



І. В. Битюк,
аспірантка

УДК 007: 304: 001

«Кінець світу» в медіаконтенті як феномен «моральної паніки» (на прикладі телеканалу «1+1»)

У статті розглядається феномен «моральної паніки» навколо теми кінця світу в матеріалах журналістів телеканалу «1+1» через характеристику поведінкових реакцій членів суспільства на цю проблему крізь призму ціннісних орієнтацій та соціальних змін.

Ключові слова: паніка, «моральна паніка», вплив, кінець світу, цінності, соціальні зміни.

Відносини між інформаційною та соціальною системами чітко описані у моделі медіазалежності М. П. де Флера та С. Болл-Рокеша: світ постійно ускладнюється, тому люди звертаються до медіа, щоб зрозуміти, що відбувається довкола. Внаслідок цього – чим більше людина покладається на ЗМК для отримання інформації, тим активніше вона знаходиться під їхнім впливом. Задля впливу на масову свідомість, на цінності й поведінку людей ЗМК вдаються до різноманітних масовокомунікаційних технологій, у тому числі й «моральної паніки». Прикладом залежності індивідів від медіа, яка в подальшому відбилася на поведінці членів суспільства, стала реакція суспільства на актуалізовану останнім часом у медіа-контенті тему «кінця світу».

Мета дослідження – охарактеризувати «апокаліпсис» у ЗМК як феномен «моральної паніки», спираючись на поведінкові реакції членів суспільства.

Предмет дослідження – поведінкова реакція членів суспільства на матеріали журналістів телеканалу «1+1» як «моральна паніка».

Об'єкт дослідження – поведінкова реакція членів суспільства на проблему «кінця світу» в медіа-контенті.

Феномен «моральної паніки» співвідноситься із явищем паніки як такої, як певний його підвид. Відповідно він перебирає на себе певні його характеристики, проте має й свої особливі ознаки. Розглянемо, що ж являє собою «моральна паніка» у системі соціальних комунікацій.

У вітчизняній науковій та популярній психологічній літературі феномену «паніки» приділено недостатньо уваги, окрім фрагментарних згадувань у соціальній та військовій психології. У найзагальнішому визначенні «паніка» – це стан жаху, що супроводжується різким послаблен-

ням вольового самоконтролю [1, 30]. У соціальній психології під панікою розуміють психічний стан людини, викликаний реальною або уявною небезпекою і охоплює людину або масу людей, неконтрольоване прагнення уникнути небезпечної ситуації. У військовій психології панікою вважають складний, проміжний емоційно-поведінковий феномен, який виникає внаслідок дефіциту інформації про якусь незрозумілу чи заплутану ситуацію або її надмірної кількості. Тож, проаналізувавши наведені визначення феномена «паніки», ми дійшли висновку, що це психічний стан людини, який проявляється у вигляді емоційно-поведінкової реакції на реальну чи уявну небезпеку, що виникла внаслідок дефіциту інформації або її надмірної кількості.

Проте «моральна паніка», як підвид «паніки» загалом, не є психічним станом. Підходи до неї та її характерні особливості змінювалися разом із розвитком історії дослідження цього явища. Концепція «моральної паніки» почала розвиватися у західній соціології. Вона застосовувалася для аналізу різних явищ: молодіжних субкультур (Cohen (1972), Thornton (1995)), злочинності (Zatz (1987)), наркоманії (Goode, Ben-Yehuda (1994)), сатанізму (Jenkins, Meier-Kaykin (1992) та Victor (1993)), сексуальних злочинів (Jenkins (1995)), СНІДу (Thompson (1998), Hawdon (2001), Rawe (2002)) тощо. В Україні та Росії цей феномен лише почав вивчатися такими соціологами та політологами, як: О. Бурего, В. Кулик, П. Мейлахс, У. Блюдіна, Н. Смирнова, І. Костеріна та ін. Серед комунікологів – як вітчизняних, так і зарубіжних – ґрунтовні дослідження цього явища майже відсутні.

