

МАРКЕРЫ ВЫЯВЛЕНИЯ «ГРУППЫ РИСКА» В ПОДРОСТКОВОЙ И МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ

**Информационно-аналитический материал для
специалистов сферы молодежной политики**

КАЗАНЬ, 2024

Авторы - составители:

Г.А. Шарипова, кандидат философских наук, директор ГБУ РЦ «Навигатор».

В.И. Атагунов, кандидат психологических наук, заместитель директора ГБУ РЦ «Навигатор».

Д.В. Иванов, кандидат педагогических наук, заведующий отделом сопровождения психологической деятельности ГБУ РЦ «Навигатор».

А.В. Анисимова, заведующий отделом психологической помощи ГБУ РЦ «Навигатор».

А.Д. Ибрагимова – педагог-психолог ГБУ РЦ «Навигатор».

Маркеры выявления «группы риска» в подростковой и молодежной среде: Информационно-аналитический материал для специалистов сферы молодежной политики/ Д.В. Иванов [и др.]. - Казань: ГБУ РЦ «Навигатор» 2024. - 22 с.

Печатается по рекомендации Учебно-методического совета ГБУ Республиканский центр молодежных, инновационных и профилактических программ «Навигатор».

В информационно-аналитическом материале представлены содержательные аспекты организации выявления групп социального риска в подростковой и молодежной среде.

Методические рекомендации адресованы специалистам, работающим с молодежью, педагогическим работникам и другим субъектам профилактики, взаимодействующим с подростками и молодежью группы «социального риска».

© ГБУ «Республиканский центр молодежных, инновационных и профилактических программ «Навигатор»

ОГЛАВЛЕНИЕ

1.	Что важно знать о проблеме?.....	2
2.	Маркеры увлечения суицидальными практиками.....	5
3.	Маркеры увлечения субкультурой «колумбайн» (скулшутинг).....	7
4.	Вербальные обозначения в речи «скулшутера».....	9
5.	Маркеры увлечения ультраправой идеологией.....	11
6.	Вербальные обозначения в речи ультранационалиста.....	12
7.	Маркеры увлечения идеологией радикальных религиозных организаций.....	13
8.	Маркеры увлечения субкультурой «АУЕ».....	14
9.	Алгоритмы действий специалистов при обнаружении маркеров, определяющих принадлежность к «группе риска».....	17
10.	Контакты для получения методической и ресурсной помощи.....	19
11.	Примечание.....	21

ЧТО ВАЖНО ЗНАТЬ О ПРОБЛЕМЕ?

ДЕСТРУКТИВНОЕ ПОВЕДЕНИЕ — это разрушительное поведение, отклоняющееся от медицинских и психологических норм, приводящее к нарушению качества жизни человека и его окружения.

Чаще всего такое поведение характерно для подростков, которые в силу своего переходного возраста, влияния улицы, отсутствия достаточного внимания взрослых, подмены настоящих ценностей, приоритетов и ряда других причин поддаются такому поведению.

ДЕСТРУКТИВНОЕ ПОВЕДЕНИЕ ПРОЯВЛЯЕТСЯ В:

- нежелании соблюдать социальные нормы;
- плохой успеваемости;
- актах жестокости по отношению к людям и животным;
- отсутствии эмпатии (возможности откликаться на чувства и переживания другого);
- неспособности адекватно выражать свои чувства;
- агрессивности;
- употреблении ПАВ;
- суицидальных попытках;
- ранних, незащищенных половых связях;
- неспособности справляться со стрессом;
- проблемах во взаимоотношениях с другими людьми, низкая самооценка;
- проблемах в психическом здоровье.

ЧТО ВАЖНО ЗНАТЬ О ПРОБЛЕМЕ?

Подростки и молодежь «группы риска» – мишень воздействия деструктивных идеологий

Особенно опасно воздействие антисоциальных ценностей и идей для учащихся «группы риска». Учащиеся «группы риска» – ученики школ, а также студенты средних и высших учебных заведений, обладающие психофизиологической и социальной предрасположенностью к влиянию на них негативных факторов окружающей среды, приводящих к дезадаптации личности. Таких учащихся легко вовлечь в преступную деятельность или убедить в бессмысленности собственной жизни.

