



## СЛОВО МОЛОДЫМ СОЦИОЛОГАМ

УДК 316.28, 316,624

### САМОУБИЙСТВО В РАМКАХ СОВРЕМЕННЫХ ТЕОРИЙ И КОНЦЕПЦИЙ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Р. И. Жидков

Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского  
E-mail: romancroft@mail.ru

В статье представлен анализ теорий и концепций как зарубежных, так и отечественных авторов, изучающих социальные аспекты средств массовой информации. Отмечается значение различных научных направлений, в которых существуют свои собственные трактовки и представления. Все представленные теории так или иначе раскрывают социальную природу данного средства коммуникации. Целью данной статьи является раскрытие теоретических основ изучения СМИ как социального явления, а также понятия самоубийства в рамках теоретико-методологических основ изучения средств массовой информации.

**Ключевые слова:** самоубийство, суицид, средства массовой информации (СМИ), теории, концепции, социальный институт, конструктивизм, информация, коммуникация.

#### The Phenomenon of Suicide in the Study of Contemporary Theories and Concepts of Media

R. I. Zhydkov

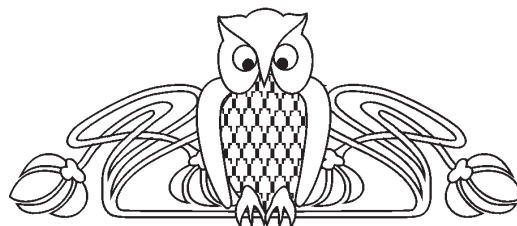
The article presents the analysis of theories and hypotheses of foreign as well as Russian authors who studied social aspects of the media. The value of various scientific schools which developed their own interpretations and ideas is noted, however all the analyzed theories reveal the social character of this means of communication. The aim of the research is to explain the theoretical foundation to study the media as a social phenomenon as well as examining the notion of a suicide in the perspective of the media theory.

**Key words:** felo-de-se, suicide, mass media, theories, hypotheses, social institute, constructivism, information, communication.

DOI: 10.18500/1818-9601-2016-16-3-297-304

Ежедневно в мире происходит огромное количество событий и явлений, за которыми человек просто не успевает следить. И тут ему на помощь приходит один из институтов современного общества – средства массовой информации. Но в чем же состоит особенность данного института? И какова его роль в современном обществе?

Для начала нужно дать определение термину «информация», так как оно напрямую связано с данным понятием. Информация (по ГОСТ 7.099) – это сведения, воспринимаемые человеком и (или) специальными устройствами, как



отражение фактов материального или духовного мира в процессе коммуникации<sup>1</sup>.

Таким образом, СМИ относятся именно к техническим средствам получения информации. Но что связывает их с ней? Данную связь поддерживает коммуникация. Коммуникация – это специфический вид деятельности, содержанием которого является обмен социальной информацией между людьми<sup>2</sup>. Особо стоит отметить, что коммуникация подразумевает именно социальный аспект, так как «носит в себе» процесс взаимодействия различных социальных групп и слоев и получения ими социально значимой информации. Впервые понятие «коммуникация» в современном его значении употребил Ч. Кули в 1909 г. Он использовал его как средство организации общения через газеты, почту, железные дороги и образование<sup>3</sup>. При этом стоит подчеркнуть, что уже в данном определении можно проследить черты «массовости» и «социальности», а именно того, что на сегодняшний день влияет на человека.

Перейдем к определению термина «СМИ». Средства массовой информации – это каналы, способы передачи, материальные носители для фиксации, хранения и распространения информации для массовой аудитории<sup>4</sup>. Является синонимом слова масс-медиа.

По мнению английского социолога Т. Беннета, медиа-пресса, радио, ТВ и Интернет объединяются под названием масс-медиа. Однако, с научной точки зрения, использование этого термина происходит в силу привычки<sup>5</sup>. Поэтому в нашем исследовании эти два термина будут означать одно и то же, употребляться в разной зависимости.

Медиа – это понятие, которое впервые начало использоваться в XVI в., где стало применяться к исторически первому СМИ – газете. Но уже с середины XVIII в. начинает использоваться в современном значении, как распространение сообщений с помощью особых технических средств связи<sup>6</sup>. Но стоит отметить, что СМИ являются не только частью массовой коммуникации, но и отличаются от прочих институционализацией, т. е. наличием постоянного специального аппарата для сбора, отбора и подготовки к распространению информации. Во всех данных определени-



ях и понятиях присутствует аспект социальной принадлежности масс-медиа к обществу как одного из его институтов.

Поэтому уже в 1947–1948 гг., имея большой теоретический и эмпирический материал по воздействию средств массовой информации, американский социолог Г. Лассуэл предложил структурную модель СМИ. Первый блок – это сами средства массовой информации – пресса, радио, ТВ, Интернет; второй – это передаваемая СМИ информация; третий блок – технические средства масс-медиа; четвертый – аудитория и последний, пятый – эффект от получения информации<sup>7</sup>.