Загалом же поняття «моральна паніка» стало широко використовуватися на початку 1970-х рр., коли соціолог С. Коен досліджував молодіжні субкультури. Під цим феноменом він розумів



«перебільшену, посилену засобами масової інформації суспільну реакцію на відносно мало-значущі дії соціальної девіації, яка становить загрозу суспільним цінностям та інтересам» [2, 9]. Указуючи на роль медіа у створенні «моральної паніки», дослідник зауважує, що ЗМК самі визначають, що є моральним, а що аморальним, накладаючи на одні вчинки ярлик девіантності, а на інші – ні. Однак, на нашу думку, він ігнорує той факт, що «моральна паніка» може бути пов'язана не лише з відхиленнями, а й поведінкою в межах суспільної норми, пов'язаної з особливими соціальними, політичними та економічними чинниками. Саме цим можна пояснити той факт, що сучасні ЗМК штучно формують «моральну паніку» заради досягнення вигідних для когось цілей. Ще одним аргументом на користь цього є твердження І. Г. Ясавеєва: «... те, що вважається злочинним в одному суспільстві і в один історичний період, не є таким у другому суспільстві чи протягом іншого часу» [3, 13].

Паралельно з С. Коеном «моральну паніку» вивчав соціолог і кримінолог Дж. Юнг, який досліджував її у зв'язку з темою наркотиків і «хіпі» в середині 1960-х рр. Науковець дійшов висновку, що з плином часу дії поліції проти курців марихуани призвели до інтенсифікації їхньої девіантної поведінки. Внаслідок девіантності посилилася, бо відбувся «переклад фантазії на реальність», адже людина, як відомо, може одночасно жити у двох вимірах – суспільно й особистісно реальному (об'єктивному) та вигаданому, навіяному, віртуальному (суб'єктивному). Саме така психологічна особливість людини і є засобом маніпуляції нею.

Англійські дослідники Е. Гуд та Н. Бен Єгуда вважали, що «моральна паніка» є механізмом для закріплення моральних кордонів суспільства – лінії між моральним і неморальним, переступаючи які людина переходить із царства добра в царство зла». Вони наголошували, що саме мас-медіа встановлюють моральні кордони і саме завдяки їм формується та розвивається «моральна паніка» [4, 52]. Дослідники виокремили п'ять основних характеристик цього явища:

- неспокій (приклади поведінкових реакцій);
- ворожість (винуватців зображають народними дияволами);
- консенсус (негативна соціальна реакція притаманна широким колам суспільства)
- диспропорційність (поведінка, як і загроза – перебільшена);
- перемінність (паніка у мас-медіа швидко спалахує і так само швидко може зникнути).

С. Холл наголошує, що про «моральну паніку» варто говорити, коли офіційна реакція на окремих членів суспільства, групи осіб чи серію

подій становить реальну загрозу, а експерти (міліція, судді, політики) її сприймають, коли мас-медіа змальовують трагедію оперативної й драматично у вигляді новин, рівень перебільшення у яких не може витримати жодна реалістична оцінка ситуації [5, 16].

На думку російського дослідника П. Мейлахса, «моральна паніка» – це моральна або правова невизначеність, проблемність у сфері життя суспільства, коли традиційні мораль і право опиняються у колі протидії з реальністю [6]. Згодом дослідник визначає «моральну паніку» як надмірну реакцію засобів масової інформації, поліції, лідерів місцевих громад на дії певних соціальних груп, які є досить тривіальними як з точки зору її характеру, так і з точки зору кількості включених осіб [7].

Досліджуючи «моральну паніку» в контексті конструювання соціальної реальності, О. Бурего визначає її як «соціальний конструкт, за яким окремі суб'єкти політики та ретранслятори їх думки – ЗМІ – здатні формувати різні суспільні фобії та побоювання» [8].

В етиці під моральною панікою розуміють особливий стан масової свідомості, який гостро-емоційно реагує на соціальну напругу, під час якої відбувається загроза соціальним та культурним цінностям [1, 243].

Осмыслиючи наведені дефініції, «моральну паніку» ми розглядатимемо у комунікаційному сенсі як перебільшену реакцію ЗМК на девіантну поведінку певної особи чи групи осіб або нестандартні явища, які порушують встановлені суспільством норми та становлять загрозу загальнолюдським цінностям. Коли маси відчують небезпеку соціально значущим явищем суспільного життя (цінностям), то в масовій свідомості починає формуватися «моральна паніка».

