

УДК 316.4

ЭМОТИВНО-МОРАЛИЗАТОРСКИЙ ДИСКУРС КАК ТЕХНОЛОГИЯ КОНСТРУИРОВАНИЯ МОРАЛЬНЫХ ПАНИК

© 2017 г.

*А.А. Ефанов*Ефанов Александр Александрович, к.соц.н., доцент кафедры журналистики
Оренбургского государственного педагогического университета
yefanoff_91@mail.ru*Статья поступила в редакцию 16.05.2017**Статья принята к публикации 24.07.2017*

Дается социологическое обоснование технологии конструирования моральных паник. Само понятие моральной паники рассматривается на основе двух составляющих – морали и паники, имеющих традиции изучения в рамках общественных наук (с позиций этического, психологического и социологического подходов). В ходе теоретического исследования определяется, что технологией конструирования моральных паник является эмотивно-морализаторский дискурс, в результате использования которого моральное псевдоапеллирование к ценностям и нормам, осуществляемое посредством СМИ, мобилизует у индивидов чувства опасности и страха за свое будущее. Делается вывод, что подобные стратегии медиаконтролеров имеют исключительно материальную природу. Призывая общество защищать свои границы и обличая «нарушителей» определенных норм и правил, медиа выступают в качестве посредников, отстаивающих интересы непосредственных «заказчиков» моральной паники.

Ключевые слова: моральные паники, мораль, паника, технология, морализаторство, эмотивно-морализаторский дискурс, массовое сознание, манипулирование, СМИ.

В современном информационном обществе СМИ оказывают значительное влияние на сознание и поведение больших и малых социальных групп во всех сферах повседневной жизнедеятельности. Возникают особые формы программирования поведения индивидов, одной из которых являются моральные паники. До настоящего времени в современной российской социологической науке существовал значительный методологический пробел в исследовании данного социального феномена, его природы и способов организации.

Отечественные ученые рассматривали моральные паники исключительно в контексте социальных проблем, применяя их к тому или иному проявлению: заболеваемости ВИЧ/СПИД (И.Г. Ясавеев); наркотизму (А.В. Дмитриева, И.П. Жерлицына, П.А. Мейлахс); преступности (Я.И. Гилинский, Н.Г. Щитов); миграции (М.В. Ваккасова); терроризму (Н.Д. Климкина, А.М. Понамарева, С.Т. Сулейманова); разрушению морального облика детей и подростков (А.В. Голубинская, И.В. Кукулин, С.Н. Майорова-Щеглова); сексуальной свободе (И.С. Кон); сиротству (О.А. Андриенко, П.И. Городецкая); молодежным субкультурам (Т.С. Абдуллина, У.А. Блюдина, А.А. Булкина, Д.В. Громов, Е.Э. Еникеева, М.А. Жаркова, М.И. Колесникова, Р.П. Лисеев, А.С. Макаров, Н.Ю. Масленцева, С.Б. Масленцева, Е.Л. Омельченко, А.О. Райхштат, А.М. Рюмин, С.А. Сергеев, Н.В. Шумко-

ва, В.Н. Ярская-Смирнова); сознательным отказом от рождения детей (А.А. Луговая, Е. Селивинова); нетрадиционной религиозности (В.А. Мартинович). Используя достижения конструкционистского подхода, исследователи детально изучали механизмы проблематизации определенных социальных прецедентов, получения ими статуса социальной проблемы, при этом исключая из фокуса внимания технологии культивирования аффективных реакций на социальный стресс, нередко приобретающих форму моральных паник. Цель настоящего исследования заключается в социологическом обосновании технологии конструирования моральных паник.

Определение понятия «моральные паники» считается крайне неоднозначным, поскольку само явление имеет достаточно сложные и неоднородные механизмы возникновения. Для понимания сущности моральной паники необходимо отметить, что данное понятие формируется на основе двух составляющих – морали и паники, имеющих свои традиции изучения в рамках общественных наук.

