

**Секция 4 «На пороге взросления»**  
**Виртуальная коммуникация о депрессии и суициде с использованием интернет-мемов**

*Костюхина Е.Д.,  
студентка факультета «Консультативная и клиническая психология»,  
ФГБОУ ВО МГППУ, Москва, Россия  
[houpsajn@gmail.com](mailto:houpsajn@gmail.com)*

*Холмогорова А.Б.  
декан факультета «Консультативная и клиническая психология»,  
ФГБОУ ВО МГППУ, Москва, Россия*

Отношение к психическим расстройствам несколько менялось в ходе исторического развития общества, однако одно оставалось неизменным – люди с психиатрическим диагнозом стигматизировались и изолировались от общества. Однако развитие открытого общества, идущего по пути гласности относительно того, что веками замалчивалось, привело к снятию запретов на тему психических расстройств. Немалую роль сыграла в этом процессе борьба со стигматизацией людей с психическими расстройствами. Стали выпускаться фильмы, книги и песни, рассказывающие про шизофрению, БАР, депрессию и другие расстройства. Многие известные люди, страдающими психическими расстройствами, совершают так называемые каминг-ауты – откровенно публично рассказывают об истории своего заболевания. Депрессия – одно из самых распространенных психических расстройств, которое ложится тяжелым экономическим бременем на современное общество. По данным ВОЗ в течение года ею страдает не менее 300 млн. человек [3]. Все это привело к тому, что тема депрессии стала одной из самых популярных в медиа пространстве.

Развитие интернет-технологий в последние десятилетия привело к тому, что все больше и больше различных видов коммуникаций происходит в online-пространстве. Основной площадкой для виртуальной коммуникации среди подростков и молодых людей являются социальные сети. По данным ВЦИОМ наиболее активны в сети молодые люди от 18 до 24 лет — 97 % из них пользуются интернетом каждый день. По данным А.Б. Холмогоровой с соавторами 45% подростков проводят в социальных сетях от 1 до 3 часов в день, а 25% - постоянно проверяют новые сообщения [2]. При этом в последние годы получили распространение интернет-мемы (далее «мемы»), ставшие как элементом коммуникации, так и социальным символом [1]. Мем – это изображение, устоявшаяся фраза или видео, служащие для передачи определенных смыслов в интернете, как правило остроумные или иронические, спонтанно приобретающие популярность в интернете.

Сочетание данных факторов привело к тому, что чуть больше года набирают популярность так называемые «депрессивные мемы», то есть мемы использующие контекст депрессии, ее симптомов, тему суицида и суицидальных мыслей. На 21 декабря 2018 самое крупное сообщество людей, интересующихся данной тематикой, насчитывало 517 тысяч человек и продолжает расти. Растущая популярность мемов про депрессию и суицид привлекает к обсуждению данной проблемы как СМИ, так и специалистов в области психического здоровья. В научном сообществе пока нет исследований, проясняющих особенности респондентов, использующих эти мемы для коммуникации. В публичном пространстве звучат опасения, что подобные мемы могут спровоцировать увеличение количества самоубийств и ухудшение симптоматики у людей с депрессией. Высказываются и противоположные мнения об использовании депрессивных мемов в качестве инструмента совладания с негативными эмоциями и деструктивными паттернами поведения.

В предлагаемом исследовании была поставлена цель изучения многообразия депрессивных мемов и особенностей их основных пользователей. Объектом исследования выступила коммуникация на тему депрессии в интернете, предметом – социодемографические данные и психологическое состояние пользователей социальных сетей, являющихся потребителями интернет-мемов про депрессию и суицид.

В рамках исследования были выдвинуты следующие гипотезы:

1. Имеется связь между выраженностью симптомов депрессии у пользователей социальных сетей и их отношением к мемам про депрессию и суицид независимо от типа мемов.
2. Имеется связь между выраженностью симптомов депрессии у пользователей социальных сетей и количеством предпочитаемых ими типов мемов про депрессию и суицид.

Первый этап исследования был направлен на создание типологии мемов про депрессию и суицид. К экспертной оценке 68 различных мемов были привлечены 8 студентов старших курсов психологических факультетов МГППУ.