Учащихся, подверженных деструктивному влиянию, можно определить с помощью особых наглядно наблюдаемых маркеров

Однако мировоззрение учащихся выстраивается под влиянием множества факторов, одним из которых являются тренды массовой культуры и идеология преобладающих в молодежном сообществе субкультур.

Данные социокультурные факторы нередко способствуют творческому развитию и самовыражению личности учащихся. Однако существуют молодежные сообщества и тенденции поп-культуры, идеологическая составляющая которых противоречит социальным и правовым нормам и является деструктивной для личности и психологического благополучия детей и молодежи.

Опасные последствия негативных изменений личности учащихся можно предотвратить

Систематическое наблюдение за поведением, внешним видом и изменениями Интернет-профилей учащихся позволяет своевременно выявить лиц, находящихся в «группе риска», для дальнейшей профилактической и коррекционной работы специалистов разной направленности с учащимися. Данные меры позволят предвосхитить и не допустить распространение потенциальных угроз жизни и здоровью ученика (реализации суицидальных идей), и окружающих людей (случаи школьного шутинга, буллинга и др.).

Маркеры рассматриваются в системе!

При этом важным остается следующее:

1. Каждый маркер должен быть рассмотрен в совокупности с другими с учетом поведенческого контекста и поведенческой динамики, т.е. усиления проявления тех или иных наглядно наблюдаемых признаков с течением времени.
2. Недопустимо использовать отдельные элементы наглядно наблюдаемых маркеров в качестве стигматизации отдельных учащихся.

МАРКЕРЫ УВЛЕЧЕНИЯ СУИЦИДАЛЬНЫМИ ПРАКТИКАМИ

ВИЗУАЛЬНЫЕ МАРКЕРЫ:

- изменение стиля: преимущественно закрытая одежда (попытка скрыть руки);
- порезы на руках, бедрах, ссадины;
- нехарактерная для ученика неряшливость;

ВИРТУАЛЬНЫЕ МАРКЕРЫ:

- публикация депрессивных статусов;
- подписка на сообщества, содержащие околосуицидальный контент, в том числе контент, романтизирующий смерть, одиночество, депрессию, самоповреждение (от анорексии до селфхарма) и др.

ВЕРБАЛЬНЫЕ МАРКЕРЫ:

- высказывание желания умереть;
- вербальные угрозы совершить самоубийство;
- позитивная оценка суицидальных практик и др.;
- высказывания о несправедливости мира;
- употребление специфического сленга «выпилиться», «обнулиться», «самовыпил» и др.

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ МАРКЕРЫ:

- смена эмоционального поля (жизнерадостный подросток вдруг стал замкнутым);
- повышенная раздражительность и агрессивность, перетекающие во враждебность;
- систематические приступы слез, раздражения;
- повышенная тревожность;
- затяжное депрессивное состояние (потеря прежних смыслов жизни, утрата интересов и способности получать удовольствие);

- неспособность сосредоточиться и совершить волевое усилие;
- чрезмерная самокритичность или постоянное чувство вины).

ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ МАРКЕРЫ:

- закрытость, снижение количества социальных контактов;
- систематические пропуски учебных занятий;
- частые спонтанные уходы из дома;
- потеря интереса к учебе;
- раздача ценных вещей;
- употребление ПАВ;
- снижение аппетита или импульсивное обжорство;
- бессонница или повышенная сонливость в течение последних дней;
- частые жалобы на соматические недомогания;
- рискованное поведение.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ:

- наличие проблем в семье (внутрисемейные конфликты, развод родителей, смерть одного из близких родственников и др.);
- неразделенная любовь (расставание, чувство «отверженности»);
- в прошлом наличие попыток совершения самоубийства (суициды близких людей);
- наличие кумира, совершившего самоубийство (Курт Кобейн, Lil Peep, Честер Беннингтон, Мэрлин Монро и др.);
- неприятие окружением, буллинг, кибербуллинг;
- отсутствие или изоляция от друзей;
- жёсткие требования со стороны родителей.

