

УДК 070:159.923

DOI: 10.17072/2078-7898/2017-4-584-595

НАСИЛИЕ В СМИ: ТЕОРИИ И ИССЛЕДОВАНИЯ

Зубакин Максим Владимирович

Пермский государственный национальный исследовательский университет

В статье дан анализ психологических теорий, которые позволяют описывать и понимать влияние насилия в СМИ на аудиторию, рассмотрены основные направления исследований. Во введении приведены дефиниции насилия в СМИ зарубежных и отечественных авторов, дифференцировано использование исследователями понятий «влияния» и «эффекты» при описании и объяснении последствий восприятия насилия в СМИ аудиторией. Далее кратко изложены концепции «агрессии-катарсиса», переноса возбуждения и прайминга, теории использования и удовлетворения, а также управления настроением, социального научения и культивации. Исследования проблемы насилия СМИ условно поделены на две группы. Первую группу объединяет то, что исследовательское внимание сосредоточено на том, как воспринимает аудитория и отдельные люди насилие в СМИ, а также на некоторых внешних факторах, которые участвуют в этом процессе. Во вторую группу объединяются исследования, в которых рассматриваются восприятие насилия в СМИ в связи с индивидуальными и личностными особенностями зрителей. При этом в обе группы попали исследования, в которых изучается не только воздействие традиционных СМИ (телевидение, кинофильмы, музыкальные видеоклипы), но современных СМИ (Интернет, компьютерные игры, социальные сети). Первая проблема, поднимаемая в данной статье, — традиционное преобладание социально-психологического подхода к изучению насилия в СМИ над общепсихологическим. Отмечается, что в восприятии сцен насилия участвуют когнитивные, аффективные и мотивационные структуры сознания, которые необязательно связаны с агрессией и враждебностью. Вторая проблема — разрозненность исследований воздействия насилия в СМИ на когнитивную, аффективную и поведенческую сферы аудитории в связи с чертами личности.

Ключевые слова: восприятие насилия в СМИ, когнитивная, аффективная и поведенческая сферы личности, черты личности.

MEDIA VIOLENCE: THEORIES AND INVESTIGATIONS

Maxim V. Zubakin

Perm State University

This article deals with some psychological theories, concepts and lines of research explaining effects of media violence on audience and attractiveness of violence scenes in the mass media. Introduction of the article focuses on the analysis of media violence concepts of different researchers. The author of the article postulates the difference in the use of the terms «influence» and «effects». Then there is a brief review of the concepts («aggression-catharsis», «priming») and the theories («cue arousal theory», «uses and gratifications theory», «mood management theory», «social learning theory», and «cultivation theory»). The studies of media violence are divided into two groups. One group of researchers focuses on how the audience and/or individuals perceive and evaluate media violence. The other group studies the relation of the media violence perception and individual differences and personal traits of the spectators. The article presents the analysis of researches on the traditional (television, movies, musical video, radio) and contemporary media (the Internet, computer games, social networks). The first problem of the article concerns the traditional prevalence of the socio-psychological approach to the media violence research in comparison with the cognitive and personality approaches. It is noted that the cognitive, affective and motivational structures of consciousness (which are not always related to aggression and hostility) are included in the perception and evaluation of violence scenes. The second problem are discrete researches on media violence effects on thoughts, emotions and behavior of the spectators in connection with their personality traits.

Keywords: perception and evaluation of media violence, cognition, emotions, personality traits.

Введение

Как правило, насилие в СМИ рассматривается в рамках предметного поля социальной психологии в контексте изучения агрессии [1–9]. Между тем эта проблема имеет общепсихологический характер, поскольку любая информация СМИ обрабатывается сознанием, которое задействует когнитивные, аффективные, мотивационные и личностные структуры.

