

## Дитяча смерть через челендж з таблетками: як батькам вберегти своє чадо від небезпечних ігор в соцмережах

*Катерина Хорощак, журналістка УП. Життя*

*На Київщині дві семикласниці отруїлися препаратом "Дротаверин". Одна дівчина померла.*

*Школярки наковталися таблеток – по 40 штук кожна.*

*Ймовірно, трагедія трапилася через інтернет-челендж у соціальній мережі TikTok.*

*"Вони надивилися відео в TikTok на киталт: "Випий 40 таблеток і подивись, що буде", – вважають у поліції.*

*Це не перший нещасний випадок, який трапився через вплив соцмереж.*

*Ще у 2017-му у Вконтакте були ігри, як-от "Синій кит", які доводили дітей до самогубства.*

*У США через #skull-breakerChallenge дитині розбили голову.*

*Не завжди інтернет-челенджі небезпечні. Але до них завжди треба ставитися з обережністю.*

*Тому "Українська правда. Життя" вирішила дізнатися:*

- які бувають челенджі;*
- чому ми беремо в них участь;*
- яку небезпеку несуть челенджі;*
- як реагувати батькам на те, що їхні діти активно долучаються до цього тренду;*
- як розпізнати небезпечний челендж.*

*З цими питаннями допомогли розібратися:*

- психологиня **Марта Приріз**,*
- доцентка кафедри культурології Українського католицького університету **Ірина Старовойт**,*
- психолог **Наріман Дарвішов**,*
- доктор в галузі соціальних наук, викладач та дослідник Київської школи економіки **Тимофій Брік**.*

### **Чому ми беремо участь у челенджах**

Челендж – це можливість покращити самооцінку та перевірити свої здібності.

**Іноді це може бути перевірка "на слабо",** розповідає психологиня **Марта Приріз**.

На думку доцентки кафедри культурології Українського католицького університету **Ірини Старовойт**, це явище – один із найархаїчніших сценаріїв людської культури.

*"Усе відбувається за принципом: я зміг отаке, а ти зможеш? Це частина конкурентоздатності і самоствердження",* – додає Ірина.

Різниця лише в тому, що раніше люди могли конкурувати тільки з тими, кого зустріли віч-на-віч.

Тепер же у гру можна втягнути мільйони людей.

**Також мотивацією участі може бути бажання належати до певної групи або бути більш видимим в суспільстві.**

*"Це потреба людини заявити всьому світу: "Я є",* – розповідає психологиня.

Коли людині бракує уваги, її бажання бути помітною бодай кимось може перетворитися у потребу брати участь в челенджах, додає Приріз.

**Ви можете сказати: "Тьху, який челендж! Ніколи не брала у ньому участь і не буду".**

Це означає, що у вас, можливо, немає потреби у публічності, або ви задовольняєте потребу в увазі, покращенні своєї самооцінки по-іншому.

*"Таких способів мільйони, челендж – лише один із",* – розповідає Марта Приріз

Ще однією із причин участі в челенджах може бути дофамін – гормон радості і задоволення.

Але не завжди, іноді це природне бажання знати про себе більше, про свої обмеження і можливості.

**Коли і як з'явилися челенджі**

Перші згадки про челенджі з'явилися ще у 90-ті. Спершу їх транслявало телебачення.

Один з найдавніших прикладів – the Saltine Challenge (Крекерний челендж), у якому учасникам потрібно було з'їсти 6 крекерів за 60 секунд не запиваючи.

Згодом гра стала популярною на YouTube.

Одне із найдавніших відео, які ми могли знайти, опубліковане 14 років тому.

**Небезпечні челенджі**

Нам може здаватися, що це просто розвага. Проте це не завжди так.

Окрім безневинних існують небезпечні інтернет-челенджі, які можуть шкодити здоров'ю і навіть життю.

У цьому челенджі учасники їдять капсули з пральним засобом Tide PODS. Чому?

У 2012 році компанія Procter&Gamble випустила капсули. Спершу їх почали їсти маленькі діти – це нагадувало їм цукерки.

Наприклад, упродовж 2019 року в США вже майже 5 тисяч малюків до 5 років проковтнули таблетки з пральним засобом.

Найбільше зафіксували у 2015-му – понад 13 тисяч випадків.

Уперше TidePod Challenge з'явився у 2017 році.

**Насправді блогер не їв капсулу. Це був жарт. Але деякі підлітки прийняли виклик серйозно.**

### Рекламні кампанії

Вірогідно, Procter&Gamble не планувала розрекламувати себе за допомогою госпіталізованих дітей з пральним засобом у шлунку, проте деякі компанії користуються інтернет-челенджами як інструментом просування своїх послуг і продуктів.

*"Вони не вимагають виходити за межі комфорту і за рамки культури споживання, а навпаки, хочуть вас втримати на декількасот хвилин і доларів довше.*

*Наприклад: "Придумай несподіване застосування нашому продукту, поділися цим відео з друзями і отримай промокод", – пояснює культурологиня Ірина Старовойт.*

Також деякі відомі бренди намагаються асоціювати себе з важливою соціальною темою, стилем життя, ідеологією, розповідає аспірант кафедри психодіагностики та клінічної психології КНУ імені Тараса Шевченка **Наріман Дарвішов:**

*"Будь-який активний соціальний процес, який вдалося пов'язати з брендом, буде слугувати сильним джерелом реклами, до якої ще й буде знижена критичність. Челенджі не є вийнятком".*

Тому перед тим, як брати участь у челенджі, варто запитати себе: "Чи може це бути комусь вигідно?" та "Як саме?", радить психолог.

