

4. Голдмен Д. Целительные звуки. /Пер. с англ. –М.:София,2003.-224с.
5. Диоген Лаэртский. О жизни, учениях и изречениях знаменитых философов. - М.:Мысль,1979.-620с.
6. Жмудь Л.Я. Пифагор и его школа.-Л.:Наука,1990.- 190с.
7. Карев А.В., Сомов К.В. История христианства.- М.:СЕХБ, 1990.-364с.
8. Мистерия Дао. Мир «Дао дэ цзина»./Сост. Перев. А.А. Маслова.-М.,1996.
6. Морозова Н., Дернов-Пегарев В. “Воспаряющий журавль”: Комплекс упражнений древнекитайской оздоровительной системы цигун. М., 1993.
7. Огурцов А.П. Сравнительно-исторический метод //Философский энциклопедический словарь.- М.: Советская энциклопедия, 1989.-815с.
8. Платон. Собрание сочинений. В 4 томах. Т.2. и Т.3 – М. : Мысль. 1993. – 528 с.
9. Радхакришнан С. Индийская философия. В 2 т./Пер. с англ. Т. 1.- М., 1993. -643с.
10. Сократ. Платон. Аристотель. Сенека. Биографические очерки.- Ростов н/Д: Феникс,1998.-416с.
11. Чаттерджи, С. Древняя индийская философия / С. Чаттерджи, Д. Датта ; пер. с англ. – М. : Изд-во иностр. лит-ры, 1954. – 408 с.
12. Шохин В.К. Щербатской и его компаративистская философия.-М.,1998.
13. Щербатской Ф.И. Избранные труды по буддизму.-М.: Наука,1988.- 428с.

Полибза Елена - аспирант кафедры философии и социологии Государственного учреждения «Южнукраинский национальный педагогический университет».

УДК 316.613.434+070.654.19

АГРЕССИЯ И НАСИЛИЕ В СМИ

Исследователи, занимающиеся проблемой агрессии и насилия, отмечают важную роль СМИ, особенно телевидения, в распространении этих форм поведения.

Ключевые слова: агрессия, насилие, СМИ.

АГРЕСІЯ ТА НАСИЛЛЯ У ЗМІ

Дослідники, які займаються проблемою агресії та насилля, визначають важливу роль ЗМІ, особливо телебачення, у розповсюдженні цих форм поведінки.

Ключові слова: агресія, насилля, ЗМІ.

AGGRESSION AND VIOLENCE IN THE MEDIA

Reserchers concerned with the issue o aggression and violence note the important role of the media especially television in the spread of these behaviors.

Keyword: aggresion, violence, media.

На протяжении всей истории существования искусства людей интересовало, какое влияние оказывают жестокость и насилие на поведение человека. Платон старался уберечь молодых людей от просмотра пьес с жестоким сюжетом, которые, по его мнению, плохо сказывались на формировании характера. А его ученик Аристотель, наоборот, считал, что драма действует как очищающее средство и позволяет злости и агрессии выплеснуться наружу.

Насилие – это такие виды действия (в некоторых случаях - бездействия) субъектов по отношению к другой личности, влекущие за собой одну или несколько форм страдания (физического, психологического, сексуального, морального и экономического характера).

Агрессия (от лат. *aggressio* — нападение) - эмоционально окрашенное жесткое целенаправленное нападение. Желание и готовность нанести урон, ударить, уничтожить.

Проявления агрессии разнообразны. Агрессия (агрессивность) бывает прямая и косвенная, направленная вовне и на себя, физическая и вербальная, защитная и провоцирующая, здоровая и деструктивная.

Агрессия - это вид действий или состояние, а агрессивность - черта характера, привычка и склонность реагировать на все агрессивно.

Часто говорят, что агрессивное поведение — одна из форм реагирования на различные неблагоприятные в физическом и психическом отношении жизненные ситуации, вызывающие стресс, фрустрацию и тому подобные состояния. Верно, но агрессия вовсе не обязательно является формой реагирования, нередко это проактивная политика и осознанный выбор человека.