Понятие «мораль» этимологически происходит от латинских слов *moralis* – нравственный, *mores* – нравы. Мораль, прежде всего, является предметом изучения этики. По мнению Р.Г. Апресяна, посредством морали «в мыслительном и практическом опыте людей вычлениваются такие обычаи, законы, поступки, харак-

теры, которые выражают высшие ценности и долженствование, через которые человек проявляет себя как разумное, самосознательное и свободное создание (существо). <...> Представления о морали формируются в процессе осмысления, во-первых, правильного поведения, порядка в нравах, должного характера («морального облика») – отличных от тех, что стихийно обнаруживаются у людей в повседневной жизни; а во-вторых, условий и пределов произволения человека, ограничиваемого собственным (внутренним) долженствованием, или пределов свободы в условиях извне задаваемой организационной и (или) нормативной упорядоченности» [1]. Таким образом, с позиций этического знания мораль преимущественно определяется как система норм индивидуального поведения, поскольку каждый индивид усваивает нравственные ценности в процессе личной социализации.

Кроме того, мораль формирует у индивидов нормы морального поведения, которые опираются на нравственное сознание личности. Моральное поведение понимается как отражение нравственной культуры, которая проявляется в поступках и действиях индивидов. В данном контексте побудителем к действию выступает мотивация, а оценка, в свою очередь, представляет собой индикатор требований морали – соответствия или несоответствия выработанным в обществе социальным нормам и ценностям.

Мораль также является предметом изучения социологии. Преимущественно она рассматривается в двух значениях: во-первых, как «социальный институт, система норм, санкций, оценок, предписаний, образцов поведения, выполняющих функции социального контроля и регулирования социальных отношений в той или иной социальной группе, обществе», во-вторых, как «совокупность потребностей, установок индивида поступать в соответствии с принятыми в данном обществе представлениями о добре и зле» [2, с. 189].

Э. Дюркгейм одним из первых концептуализирует понимание морали в рамках социологической науки, став основоположником нового направления – социологии морали. В его представлении общество – это «саморегулирующийся структурно-функциональный организм», где общественный порядок является его нормальным состоянием, а мораль выступает в качестве «регулирующего механизма, формирующего ценностные ориентации личности» [3, р. 27–28]. Если исходить из теоретических установок Э. Дюркгейма, мораль представляет собой первооснову общественного порядка. При этом любые противоречащие нормам морали проявления об-

щества отождествляются с нравственным упадком как предтечей социальной дезорганизации.

В отечественной социологической науке о существовании социологии морали как полноценной научной дисциплины впервые заявляет В.М. Соколов. Изучив состояние морали в период кризисных перемен, он приходит к выводу, что «в сознании людей намного уменьшается роль рационального мышления (нравственность, как известно, в основном «гнездится» в психологической сфере сознания), с трудом воспринимаются различные теоретические постулаты, концепции, существенно возрастает действенность психологических, эмоциональных факторов» [4, с. 82].

В этой связи мораль представляет собой систему социальной организации, зависящую от внешних факторов и тем самым нередко превращающуюся в инструмент манипулирования массовым сознанием. Б.А. Грушин определяет массовое сознание как широкую совокупность «самых разнообразных по их гносеологической и социальной природе духовных образований, не ограниченных лишь формами психики, относящихся к «разделам», сферам, уровням психологии и идеологии, эмоций и логики, образов и реакций, обыденного и теоретического знания, рациональных и иррациональных (в том числе фантастических) представлений и т.д.» [5, с. 287]. Понимая природу массового сознания, заинтересованные акторы начинают апеллировать к высшим социальным ценностям, таким как здоровье, безопасность, миропорядок.

Пребывая в состоянии постоянного поиска ориентиров на фоне кризисных явлений современного общества, индивиды воспринимают нормы морали как устоявшиеся правила многих поколений, неподвластные спекуляции и подмене. В итоге в процессе манипулирования массовым сознанием заинтересованные акторы, руководствуясь собственными интересами либо интересами стороны, чью позицию они представляют, выдвигают оценочные суждения относительно действий определенных общностей или субъектов, в результате чего происходит подмена понятий, когда мораль приобретает форму морализаторства.