### Соціальні челенджі

Челенджі не завжди небезпечні та підступні. Вони ще й соціальні.

Наприклад, за допомогою Ice Bucket Challenge збирали гроші у фонд з вивчення аміотрофічного бічного склерозу.

В Україні челендж набрав трохи іншого забарвлення: люди жертвували кошти на армію, на лікування дітей або на іншу благодійність.

Такі челенджі можна назвати різновидом онлайн-активізму, розповідає доктор в галузі соціальних наук, викладач та дослідник Київської школи економіки **Тимофій Брік**.

*"Вони можуть бути корисними, тому що їхня мета – навчити людину і розвинути в ній просоціальні риси. Людина сприймає їх як гру, але в її голові тим часом закарбовується просоціальна поведінка",* – додає психологиня Марта Приріз.

Водночас Тимофій Брік вважає, що онлайн-активізм переоцінений.

*"Люди демонструють свою прихильність символічно, але реальної участі не беруть.*

*Тобто людина може поставити лайк, але не обов'язково дасть грошей",* – пояснює свою думку соціолог.

Експерт розповідає, що навіть такі успішні челенджі як Ice Bucket Challenge, не можуть повторити свого успіху. Коли його вдруге запустили в 2015 році, активісти змогли зібрати лише 0,9% від попередньої суми.

Дослідники вказують, що 1 із 4 учасників челенджу навіть не згадав про бічний аміотрофічний склероз. І тільки 1 з 5 учасників уточнив про благодійність.

**Політика є винятком – заклики у соцмережах тут спрацьовують**, розповідає соціолог.

*"Соцмережі більш успішні для політичної мобілізації у випадку протестів. Але треба розуміти, що заклик та політична мобілізація – не челендж.*

*Заклик іде від руху чи кандидата до людей напряму. Скоріш, вони допомагають координації для вже існуючої групи. Існують дослідження, які підтверджували цю тезу і для Євромайдану, і для протестів в Росії",* – додає Брік.

**Чому діти та дорослі беруть участь у небезпечних челенджах**

*"Якщо челендж не несе шкоди, він, ймовірно, матиме меншу популярність. А люди люблять дивитися на різний треш. І коли людина бере участь у такому челенджі, розуміє, що, ймовірно, матиме більшу популярність",* – розповідає Марта Приріз.

У соціальних челенджах мотивація може відрізнятись.

*"Якщо я хочу показати, що соціально свідомо, тоді я беру участь в нешкідливих челенджах, пов'язаних з культурою, освітою чи екологією. Так я пропагую свої цінності.*

*І це не про привернення уваги до мене як до конкретної людини і не про втішання мого еґо, а більше про демонстрацію цінностей через участь в челенджі", – додає психологиня.*

Такі челенджі, на думку експертки, можуть допомогти знайти однодумців.

### **Коли челенджі небезпечні**

Окрім загрози здоров'ю і життю, челенджі можуть мати приховану небезпеку, особливо якщо людина бере у них участь регулярно.

Тоді вона підсідає на увагу з боку публічності, розповідає психологиня. Самооцінка і сприйняття себе у людини починає повністю залежати від кількості переглядів, лайків і коментарів.

*"Для того, щоб я відчувала себе добре, я мушу далі брати участь в челенджах.*

*Це стає моєю залежністю.*

*І я починаю це робити не тому, що мені це в радість, а тому, що мушу це робити – інакше почуватимуся погано", – пояснює психологиня.*

Ще одна небезпека челенджів у тому, що формування віртуального образу може стати важливішим за реальність.

*"Соцмережі зараз для частини людей є більш значимі, ніж реальне спілкування.*

*Зараз вони докладають більше зусиль до свого образу в соціальних мережах, ніж наживо. І коли на нього відгукуються, ми стаємо від цього залежними", – розповідає Марта Приріз.*

Що робити батькам, якщо дитина хоче взяти участь у челенджі  
Психолог Наріман Дарвішов радить:

- Дізнатися якомога більше про челендж, перевірити, чи він безпечний для психічного та фізичного здоров'я;
- Якщо він, на вашу думку, безпечний та несе позитивний виклик, сходинок та досягнення для дитини – варто підтримати дитину;
- Якщо челендж небезпечний – варто поговорити та пояснити це дитині, впевнитися, що вона не братиме в цьому участь.

**Як можна розпізнати небезпечний челендж:**

- він негативно впливає на інші сфери життя дитини та змінює поведінку;
- дитина не може обговорювати челендж так само відкрито, як інші теми;
- челендж прямо закликає до небезпечних дій;
- челендж залучає до знайомства з людьми, особистість яких складно встановити.

*"Заборона брати участь у челенджі доцільна лише тоді, коли інші способи зменшення шкоди перестають бути дієвими.*

*Та й будь-яка заборона може посилити ефективність челенджу. Варто доносити інформацію про можливі шкідливі наслідки, небезпеку для здоров'я та репутації", – попереджає Дарвішов.*

**Як реагувати дітям на те, що їх батьки беруть участь у челенджі**

*"Вболівати за них! А якщо челендж є небезпечним – намагатися відмовити їх, чи повідомити інших дорослих", – радить психолог.*