Таким образом, согласно данной модели, масс-медиа – это организационно технические комплексы, позволяющие осуществлять быструю передачу, массовое тиражирование больших объемов словесной и образной информации.

Но кто же является субъектом и объектом воздействия масс-медиа? Объектом средств массовой информации выступают социальные группы, индивиды и все общество в целом, которые занимаются трансляцией духовных ценностей и норм, а также процессом социализации<sup>8</sup>. Субъектом масс-медиа выступают сами средства передачи информации – ТВ, Интернет, пресса, радио, которые реализуют самостоятельно разработанные программы и ценностные установки.

Стоит отметить, что структура современных масс-медиа представлена следующим образом: пресса – массовые периодические печатные издания. К ним относятся газеты, журналы, ежедневники, альманахи, книги. Они выполняют функцию социальной идентификации, помогая гражданам осознавать свою принадлежность к определенной социальной группе или же к обществу в целом<sup>9</sup>.

За ним следует второй блок – это аудиовизуальные СМИ. К данному виду относятся радио, ТВ, Интернет. Уникальность радио состоит в его общедоступности, и оно служит одним из средств социального контроля. Телевидение, в отличие от радио, обеспечивает более широкие коммуникационные возможности, создавая эффект присутствия.

И последний блок современных масс-медиа – это информационные службы: агентства, рекламные бюро<sup>10</sup>. Именно в данных учреждениях создается вся информация в СМИ.

Хочется также отметить, что в данном исследовании анализ будет проводиться по первым двум видам масс-медиа.

Но для начала нужно разобраться в том, что представляют собой СМИ и какие функции они выполняют в обществе. Для этого рассмотрим масс-медиа в качестве социального института. Чтобы объяснить, почему был выбран именно такой критерий, опишем тот факт, что средства массовой информации в настоящее время выступают информационным аналогом общества.

И если учесть, что в XVIII–XIX вв., в период первых СМИ, мир был относительно «невелик» (имеется в виду не территориальный признак, а уровень глобализации) и события в одной точке земного шара не оказывали значительного влияния на другие, то уже в начале XX в. ситуация кардинально меняется<sup>11</sup>. Имеется в виду, что любое событие может быть важным и при этом может нести в себе различные трактовки одного и того же события. Поэтому СМИ представляют собой относительно «молодой» социальный институт, основная функция которого заключается в производстве и распространении информации.

Для начала дадим определение термину «институт» (с социологической точки зрения). Институт – это сложная, исторически устойчивая модель поведения, регулируемая определенной нормативной системой и обеспечивающая воспроизводство социальных связей и отношений<sup>12</sup>. И сразу же перейдем к определению следующего термина. Социальный институт – это относительно стабильная форма организации социальной жизни, обеспечивающая устойчивость связей и отношений в рамках одного общества<sup>13</sup>. Но из данного определения еще не следует, что СМИ являются социальным институтом, хотя несут в себе его определенные черты.

Во-первых, средства массовой информации представляют собой институционально-организационное единство, совмещающее характеристики института и его организационное оформление. «На службе» у масс-медиа находятся различные агентства, газеты, журналы, каналы – и в каждом из данных подразделений присутствует значительный штат обслуживающего персонала.

Во-вторых, СМИ выполняют особую функцию – создание информационного аналога общества путем конструирования определенной картины мира, а также освещение деятельности других социальных институтов.

И в-третьих, масс-медиа выступают «рупором» общественного мнения, а именно воздействуют на большие социальные группы<sup>14</sup>.

От вопроса социального института перейдем к рассмотрению основных функций СМИ в обществе. Сразу хотелось бы отметить, что в изученной литературе было представлено огромное количество функций и их разновидностей, мы выбрали несколько видов функций у разных авторов, которые представили их в более развернутом виде.

Отечественный исследователь масс-медиа А. Черных раскрывает основную типологию функций в СМИ. Первая функция, которая она выделила, – информационная: информирование граждан о событиях и процессах, происходящих в обществе. Вторая функция – корреляционная, суть которой заключается в объяснении, интерпретации и комментировании смысла событий, а также осуществление социального контроля.



Следующая функция – преемственности. Через нее происходит выражение ценностей доминирующей культуры. И последняя функция – развлекательная. Она осуществляется через развлечение, отвлечение и снятие социальной напряженности<sup>15</sup>.

Однако сразу же хотелось бы отметить, что именно развлекательная функция СМИ стала одной из важнейших в условиях современного общества. При этом можно указать на тот факт, что еще американские социологи и исследователи Р. Мертон и П. Лазерфельд утверждали, что способность масс-медиа отвлекать людей от активного социального действия, канализируя их энергию и действия в сферу развлечения, позволили им сделать вывод о том, что СМИ, таким образом, могут быть причислены к «социальным наркотикам»<sup>16</sup>.