Были выделены следующие типы интернет-мемов про депрессию и суицид:

1. "Описательные" - В данную группу входят мемы, которые не несут позитивного или негативного отношения к депрессии или суициду и просто описывают какую-либо ситуацию.
2. "Привлекающие" или "призывающие" - В данную группу входят мемы, которые показывают плюсы суицида и/или депрессии, а также призывают к совершению суицида.
3. "Чувства" - В данную группу входят мемы безоценочно отражающие мысли и чувства людей с депрессией и/или суицидальными мыслями.
4. "Черный юмор" - В данную группу входят мемы, которые можно охарактеризовать, как "черный юмор", то есть шутки не всегда приличного содержания про смерть и другие темы, на которые не принято шутить. При этом черный юмор является основой данного мема.
5. "Романтизирующие" - В данную группу входят мемы, которые представляют депрессию и/или суицид в положительном, "романтическом" контексте.

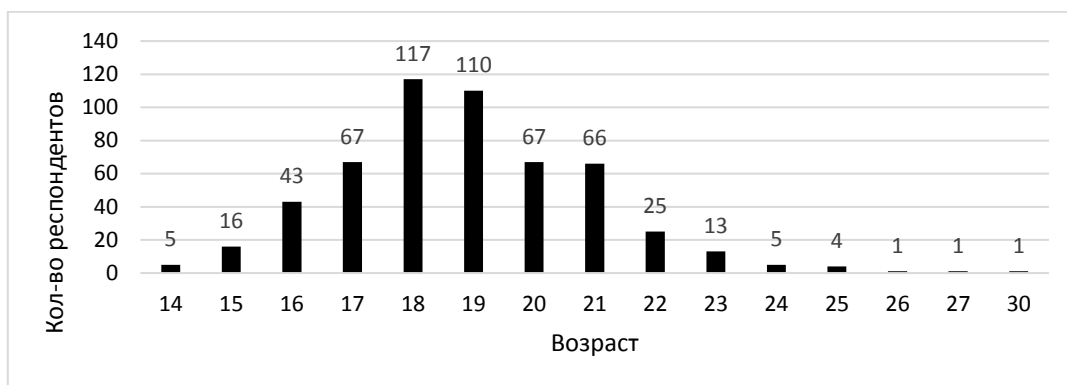
Также были выделены 5 интернет-мемов, которые помечены, как "неоднозначные", т.к. мнения экспертов разделились при их квалификации.

Второй этап исследования – интернет-опрос респондентов, использующих интернет-мемы про депрессию и суицид в повседневном общении – проводился анонимно с использованием следующих методик:

1. Оригинальная анкета, направленная на сбор социодемографических сведений, данных о наличии психического расстройства, друзей или родственников, страдающих психическим расстройством, а также о времени, проводимом в сети.
2. Опросник, составленный авторами исследования, направленный на выявление предпочитаемого типа интернет-мемов про депрессию и суицид. Респондентам предлагалось 25 мемов разных типов. По каждому мему необходимо было ответить на пять вопросов: «Видели ли вы этот мем ранее?», «Понятен ли вам смысл данного мема?», «Нравится ли вам данный мем?», «Насколько этот мем, на ваш взгляд отражает ваши мысли и/или чувства?», «Насколько этот мем, на ваш взгляд отражает мысли и/или чувства людей с депрессией?».
3. Шкала депрессии Бека (1961) для выявления степени выраженности симптомов депрессии и наличия суицидальной направленности.