Исследователи, занимающиеся проблемой агрессии и насилия, отмечают важную роль СМИ, особенно телевидения, в распространении этих форм поведения. Это связано, во-первых, с легитимизацией насилия и, во-вторых, с влиянием демонстрируемого СМИ насилия на изменение уровня агрессивности у потребителей, главным образом у детей и молодежи.

Первая проблема проявляется в выделенном Й. Галтунгом феномене культурного насилия. Имеются в виду те аспекты культуры, символической сферы человеческого существования, представленной идеологией и религией, языком и искусством, эмпирической и формальной наукой, которые могут быть использованы для оправдания и легитимизации прямого и структурного насилия. Культурное насилие ведет к тому, что все другие проявления насилия начинают выглядеть и восприниматься как справедливое или, во всяком случае, не дурное дело. Можно установить каузальную связь от культурного через структурное к прямому насилию. Культура, в том числе и СМИ, проповедуют, учат, заставляют рассматривать агрессию, эксплуатацию и репрессии в кач. нормальных и естеств. явлений или же не замечать их вовсе.

Вторая проблема связана с феноменом влияния кино на поведение и ценностную ориентацию детей и подростков. Многочисленные исследования касались двух основных вопросов: обучаются ли зрители (особенно дети и подростки) новым формам агрессивного поведения, наблюдая за экранном насилием (эффект научения) и как долго длится это воздействие; способствует ли насилие, демонстрируемое в СМИ, снижению эмоциональной чувствительности к насилию и сказывается ли такое снижение на повышении вероятности актуального агрессивного поведения в реальной жизненной ситуации (эмоциональные последствия). Факт влияния восприятия «экранного» насилия на повышение агрессивности у детей доказан; это влияние осуществляется:

- 1) с помощью имитирующего научения (при наблюдении);
- 2) медианасилие воздействует на детей, делая их нечувствительными к насилию;
- 3) оправдание насилия является еще одним фактором, стимулирующим агрессивное поведение;
- 4) медианасилие содержит в себе ключевые стимулы, пробуждающие агрессивные мысли, фантазии, чувства и действия;
- 5) дети, увлеченные медианасилием, обнаруживают более низкий уровень физиол. возбуждения в ответ на показ сцен насилия.

Приблизительно в 60% американских телепрограмм и 90% телефильмов встречаются сцены драк и насилия (1). В телевизионных программах США показывают 5 актов насилия в час в вечернее время и 18 актов насилия в дневное время по выходным. Очень много сцен насилия в мультфильмах, в них в среднем происходит 26 актов насилия в час (2).

Насилие на телевидении – излюбленная тема политических дебатов. Написаны сотни и даже тысячи работ о насилии. Зрители разного возраста неодинаково реагируют на стимулы и ситуации, возникающие в кино и телефильмах с изображением насилия. Дошкольники боятся монстров или мутантов и любых искаженных природных форм, а дети постарше уже

«не верят в них» и не испытывают сильного страха. Школьники обладают когнитивной способностью предвидеть опасность и вероятные последствия, поэтому их пугают показы по ТВ опасных ситуаций из реальной жизни, сцены нападений и катастроф, они пугаются больше до того, как происходит событие на телеэкране. Когда ребенок взрослеет, развивается его способность к абстрактному мышлению, он может почувствовать страх не только за свою жизнь, но и сочувствует тому, что случается с телегероем на экране, и может переживать и пугаться от того, что происходит с героями фильмов и программ. Дети одного возраста могут пугаться самых разных вещей: если представить ситуацию, когда брат и сестра смотрят один и тот же фильм, их реакция может быть неодинаковой. Кто-то из них, например, брат, испугается и придет в ужас, а его сестра – нет.

Представим такой случай: два брата смотрят фильм о добром пришельце из космоса. Дошкольника испугает фантастический образ инопланетянина, а ребенка постарше встревожат эпизоды, где другие люди угрожают дружелюбному и безобидному инопланетянину.