Из всего вышеописанного можно сделать вывод, что данные функции являются главными для определения масс-медиа, и другие функции будут добавлять и конкретизировать их смысл и значение.

Российский исследователь И. Д. Фомичёва выделяет похожие функции, но при этом указывает на их социальную составляющую. Она выделяет коммуникативную функцию масс-медиа, содержание которой заключается в охвате распродоточенных людей и общностей для общения, обмена и получения информации с целью организованного социального общения<sup>17</sup>. Стоит сразу отметить, что одно из важнейших условий выполнения данной функции – это доступ к коммуникации. Сюда относится как получение, так и распространение информации.

Следующая функция – информационная. Ее основное содержание заключается в производстве и распространении информации на массовую аудиторию, с учетом социальных характеристик, для обеспечения совместного взаимодействия людей.

Функция социализации выполняет интегрирующее значение. Она «соединяет» индивида с предыдущими поколениями<sup>18</sup>. Но при этом стоит указать, что другой российский исследователь коммуникации, В. В. Касьянов, говорит, что СМИ на сегодняшний день являются наиболее значимыми агентами социализации<sup>19</sup>.

При этом масс-медиа могут служить и механизмом опережающей социализации, формируя заранее у индивидов различные представления о ценностях и нормах. Чтобы подтвердить данный факт, приведем пример. В изучении роли СМИ, проведенном американским исследователем Н. Постманом, говорится о смещении временных границ под воздействием средств массовой информации – дети, опережая свой возраст, становятся взрослыми, а при этом со взрослыми происходит другая трансформация – они становятся похожими на детей. На это указывает тот факт, что при исследовании рейтингов телепере-

дач было выявлено, что агрессия и насилие наиболее привлекательны для большей части аудитории, в том числе и детей<sup>20</sup>.

Таким образом, процесс социализации через СМИ носит двоякий характер: с одной стороны, он помогает индивидам «войти» в окружающую их социальную действительность; с другой стороны, может происходить в не совсем благоприятных социальных условиях.

И последней является функция форума или канала социального участия, суть которой заключается не только в возможности информировать людей, но и связывать их между собой, создавая новые сообщества и представляя собой «площадки» для обмена информацией<sup>21</sup>.

Таким образом, подводя итог, можно сказать, что средства массовой информации на современном этапе своего развития превратились в один из многих социальных институтов, который выполняет назначенные ему обществом функции и обязанности, при этом контролируя и освещая деятельность других социальных институтов.

От анализа функций и структуры СМИ как социального института перейдем к основным теориям масс-медиа. Сразу хочется отметить, что представить в самом общем виде наиболее значительные теории масс-медиа сложно из-за того, что размах и значение функций СМИ очень большой. И многие из нижеприведенных теорий еще не завершены.

Согласно классификации профессора школы коммуникационных технологий Маккуэйла, можно выделить четыре типа теорий, имеющих отношение к масс-медиа.

Первый тип – это нормативные теории. Они описывают то, как медиа должны вести себя в обществе, какие должны соблюдать нормы и ценности. Стоит отметить, что данные теории очень важны, так как именно через них аудитория оказывает влияние на СМИ. Второй вид – это общественно-научные теории. Они объясняют природу, функционирование масс-медиа на основании наблюдения. Следующий вид теорий – функциональные. Они описывают смысл деятельности масс-медиа, а также показывают, как последние добиваются конкретных целей и задач. И последний тип – это теории «здорового смысла». Описывают то, что знания и идеи, которые есть у каждого индивида, характеризуют его как члена определенного сегмента аудитории<sup>22</sup>.

Таким образом, данные теории описывают структуру взаимодействия СМИ с обществом и с конкретным индивидом. Однако стоит отметить, что не одна медиа-система не руководствуется только одной теорией СМИ; в большинстве систем взаимодействуют разные элементы из разных теорий. Поэтому в данной работе мы будем анализировать только те теории, которые имеют непосредственное или косвенное отношение к главной проблеме исследования – проблеме самоубийства в средствах массовой информации.



При анализе различных теорий выделялась одна, с помощью которой в большей степени можно объяснить отсутствие у основной части населения интереса к проблеме самоубийства. Эта теория носит название «усталость сострадать». Данную теорию выдвинули американские социологи К. Киник, Д. Крегмон и Г. Камерон. По их мнению, она выступает неотъемлемым спутником современных масс-медиа, являясь побочным результатом новостной информации. Сегодня эта теория подходит для описания такого социального явления, как охлаждение интереса общественности к социальным проблемам. Одна из причин – это безжалостное освещение средствами массовой информации человеческих трагедий<sup>23</sup>. Но чтобы понять всю сущность данной теории, обратимся к истории ее возникновения.