Феномен морализаторства заключается в намеренном искажении нравственных принципов, когда мораль из социальной автономии превращается в форму поучения и наставления. Как отмечает А.В. Прокофьев, морализаторство представляет собой «моральные высказывания или рассуждения, в которых оценка (осуждение) и инвектива оказываются привязанными (по заблуждению или лицемерию) к абстрактным критериям и доминируют над пониманием

реального положения дел» [6]. Морализаторство навязывает обществу псевдокартину восприятия мира, когда окружающая действительность становится сосредоточением опасностей и угроз. Намеренно искажая основополагающие моральные принципы, заинтересованные акторы получают широкие возможности для манипулирования массовым сознанием. При этом любые попытки нарушения самоочевидной моральной истины трактуются как «бунт против морали». Получая из разных источников информацию об определенном социально опасном нарушении, общество оказывается подвержено моральным паникам.

Что касается второго элемента понятия «моральная паника», то «паника» этимологически происходит от греческого слова *panikon*, означающего «безотчетный ужас». Ф.А. Брокгауз и И.А. Ефрон отмечают, что производным для слова стало имя древнегреческого бога лесного уединения Пана, «которому и приписывали возбуждение этого вида безотчетного страха, лишаящего охваченных им всякого благоразумия и способности избавиться от угрожающей опасности» [7]. С.И. Ожегов предлагает следующую интерпретацию понятия: паника – «крайний, неудержимый страх, охватывающий сразу многих» [8, с. 480]. Данные определения фиксируют массовую сторону явления.

Традиционно паника изучается в рамках психологической науки. Б.Э. Мур и Б.Д. Файн в своей работе «Психоаналитические термины и понятия» определяют панику как высшую степень тревожного состояния. Будучи последователями учения З. Фрейда о тревоге, они делают вывод, что при высокой интенсивности переживаний «тревога выходит из-под контроля, что приводит к временной функциональной дезорганизации индивида. Такое состояние описывается под названием панического или травматического. Паника рассматривается как отражение ранних стадий развития с выраженным чувством беспомощности; реакция является глобальной» [9, с. 251]. Психологический подход фиксирует бессознательность действий, аффективный характер поведения индивидов в результате паники.

Социологическая наука в последующем расширяет границы значения паники, сделав акцент на социальной стороне явления. Из-за воздействия на массовое сознание преимущественно посредством медиа возникает такая форма массового поведения, как паника, которая понимается как «смятение, растерянность, страх, охватывающие человека или множество людей перед реальной или воображаемой опасностью, нарастающие в процессе взаимного

заражения и блокирующие способность рациональной оценки обстановки, мобилизацию волевых ресурсов и организацию совместного противодействия» [2, с. 231]. С позиций социологического подхода паника является наиболее сильной реакцией на социальный стресс с акцентом на массовости как формообразующем элементе явления.

Подтверждение данного тезиса можно найти в рамках концепции «тревожного ряда» М.И. Витковской, которая предлагает динамическую цепь явлений: испуг – тревога – страх – ужас – паника. По мнению автора, «такая последовательность состояний обусловлена трактовкой тревоги как предчувствия опасности, когда источник ее не установлен, а страха – как реакции на обозначенный индивидом источник реальной или потенциальной опасности» [10, с. 68]. Конечным пунктом в предложенном ряду является паника, в результате которой в обществе возникают массовые реакции на определенную угрозу, когда действия индивидов в отношении источника опасности носят исключительно аффективный характер.

В итоге, формируясь на основе понятий морали и паники, моральная паника рассматривается одновременно как «состояние массового и индивидуального сознания, акцентируя внимание на бесконтрольности реакций. В процессе своего развития в результате аффективных действий моральная паника воздействует на сознание каждого отдельного индивида, постепенно охватывая своим влиянием общество в целом» [11, с. 25]. Таким образом, представляя собой феномен массового (и индивидуального) сознания, моральная паника основывается на неосознаваемом со стороны общества манипулировании, внушенных образах, а также на внутренне не регулируемых и не контролируемых реакциях на любые отклонения от нормы.