В свою очередь, ребенок помладше может не испытывать страха вообще – фактически ему может понравиться милый маленький инопланетянин. Он еще не в состоянии мыслить достаточно абстрактно, чтобы понять, отчего его брат боится эпизодов с потенциально угрожающим содержанием.

Кантор и Оливер (3) определили ряд факторов, влияющих на возникновение чувства страха у детей при просмотре ТВ. Первый: чем старше ребенок, тем важнее для него соотношение поведения и внешности персонажа. Оно и определяет силу реакции, хотя безобразный герой всегда пугает сильнее, чем привлекательный и милый. Второй: по мере того как дети подрастают, они склонны быстрее реагировать на реальную, а не воображаемую или фантастическую угрозу. Третий: чем старше становятся дети, тем больше они начинают бояться некоей абстрактной опасности.

Слово агрессия происходит от латинского «aggredi», что означает напа- дать. До начала XIX века агрессивным считалось любое активное поведение как доброжелательное так и враждебное. В настоящее время под агрессией стали понимать враждебное поведение в отношении окружающих людей, причем в понятии «агрессия» объединяются различные по форме и результатам акты поведения: от таких как злые шутки, сплетни, враждебные фантазии, до бандитизма и убийств.

Одним из наиболее дискутируемых вопросов можно считать влияние средств массовой информации на агрессивное поведение личности. В публичных обсуждениях проявления агрессии и насилия в молодежной среде СМИ обычно называют одним из факторов явно возрастающего уровня агрессивного поведения молодежи. На различных телеканалах и в различных телепередачах большое количество агрессивных эпизодов, зачастую чрезвычайно жестокого характера, без труда доступных для просмотра юным зрителям. То же самое можно сказать о домашнем видео, кинопродукции, комиксах и о компьютерных играх, которые очень популярны в молодежной среде. Кроме того, регулярно сообщаются тревожные данные о среднем количестве часов в неделю, проводимых за компьютером, телевизором детьми и подростками. Эти наблюдения приводят к убеждению, что трансляция насилия в средствах массовой информации обуславливает общее увеличение агрессивного поведения в обществе. Воздействие медиа изображений агрессивного поведения на человека может проявляться двояким образом:

а) специфически – демонстрируется поведение, представляющее собой прямую имитацию наблюдавшегося поведения;

б) в более общей форме – наблюдение конкретного вида агрессии приводит к повышенной вероятности агрессивных реакций, принимающих какую- то другую форму.

Наблюдение изображаемых в масс-медиа сцен насилия может ослабить имеющиеся у зрителей “запреты” на агрессивное поведение, поскольку агрессия представляется как обыденная распространенная черта социальных взаимодействий. Изображение агрессивного поведения получило в средствах массовой информации широкое

распространение, при этом лишь в некоторых случаях показывается, что акты насилия вызывают болевые ощущения у жертвы и причиняют ей вред, – это подрывает восприятие насилия как асоциального и пагубного деяния.

Установлено, у зрителя неоднократно наблюдающего изображаемые в масс-медиа сцен насилия формируется привыкание, срабатывают защитные механизмы психики, развиваются реакции избегания подобной информации, ее «забывания» по механизму вытеснения. В результате работы этих психологических механизмов как на индивидуально-личностном, так и на социально-психологическом уровнях происходит десенсибилизация к проявлениям жестокости и насилия, а также усвоению новых форм агрессивно-насильственного поведения по механизму социального научения.

Существует устойчивый кратковременный эффект воздействия ТВ-сцен агрессии на поведение зрителей. Что же касается долговременного эффекта, по меньшей мере, может быть показана значимая положительная корреляция между уровнем ТВ-агрессии и выраженностью тенденции к агрессивному поведению. Кроме того, авторы определили ряд факторов, ослабляющих воздействие ТВ на агрессивное поведение. Агрессия в СМИ с большей вероятностью повышает агрессивные склонности зрителя, если имеют место следующие условия:

1. Эффективность. Агрессия в СМИ представлена как эффективный инструмент достижения целей, который можно применять безнаказанно.