Еще в середине прошлого века американские социологи и исследователи П. Лазарфельд и Р. Мертон выделили «наркотизирующую» дисфункцию СМИ, понимая под ней потерю чувствительности к неблагоприятным социальным проблемам общества<sup>24</sup>. Поэтому, по их мнению, проблема «усталости сострадать» является неотъемлемой частью СМИ.

Но впервые данное определение было использовано в исследовании опустошенности, испытываемой на работе людьми, которые профессионально оказывают помощь другим (к данной категории относятся такие профессии, как врачи, полицейские, пожарные, социальные работники и др.).

Сегодня термин «усталость сострадать» используется для обозначения более широкого социального явления, а именно снижения общественного интереса к социальным проблемам. Данную тенденцию можно объяснить тем, что возрастает «усталость» общества от безжалостного освещения масс-медиа людских трагедий. Именно этой теорией можно объяснить, почему общество так слабо реагирует на события, связанные с самоубийством, и то, почему не хотят обращать внимание на данные проблемы. Объяснить эту ситуацию можно тем, что соприкосновение, посредством СМИ, с человеческими страданиями, описание или показ самоубийства больше не вызывает ответных чувств, поскольку сообщения данного характера, а в большей степени и сообщения о фактах насилия, о преступлениях притупляют у населения чувства и приводят к возникновению вокруг себя «стены социального равнодушия».

Американские социологи, которые впервые выдвинули данную теорию, обнаружили, что существует некий психологический барьер, переступая за который, дополнительные сообщения не приносят желаемого результата и не находят отклика у людей<sup>25</sup>. Таким образом, можно сделать вывод, что у людей, узнающих каждый день о событиях, связанных с самоубийством, в определенный момент срабатывает «психологи-

ческий барьер», после которого они уже не воспринимают данную проблему и относятся к ней равнодушно. Однако стоит заметить, что во многих средствах масс-медиа (радио, ТВ, Интернет, газеты) можно найти достаточно малую часть заметок, репортажей, связанных с самоубийством. Логично сделать вывод о том, что данная проблема должна вызывать общественный интерес в силу того, что в средствах массовой информации она употребляется не так часто, как другие, и носит резонансный характер. Однако это не так. Это можно объяснить тем, что в нашей стране самоубийство и все, что с ним связано, относится скорее не к социальной проблеме, а к чему-то более личному. И суицид в нашей стране связан с насилием. Многие, не выясняя полностью истинных мотивов подобного поступка, причисляют его сразу к чему-то «плохому», к тому, от чего нужно избавиться. Но это только одно объяснение причин равнодушия населения к проблеме самоубийства. Вторую причину можно объяснить тем, что в большинстве источников масс-медиа не содержится специальных рубрик, посвященных именно данной проблеме. Поэтому синдром плохих новостей, в том числе и о самоубийстве, показываемых средствами массовой информации, представляют проблемы, но не их решения, вызывая при этом у людей чувства бессилия.

Таким образом, анализируя данную теорию, можно сделать вывод о том, что присутствие в СМИ информации о насилии (зачастую вымышленной) у населения притупляет чувства к реальному насилию. Именно поэтому индивиды становятся безучастными и безразличными к бесконечной череде людских трагедий. Такие сообщения будут отчуждать общественность, при этом заставляя ее отворачиваться от социальных проблем.

Теперь перейдем к теориям, в большей степени затрагивающим социальные проблемы общества, к которым также относится и самоубийство. Данные теории позволяют проанализировать степень разработанности и влияния той или иной социальной проблемы на общество. Одна из таких теорий – это «Теория публичных арен». Ее авторы – исследователи в области масс-медиа С. Хилгартен и Ч. Боска<sup>26</sup>. Стоит отметить, что эта теория одна из наиболее влиятельных теорий конструкционизма. Основная ее идея заключается в конкуренции между социальными проблемами за право обладания ресурсами СМИ. Ученые в ходе своих исследований задавались вопросом – почему одни проблемы требуют вмешательства и признаются опасными, а другие, наоборот, менее опасные или вообще не являются таковыми? Поэтому С. Хилгартен и Ч. Боска выдвинули положения, касающиеся данной теории: во-первых, социальная проблема – это предполагаемая ситуация, на которую наклеивается ярлык, и с этого момента она начина-



ет считаться вредной, опасной или угрожающей. Во-вторых, степень внимания к проблеме является результатом коллективного и общественно-го определения. И в-третьих, особое значение имеет пропускная способность средств массовой информации. Сюда входят ограничители, а именно эфирное время, объем печатных полос<sup>27</sup>. При этом авторы также указывают и на причины отбора, используемые СМИ, – драматичность, новизна проблемы, политические особенности и культурные предпочтения своей аудитории.