Несмотря на то, что морализаторство как технология конструирования моральной паники основано на морали, включенность панического элемента в общую структуру явления заставляет обратить внимание на эмотивный компонент – возбуждение определенных переживаний. Моральное псевдоапеллирование к ценностям и нормам, осуществляемое посредством СМИ, мобилизует у индивидов чувства опасности и страха за свое будущее. В этой связи дискурс на основе морализаторства приобретает усложненную форму, именуемую как эмотивно-морализаторский дискурс. Для сторонников эмотивизма (А. Айера, Б. Рассела, М. Шлика) любое моральное суждение лишено смыслового значения, поскольку нацелено исключительно на «эмоциональную сторону восприятия и, по

сути, призвано вызывать у индивидов определенные, прагматически обусловленные переживания» [12, с. 217].

Следует отметить, что запрограммированные аффективные реакции индивидов на искусственно насаждаемые явления возникают вследствие манипулирования массовым сознанием со стороны заинтересованных групп (*interest-group*). К данной категории Э. Гуд и Н. Бен-Йехуда относят политиков среднего уровня, общественных деятелей и представителей СМИ [13]. Заинтересованность данных акторов обусловлена определенной выгодой, в результате которой они вступают в борьбу за обладание символическим капиталом. Подобная стратегия в конечном итоге позволяет им упрочить «кредит доверия» в глазах общества, добиться символической власти над определенными социальными группами. При этом символический капитал открывает доступ к экономическим ресурсам: «Хорошие рейтинги обеспечивают СМИ «продаваемость» своего продукта, а поддержка социумом того иного представителя политической элиты становится прямо пропорциональна электоральному приросту, а вместе с тем и увеличению доходности» [11, с. 66].

Стремление обладать символическими и экономическими ресурсами приводит к злоупотреблению выработанным в обществе *brand loyalty* [14, с. 55] – применению манипулятивных схем, провоцированию моральных паник, что сопровождается ростом интереса к медиа – повышением рейтинга, использованием СМИ как основного инструмента, при помощи которого заинтересованные акторы превращаются в агентов эмотивно-морализаторского дискурса, занимающихся проповедованием истинных (в их понимании) ценностей. Посредством аудиовизуальных возможностей современных электронных СМИ происходит навязывание обществу определенного миропонимания, сопровождаемое морализаторским обличением отклонившихся от установленных норм.

Доказать данный тезис можно при оперировании моделью властной элиты (*elite-engineered*), предложенной Э. Гудом и Н. Бен-Йехудой для понимания сущности моральных паник. Согласно данной модели, эмотивно-морализаторский дискурс как технология конструирования моральных паник основывается на идеологии. Само понятие «идеология» интерпретируется в двух значениях: с одной стороны, как «система политических, правовых, нравственных, религиозных, эстетических и философских взглядов и идей, в которых осознаются и оцениваются отношения людей к действительности», с другой – как ложное, иллю-

зорное, оторванное от действительности сознание [15]. Иными словами, идеология является медиаконструктом – продуктом позиционирующей деятельности СМИ по заказу акторов поля политики.

В данном контексте медиа выполняют роль посредника между обществом и властной элитой. Они провоцируют формирование моральных паник по поводу тех проблем, которые смогут привести к ужесточению «карательных мер» со стороны силовых структур. В конечном счете данная стратегия будет способствовать распространению влияния власти, обуславливая превращение «моральной паники в движущий инструмент передачи доминирующей идеологии» [13, р. 188]. Спекуляцией высшими ценностями, применением риторики разрушения в зависимости от господствующей в обществе идеологии происходит мифологизация социальной действительности. В итоге индивид лишается критического осмысления социальной действительности, оперирует исключительно гиперобрами угроз пессимистического или даже апокалиптического характера, которые априори провоцируют у него аффективные реакции, тем самым усугубляя социальные последствия от влияния моральных паник на общество.