2. Нормативность. При показе физической агрессии или действий, намеренно наносящих ущерб, не уделяется внимание их негативным последствиям для жертвы ее страданиям, горю или боли. Более того, агрессия часто представляется как оправданная, то есть, когда в качестве ее субъектов выступают «хорошие парни», например полиция.

3. Уместность. Изображаемый обидчик имеет некоторое сходство со зрителем, который может, таким образом, вообразить себя в подобной роли. Агрессия представлена скорее в реалистической, чем в фантастической манере.

4. Восприимчивость. Наблюдая агрессивную сцену, зритель находится в состоянии эмоционального подъема (удовольствие, гнев, фрустрация), который мешает выработке более отстраненного или критического отношения к происходящему.

Очевидно, что сцены агрессии в СМИ воздействуют на агрессивность зрителей в реальной жизни. Какие процессы могут объяснить этот эффект? Проведя теоретическую и эмпирическую работу в данной области, Гунтер заключил, что, кроме процессов передачи возбуждения и подражания образцам, постоянное наблюдение за агрессивными персонажами и третируемыми жертвами может снизить эмоциональную чувствительность зрителей к жестокому обращению (десенсибилизация) и ослабить тенденции к отторжению их собственных агрессивных действий.

Если на телеэкране «враги» демонстрируют агрессивное поведение и остаются безнаказанными, «сдерживающие силы» у зрителя в отношении ненормативного поведения могут ослабеть. Испытуемые-мужчины, которым в течение недели ежедневно демонстрировались агрессивно-порнографические фильмы, сообщили о притуплении чувства депрессии, раздражения и тревоги. Они в большей мере стали оценивать фильмы как приятные, и в меньшей — как содержащие насилие и унижительные для женщин.

Частые сцены агрессии в СМИ также влияют на установки. Люди, с помощью ТВ узнавшие, что конфликты часто решаются агрессивным путем и что один агрессивный поступок обычно влечет за собой другой, могут переоценить свои собственные шансы стать жертвой. Они более подозрительны по отношению к другим и требуют более суровых приговоров в борьбе с преступностью. Связь между агрессией в СМИ и поведенческой агрессией не однонаправлена, хотя этот факт часто не замечается. В реальной жизни программы, содержащие сцены насилия, обычно не навязываются детям и подросткам специально. Они имеют возможность выбирать среди каналов, фильмов и видео то, что хотят смотреть сами. Таким образом, связь между демонстрацией агрессии в СМИ и агрессивным поведением может быть искажена индивидуальным предпочтением агрессивных фильмов.

Эффекты насилия в масс-медиа не одинаковы для разных зрителей. Некоторые люди больше других подвержены влиянию телевидения, и отдельные эпизоды шоу воздействуют на них сильнее. При выборе политики – регуляции актами закона или основополагающих принципов телеиндустрии – нужно учитывать эти различия. Всякое насилие на экране приносит людям неодинаковый вред. В этом заключается проблема введения ограничителей насилия и рейтингов. Еще одна проблема, которая усложняет вопросы политики в отношении СМИ, состоит в том, что темы насилия необычайно распространены в масс-медиа. Конечно, насилие преобладает в развлекательных программах и фильмах, но оно также широко распространено в мультфильмах, новостях, лирических песнях и там, где мы менее всего ожидаем, когда говорим о насилии в СМИ.

Велись жестокие и разгоряченные дебаты об эффектах насилия в масс-медиа – и вероятно, они и дальше будут вестись на таком же уровне. Как и следовало ожидать, телесети и телеиндустрия в целом не признают выводов бихевиористских исследований. Негативные эффекты телевидения, вероятно, не настолько распространены и серьезны, как считают самые строгие критики, но они и не настолько безопасны, как полагают апологеты (например, Cumberbatch & Howitt, 1989; J. L. Freedman, 1984, 1988; Howitt, 1982). Мы должны выйти за рамки порицания СМИ за все насилие в жизни, но и не должны снимать с них ответственности, как если бы СМИ не оказывали никакого влияния на зрителей.

Количество времени, проведенного у телевизора, демократичность, доступность телепродукции – все это оказывает большое формирующее влияние на вкусы и предпочтения человека.