Хотелось бы также отметить, что впервые термин «социальная проблема» ввел английский исследователь Д. Миль. Однако он применял данный термин в отношении неравного распределения богатства. Но постепенно в социологии закрепилось представление, что социальные проблемы представляют собой «некие» социальные параметры и условия – опасные, угрожающие и нежелательные.

Стоит также сказать, что американский социолог Г. Блумер считал, что социальные проблемы являются результатом коллективного определения, т. е. пока общество не признает данную социальную проблему, она не существует. Логично сделать вывод о том, что сегодня средства массовой информации стали играть важную роль в определении понятия «социальная проблема». Объяснить это можно тем, что в силу своих социальных установок индивиды фиксируют и констатируют не реальность как таковую, а свое восприятие и понимание социальной реальности.

Средства массовой информации обеспечивают существование реальных и потенциальных проблем. Когда проблема возникает, именно СМИ играют главную роль в придании проблеме статуса значимой. И когда проблема «входит» в общественное сознание, она становится предметом новостей каждый день<sup>28</sup>. Но стоит отметить, что по прошествии определенного времени (примерно семь дней) внимание публики угасает, и после этого данная проблема уже не новость, а факт.

Сообщения, передаваемые через различные источники СМИ (новости, реклама, теле- и радиопередачи), содержат информацию о социальных проблемах, поскольку именно они являются способами и источниками информации и информирования общественности. Поэтому важно отметить, что именно общественное восприятие играет важную роль в формировании установок по отношению к социальной проблеме. Ученые выдвинули предположение, что существует предел, когда сообщения о той или иной социальной проблеме доходят до определенного момента и уже после него не вызывают интереса к ней.

Обратимся к другой точке зрения на данную проблему – конструктивизму. Для начала рассмотрим момент признания социальной проблемы. Когда проблема признается соци-

ально значимой, она нуждается в долгосрочной социальной поддержке. Только пройдя стадии признания и социальной легитимизации, проблема становится объектом общественного обсуждения. Поэтому можно сделать вывод о том, что уже после признания социальной проблемы приходят ее реализация и развитие в средствах массовой информации.

Но вернемся к конструктивизму. Идеи данного направления при изучении СМИ были заложены американскими исследователями М. Спектром и Дж. Ксэзом в 70-е гг. XX в. Они определяли социальную проблему как деятельность индивидов по выражению ими общего недовольства. Таким образом, можно отметить, что именно для конструктивизма обеспокоенность общественности и выдвигаемые ею требования являются социальной проблемой<sup>29</sup>.

В современной социокультурной среде, именно посредством масс-медиа формируются нравственные проблемы. Важно также подчеркнуть, что именно через средства массовой информации транслируются и формируются представления о должном поведении в обществе – правильном или нет. При этом масс-медиа задают образ поведения, с которым индивид сопоставляет свое поведение.

Таким образом, проанализировав данную теорию, можно сделать вывод, что социальные проблемы конструируются не общественностью, а самими средствами массовой информации и людьми, которые осуществляют их функционирование в обществе. Именно из информации, которую выдают масс-медиа, индивиды выбирают именно то, что в той или иной сфере удовлетворяет их базовые социальные потребности, а именно потребность в безопасности, развлечении, осведомленности и ориентации в событиях, происходящих на данный момент времени в мире.

От теории социальных проблем перейдем к теории культивации. Данная теория была разработана Анненбергской школой коммуникации университета Пенсильвании во главе с Дж. Гебнером<sup>30</sup>. Основное содержание данной теории заключается в том, что многократное и интенсивное воздействие средств массовой информации на протяжении длительного периода постепенно меняет представления индивида о мире и социальной реальности. Ключевое положение данной теории – это унификация, т. е. направление разнообразных представлений и предпочтений индивидов в единое русло. Стоит отметить, что данный процесс происходит в ходе непосредственного конструирования фактов социальной реальности.

Но каким образом данная теория может быть связана с самоубийством? Дело в том, что именно СМИ создают образ того или иного явления или процесса. Так же обстоит и с самоубийством. При изучении материалов масс-медиа было вы-



явлено, что в них (в основном это ТВ и Интернет, а также небольшая часть газет) присутствует и постоянно культивируется негативный образ самоубийства и самоубийц. Да, действительно, с одной стороны, это очень негативное явление, которое имеет самые необратимые последствия – смерть. Но, с другой стороны, редко когда обращается внимание именно на социальные причины данного поступка. Показывая только одну сторону явления, аудитория воспринимает ее как правильную, при этом оставляя без внимания другую, не менее важную сторону.