Использование эмотивно-морализаторского дискурса ярко проявилось при конструировании моральной паники в отношении «Pussy Riot». 21 февраля 2012 г. в храме Христа Спасителя участницы известной лишь в узких кругах музыкальной группы устроили сорокасекундный «панк-молебен» в масках, выкрикивая лозунги против современного политического устройства и системы РПЦ, при этом осеняя себя крестным знаменем. «Перформанс» панк-группы мгновенно стал предметом широкого обсуждения.

В итоге мнения общественности разделились: одни увидели только проявления богохульства и посягательства на незыблемые основы религиозной системы, а другие посчитали это единственной возможностью заявить во всеуслышание о своих правах и политических убеждениях. Однако, как показали результаты опроса «Левада-Центра», большинство россиян в июле 2012 г. отвечали, что акция «Pussy Riot» в первую очередь направлена «против Церкви и верующих» [16].

Подобные установки сложились в социуме в результате медиастратегий федеральных телеканалов. Каждая новая деталь в деле «Pussy Riot» подробно освещалась в эфире, обретая статус моральной паники. Результаты контент-анализа материалов информационных программ Первого канала, ВГТРК («Россия 1», «Россия 24») и НТВ показали, что конституирование мораль-

ной паники в отношении «Pussy Riot» происходило в течение трех этапов (февраль 2012–декабрь 2013 г.):

1) *появление информации о прецеденте* (повторение кадров из храма Христа Спасителя);

2) *публичное обсуждение* (влиятельными политическими фигурами и авторитетными в обществе персонами) и *судопроизводство по делу*;

3) *судьба активисток* (нахождение участниц группы в тюрьме и их освобождение по амнистии) – остаточные явления моральной паники.

Публичное обсуждение и судопроизводство по делу не случайно рассматриваются в рамках одного этапа, поскольку все следственные действия и каждое судебное слушание постоянно сопровождались комментариями и оценками со стороны экспертов (с использованием эмотивно-морализаторского дискурса – оперирования риторикой разрушения: «*Святые ценности им чужды*» (Первый канал); «*Это не хулиганство, это настоящее богохульство*» (ВГТРК (Россия 24))); «*Вчера они слушали западную музыку, а сегодня идут против православных канонов*» (ВГТРК (Россия 1)).

Таким образом, конструирование моральной паники происходило на основе двух составляющих элементов: с одной стороны, антирелигиозной пропаганды (первый слой), разрушающей целостность границ общества с теоцентрическим началом; с другой – волнений в отношении влияния западной культуры («Pussy Riot» появилась как аналог феминистскому панк-движению «Riot Grrrl»), оказывающей деструктивное воздействие на мировоззрение современной молодежи (второй слой). При этом наличие третьего, внутреннего – политического слоя индивиды не придавали особого значения, поскольку «медиаконтролеры фокусировали внимание общества на «сильных элементах» – концептах, формирующих моральную панику» [17, с. 1812].

Проведенное исследование позволяет сделать вывод, что в процессе манипулирования массовым сознанием заинтересованные акторы (политики среднего уровня, общественные деятели, представители СМИ) выдвигают оценочные суждения относительно действий определенных общностей или субъектов, в результате чего происходит подмена понятий, когда мораль приобретает форму морализаторства – намеренного искажения нравственных принципов, представленного в форме поучения, наставления, навязывания определенных взглядов. Включенность панического элемента в общую структуру явления заставляет обратить внимание на эмотивный компонент – возбуждение определенных переживаний. Эмотивно-морализаторский

дискурс представляет собой технологию конструирования моральной паники. При этом любые псевдоапеллирования медиаконтролеров к высшим ценностям имеют исключительно материальную природу. Призывая общество защищать свои границы и стигматизируя якобы «нарушителей» определенных норм и правил, подобные акторы выступают в качестве посредников, отстаивающих интересы непосредственных «заказчиков» моральной паники.