МАРКЕРЫ УВЛЕЧЕНИЯ СУБКУЛЬТУРОЙ КОЛУМБАЙН

ВИЗУАЛЬНЫЕ МАРКЕРЫ:

- изменение стиля одежды: черный длинный плащ, черные штаны с большим количеством карманов, высокие ботинки;
- одежда с характерной надписью («Ярость», «Ненависть», «Керчь2018», «Естественный отбор», «Columbine 1999», «KMFDM» «Gott», «God» как на русском, так и иностранных языках) и др.;
- маски, полумаски.

ВИРТУАЛЬНЫЕ МАРКЕРЫ:

- подписка на сообщества, романтизирующие субкультуру «колумбайн»;
- публикация визуальных изображений скулшутеров (Эрика Харриса, Дилана Клиболда, Влада Рослякова, Ильназа Галявиева и др.);
- статусы, содержащие цитаты из дневников скулшутеров или оправдывающие насилие (расстрелы, взрывы) в образовательном учреждении.

ВЕРБАЛЬНЫЕ МАРКЕРЫ:

- упоминание имен скулшутеров (Эрик Харрис, Дилан Клиболд, Влад Росляков, Ильназа Галявиева и др.);
- оправдание поступков скулшутеров, высказывания о подготовке к собственному «колумбайну» и др.;
- сочувствие скулшутерам.

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ МАРКЕРЫ:

- смена эмоционального поля (жизнерадостный подросток вдруг стал замкнутым);
- враждебность, агрессивность;
- не имеют достаточно близких отношений с окружающими их людьми (отсутствует «эмоциональная» связь с кем-либо).

ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ МАРКЕРЫ:

- демонстративное поведение с целью произвести впечатление и привлечь внимание;
- систематические пропуски учебных занятий;
- изучение плана образовательной организации;

- употребление ПАВ;
- в быту ведут достаточно закрытый и обособленный образ жизни, не афишируя принадлежность к идеологии, стараясь скрыть от окружающих их людей (родителей, близких родственников, одноклассников) свои проблемы в реальной жизни;
 - игнорирование личных границ окружающих (конфликтность, вспыльчивость);
 - пониженная демонстративность, накопление негативного аффекта в себе;
 - предпочитают играть в компьютерные игры жанров «шутер» и «хоррор»;
 - являются жертвами «травли» («буллинг» англ. «bullying»), то есть агрессивно преследуются одним из членов коллектива, либо частью коллектива;
 - высокий уровень половой недифференцированности в виде гомосексуальных наклонностей, что проявляется в манере общения, поведении, привычке одеваться в стиле «унисекс»;
 - графически отражают свое внутреннее состояние, в частности, рисуют в своих дневниках, учебных тетрадках, постерах, выражая протест окружению в виде сцен насилия, стрельбы, резни, взрывов, расчленений, крови. Помимо этого рисуют формулы взрывчатки, холодное и огнестрельное оружие, названия и тексты песен, содержание которых отражает насилие, цитаты маньяков и серийных убийц;
 - пытаются различными путями получить доступ к оружию.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ:

- проблемы в семье, домашнее насилие;
- отсутствие друзей, непринятие окружением, буллинг, кибербуллинг;
- кумиры среди скулшутеров, интерес к оружию и взрывчатым веществам.

ВЕРБАЛЬНЫЕ МАРКЕРЫ «СКУЛШУТЕРА»

«Колумбайн»

Массовое убийство в школе «Колумбайн», спланированное нападение двух учеников старших классов школы «Колумбайн» округа Джефферсон, штат Колорадо, Эрика Харриса и Дилана Клиболда на остальных учеников и персонал этой школы, совершённое 20 апреля 1999 года с применением стрелкового оружия и самодельных взрывных устройств.

Эрик Харрис и Дилан Клиболд

Два ученика старших классов, которые устроили массовое убийство в школе «Колумбайн».

«NBK»

«Natural Born Killers» – название картины Оливера Стоуна «Прирожденные убийцы» на английском языке.

Аббревиатурой «NBK» Эрик Харрис и Дилан Клиболд называли день нападения на школу.

«ПУ»

Аббревиатура отсылает к фильму «Прирожденные убийцы».