З'ясувавши дефінітивні особливості цього явища, розглянемо як формується паніка в цілому та «моральна паніка» зокрема. Серед загальних механізмів породження паніки український психолог В. Молярко вказує наступні:

- наявність «шокуючого стимулу»;
- дефіцит інформації про подію (особливо інформації достовірної) і водночас надлишок неперевіреної інформації з неофіційних джерел;
- створення образу небезпеки, який накладається на загальний стан психологічної неготовності до адекватного сприйняття того, що сталося;
- активізація захисної системи організму на різних рівнях усвідомлення та інтенсивної реакції [9, 69].

Російський психолог А. Назаретян вважає, що механізми розвитку паніки починаються із «шокуючого стимулу, який викликає переляк спочатку в одного чи кількох людей. Вони ста-



ють джерелом, від якого страх передається іншим. Відбувається взаємна індукція і нагнітання емоційної напруги через механізми «циркулярної реакції». Далі, якщо не вжити своєчасних заходів, маса остаточно деградує, люди втрачають самоконтроль і починається панічна втеча, яка здається рятівною, хоча в дійсності тільки посилює небезпеку [10, 33–34].

Як і в явищі «паніки», західні дослідники зазначають, що для виникнення «моральної паніки» необхідні щонайменше дві умови: *по-перше*, наявність кризової ситуації в суспільстві (або її штучне нагнітання) – «шокуючий стимул»; а *по-друге*, – існування соціальної групи чи організації, яка націлена і спроможна спровокувати суспільне збурення та спрямувати його за своїм бажанням. Проте, окрім «шокуючого стимулу», «моральна паніка» містить і свої характерні особливості. Так, американська дослідниця Східного університету штату Мічиган Д. Кіллінбек називає такі ключові елементи «моральної паніки»:

- 1) хтось або щось визнається загрозою цінностям чи інтересам суспільства;
- 2) загроза відображається у ЗМІ;
- 3) стрімко нагнітається суспільна небезпека;
- 4) влада або інші структури, які долучаються до формування громадської думки, відповідають на цю тривогу;
- 5) паніка спадає або призводить до соціальних змін [11].

Спираючись на уявлення Д. Кіллінбек про феномен «моральної паніки», розглянемо, яким же чином тема «кінця світу» в медіаконтенті із соціальної проблеми перетворилася на проблему, навколо якої в суспільстві сформувалася «моральна паніка», що мала широкий резонанс та негативні наслідки для соціуму.

По-перше, загроза цінностям суспільства: тема кінця світу в соціумі зачіпала й становила загрозу загальнолюдським цінностям, переважно цінностям «життя», «здоров'я» і «майбутнє» та ін., залежно від версії кінця світу: зіткнення з таємничою планетою Нібіру, дощ із астероїдів, потужні магнітні бурі, спричинені спалахом на сонці, який у свою чергу викликаний парадом планет (цінність «життя», «здоров'я», «майбутнє»); проходження планети Земля через галактичну «нульову смугу», що спричинить тотальну тишу і повну темряву на декілька днів (цінність «свободи», «здоров'я»); календар майя, який закінчується 21 грудня 2012 р. (цінність «життя», «знання», «майбутнє») тощо.

По-друге, відображення загрози в ЗМК: апокаліпсис активно почав побутувати у світовому та вітчизняному інформаційному просторі, починаючи з 2007 р. Апогеєм її активності стало 21 грудня 2012 р., з наближенням якого

новини, газетні матеріали, телевізійні сюжети були переповнені апокаліптичними настроями. До того ж, ця тема стала майже номером один для обговорення у соціальних мережах. А згідно зі статистикою пошукової системи Google, запити «21 грудня 2012» [12] та «кінець світу» [13] стають одними із найпоширеніших серед користувачів юанету (вітчизняного інтернету). Згідно з даними дослідження компанії «Ашматов і партнери України» пошукові запити українців на тему «кінця світу» становлять 98 %, у той час як «фінансова криза» займає лише 2 % [14]. Дослідження проводилося з 4 листопада по 4 грудня у пошукових системах Google та Яндекс.