Список литературы

1. Апресян Р.Г. Этика: Энциклопедический словарь. М.: Гардарики, 2001. URL: http://iph.ras.ru/enc_eth/35.html (дата обращения: 23.03.2015).
2. Социологический энциклопедический словарь. На русском, английском, немецком, французском и чешском языках / Редактор-координатор – академик РАН Г.В. Осипов. М.: Издательство «НОРМА» (Издательская группа «НОРМА, ИНФРА-М»), 2000. 488 с.
3. Durkheim E. Ethics and sociology of morals / Transl. by R. Hall. Buffalo, New York: Prometheus Books, 1993. 321 p.
4. Соколов В.М. Социология морали – реальная или гипотетическая? // Социологические исследования. 2004. № 8. С. 78–88.
5. Грушин Б.А. Массовое сознание: Опыт преодоления и проблемы исследования. М.: Политиздат, 1987. 368 с.
6. Новая философская энциклопедия: в 4 т.: Интернет-версия издания / Ин-т философии РАН; Нац. обществ.-науч. фонд; предс. научно-ред. совета В.С. Степин. М.: Мысль, 2000–2001. URL: <http://iph.ras.ru/elib/1955.html> (дата обращения: 5.07.2014).
7. Энциклопедический словарь Ф.А. Брокгауза и И.А. Ефрона: электронная версия. СПб.: Брокгауз и Ефрон, 1890–1907. URL: <http://www.vehi.net/brokgauz/all/076/76593.shtml> (дата обращения: 5.07.2014).
8. Ожегов С.И. Словарь русского языка: Ок. 60000 слов и фразеологических выражений / Под общ. ред. проф. Л.И. Скворцова. М.: ООО «Издательство «Оникс»: ООО «Издательство «Мир и Образование», 2008. 976 с.
9. Психоаналитические термины и понятия: Словарь / Под ред. Барнеса Э. Мура и Бернарда Д. Файна / Перев. с англ. А.М. Боковой, И.Б. Гриншпуна, А. Фильца. М.: Независимая фирма «Класс», 2000. 304 с.
10. Витковская М.И. Социальные страхи как предмет социологического исследования: Дис. ... канд. социол. наук: 22.00.02 / Российский университет дружбы народов. М., 2006. 182 с.
11. Ефанов А.А. Моральные паники как фактор социальных изменений: Дис. ... канд. социол. наук: 22.00.04 / Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева. Саранск, 2016. 179 с.
12. Богомолов А.С. Английская буржуазная философия XX века. М.: Мысль, 1973. 317 с.
13. Goode E., Ben-Yehuda N. Moral panics: the social construction of deviance. Oxford: Wiley-Blackwell, 2009. 299 p.

14. Бурдые П. Социальное пространство: поля и практики / Пер. с франц.; отв. ред. перевода, сост. и послесл. Н.А. Шматко. М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2005. 576 с.

15. Политическая наука: Словарь-справочник / Авт. и сост. И.И. Санжаревский. Тамбов, 2015. URL: <http://www.glos.virmk.ru/> (дата обращения: 10.11.2016).

16. Россияне о деле Pussy Riot / Аналитический Центр Юрия Левады, 2012. URL: <http://www.levada.ru/31-07-2012/rossiyane-o-dele-pussy-riot> (дата обращения: 4.04.2015).

17. Ефанов А.А. Парадигмы развития современных моральных паник // В мире научных открытий. 2014. № 3.4 (51). С. 1803–1815.

EMOTIVE-MORALISTIC DISCOURSE AS A TECHNOLOGY FOR CONSTRUCTING MORAL PANICS

A.A. Yefanov

Orenburg State Pedagogical University

The article considers the sociological explanation of the technology for constructing moral panics. The concept of moral panic is considered on the basis of two constituents – moral and panic – which are traditionally studied within the social sciences (from the perspective of ethical, psychological and sociological approaches). It is determined in the course of theoretical research that the technology for constructing moral panics is the emotive-moralistic discourse and as a result of its use the moral pseudo-appeal to values and norms made by the mass media mobilizes the sense of danger and fear for the future on the part of a person. It is concluded that such strategies of media controllers are of an entirely material nature. By appealing to the society to protect its boundaries and by revealing the so-called «violators» of certain norms and rules, the media act as intermediaries in defending the interests of those who orchestrate the moral panic.

Keywords: moral panics, morality, panic, technology, moralism, emotive-moralistic discourse, mass consciousness, manipulation, media.