При этом другой американский исследователь и психолог Д. Ховланд доказал, что люди с низким уровнем образования и самооценкой легче поддаются влиянию СМИ<sup>31</sup>. Отсюда следует, что средства массовой информации, конструируя неправильное представление о самоубийстве в массовое (и далеко не всегда отлично образованное) сознание, создают его неправильный образ. Можно сделать вывод, что теория культивации пытается выявить и объяснить несоответствия происходящих событий, явлений, процессов в масс-медиа. При этом не стоит забывать о том, что СМИ сами могут создавать и культивировать неправильную или неточную реальность, в которую многие члены общества верят.

Следующая теория, которая заслуживает внимания, – теория социализации. Ее авторами являются исследователи Дж. Мейрович и И. Постман. Суть данной теории заключается в том, что в век Интернета и телевидения у детей процесс социализации происходит раньше. Данные источники СМИ – это своеобразные «окна», через которые дети узнают много нового о мире и жизни взрослых. Эту тенденцию можно объяснить тем, что в данном процессе проявляется влияние «социальной гомогенизации»<sup>32</sup> (принятие сходных социальных привычек и образов поведения) традиционных стадий поведения индивидов. Поэтому дети становятся похожими на взрослых, а взрослые, в свою очередь, приобретают детские черты. Именно поэтому содержание материалов средств массовой информации дети и подростки воспринимают как реалистичные события общественной жизни. Это происходит вследствие их существенно малого социального опыта.

Но при этом СМИ всецело стараются заполнить подростковый досуг различными информационными материалами. При составлении развлекательных программ масс-медиа стремятся к высокому рейтингу, что, в свою очередь, оборачивается тенденцией к драматизированию событий<sup>33</sup>. Программа новостей, телепередачи, сериалы, мультфильмы перенасыщены сценами агрессии и насилия (не все, но большинство), в первую очередь, оказывают негативное влияние на детскую психику и ранний процесс социализации детей и подростков. Поэтому Правительство Российской Федерации приняло Федеральный

закон № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»<sup>34</sup>. Именно в нем прописываются основные виды информации, причиняющие вред здоровью детей, в частности, информация, касающаяся насилия, агрессии, девиантного поведения, в том числе и самоубийства (п. 2.1 ст. 5). Из этого следует, что в погоне за зрителем и рейтингами средства массовой информации отбирают наиболее зрелищные и драматичные кадры, желая получить большую часть аудитории, при этом забывая об основном содержании информации, так как именно в процессе взаимодействия СМИ и детей у последних происходит свое конструирование восприятия реальности. Причем данное конструирование может включать два компонента – фактичность, т. е. то, что дети и подростки воспринимают из СМИ, и социальный реализм – то, что по-настоящему происходит в окружающей их социальной среде. Следует отметить, что данное воздействие масс-медиа на социализацию осуществляется в сфере информирования. СМИ закрепляют в индивиде уже имеющиеся у него социальные установки.

Таким образом, средства массовой информации могут создавать аналог действительности, которую большинство членов общества воспринимает в качестве реального поведения, и вместе с данными установками происходит процесс социализации.

От теории социализации перейдем к другой теории, близкой ей по значению. Это «Теория стереотипов» американского журналиста, политического деятеля и исследователя У. Липпмана. Он впервые использовал термин «стереотип». В своей теории Липпман применил данное понятие для описания привычки людей думать о ком-то или о чем-то сходным образом. По мнению автора, процесс осознания и формирования у индивидов картины окружающей социальной среды тесно связан со стереотипами, которые возникают под воздействием средств массовой информации<sup>35</sup>.

Стоит отметить, что формирование любых стереотипов происходит с раннего этапа социализации, когда дети усваивают поведение старшего поколения. Но также они бессознательно «впитывают» явные и скрытые нормы поведения, усваивают процесс взаимодействия с другими индивидами, которые демонстрируют средства СМИ. Характерными примерами таких стереотипов могут быть гендерные особенности общества, проблема меньшинств (как этнических, так и сексуальных), проблемы людей с физическими недостатками. К данному виду также можно отнести насилие, в том числе и самоубийство. Средства массовой информации изображают самоубийц как психически нездоровых и неадекватных людей. Из этого вытекает и общественное отношение к подобным инцидентам: у людей создается стереотип, что самоубийцы –



психически нездоровые люди. Однако это не так. Еще в начале XX в. «отец» французской школы Э. Дюркгейм доказал, что самоубийство – это социальное явление<sup>36</sup>. Поэтому можно сказать, что характеристика самоубийц только как людей с психическими расстройствами ошибочна и является стереотипом.

Таким образом, индивиды, ежедневно наблюдающие в СМИ различные стереотипы, в конечном счете могут поверить, что именно данные стереотипы и образы поведения являются правильными и именно они отображают господствующий в обществе взгляд на окружающую социальную действительность.