Этой аббревиатурой Эрик Харрис и Дилан Клиболд обозначали предстоящее массовое убийство.

«Водка»

Один из псевдонимов Дилана Клиболда в Интернете.

«Reb»

Сокращённо от «Мятежник» (англ. «Rebel») – один из псевдонимов Эрика Харриса в Интернете.

«Джоки»

Отсылка к сленговому обозначению спортсменов, которым пользовались Эрик Харрис и Дилан Клиболд.

«KMFDM»

Грамматически неверный акроним названия немецкой музыкальной группы «Kein Mehrheit Für Die Mitleid». Тексты некоторых песен «KMFDM» – «Son of a Gun», «Stray Bullet», «Waste» – были размещены на личной странице Эрика Харриса, одного из убийц школьников.

«Natural selection»

В день совершения массового убийства в школе «Колумбайн» на одном из убийц была надета белая футболка с данной надписью черными буквами.

МАРКЕРЫ УВЛЕЧЕНИЯ УЛЬТРАПРАВОЙ ИДЕОЛОГИЕЙ

ВИЗУАЛЬНЫЕ МАРКЕРЫ:

- визуальное отображение на одежде следующей символики: цифры **88** и **18** (88 – НН – это аббревиатура, обозначающая Heil Hitler, а 18 – Adolf Hitler);
- резкое изменение стиля одежды.

ВИРТУАЛЬНЫЕ МАРКЕРЫ:

- публикация статусов, критикующих и оскорбляющих других людей по признаку национальности, религии, социального статуса;
- подписки на сообщества, содержащие упоминания «ультра», «ультраправые», «белая раса» и др., а также контент, содержащий оправдание действий и романтизацию поступков националистов.

ВЕРБАЛЬНЫЕ МАРКЕРЫ:

- высказывание презрения к лицам, принадлежащим к «не-русской» национальности;
- критика дружбы и любых других отношений с представителями «не-русской» национальности;
- унижение, оскорбление других людей по признаку их религии или национальности.

ВЕРБАЛЬНЫЕ МАРКЕРЫ УЛЬТРАНАЦИОНАЛИСТА

«4/20» - Годовщина со дня рождения Адольфа Гитлера, также используется в качестве тату расистов и неонацистов, чтобы подтвердить свою веру в идеалы национал- социализма.

Общей, но совершенно другой смысл для «4 / 20» (или «4:20» или «420») является, как сленговый термин, связанные с курением марихуаны.

«**Зиг хайль!**» - (Нем. Sieg Heil! – «Да здравствует победа!» или «Слава победе!») – «88» – лозунг, употреблявшийся на собраниях и митингах Национал-социалистической Немецкой партии.

А. С. А. В. - (Англ. all cops are bastards) (оскорб.) – «12/13» – «все полицейские – ублюдки».

«**За Русь великую!**» - Лозунг «За Русь великую!!!!» активно используется в различных группах, придерживающихся националистической и национал-социалистической идеологии.

«**18**» - Означает первую и восьмую буквы алфавита = АН = Adolf Hitler. Число можно видеть, например, в названии английской неонацистской группы «Комбат 18» (Combat 18).

«**88**» - Числовой акроним клича «Heil Hitler!».

«**8**» - Позиция буквы «Н» в латинском алфавите.

«**14**» - Код известных «14 слов» американского неонациста Дэвида Лейна («Мы должны оберегать существование нашего народа и будущее для наших белых детей» – «We must secure the existence of our people and the future for our white children»). «14 слов» – одна из основных фраз сегодняшней неонацистской идеологии. Часто комбинируется с «88», например «14/88».

«**14/88**» - Кодовая фраза и надпись на заборах – плод воображения американского националиста Дэвида Лэйна. Цифра «14» совпадает с количеством слов в его лозунге о сохранении белого народа, а «88» связана с приветствием «Heil Hitler!» (буква «Н» стоит в латинском алфавите восьмой).

МАРКЕРЫ УВЛЕЧЕНИЯ ИДЕОЛОГИЕЙ РАДИКАЛЬНЫХ РЕЛИГИОЗНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

ВИЗУАЛЬНЫЕ МАРКЕРЫ:

- для девушек резкое изменение стиля одежды: «покрытие» головы – ношение «хиджаба».

