одно из возможных объяснений силы воздействия СМИ на человеческую психику состоит в том, что средства массовой информации обладают силой придавать любой транслируемой информации религиозный смысл.

Любая поглощаемая через каналы СМИ информация воспринимается как своего рода сакральная, священная, мистическая форма информации, т. к. она получается человеком не напрямую из окружающего мира, а поступает сублимированной, обработанной, выделенной особым вниманием кем-то другим, высшим; и ключом к получению ее является доверие (вера) к ее источнику.³

¹ Камю А. Бунтующий человек. М.: Политиздат, 1990, С. 67.

² Смедович С.Г. Самоубийство в зеркале статистики//Социс. 1990. № 4.

³ Ефимов В.А. Телевидение как колдун и рекламный спонсор терроризма. СПб, 2002, С. 14.

В целях привлечения внимания читателя, зрителя именно к данному конкретному СМИ, журналисты зачастую злоупотребляют показом необычных, сенсационных событий, тем самым искажая образ реальности.

Из всего вышеизложенного можно сделать вывод, что, хотя средства массовой информации и не являются непосредственной причиной принятия решения о совершении самоубийства, однако, принимая активное участие в создании новой реальности, способствуют формированию не только психических расстройств, но и, как следствие, определенной жизненной позиции, в рамках которой человеческая жизнь теряет ценность и смысл.

Таким образом, ощущение невозможности собственного существования все больше усиливается с течением времени, что в конечном итоге приводит к принятию рокового решения. И на этом этапе мы вновь сталкиваемся с воздействием СМИ: приняв подсознательно решение умереть, человек ищет формальный повод для осуществления этого решения. И таких поводов средствами массовой информации предоставляется огромное количество, как, впрочем, и наиподробнееших описаний способов их совершения. Остается только выбрать подходящий.

Литература

1. Бодрийяр Ж. (2000) Прозрачность зла. Перевод Л. Любарской, Е. Марковской, М.: Добросвет, 2000.
2. Ефимов В.А. (2002) Телевидение как колдун и рекламный спонсор терроризма. СПб, 2002.
3. Камю А. (1990) Бунтующий человек. М.: Политиздат.
4. Кара-Мурза С. (2000) Манипуляция сознанием. М.: Алгоритм, 2000.
5. Смедович С.Г. (1990) Самоубийство в зеркале статистики//Социс. 1990. № 4.
6. Смирнов А. (1914) Самоубийство и христианский взгляд на жизнь (публичная лекция). СПб.
7. Актуальные проблемы суицидологии (1978) //под ред. А.А. Портнова М., 1978. Меннингер К. Война с самим собой// <http://alis6.narod.ru>