По-третє, нагнітання суспільної небезпеки: під час дослідження вітчизняного інформаційного простору було виявлено, що протягом п'яти років (2007–2012) найбільше увагу цій темі приділяв телеканал «1+1» (160 журналістських матеріалів), а також не залишилися байдужими журналісти «Інтера» (15 матеріалів) та «Першого національного» (10 матеріалів). Така кількість інформації про «кінець світу» свідчить про нагнітання суспільної небезпеки навколо цієї теми.

По-четверте, влада долучається до формування тривоги: до формування громадської думки на цю тему долучалися політики (у Китаї президент встановив за розповсюдження інформації про апокаліпсис термін 6 років тюрми; через «кінець світу» Президент Болівії заборонив Coca-Cola та McDonald's і постулював це як частину урочистостей, присвячених кінцю капіталізму і початку комунітаризму; в Австралії прем'єр-міністр записала звернення на випадок кінця світу, в Аргентині влада порадила всім жителям ретельно підготуватися до кінця світу), органи внутрішніх справ (у Швеції правоохоронці звернулися до злочинців, що переходять, постати перед Страшним Судом із чистою совістю), брокери (в Росії та Україні почали приймати ставки на апокаліпсис), мас-медіа (у Туманному Альбіоні створили дві радіостанції, які цілодобово розповідають про те, як пережити апокаліпсис) та ін.

По-п'яте, спад «моральної паніки» або соціальні зміни: спад «моральної паніки» навколо теми «апокаліпсису» став помітний одразу після пророкованого 21 грудня 2012 р., коли ніякого із прогнозованих варіантів «кінця світу» не сталося. А для того щоб переконатися, які соціальні зміни відбулися в суспільстві внаслідок системного нагнітання паніки навколо цієї теми, зосередимо свою увагу перш за все на новинах телеканалу «1+1», який взяв найактивнішу участь в інформуванні українців про апокаліптичну тему (близько 160 матеріалів) та сприяв, на нашу думку, поширенню «моральної паніки» серед українців.



Соціальні зміни та поведінкова реакція соціуму на «апокаліпсис»

