

**СМИ как инструмент пиара для серийных убийц (на примерах Теда Банди, Александра Пичушкина и Михаила Попкова)**

**Научный руководитель – Ильиных Дарья Геннадьевна**

**Юдин Александр Сергеевич**

*Студент (бакалавр)*

Курганский государственный университет, Курган, Россия

*E-mail: gosh.a.romkin99@mail.ru*

60-80-е гг. в странах Европы ознаменовались «золотым веком серийных убийц». Среди представителей научного сообщества есть разные версии касательно происхождения «феномена маньяков» [1]. Увеличение количества убийств обусловлено, в том числе, вниманием СМИ и общественности к так называемым «кровавым историям». Мы рассмотрели конкретные примеры того, как пресса, желая наиболее выгодно продать историю, делала из преступников настоящих медиазвезд [2]. Однако, это зависело от обоих участников коммуникации: убийцы стали контактировать с медиа, преследуя разные цели.

Основываясь на классическом определении имиджа, мы установили, что серийный убийца может иметь разные его составляющие - начиная от внешности и харизмы, заканчивая мировоззрениями и особенностями досье [3]. В большинстве случаев, имидж маньяка строится на трех архетипах (образах) - «серийный убийца как суперзвезда», «серийный убийца как готический монстр» и «серийный убийца под маской нормальности». Несмотря на то, что маньяк может занимать разную позицию в формировании своего имиджа, этот процесс всегда начинается вне зависимости от того, хочет или не хочет убийца его иметь. Результатом имиджбилдинга является узнаваемость, но сказать, как долго маньяк будет популярным, не представляется возможным из-за различных факторов (степень тяжести преступления, ход следствия и судебный процесс, коммуникативная активность маньяка и в том числе - формируемый имидж маньяка).

При персональном продвижении маньяка посредством публикаций СМИ (имиджеобразующих материалов) всегда возникают различные этические дилеммы, а также риски. Например, журналисты могут поднимать самооценку убийце, придумывая ему звучное прозвище, любое неосторожное или необдуманное слово может привести к другим убийствам, также СМИ часто раскрывают некоторые детали профиля и «modus operandi» убийцы, что иногда провоцирует волну подражательных преступлений. Кроме того, убийцы, будучи известными, вправе получать прибыль от продажи своих историй. В США одно время пытались помешать подобному обогащению маньяков специальным циклом законов - «Закон Сына Сэма» [4]. На основании подобных законов штат мог сразу конфисковать средства осуждённого от издания книг, изображения истории в кино и т.д., чтобы потом направить эти деньги на компенсацию жертвам преступлений данного убийцы. В настоящее время суд позволил родственникам жертв или самим жертвам предъявлять иск маньякам за доходы от историй их преступлений.

Далее мы проанализировали имиджи троих известных серийных убийц - Теда Банди («Нейлоновый убийца»), Александра Пичушкина («Битцевский маньяк») и Михаила Попкова («Ангарский маньяк»). Заметим, что у каждого субъекта PR была своя мотивация.

Прямое отношение к пиару и классической имиджологии имеет Тед Банди, т.к. он активно взаимодействовал с прессой, участвуя тем самым в формировании выгодного ему имиджа доброго, симпатичного американца с обаятельной улыбкой [5]. Так он хотел

избежать наказания (даже после того, как суд признал Банди виновным, убийца более 10 лет оттягивал свою смертную казнь, пользуясь своим имиджем). Тем не менее, долго поддерживать такой образ он не мог - Теда Банди постепенно начали воспринимать как убийцу, скрывающегося под «маской нормальности».

Российский серийный убийца Александр Пичушкин изначально был заинтересован в имидже «кровавого и жестокого маньяка», который ему сформировали журналисты. Он целенаправленно убивал людей, чтобы потом стать знаменитым.

Пример другого российского маньяка, Михаила Попкова, хорошо иллюстрирует то, как серийный убийца может получать прибыль со своего имиджа. При этом, данному субъекту пиара необходимо постоянно подогревать интерес журналистов. В ходе анализа имиджеобразующих материалов мы установили, что психотип Михаила Попкова явно отличается от того образа, который ему навязали СМИ, но только так убийца может рассчитывать на хорошее пропитание в тюрьме.

Результаты нашего социологического опроса (участие в нем приняли почти 100 человек) иллюстрируют эффективность сформированного имиджа Теда Банди, Александра Пичушкина и Михаила Попкова. Результаты опроса показывают, что узнаваемость убийц может происходить на разных уровнях - по фотографии, по прозвищу, и наоборот. Среди троих маньяков, имидж которых мы анализировали ранее, самым известным оказался Тед Банди. Его узнавали по фотографии, по прозвищу. Интересно то, что часть респондентов указали его в числе прочих маньяков, известных им, а значит, некоторые люди могли не узнать Банди ни по фотографии, ни по прозвищу, им знаком этот маньяк лишь по настоящему имени. Показателем эффективности имиджа, как мы неоднократно отмечали, является узнаваемость или популярность. Данной категорией перечисленные личности, безусловно, обладают. Сказать, как долго они будут известными невозможно - до тех пор, пока люди к ним будут проявлять интерес, их имена будут на слуху. Вместе с этим, на фоне их медийности возникают различные риски, о которых мы говорили ранее. Это обстоятельство только подчеркивает актуальность нашего исследования, его теоретическую и практическую значимость.

### Источники и литература

- 1) Вронский П. «Почему в 80-х годах в мире было так много серийных убийц?» / П. Вронский // Postimees. – URL: <https://rus.postimees.ee/6492217/pochemu-v-80-h-goda-h-v-mire-bylo-tak-mnogo-seriynyh-ubiyc> (дата обращения: 09.09.2020).
- 2) Сухагузов М. «10 самых известных серийных убийц: на экране и в жизни» / М. Сухагузов // АфишаDaily. – URL: <https://daily.afisha.ru/cinema/2015-10-samyh-izvestnyh-seriynyh-ubiyc-na-ekrane-i-v-zhizni/> (дата обращения: 18.09.2020).
- 3) Медведцева И. «Формирование имиджа. От внутреннего к внешнему» / И. Медведцева // Институт Коучинга. – URL: <https://coachinstitute.ru/mediateka/pro-kouching/formirovanie-imidzha-ot-vnutrennego-k-vneshnemu.html> (дата обращения: 11.10.2020).
- 4) Дуглас Дж. Охотник за разумом: Особый отдел ФБР по расследованию серийных убийств / Дж. Дуглас, М. Олшейкер. – Москва : РИПОЛ классик, 2019.
- 5) Беседы с убийцей: Записи Теда Банди (мини-сериал 2019) : [документальный телесериал] / режиссер Джо Берлингер ; композитор Джастин Мелланд // Кинопоиск : онлайн-кинотеатр. – URL: <https://www.kinopoisk.ru/series/1221340/> (дата обращения: 14.06.2020).