

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ МОРАЛЬНЫХ ПАНИК ...	16
1.1 Моральные паники как предмет социологического анализа	16
1.2 Моральные паники как социальный процесс	39
1.3 Структурная типологизация моральных паник	61
2 СОВРЕМЕННЫЕ МОРАЛЬНЫЕ ПАНИКИ В КОНТЕКСТЕ СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ	83
2.1 Трансформация современных моральных паник и их социальные последствия	83
2.2 Новые формы моральных паник	114
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	142
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	151
ПРИЛОЖЕНИЯ	169

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. В условиях ускорения глобализационных процессов, совершенствования информационных технологий и расширения возможностей средств массовых коммуникаций в обществе происходят масштабные изменения, проявляющиеся в разрушении культурных и национальных границ и формировании так называемой «глобальной деревни» (Г. М. Маклюэн). Важную роль в этом процессе играют СМИ, которые, удовлетворяя потребности массовой аудитории, ограничивают возможности индивидов в самостоятельном отборе, проверке и осмыслении фактов и тем самым универсализируют их восприятие мира. Современное общество развивается в условиях медиареальности, в которой средства массовых коммуникаций получили возможность конструировать социальные проблемы и программировать реакцию общества на них.

Другим следствием социальных трансформаций является размывание ценностно-нормативных границ морали, усугубление ситуации духовного кризиса и переход общества в аномичное состояние «после добродетели» (А. Макинтайр). В результате все чаще в центре общественного внимания оказываются проблемы, квалифицируемые как серьезные угрозы существующей системе духовных норм и ценностей и в перспективе способные привести к разрушению общества. Среди них – молодежная преступность, неконтролируемая миграция, наркомания, оскорбление религиозных чувств, насилие в семье и т.д. Журналисты, государственные служащие, общественные деятели и другие публичные лица по различным причинам заинтересованы в драматизации этих проблем и поддержании публичного интереса к ним. В итоге результатом кампаний, проводимых СМИ для освещения этих вопросов, часто являются случаи чрезмерно эмоциональной реакции общества на них, называемые моральными паниками.