Поведінкова реакція	Ціннісна орієнтація	Соціальні зміна
Сектанти Пензи (Росія) сховалися під землею в очікуванні кінця світу (29 дорослих і 4 дітей) (новина від 19 листопада 2007 р.)	Життя, здоров'я	Чітко не виражені
Комуністи Молдавії лякають кінцем світу, якщо за них не проголосують (новина від 11 березня 2009 р.)	Влада	Залюкування людей, маніпуляція вибором
Львів'янка передбачила кінець світу і наклала на себе руки (новина від 24 липня 2009 р.)	Вибір	Смерть
У Казахстані чоловік задусив кохану і наклав на себе руки в очікуванні кінця світу (новина від 10 серпня 2010 р.)	Вибір	Смерть
У Мексиці збудували місто, де можна пережити «кінець світу» (м. Лас-Агілас, стіни якого захищають від зміни температури, радіації, вогню або повеней) (новина від 31 серпня 2010 р.)	Життя, здоров'я	Розвиток інфраструктури, впровадження інновацій
У Харкові встановили дошку бажань перед кінцем світу 2012 р. (новина від 22 грудня 2010 р.)	Задоволення, час	Чітко не виражені
16-річний підліток із Севастополя сховався у Харківському метро від апокаліпсису (новина від 25 лютого 2011 р.)	Життя, здоров'я	Соціальна втеча
Російські олігархи масово скуповують бункери в очікуванні кінця світу (побудовано 15 бункерів у різних точках Росії) (новина від 13 травня 2011 р.)	Життя, здоров'я	Розвиток інфраструктури
В Росії школярка-емо повисилася, злякавшись кінця світу (новина від 25 травня 2011 р.)	Свобода	Смерть
Китайський мільйонер буде «Ноїв ковчег» на випадок апокаліпсису (судно за 20 000 євро, 150 м – у довжину, 15 м – у висоту, 25 м – у ширину) (новина від 16 вересня 2011 р.)	Життя, здоров'я, гроші	Чітко не виражені
У Гондурасі встановили годинник, який рахує дні у зворотному порядку до кінця світу (новина від 22 грудня 2011 р.)	Час	Посилення соціальної напруги
Людям пропонували придбати картки-талісмани, з якими нібито кінець світу омине обраних (новина від 14 листопада 2012 р.)	Життя, здоров'я	Соціальний обман на основі прагнення збагатитися
У Житомирі перед кінцем світу свічки, запальнички та ліхтарики подорожчали втричі (новина від 6 грудня 2012 р.)	Життя, здоров'я	Соціальний обман на основі прагнення збагатитися
У Мексиці надійшли спеціальні набори «Про всяк випадок» з сірниками, ножем для консерви і боротьби із зомбі, шоколадом, блокнотом для записів спогадів, літровою пляшкою анісового лікеру (напоєм Майя) (новина від 8 грудня 2012 р.)	Здоров'я	Соціальний обман на основі прагнення збагатитися
В Україні люди консервують воду, запасуються свічками, алкоголем (новина від 9 грудня 2012 р.)	Здоров'я	Чітко не виражені
Китаець Лу Чжинхай витратив свої заощадження у розмірі 160 тис. \$ і побудував ковчег за прикладом біблійного персонажа Ноя (новина від 10 грудня 2012 р.)	Життя, здоров'я	Чітко не виражені
Американці готувалися протистояти живим мерцям, які захоплять нашу планету і купували спеціальні набори для виживання в день наступу перевертнів, а також виготовили серію відео-уроків, що нібито можуть підготувати людину до опору живим мерцям (новина від 12 грудня 2012 р.)	Життя, здоров'я	Соціальний обман на основі прагнення збагатитися
Жителі Чилі хочуть отримати заробітну плату наперед і провести цей день з розмахом (новина від 12 грудня 2012 р.)	Задоволення	Чітко не виражені
На Харківщині облаштували підземний готель для тих, хто готується до кінця світу (станом на 13. 12. 2012 уже знайшли 5 клієнтів) (новина від 13 грудня 2012 р.)	Життя, здоров'я	Соціальний обман на основі прагнення збагатитися
25 млн жителів США вірять в апокаліптичне трактування Великого Календаря Майя і телефонують у NASA, вимагаючи розповісти, як саме настане кінець світу (новина від 15 грудня 2012 р.)	Життя, знання	Поширення чуток, дезінформації, що призводить до нагнітання паніки
Киянам пропонують за 10 тис. доларів пережити кінець світу в бункері (новина від 20 грудня 2012 р.)	Життя, здоров'я	Соціальний обман на основі прагнення збагатитися
У Дніпропетровську двоє студентів облаштували до 21 грудня покинуте бомбосховище – запасуються акумуляторами, консервами, водою, репродукціями картин у цифровому форматі, музичними шедеврами та найвідомішими кінострічками (новина від 20 грудня 2012 р.)	Життя, здоров'я	Чітко не виражені
Українцям пропонували за 120 грн відправитися до «Раю», а за 150 грн – до «Пекла» (новина від 20 грудня 2012 р.)	Спасіння	Соціальний обман на основі прагнення збагатитися



Таблиця 1.

Соціальні зміни та поведінкова реакція соціуму на «апокаліпсис»