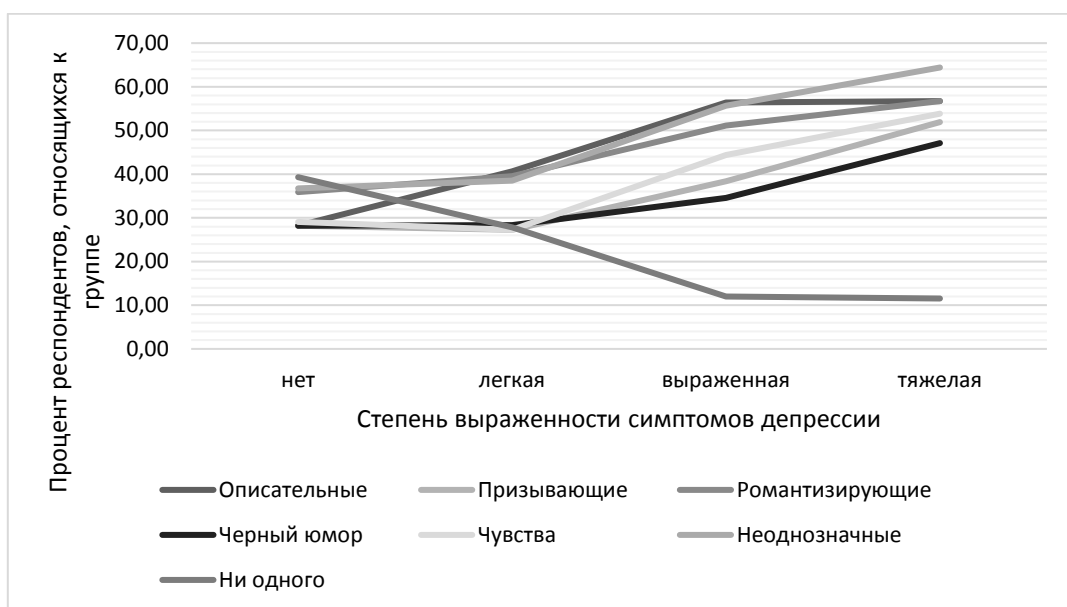
В исследовании приняли участие 451 респондент в возрасте от 14 до 30 лет, средний возраст 18,9 лет (Рис 1.1). Как видно из гистограммы 1.1., возраст большинства респондентов находится в диапазоне от 16 до 21 года. По данным анкеты более четверти (26.8%) из них утверждают, что имеют психическое расстройство, более трети (35.5%) отмечают, что психическое расстройство есть у их родственника или друга, 1.8% являются психологами или психиатрами, 13.7% имеют друга или родственника психолога или психиатра.

Рис 1.1. Гистограмма распределения выборки по возрасту



По данным шкалы депрессии Бека почти пятая часть (19,2%) респондентов демонстрируют симптомы высокой степени тяжести, почти четвертая часть (24,6%) - средней, более трети (34,6%) - легкой, и лишь пятая часть (21,6%) респондентов не имеют симптомов депрессии.

Рис 1.2. График связи показателей степени выраженности депрессии и предпочитаемого типа мемов



На рис.1.2. линиями разных оттенков серого представлены данные по каждому из выделенного типа депрессивных мемов. По результатам исследования было обнаружено, что имеется прямая связь между наличием предпочитаемых мемов про депрессию и суицид с показателями депрессии, независимо от предпочитаемого типа мемов про депрессию и суицид. Это можно проследить на графике (Рис 1.2) в виде двух тенденций:

- Уменьшение количества респондентов, не имеющих ни одного предпочитаемого типа мемов про депрессию и суицид с увеличением степени выраженности симптомов депрессии

- Увеличение количества респондентов, имеющих предпочитаемый тип мемов про депрессию и суицид, независимо от предпочитаемого типа мемов, с увеличением степени выраженности симптомов депрессии

Для проверки гипотезы №2 «Имеется связь между выраженностью симптомов депрессии и количеством предпочитаемых типов мемов про депрессию и суицид» использовался метод ранговой корреляции Спирмена. Была получена положительная, статистически значимая корреляция между показателями степени выраженности симптомов депрессии и количества предпочитаемых типов мемов (коэффициент корреляции – 0.363, корреляция значима на уровне 0,01 (двусторонняя)).

Далее на расширенной выборке были проанализированы данные о суицидальной направленности респондентов.

Анализ проводился на 698 респондентах в возрасте от 14 до 37 лет (рис. 1), средний возраст - 18,9 лет, подавляющее большинство респондентов лица подросткового возраста (44,8% - до 18 лет) и - юношеского (54,4% - от 19 до 25) возраста. Анализ выборки показал, что

- 74,6% респондентов отмечают суицидальную направленность, в том числе 57,9% -суицидальные мысли, 16,8% - суицидальные намерения и 6,6% респондентов отмечают, что «убили бы себя, если бы представился случай»;

- Среди респондентов с суицидальной направленностью почти половина (44,7%) - подросткового возраста (до 18), и более половины (54,9%) - юношеского (от 19 до 25). С суицидальными мыслями – 43,8% и 55,9%, с суицидальными намерениями – 47,9% и 51,3% соответственно.