Социологи выделяют пять ключевых компонентов контекста, который повышает восприятие зрителей к негативному воздействию медиа-насилия. Дети (подростки) наиболее склонны к этому негативному влиянию и склонны имитировать увиденное насилие, особенно если в изображении акта насилия присутствуют все пять из упомянутых ниже компонентов.

Факторы, способствующие агрессивным установкам и поведению:

- Преступник является привлекательной ролевой моделью;
- Насилие выглядит оправданным;
- За насилием не идет месть (преступные действия не ведут к покаянию, не осуждаются, не наказываются)
- Жертва насилия несет минимальный ущерб;
- Сцена насилия воспринимается зрителем как реалистичная.

Таким образом, влияние телевидения на поведение современного ребенка и подростка является ли существенным. То, что показывают на экранах, считается положительным, социально одобренным, правильным. Наибольшее влияние, конечно, имеет положительный герой, поведение которого воспринимается как образцовая. Но, к сожалению, способы "борьбы со злом", которые демонстрируют с экранов положительные персонажи, не менее агрессивны, чем само «зло». Насилие, льющейся рекой с экранов телевизоров, конечно, наносит колоссальный вред, особенно детям и подросткам, которые не имеют достаточной способности к сопротивлению такому влиянию и соответственно формируют модели своего поведения в социуме.

СМИ являются одним из основных источников пропаганды агрессии, которое становится моделью дальнейшего поведения подростков.

Таким образом, средства массовой информации являясь наиболее доступным и широко используемым средством получения информации имеет двойственную ориентацию: положительную и отрицательную. Современный подросток проводит достаточное количество времени перед экраном телевизора, слушая музыку по радио или пользуясь Интернетом, может невольно стать «заложником» СМИ.

Детская психика, особенно во время пубертатного периода, особенно нестабильна. Ребенок, становясь взрослым, меняя свои убеждения, вкусы, интересы, надеясь на поддержку взрослых и все еще полагая, что взрослый всегда прав, разочаровывается в окружающих его людях. Часто родители не понимают своих детей, ругают, упрекают, наказывают, поэтому

подросток начинает искать себе кумиров среди любимых героев кино или мультфильмов, компьютерных игр или музыкальных исполнителей. Поведение кумира становится моделью поведения подростка. Он старается подражать во всем: одежде, походке, манере общения поведение. К сожалению, чаще всего кумирами становятся отрицательные герои. Ребенок как бы протестует против устоявшихся правил и законов, он старается заявить о себе как о личности, хочет стать сильным, уважаемым, но не всегда понимает, что его действия могут причинить вред окружающим людям.

Современные фильмы и мультфильмы наполнены жестокостью и насилием. Ребенок, начиная с 3 - 4 летнего возраста смотрит мультики, в которых присутствует агрессивное поведение «положительного» героя. В 13 лет для него становится нормой наблюдать за сценами насилия и жестокого убийства на экране. Все это может привести к тому, что каждое дальнейшее поколение будет все чаще проявлять агрессию по отношению к окружающим, порог критичности к своим действиям будет снижаться, что приведет к увеличению числа правонарушений среди подростков.

Таким образом, транслируемые передачи посредством СМИ необходимо контролировать со стороны государства, недопуская к трансляции в дневное и вечернее время мультфильмов и фильмов со сценами насилия и жестокости.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. National Television Violence Study, 1997.
2. Gerbner & Gross, 1980; Huston et al., 1992.
3. Cantor & Oliver, 1996
4. Брушлинская Н.В. Криминальное насилие в семье и его трансляция средствами массовой информации. <http://evartist.narod.ru/text7/38.htm>.
5. Змановская Е.В. Девиантология: Психология отклоняющегося поведения. М.: Академия, 2004.
6. Крэйхи Б. Социальная психология агрессии. СПб.: Питер, 2003.
7. Baron R.A., Richardson D.R., Human aggression. New York, Plenum Press, 1994. Muñoz F. Efectos de la Televisión en los niños. En :La Generación TV, Granada, Alsur, 1996.
8. Potter W.J. On media violence. Thousand Oaks, CA: Sage, 1999.
9. Rice, F. Desarrollo humano: el estudio del ciclo vital. México: Prentice-Hall, 1997.
10. Smith S.L., Donnerstein E. Harmful effects of exposure to media violence. San Diego, CA: Academic Press. 1998.
11. Лит.: Ениколопов С. Н. Массовая коммуникация и проблема насилия // Информационная и психологическая безопасность в СМИ: в 2 т. Т. 1: Телевизионные и рекламные коммуникации / Под ред. А. И. Донцова, Я. Н. Засурского, Л. В. Матвеевой, А. И. Подольского. М., 2002. С. Н. Ениколопов