ВИРТУАЛЬНЫЕ МАРКЕРЫ

- публикация статусов религиозного содержания (символика, религиозные цитаты и др.).

ВЕРБАЛЬНЫЕ МАРКЕРЫ:

- деление людей на «истинных» и «неверных»;
- упоминание в разговоре религиозных догматов, эсхатологические высказывания (ожидание конца света);
- цитирование духовных учителей, гуру, проповедников, озвучивание планов уехать из страны.

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ МАРКЕРЫ

- смена эмоционального поля (жизнерадостный подросток вдруг стал замкнутым).

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ:

- непризнание органов государственных власти, традиционных религиозных институтов, государственных праздников;
- внезапное обостренное внимание к международной обстановке, особенно к ситуации в арабских странах, на Ближнем Востоке;
- наличие в окружении людей, осужденных по экстремистским статьям.

МАРКЕРЫ УВЛЕЧЕНИЯ СУБКУЛЬТУРОЙ «АУЕ»

ВИЗУАЛЬНЫЕ МАРКЕРЫ:

- Отказ носить обязательную униформу в школах, одежда спортивного стиля.
- Короткая стрижка, бритье головы налысо.
- Татуировки как у лиц, находящихся в местах лишения свободы (роза ветров, купола, кресты и т.д.).
- Шрамы, ссадины, разбитые костяшки кулаков.
- Характерная атрибутика: ножи, кастеты, четки, заточки.

ВИРТУАЛЬНЫЕ МАРКЕРЫ:

- Картинки и фото «арестантской» звезды.
- Видеозаписи драк.
- Негативные высказывания в отношении правоохранительных органов, отдельных социальных групп населения в сети Интернет.
- Поддержка идей физического насилия.
- Пропаганда «воровского кодекса».
- Пропаганда кумиров (воровских авторитетов, воров в законе, известных бойцов без правил).

ВЕРБАЛЬНЫЕ МАРКЕРЫ:

- Использование тюремного сленга, «жизнь по понятиям», «АУЕ (арестантский уклад един)».
- Использование «кличек», «погонял».
- Негативные высказывания в отношении правоохранительных органов, отдельных социальных групп населения.

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ МАРКЕРЫ:

- Инфантилизм, социально-правовой негативизм.
- Повышенная агрессивность.
- Конфликты со сверстниками, педагогами, близкими.
- Повышенная агрессивность, враждебность.

ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ МАРКЕРЫ:

- Сбор денежных средств с одноклассников, одноклассников под различными предложениями.
- Отрицательное отношение к труду и власти.
- Изготовление и распространение материалов, пропагандирующих воровскую идеологию.
- Распространение изображений, аббревиатур и лозунгов, характерных для лиц в местах лишения свободы (роза ветров, купола, кресты и т.д.).
- Участие в совершении преступлений, массовых беспорядках, актах вандализма, нападении на прохожих.
- Появление денежных материальных средств неизвестного происхождения, и наоборот, просьбы займа у близких и знакомых.
- Употребление алкоголя, табака, легких наркотиков.
- Снижение дисциплины, прогулы учебных занятий.
- Внезапный интерес к боевым видам спорта, не свойственный ранее.
- Использование для общения конспиративной связи, левых sim-карт, закрытых групп в социальных сетях, анонимайзеров.

ЧТО ДЕЛАТЬ, ЕСЛИ УЧАЩИЙСЯ ПОТЕНЦИАЛЬНО НАХОДИТСЯ В «ГРУППЕ РИСКА»?

Привлечь к оценке поведения и эмоционального состояния учащегося других компетентных сотрудников учебного заведения – психолога, социального педагога, руководителя отдела воспитательной работы для подтверждения наличия маркеров выявления учащихся «группы риска».

При необходимости обратиться за консультационной помощью к специалистам в сфере медиа-безопасности (по указанным контактными данным).

Наблюдать за жизнедеятельностью учащегося и его активностью в социальных сетях – при изменении данных аккаунта (смена аватара, статуса, удаление друзей и постов, удаление страницы) необходимо сделать скриншот (снимок) веб-страницы.