Следующая теория – это теория селективных процессов. Ее автор американский социальный психолог Л. Фестингер<sup>37</sup>. Изучая процесс становления социальных установок и их изменения, он выдвинул данную теорию. Им было выявлено, что люди выбирают и отбирают только те сообщения, которые удовлетворяют их потребностям и ценностям. Это можно объяснить тем, что индивиды в окружающей их социальной действительности стремятся сохранить свое мнение, при этом избегая сообщений, которые могут его изменить.

Данной теорией можно объяснить, почему некоторые люди избегают сообщений в СМИ, касающихся самоубийства. Каждый индивид, в силу своих социальных установок, не воспринимает и не обращает внимания на данные сообщения в средствах массовой информации, так как они могут вызывать у них эмоциональный и психический дискомфорт, который ведет к чувству социальной уязвимости и незащищенности. Именно поэтому люди стараются игнорировать данные сообщения.

Таким образом, индивиды, у которых уже сформировались ценностные установки, убеждения, а также собственные нормы и ценности, стараются не менять своих знаний о себе, своих убеждениях и об окружающей их социальной действительности.

И последняя теория, которую стоит упомянуть, – теория «катарсиса». В свое время ее разрабатывали такие ученые, как С. Фешбах, Р. Зингер, Б. Гантер и др.<sup>38</sup>. Основной смысл данной теории заключается в том, что, наблюдая насилие на экране, индивид избавляется от агрессии или в крайнем случае удовлетворяет свои агрессивные позывы, благодаря чему и уменьшается его агрессивное поведение. Но данная теория не объясняет отсутствия публикаций о самоубийстве в средствах массовой информации. Однако ее можно интерпретировать с другой стороны. При просмотре насилия на телеэкране индивид может направить данную агрессию не только на себя, но и применить её к окружающим. Это может быть насилие в виде убийства или агрессия, направленная на доведение до самоубийства – унижение личности, избиение и другие способы. Таким

образом, данная теория показывает, что насилие, демонстрируемое в СМИ, избавляет человека от проявления им агрессии в реальной жизни. Но, как было установлено, это не всегда так.

Подводя итог нашему исследованию, можно сделать вывод о том, что существует огромное количество теорий, посвященных изучению самоубийства в средствах массовой информации, однако каждая из них освещает только одну сторону данного явления, и, рассматривая их все, можно прийти к общему выводу. Одни теории показывают, почему явление самоубийства редко упоминается в СМИ, другие – что представляют сами по себе средства массовой информации, третьи – раскрывают их сущность как социального института и показывают, какие при этом они выполняют функции и какую роль играют в жизни общества.

### Примечания

- 1 Определение термина «информация» см.: URL: <http://www.dic.academic.ru> (дата обращения: 20.08.2015).
- 2 Определение термина «коммуникация» см.: URL: <http://www.dic.ru> (дата обращения: 20.08.2015).
- 3 См.: Черных А. Мир современных медиа. М. : ИД «Территория будущего», 2007. С. 12.
- 4 См.: Фомичёва И. Д. Социология СМИ : учеб. пособие. СПб. : АСПЕКТ-ПРЕСС, 2012. С. 22.
- 5 См.: Черных А. Мир современных медиа. С. 14–15.
- 6 Там же. С. 12.
- 7 См.: Фомичёва И. Д. Указ. соч. С. 25.
- 8 См.: Науменко Т. В. Социология массовых коммуникаций : учеб. пособие. СПб. : Питер, 2005. С. 62.
- 9 См.: Василек М. А. Основы теории коммуникации. М. : Гардарика, 2003. С. 453.
- 10 Там же. С. 454.
- 11 См.: Черных А. Мир современных медиа. С. 77.
- 12 Определение термина «институт» см.: URL: <http://www.dic.ru> (дата обращения: 28.08.2015).
- 13 Определение термина «социальный институт» см.: URL: <http://www.dic.ru> (дата обращения: 28.08.2015).
- 14 См.: Черных А. Мир современных медиа. С. 20.
- 15 См.: Черных А. Социология массовых коммуникаций. М. : ИД ГУ ВШЭ, 2008. С. 228.
- 16 Там же. С. 223.
- 17 См.: Фомичёва И. Д. Указ. соч. С. 46.
- 18 Там же. С. 71.
- 19 См.: Касьянов В. В. Социология массовых коммуникаций : учеб. пособие. Ростов н/Д : Феникс, 2009. С. 119.
- 20 См.: Отечественные записки. 2003. № 4. URL: <http://www.strana-oz.ru> (дата обращения: 28.08.2015).
- 21 См.: Фомичёва И. Д. Указ. соч. С. 94.
- 22 См.: Бакулев Г. П. Массовая коммуникация : Западные теории и концепции. М. : АСПЕКТ-ПРЕСС, 2005. С. 9–10.
- 23 См.: Черных А. Социология массовых коммуникаций. С. 352.