- 23,1% проводят в социальных сетях 4-5 часов в день, 13,2% - 2-3 часа в день, 3% - 1-2 часа в день, 0,9% - менее часа в день и 59,9% в свободное время и когда приходят оповещения (более 5 часов в день);

- половина респондентов (50,4%) отмечают, что им почти всегда нравятся мемы про депрессию и суицид, почти треть (30,9%) указывают, что им нравятся такие мемы иногда, только 6,9% респондентов редко предпочитают эти мемы, и лишь 4% респондентов отмечают, что им не нравятся мемы про депрессию и суицид, остальные всегда предпочитают мемы или только про депрессию (5,7%), или только про суицид (2%).

- 25,5% респондентов имеют симптомы депрессии тяжелой степени выраженности, 21,6% – умеренной, 18,5% – легкой, 34,4% не имеют симптомов;

Все респонденты были поделены на три группы в зависимости от риска суицида – 1) без суицидальной направленности (не отмечают ни суицидальных мыслей, ни намерений совершить суицид); 2) группа повышенного риска (есть суицидальные мысли без намерений); 3) группы высокого риска (высказывают суицидальные намерения). Как и следовало ожидать в группе высокого риска (с суицидальными намерениями) особенно высок процент респондентов с симптомами депрессии высокой степени тяжести – около 70 % (см.рис. 2.1), в то время как в группе повышенного риска (только суицидальные мысли) их чуть больше 23%, а в группе без суицидальной направленности чуть более 2%. Это еще раз подтверждает тесную связь суицидальной готовности с тяжестью депрессивной симптоматики.

*Рисунок 2.1 Процент респондентов с разной выраженностью симптомов депрессии в группах в зависимости от степени суицидального риска.*

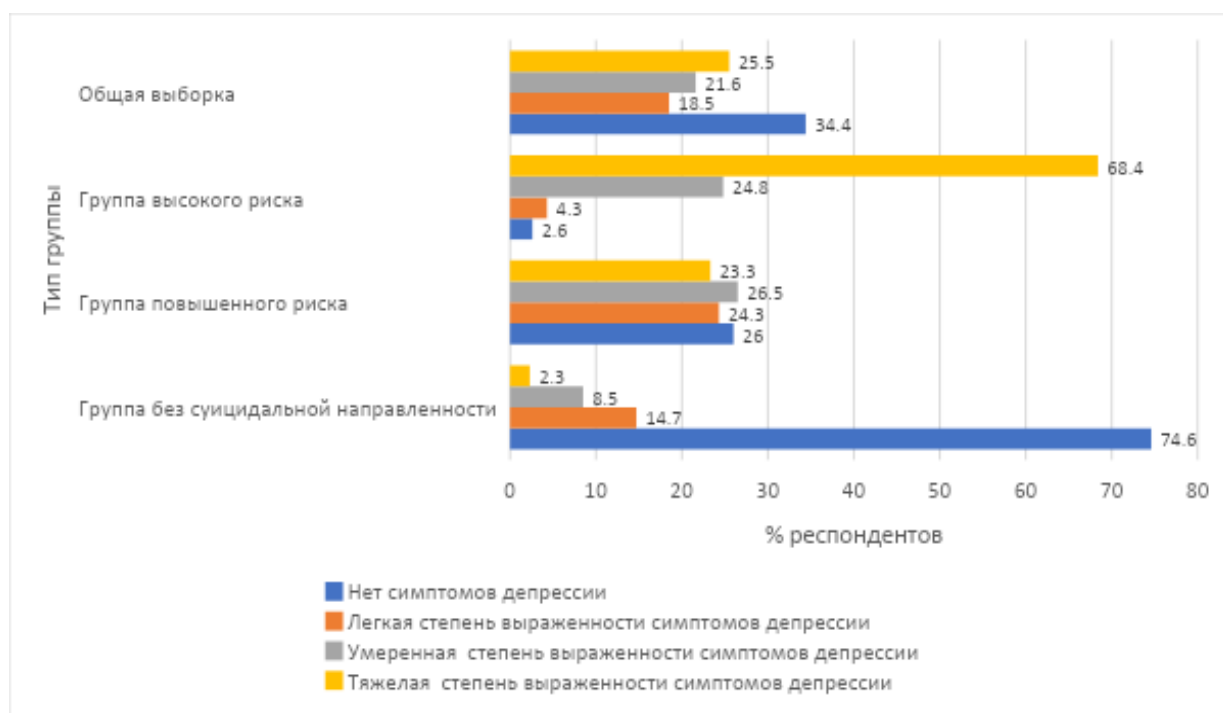


Таблица 1. Соотнесение показателей субъективной оценки привлекательности мемов про депрессию и суицид и выраженности суицидальной направленности.