ПРИ ВЫЯВЛЕНИИ УГРОЗЫ СУИЦИДАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ

1. Консультация и проведение диагностики ребенка с психологом.
2. В случае подтверждения риска суицидального поведения, необходимо оповестить родителей и направить рекомендацию о получении профильной медико-психологической помощи за пределами школы.
3. В случае отказа родителей от получения профильной медико-психологической помощи за пределами школы, информировать КДНиЗП, органы опеки о потенциальной угрозе жизни несовершеннолетнего.
4. Провести профилактику суицидального поведения обучающегося с отслеживанием динамики результатов проделанной работы.

АЛГОРИТМЫ ДЕЙСТВИЙ СПЕЦИАЛИСТОВ ПРИ ОБНАРУЖЕНИИ МАРКЕРОВ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИХ ПРИНАДЛЕЖНОСТЬ К «ГРУППЕ РИСКА»

- ✓ сохранять спокойствие и предлагать поддержку;
- ✓ не осуждать, не конфронтировать;
- ✓ поощрять полную откровенность;
- ✓ обращаться к другим людям за помощью в оценке потенциала индивидуума причинить себе вред;
- ✓ определять, справляется ли индивидуум со своими чувствами, не оказывают ли они влияние на его повседневные занятия;
- ✓ выявлять и актуализировать антисуицидальные факторы;
- ✓ если симптомы сохраняются, в особенности если они угрожают здоровью или мешают повседневной жизни индивидуума, важно донести до родителя или до самого индивидуума необходимость консультации психиатра.

ПРИ ВЫЯВЛЕНИИ УГРОЗЫ ПРОТИВОПРАВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОПАСНОЙ ДЛЯ ЖИЗНИ И ЗДОРОВЬЯ УЧАЩЕГОСЯ И ДРУГИХ ЛЮДЕЙ

1. Поставить в известность руководство образовательной организации и совместно обратиться в правоохранительные органы.
2. Информировать родителей или иных законных представителей о подготовке учащегося к противоправной деятельности.
3. Обратиться за консультационной помощью к специалистам (по указанным контактными данным).
4. Организовать межведомственное взаимодействие в формате супервизии для разработки рекомендаций по последующему психологическому сопровождению молодого человека.
5. Направить учащегося к психиатру, врачу-психотерапевту, в центры психолого-педагогической помощи.

ПРОФИЛАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА СПЕЦИАЛИСТОВ ПО РАБОТЕ С МОЛОДЕЖЬЮ

1. Поддерживать эмоциональный контакт с молодежью (индивидуальные беседы, внеклассные мероприятия).
2. Выявлять и пресекать буллинг, кибербуллинг, внимательно относиться к тем, кто отвержен.
3. Выделять и поддерживать ценности сотрудничества с группой сверстников.
4. Решение конфликтов.
5. Тренинги работы с гневом.

ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ФИЛЬМЫ, РЕКОМЕНДУЕМЫЕ К ПРОСМОТРУ ДЛЯ ПРОФИЛАКТИКИ ДЕСТРУКТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ МОЛОДЕЖИ

- Худ. фильм «Шёпот сердца», реж. Х. Миядзаки, 1995г.
- Худ. фильм «Форрест Гамп», реж. Роберт Земекис, 1994 г.
- Худ. фильм «Я не вернусь», реж. Ильмар Рааг, 2014г.
- Худ. фильм «Альпийская сказка Хайди», реж. Пол Маркус, 2005г.
- Худ. фильм «Щенок», реж. М. Евстафьева, 2009г.
- Худ. фильм «Полианна», реж. Сара Хардинг, 2003г.
- Худ. фильм «Звёздочки на земле», реж. Аамир Кхан, Амол Гуптэ, 2007г.
- Худ. фильм «Дорога домой», реж. Ли Юнхан.
- Короткометражный фильм «Проверка», реж. Гала Суханова, 2014г.
- Короткометражный фильм «Выбор», реж. А. Галеев, 2014г.
- Мультфильм «На чёрный день», реж. Михаил Каменецкий, 1991г.
- Мультфильм «Ёжик должен быть колючим», реж. Михаил Каменецкий, 1990г.
- Мультфильм «Хранитель снов», Питер Рамси, 2012г.
- Худ. фильм «Чучело», реж. Ролан Быков, 1983г.
- Худ. фильм «Чудо», реж. Стивен Чбоски, 2017г.
- Худ. фильм «Слово пацана», реж. Жора Крыжовников, 2023г.

