

## МОРАЛЬНЫЕ ПАНИКИ КАК ДИСФУНКЦИЯ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ

А.А. ЕФАНОВ

ФГБОУ ВПО «Мордовский государственный университет имени Н.П. Огарева», г. Саранск

*Ключевые слова и фразы:* интернет; конвергенция; медиа-деструктивность; медиа-революция; моральная паника.

*Аннотация:* Статья посвящена актуальным тенденциям в развитии системы массовой коммуникации. Подтверждается тезис о примате интернета как основного агента в становлении современного этапа процесса конвергенции. Изучаются механизмы конструирования моральной паники во Всемирной Сети, в результате чего актуализируется предположение о медиа-деструктивности, заложенной в природе средств массовой коммуникации.

Современные средства массовой коммуникации (СМК), в силу своего постоянно усиливающегося влияния на общество, порождают стигмы и фобии, которые при определенных социально неблагоприятных условиях приводят к возникновению моральных паник. Амбивалентность, наличие как явных, так и латентных функций и дисфункций средств массовой информации (СМИ) заставляют предположить о медиа-деструктивности – изначально заложенных в природе СМК компонентах, разрушающих моральные границы социума, которые получают свое развитие в период кризисных явлений в обществе. Сегодня медиаконструкционисты пытаются создать неофиты посредством использования новых методов и форм инспирирования, вовлекая в процесс конструирования моральной паники все большее число акторов, культивирующих медиапсихоз на новых, технологически совершенных – «мультимедийных» – платформах (телевидение + радио + интернет), возникновение которых во многом обусловлено процессом конвергенции.

По справедливому замечанию В.С. Хелемендика, «медийная конвергенция институционально не является новым процессом», поскольку вхождение новых компонентов в систему СМК на более ранних этапах формирования медиарынка в доинтернетный период всегда сопровождалось явлениями «кооперирования», иными словами – взаимодействия. При этом, современная конвергенция имеет ряд отличительных свойств и принципов, обусловлен-

ных технологическими, а вместе с тем и экономическими предпосылками [1, с. 113]:

– интернет-журналистика с ее природными коммуникативными свойствами – интерактивностью и гипертекстовостью – оказывает неизмеримо большее (чем в свое время радиовещание и телевидение) влияние как на систему СМИ в целом, так и на каждую ее составную часть в отдельности;

– в процессе конвергенции основной платформой для передачи информации становится интернет, хотя в силе остается и публикация ее в бумажном варианте (газеты, журналы), и трансляция в радио- и телеэфире;

– значительно возрастает скорость передачи информации потенциально консолидированной аудитории.

Таким образом, основным агентом в развитии современного этапа процесса конвергенции становится интернет, совмещающий в себе черты традиционных СМИ, а нередко ограничивающий жизнеспособность некоторых из них. Причисляя интернет к группе так называемых «нетрадиционных СМИ», М. Захаров заявляет о существовании двух партий, где конструируются совершенно разные, зачастую противоречивые медиареальности – «телевизора» и «интернета» [2], что обуславливает переход конвергенции на новый этап – «медиа-революции».

Как показывает исследование Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ), «телевидение остается самым вос-

требуемым СМИ: из центрального телевидения информацию получают 98 % россиян, из регионального – 88 %. На втором месте – пресса (центральную прессу читают 70 %, местную – 68 %). Третий по востребованности источник информации – интернет (59 %), оказавшийся более популярным, чем радио (центральное – 53 %, региональное – 46 %)» [3]. В данном контексте кажется интересным рейтинг доверия СМИ, составленный «Левада-Центром»: при просмотре телепередач, прослушивании радио, чтении газет у россиян довольно часто складывается впечатление, что им «что-то недоговаривают, не дают полной информации о происходящем или отвлекают от важных событий и тем»; при этом для респондентов характерно ощущение, будто их «обманывают, дают заведомо ложную информацию» [4]. Видимо, поэтому россияне пытаются найти альтернативный источник получения информации, уходя в интернет.

Результаты опроса Фонда «Общественное мнение» свидетельствуют о том, что «чаще всего интернет-пользователи ищут информацию (73 %)» [5]. При этом интернет содержит в открытом доступе разнообразный контент, в том числе информацию, деструктивно влияющую на социальное самочувствие россиян, что подтверждают данные ВЦИОМ: наряду с позитивным отношением к интернетизации (54 %) «больше негативных последствий в развитии глобальной Сети видят 24 % и, прежде всего, объясняют свою позицию обилием «пустой», вредной информации в интернете (32 %)» [6].

В 2000 г., когда Всемирная Сеть в стране только набирала обороты, приходя в небольшие российские города, А.В. Чугунов на основе результатов исследований Фонда «Общественное мнение», составил рейтинг социального самочувствия населения, позволивший установить уровень оптимизма/пессимизма, адаптации/деадаптации в виртуальном сообществе: «Оптимисты, с энтузиазмом смотрящие в будущее, составляют две трети интернет-аудитории (66 %). <...> Гораздо более показательно распределение ответов внутри двух групп пессимистов: адаптированных – нашедших свое место в сегодняшней жизни, но скептически смотрящих в будущее (18 %) – и неадаптированных – негативно оценивающих не только свое будущее, но и настоящее (10 %)» [7, с. 71–72], то есть степень интернет-активности прямо пропорцио-

нальна уровню социальной адаптированности.