Країни Центральної та Південної Америки охоплені справжньою туристичною лихоманкою (новина від 21 грудня 2012 р.)	Задоволення	Чітко не виражені
На Закарпатті 20 людей закрилися в бункері, чекаючи кінця світу о 21.00 (новина від 21 грудня 2012 р.)	Життя, здоров'я	Соціальна втеча
В Аргентині почалися заворушення і грабежі супермаркетів (новина від 21 грудня 2012 р.)	Вседозволеність	Втрата моральності
У Китаї затримано понад тисячі сектантів, що поширюють жахаючі чутки, (новина від 21 грудня 2012 р.)	Порядок	Запобігання суспільній паніці
У київській школі вчитель географії на Троещині скасував заняття (новина від 21 грудня 2012 р.)	Вседозволеність, сім'я, задоволення	Чітко не виражені
Невідомі прочани спалили дорожню вивіску з назвою польського міста «Кінець світу» (новина від 21 грудня 2012 р.)	Віра	Чітко не виражені
В Італії цього дня пропонували «апокаліптичну піцу» і судне вино (новина від 21 грудня 2012 р.)	Задоволення	Чітко не виражені
У США понад 30 шкіл (у штаті Мічиган) пішли на різдвяні канікули на два дні раніше через чутки про кінець світу (новина від 21 грудня 2012 р.)	Задоволення, сім'я	Чітко не виражені
У Швеції правоохоронці звернулися до злочинців, що переховуються, постати перед Страшним Судом із чистою совістю (новина від 21 грудня 2012 р.)	Совість, правопорядок	Чітко не виражені
У соціальних мережах заповнили фотожаби кінця світу) (новина від 21 грудня 2012 р.)	Інтерес	Поширення скептичного настрою навколо теми «кінця світу»
Індіанці (вихідці племені майя) викликали бога вітру й дощу танцями як подяку за те, що ми й досі живемо на землі (новина від 21 грудня 2012 р.)	Повага	Чітко не виражені
У Києві на Замковій горі у загальному багатті спалили те, що хотіли, щоб зникло разом зі світом (комп'ютер, боргові зобов'язання, свідоцтво про шлюб, міліцейський кашкет тощо) (новина від 22 грудня 2012 р.)	Вседозволеності	Чітко не виражені
У Києві молодь влаштувала флешмоб – падали на коліна, просили прощення за гріхи й билася газетами (новина від 22 грудня 2012 р.)	Задоволення	Чітко не виражені
У Харкові пропонували бункер, щоб пережити кінець світу, за 5 тис. грн (новина від 22 грудня 2012 р.)	Життя, здоров'я, гроші	Соціальний обман на основі прагнення збагатитися

Для цього ми співвіднесемо поведінкову реакцію людей на кінець світу (приклади братимемо з новинних матеріалів журналістів телеканалу «1+1») із системою цінностей, які при цьому зачіпаються, та визначимо, які соціальні зміни (переважно процесуального характеру) при цьому відбуваються (див. Табл. 1).

Як видно із Таблиці 1, поведінкова реакція членів суспільства не завжди має чітко виражені соціальні зміни, а серед тих випадків, де вони проявляються, простежуються як позитивні (розвиток інфраструктури, впровадження інновацій, запобігання суспільній паніці, поширення скептичного настрою навколо теми «кінця світу»), так і негативні (заякування людей, маніпуляція вибором, смерть, соціальна втеча, посилення соціальної напруги, соціальний обман на основі прагнення збагатитися, поширення чуток, дезінформації, що призводить до нагнітання паніки, тотальна втрата моральності).

Тож, спираючись на уявлення американської дослідниці Д. Кіллінбек про ключові елементи «моральної паніки», можна з упевненістю стверджувати, що «моральна паніка» навколо кінця світу в медіаконтенті існувала. Не останню роль у її формуванні відіграли журналісти телеканалу «1+1», які, активно піднімаючи цю

тему, створювали перебільшену реакцію масмедійного органу на суспільну девіацію.

Оскільки в представлених у матеріалах журналістів телеканалу «1+1» поведінкових реакціях людей на кінець світу спостерігається, що люди відчували загрозу цінностям найвищого рівня (абсолютні, вічні цінності), які несуть сенс буття людини, психологи схиляються до того, що у зв'язку із «моральною панікою» навколо «апокаліпсису» в суспільстві може панувати маніакально-депресивний психоз.

Таким чином, у результаті проведеного дослідження ми дійшли висновку, що тема апокаліпсису в матеріалах журналістів телеканалу «1+1» протягом 2007–2012 рр. охарактеризована нами як така, що могла спричинити «моральну паніку» в суспільстві. Серед аргументів – кінець світу визнавався серед членів соціуму як загроза загальнолюдським цінностям «життя», «здоров'я», «вибір» та ін.; ця тема надзвичайно активно висвітлювалася засобами масової комунікації (до 160 матеріалів), що могло спровокувати нагнітання суспільної небезпеки; до формування громадської думки про «кінець світу» долучалися й представники влади. Породжена «моральна паніка» могла призвести до різноманітних соціальних змін, як



негативних, так і позитивних. Подальші дослідження феномена «моральна паніка» дозволять зрозуміти механізми його породження, особливості формування у вітчизняному медіа-контенті та простежити його наслідки для суспільства.