КОНТАКТЫ ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ МЕТОДИЧЕСКОЙ И РЕСУРСНОЙ ПОМОЩИ

- **8 (800) 2000-122** (круглосуточно, бесплатно) - общероссийский телефон доверия для детей и родителей
- **8 (800) 555-22-20** (круглосуточно, бесплатно) - молодежный телефон доверия
- **<https://help-online-rt.ru/>** - психологическая поддержка молодежи (бесплатные онлайн-консультации)
- **8(843) 277-00-00** (круглосуточно, бесплатно) - муниципальный телефон доверия г. Казани
- **8(8552) 52-96-96** (круглосуточно, бесплатно) - городская русская линия телефона доверия г. Набережные Челны
- **8(8552) 52-55-52** (круглосуточно, бесплатно) - городская татарская линия телефона доверия г. Набережные Челны
- **8 (8555) 36-65-55** (круглосуточно, бесплатно) - муниципальная линия телефона доверия г. Нижнекамск
- **8 (843) 424-04-06** (с 8:00 до 17:00 пн-пт, бесплатно) - муниципальная линия телефона доверия г. Чистополь
- **8 (855) 332-89-60** (с 8:00 до 17:00 пн-пт, бесплатно) - муниципальная линия телефона доверия г. Альметьевск

Центры психолого-педагогической помощи детям и молодежи по Республике Татарстан:

- **«Доверие», г.Казань**, для записи на приём: +7 (843) 598-33-73, https://vk.com/doverie_kzn
- **«Диалог», г.Набережные Челны**, для записи на приём: +7 (855) 251-57-90, https://vk.com/cppp_dialog

- **«Логос», г.Лениногорск**, для записи на приём: +7 (855) 952-17-98, https://vk.com/logos_leninogorsk
- **«Нур», г.Альметьевск**, для записи на приём: +7 (950) 311-46-45, https://vk.com/nur_almet
- **«Эйдос», г.Нижнекамск**, для записи на приём: +7 (855) 542-69-23, <https://vk.com/club133742006>
- **«Статус», г.Чистополь**, для записи на приём: +7 (843) 424-16-06, <https://vk.com/club82495624>
- **«Точка баланса», г.Бугульма**, для записи на приём: +7 (917) 899-97-23, https://vk.com/tsentr_tochka_balansa
- **Центр психолого-педагогической помощи, г.Зеленодольск**, для записи на прием: + 7 (905) 024-84-25, <https://vk.com/club228365443>

ПРИМЕЧАНИЕ

Данный информационно-методический материал «Маркеры выявления «группы риска» в подростковой и молодежной среде» подготовлен с учетом региональных особенностей Республики Татарстан для специалистов сферы государственной молодежной политики на основе методического пособия для педагогов Центра мониторинга социальных сетей ГБУ ДПО «Челябинский институт развития профессионального образования» «Система маркеров определения учащихся «группы риска»[1], а также на основе информации о внешних проявлениях приверженцев террористического движения «Колумбайн» от МВД по Республике Татарстан [2].

1. Методическое пособие для педагогов. Мониторинг. Образование. Безопасность. Система маркеров определения учащихся «группы риска» / Центр мониторинга социальных сетей ГБУ ДПО «Челябинский институт развития профессионального образования». — Режим доступа: <https://chirpo.ru/monitoring-social> (дата обращения: 30.09.2024).

2. Сведения Министерства внутренних дел по Республике Татарстан о внешних проявлениях приверженцев террористического движения «Колумбайн» (дата обращения: 12.11.2024).

Мы в социальных сетях



<https://vk.com/rcmipp>

Мы в интернете



<https://rcmipp.tatarstan.ru/>