Полторак Володимир Абрамович - доктор філософських наук, професор кафедри політології, соціології та гуманітарних наук, Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля

УДК 316.4:339.138

СОЦІАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ: СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТА ЗАСТОСУВАННЯ В ОСВІТНІЙ, МЕДИЧНІЙ, КУЛЬТУРНІЙ, ТЕРИТОРІАЛЬНІЙ, ДОБРОЧИННІЙ, ІДЕОЛОГІЧНІЙ СФЕРАХ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

У статті проаналізовано важливу й актуальну проблему застосування соціального маркетингу для регулювання соціальних процесів у демократичному, ринковому суспільстві. Розглядається особлива його роль в умовах соціально-політичної, соціально-економічної, воєнної кризи, коли необхідно приймати нові, креативні рішення, спрямовані на вирішення відповідних проблем. Зокрема розглядаються завдання освітнього маркетингу з точки зору реалізації ризик-стратегій, що виникають перед студентами в сучасних умовах, перспективи розвитку медичного маркетингу в умовах впровадження страхової медицини, роль добродійного маркетингу в організації волонтерського руху, нові технології організації ідеологічної діяльності та пропаганди.

Ключові слова: соціальний маркетинг, кризове суспільство, освітній маркетинг, добродійний маркетинг.

СОЦИАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ: СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ И ПРИМЕНЕНИЯ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ, МЕДИЦИНСКОЙ, КУЛЬТУРНОЙ, ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ, БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОЙ, ИДЕОЛОГИЧЕСКОЙ СФЕРАХ УКРАИНСКОГО ОБЩЕСТВА

В статье проанализирована важная и актуальная проблема использования социального маркетинга для регулирования социальных процессов в демократическом, рыночном обществе. Рассматривается его особая роль в условиях социально-политического, социально-экономического, военного кризисов, когда не обходимо принятие новых креативных решений, направленных на решение соответствующих проблем. В частности, рассматриваются задачи образовательного маркетинга, которые встают перед студентами в современных условиях с точки зрения реализации риск-стратегий, перспективы развития медицинского маркетинга в условиях внедрения страховой медицины, роль благотворительного маркетинга в организации волонтерского движения, новые технологии организации идеологической и пропагандистской деятельности.

Ключевые слова: социальный маркетинг, кризисное общество, образовательный маркетинг, благотворительный маркетинг.

SOCIAL MARKETING: CURRENT PROBLEMS OF ITS DEVELOPMENT AND APPLICATION IN UKRAINE IN THE SPHERES OF EDUCATION, HEALTH CARE, CULTURE, LOCAL DEVELOPMENT, CHARITY AND IDEOLOGY.

The article looks into the topical problem of the application of social marketing for the regulation of social processes in a democratic market society. Analyzed is social marketing's specific role in the context of sociopolitical, socioeconomic and military crises demanding new non-trivial solutions. Special attention is devoted to the tasks of educational marketing and the problems that students face while realizing various risk strategies; to the prospects of the development of health care marketing in the course of the introduction of insurance medicine; to the role of charity marketing in organizing the volunteers' movement; to new technologies of ideological and propagandistic activity.

Keywords: social marketing, crisis society, educational marketing, charity marketing.

Постановка проблеми. Актуальність розвитку та застосування соціального маркетингу в управлінні соціальною сферою суспільства пояснюється тим, що, з одного боку, якихось