- <sup>24</sup> См.: Черных А. Мир современных медиа. С. 180–181.
- <sup>25</sup> См.: Черных А. Социология массовых коммуникаций. С. 353.
- <sup>26</sup> Там же. С. 349.
- <sup>27</sup> См.: Черных А. Мир современных медиа. С. 74.
- <sup>28</sup> Там же. С. 183.
- <sup>29</sup> См.: Черных А. Социология массовых коммуникаций. С. 347.
- <sup>30</sup> См.: Черных А. Мир современных медиа. С. 103.
- <sup>31</sup> Там же. С. 104.
- <sup>32</sup> Понятие «социальная гомогенизация» см.: URL: <http://www.lifesocio.com> (дата обращения: 08.08.2015).
- <sup>33</sup> См.: Беспалов А. Г., Корнилов Е. А., Короченский А. П. История мировой журналистики. М.; Ростов н/Д: Март, 2004. С. 254.
- <sup>34</sup> См.: О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию : федер. закон от 29.12.2010 № 436-ФЗ (ред. от 14.10.2014). Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
- <sup>35</sup> См.: Науменко Т. В. Указ. соч. С. 18.
- <sup>36</sup> См.: Дюркгейм Э. Самоубийство : социологический этюд. М. : Мысль, 1994. С. 55.
- <sup>37</sup> См.: Бакулев Г. П. Указ. соч. С. 176.
- <sup>38</sup> Там же. С. 73.

УДК 316.334.4 (470+571)

## КОРРУПЦИЯ КАК СОЦИАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМА

М. А. Поплавский

Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского  
E-mail: [Poplavskymax@rambler.ru](mailto:Poplavskymax@rambler.ru)

Статья посвящена коррупции в современном обществе. Рассматривается как социальное явление, которое обладает системными качествами, поэтому и бороться против нее возможно, только опираясь на политическую волю власти и поддержку народа.

**Ключевые слова:** коррупция, население, чиновники.

### Corruption as a Social Problem

М. А. Poplavsky

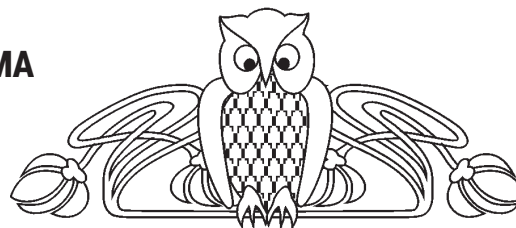
The article is devoted to corruption in modern society. Seen as a social phenomenon, which has systemic qualities, and therefore to fight against it is only possible based on the political will of the government and the support of the people.

**Key words:** corruption, general public, officials.

DOI: 10.18500/1818-9601-2016-16-3-304-306

Коррупция, прежде всего, является социальной проблемой. А. В. Варбузов указывает, что «основные признаки коррупции как вида социальной деятельности: длительность существования, регулярность функционирования, выполнение определенных социальных функций (обеспечения заинтересованных групп населения товарами и услугами, предоставления рабочих мест, перераспределения средств и др.), наличие комплекса норм (правил поведения), «профессионального» языка, вполне определенных ролей»<sup>1</sup>.

Основным источником коррупции как социального явления является экономическая обстановка в стране. Низовая коррупция обусловлена неэффективным управлением государственным аппаратом, при котором заработная плата не удовлетворяет потребности государственных и муниципальных служащих, что приводит к кор-



рупционной составляющей в виде взяток или «блата».

В области коррупции сотрудники специальных служб находятся в особой зоне риска. С одной стороны, заработная плата среднестатистического работника правоохранительных органов недостаточна для достойного уровня его жизни (особенно если сотрудник получает выговор от руководства и автоматически остается без премий, да и с доходами в бизнесе несопоставима). С другой стороны, способствуют коррупции ряд правил и норм в современной России, в том числе и в сфере правил дорожного движения, которые позволяют наживаться работникам ГИБДД. Данные обстоятельства поддерживают и оказывают влияние на коррупцию.

Подобные правила и нормы способствуют коррупции и в других сферах. Так, «согласно новым правилам, при защите кандидатских и докторских диссертаций часть работ соискателя должна быть опубликована в изданиях, специально указанных для этих целей. <...> Практически во всех этих изданиях публикации стали платными, а цены резко пошли в гору. <...> Рано или поздно Генеральная прокуратура установит, кому фактически принадлежат эти издания и кто, следовательно, снимает самую жирную пенку»<sup>2</sup>.

Источником коррупции являются и нравственные мотивы граждан. В современной России существует сильная деформация гражданского и правового сознания населения. Как указывает А. Осипова, «по сути, гражданин сам решает: вступать или не вступать в коррупционные отношения. Население, привыкшее к систематическим неправомысленным поборам со стороны чиновников, не может поступать ина-