1. *Словарь по этике* / [под ред. А. А. Гусейнова, И. С. Кона]. – М. : Политиздат, 1989. – 447 с.
2. *Cohen S. Folk Devils and Moral Panics: The Creation of the Mods and Rockers* / Stanley Cohen. – London : MacGibbon & Kee, 1972. – 212 p.
3. *Ясавеев И. Г. Конструирование социальных проблем массовой коммуникации* / И. Г. Ясавеев. – Казань : Изд-во Казанского ун-та, 2004. – 200 с.
4. *Goode E. Moral panic : The social Construction of Deviance* / E. Goode, N. Ben-Yehuda. – Oxford : Blackwell. – 1994. – 302 p.
5. *Hall, S. Policing the Crisis* / S. Hall, C. Critcher, T. Jefferson, J. Clarke, B. Robert. – London : Macmillan. – 1978. – 16 p.
6. *Мейлахс П. А. Дискурс прессы и пресс дискурса: конструирование проблемы наркотиков в петербургских СМИ* [Электронный ресурс] : Федеральный образовательный сайт ЭСМ (Экономика, Социология, Менеджмент) / П. А. Мейлахс. – URL: <http://ecsocman.hse.ru/text/16856969/>.
7. *Мейлахс П. А. Четвертая мировая война или очередная моральная паника* [Электронный ресурс] :

Русский народный сервер против наркотиков / П. А. Мейлахс. – URL: <http://www.narcom.ru/ideas/common/36.html>.

8. *Бурего О. Моральная паника в контексте конструирования социальной реальности* [Электронный ресурс] / О. Бурего. – URL: http://otherreferats.allbest.ru/psychology/00080106_0.html.

9. *Молярко В. А. Особенности проявления паники в условиях экологического бедствия* // Психологический журнал. – 1992. – Т. 13. – № 12. – С. 66–73.

10. *Назаретян А. П. Агрессивная толпа, массовая паника, слухи. Лекции по социальной и политической психологии* / А. П. Назаретян. – СПб : Питер, 2003. – 192 с.

11. *Киллинбек Д. Роль телевизионных новостей в формировании школьной агрессии как «моральной паники»* [Электронный ресурс] // Journal of Criminal Justice and Popular Culture, 2001 / Д. Киллинбек. – URL: <http://www.albany.edu/scj/jcipc/vol8is3/killinbeck.html>.

12. <http://www.google.com.ua/trends/explore#q=21%20%D0%B4%D0%B5%D0%BA%D0%B0%D0%B1%D1%80%D1%8F>].

13. <http://www.google.com.ua/trends/explore#q=%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%B5%D1%86%20%D1%81%D0%B2%D0%B5%D1%82%D0%B0>.

14. http://news.seo-smo.org/index.php?option=com_content&view=article&id=15723:ykrancv-knecsvty-hvilu-y-desiatki-razv-blshe-za-krizy&catid=7:2012-06-27-23-12-27&Itemid=6.

Подано до редакції 25. 04. 2013 р.

Bytyuk Inna. «Judgement Day» as phenomen of «moral panic» in media-content (the case study of TV channel «1+1»).

In this article it is studied the phenomenon «moral panic» in regards to the theme «Judgement Day» in the journalistic materials on the TV channel «1+1» through the characteristics of behavioral patterns of individuals regarding this problem in terms of values and social changes.

Keywords: panic, «moral panic», influence, «Judgement Day», values, social changes.

Битюк И. В. «Конец света» в медиаконтенте как феномен «моральной паники» (на материалах телеканала «1+1»).

В статье рассматривается феномен «моральной паники» вокруг темы конца света в материалах журналистов телеканала «1+1» через характеристику поведенческих реакций членов общества на эту проблему сквозь призму ценностных ориентаций и социальных изменений.

Ключевые слова: паника, «моральная паника», влияние, конец света, ценности, социальные изменения.