Однако в настоящее время можно говорить об обратном процессе, когда засилье в Сети деструктивной информации, разрушающей моральную целостность социума, ее свободный доступ в неограниченном объеме, создающий в обществе ощущение неизбежной «вселенской беды», порождает стигмы и фобии – первооснову моральной паники. Инструментом конструирования медиа-истерии становится интерактивная функция интернета – форумы и социальные сети, нередко распространяющие не соответствующую действительности информацию, порождающую слухи и сплетни. В 2012 г. в Оренбургской области на Донгузском полигоне, где производилась утилизация военных отходов, непотушенная сигарета солдата-срочника привела к взрыву 4 тысяч тонн боеприпасов. В то время как официальные СМИ, ссылаясь на первых лиц региона, говорили об отсутствии жертв, блогеры продолжали обсуждать инцидент, аргументируя свои доводы «против» взрывной волной, когда в областном центре в 30 километрах от военного полигона были слышны раскаты, фотографиями очевидцев, запечатлевших в Оренбурге столб дыма в форме гриба над Донгузом, а также большими материальными убытками – разрушенными домами жителей близлежащих поселков.

Следует отметить, что медиаконструкционисты – акторы традиционных СМИ, – оценив все плюсы от конструирования моральной паники на новой платформе, создают медиапсихоз посредством представления своих продуктов в интернете, тем самым расширяя границы доступности: они предоставляют субъектам возможности делать «репосты» – размещения на своих страницах в социальных сетях материалов со ссылкой на первоисточник, – а также оставлять комментарии, вступая в диалог с другими пользователями, тем самым порождая дискуссии – площадку для социального линчевания.

В заключение приведем наблюдение М. Захарова, который заметил, что, хотя «на информационную картину телевидение, почти полностью подконтрольное центральной власти, оказывает куда большее влияние, ... можно, конечно, просто игнорировать интернет-повестку, а неудобные сайты попросту закрывать. Но специфика Сети такова, что, будучи выгнанным в дверь, альтернативное мнение по-

лезет в окно» [2]. Нынешняя расстановка сил медиа – явление исключительно временное, характерное для сегодняшнего дня, поскольку современные тенденции заставляют предположить о поступательном усилении влияния интернета, приобретении им в последующем роли единоличного «игрока» в системе массовой коммуникации, в том числе основного агента в инспирировании таких деструктивных явлений, как моральные паники.

### Литература

1. Хелемендик, В.С. Конвергенция как современная форма взаимодействия СМИ / В.С. Хелемендик // Проблемы современного образования. – 2013. – № 3. – С. 106–123.
2. Захаров, М. Ползучая медиа-революция / М. Захаров // Полит.ру. – 2013 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://polit.ru/article/2013/07/08/news>.
3. Вся правда – в телевизоре? // Омнибус ВЦИОМ. – 2012 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=112941>.
4. Россияне о доверии телевидению, радио и интернету // Аналитический центр Ю. Левады. – 2012 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.levada.ru/12-10-2012/rossiyane-o-doverii-televideniyu-radio-i-internetu>.
5. Для чего люди используют Интернет? // Фонд «Общественное мнение». – 2013 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://fom.ru/SMI-i-internet/11088>.
6. Проникновение интернета в Россию и его последствия // Омнибус ВЦИОМ. – 2013 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=114108>.
7. Чугунов, А.В. Социология интернета: Социально-политические ориентации российской интернет-аудитории : изд. 2-е, доп. / А.В. Чугунов. – СПб. : СПбГУ, 2003. – 104 с.

### References

1. Helemendik, V.S. Konvergencija kak sovremennaja forma vzaimodejstvija SMI / V.S. Helemendik // Problemy sovremennogo obrazovanija. – 2013. – № 3. – S. 106–123.
2. Zaharov, M. Polzuchaja media-revoljucija / M. Zaharov // Polit.ru. – 2013 [Jelektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa : <http://polit.ru/article/2013/07/08/news>.
3. Vsja pravda – v televizore? // Omnibus VCIOM. – 2012 [Jelektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa : <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=112941>.
4. Rossijane o doverii televideniju, radio i internetu // Analiticheskij centr Ju. Levady. – 2012 [Jelektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa : <http://www.levada.ru/12-10-2012/rossiyane-o-doverii-televideniyu-radio-i-internetu>.
5. Dlja chego ljudi ispol'zujut Internet? // Fond «Obshhestvennoe mnenie». – 2013 [Jelektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa : <http://fom.ru/SMI-i-internet/11088>.
6. Proniknovenie interneta v Rossiju i ego posledstvija // Omnibus VCIOM. – 2013 [Jelektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa : <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=114108>.
7. Chugunov, A.V. Sociologija interneta: Social'no-politicheskie orientacii rossijskoj internet-auditorii : izd. 2-e, dop. / A.V. Chugunov. – SPb. : SPbGU, 2003. – 104 s.

---

### Moral Panics as a Dysfunction of Internet Communication

*A.A. Efanov*

*Mordovia State University named after N.P. Ogarev, Saransk*

*Keywords and phrases:* convergence; Internet; media destructiveness; media revolution; moral panic.

*Abstract:* The article is devoted to current tendencies in the development of mass communication. The thesis concerning the Internet primacy as a main agent in the formation of the modern stage of the convergence process has been confirmed. The mechanisms of moral panics construction in the Worldwide Web have been studied, and as a result the supposition concerning media destructiveness that is inherent in the nature of the mass media has been actualized.

---

© А.А. Ефанов, 2014