Тип группы	Группа без суицидальной направленности (N=177)	Группа повышенного риска (N=404)	Группа высокого риска (N=117)	Общая выборка (N=698)
Оценка привлекательности мемов				
Не нравятся	7,9%	3,0%	1,7%	4,0%
Редко	14,1%	5,0%	2,6%	6,9%
Иногда	36,7%	32,4%	17,1%	30,9%
Почти всегда	35,0%	51,5%	70,1%	50,4%
Почти всегда, но только про депрессию	5,1%	6,9%	2,6%	5,7%
Почти всегда, но только про суицид	1,1%	1,2%	6,0%	2,0%

Как видно из таблицы 1, на вопрос «Нравятся ли вам мемы о депрессии и суициде?» значительно чаще отрицательно или нейтрально («Не нравятся», «Редко» и «Иногда») отвечают респонденты без суицидальной направленности и респонденты из группы повышенного риска по сравнению с респондентами из группы высокого риска. Исследуемые мемы в высшей степени привлекательны (нравятся почти всегда) для 79% респондентов группы высокого риска, для 60% группы повышенного риска и только для 40 % группы без суицидальной направленности. При этом для 6% респондентов из группы высокого риска особой привлекательностью обладают мемы именно про суицид, в то время как в двух других группах чисто суицидальные мемы привлекают чуть более одного процента.

При соотнесении количества респондентов в разных группах, предпочитающих тот или иной тип мемов про депрессию и суицид, столь ярких различий не выявлено (см.табл.2). Также не выявлено различий между группами по показателю количества предпочитаемых мемов (см. табл.3). Из чего можно сделать вывод, что для группы с

высокого риска важен не столько тип мемов или их количество, сколько само содержание, связанное с депрессией и суицидом.

## **Выводы**

Таким образом, полученные результаты во многом проясняют вопрос о связи просмотра интернет-мемов про депрессию и суицид и настроения пользователей в аспекте выраженности симптомов депрессии и наличия суицидальной направленности. В частности, обращает на себя внимание тот факт, что более 78% респондентов имеют в той или иной степени выраженные симптомы депрессии, что значительно больше, чем в рамках общей популяции.

Полученные данные подтверждают также тесную связь высокой степени суицидальной готовности с тяжестью симптомов депрессии у подростков и лиц юношеского возраста.

Полученные результаты доказывают важность интернет-контента в виде мемов про депрессию и суицид для людей с высокой степенью суицидального риска. Около 70% респондентов с высокой суицидальной готовностью почти всегда предпочитают этот тип мемов, а 6% из них специально ищут мемы про суицид. При этом большая часть обследованных респондентов – лица подросткового и юношеского возраста. Такой состав группы является следствием того, что интернет-мемы – средство коммуникации, в первую очередь, среди молодежи. Вместе с тем важно подчеркнуть, что – именно среди молодых людей суицид является одной из наиболее частых причин смертности. Необходимы дальнейшие исследования с целью разработки стратегии использования интернета для профилактики суицидального поведения у подростков и молодежи.

Не выявлено явного предпочтения того или иного типа мемов в группах с разной степенью риска. Также различий между группами не было выявлено по количеству привлекательных для респондента типов мемов. Это говорит о том, что для лиц с высокой степенью риска речь скорее идет о привлекательности самой тематики, чем о дифференцированном выборе того или иного жанра (романтизирующего, призывающего, описательного, связанного с черным юмором или с описанием чувств у людей с депрессией).

Требуются дальнейшие исследования, в частности, изучение психологических механизмов влияния интернет-мемов про депрессию и суицид и возможностей использования их для психологического просвещения.

## *Литература*

1. Савицкая Т.Е. Интернет-мемы как феномен массовой культуры // Культура в современном мире. — 2013. — № 3. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: <http://infoculture.rsl.ru> (Дата обращения: 26.05.2019)
2. Холмогорова А.Б., Авакян Т.В., Клименкова Е.Н., Малюкова Д.А. Общение в интернете и социальная тревожность у подростков из разных социальных групп // Консультативная психология и психотерапия. 2015. Том 23. № 4.
3. Депрессия // Информационная бюллетень Всемирной организации здравоохранения. — 2018. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: <https://www.who.int/ru/news-room/fact-sheets/detail/depression> (Дата обращения: 8.12.2019)