Важно отметить, что понятия «насилие» и «агрессия» являются связанными, но не идентичными. С.Н. Ениколопов (2001) определил понятие «насилие» как «применение силы, приводящее к ущербу, наносимому основным человеческим потребностям или даже жизни вообще, понижающему уровень их удовлетворения ниже того, что потенциально возможен. Угроза насилия также является насилием» [10]. Е.П. Ильин (2014) к насилию в СМИ относит демонстрацию убийств, драк, избиений, брань и ненормативную лексику [5]. D. Gerbner (1980) определил «драматическое насилие», которое демонстрируется по телевидению как «открытое проявление физической силы (с оружием или без него, против себя или других), принуждающее действовать против своей воли под угрозой нанесения увечий и/или смерти как часть сюжета» [цит. по: 4, с. 488–489]. Р. Харрис (2003) понимает медианасилие как демонстрацию причинения намеренного физического ущерба человеку, исключая сцены случайного причинения боли, психологического насилия и вандализма по отношению к чужой собственности, поскольку их субъективное восприятие сильно варьируется. Зрителям должна быть очевидна агрессивная суть (враждебность) поведения медийных персонажей [7].

Еще одно замечание необходимо сделать в отношении термина «влияние», которое используется в психологии СМИ. Исследователи используют два термина: «влияние» и «эффекты». Их значение синонимично, а различие в употреблении связано с теоретико-эмпирической ориентацией исследователя. Термин «влияние» чаще используется для описания общего воздействия СМИ на аудиторию в рамках гуманистической или феноменологической парадигм, а термин «эффект» — для описания результатов исследований в рамках необихевиористской или когнитивной парадигм [4]. В настоящей статье термины употребляются как у авторов анализируемых теорий и исследований.

Основные теоретические подходы

Можно выделить несколько теорий, с позиций которых описываются и объясняются ментальные и поведенческие последствия демонстрации сцен насилия в СМИ.

Старейшей является теория З. Фрейда (1923) о бессознательном инстинкте саморазрушения и смерти, который связан с сексом и агрессией. Секс и агрессия полагаются бессознательными мотивами. Однако они направлены в область сознания в виде угрожающих импульсов, атакующих представления человека о самом себе. Сознание вытесняет эти мотивы обратно в область бессознательного. Этот конфликт вызывает, с одной стороны, состояние беспокойства и тревоги, а с другой — сублимирующее или замещающее поведение, которые скрывают открытую сексуальность или агрессию. В связи с этим S. Feshbach (1961) предложил концепцию «агрессии – катарсиса» [11]. Согласно ей потребление сцен насилия и/или секса в СМИ и кинофильмах замещает реальную агрессию или сексуальную активность в обыденной жизни и приводит к освобождению от внутреннего напряжения и снижению тревоги. Сцены насилия в СМИ также могут пробуждать у зрителей фантазии о расправе со своими обидчиками в жизни, что снижает напряжение [12].

J. Blumler и E. Katz (1974) предложили *теорию использования и удовлетворения* для объяснения выбора содержания СМИ аудиторией [13]. Согласно этой теории человек в процессе взаимодействия со СМИ активно и самостоятельно определяет, какую информацию потреблять. Его выбор обусловлен желанием личности удовлетворять свои потребности. В русле этого подхода D. Zillmann (1988) сформулировал *теорию управления настроением* [14]. Обращение к продуктам СМИ связано со стремлением избавиться от плохого настроения и лучше себя чувствовать [15, 16]. M. Mares и др. (2008) изучали предпочтения кинофильмов разными возрастными группами. Исследование показало, что молодые люди чаще стремятся испытывать негативные эмоции и предпочитают фильмы, которые пугают, содержат сцены насилия, а также которые развлекают и избавляют от скуки. Пожилые люди, напротив, ориентированы на поддержание эмоциональной стабильности и предпочитают мелодрамы и романтические фильмы [17]. D. Zillmann (1991) обнаружил *эффект переноса активации (возбуждения)* [18]. Его суть состоит в том, что состояние

возбуждения, которое возникает после просмотра кинофильмов со сценами насилия или секса, в краткосрочной перспективе приводит к усилению любых последующих эмоций. Возбуждение может усиливать страх, сексуальное влечение или гнев. Если после просмотра сцен насилия наступает фрустрация, то раздражение, гнев усиливаются и вероятность агрессии повышается.

Л. Берковиц (2007) опирался на идею *прайминга* (priming): восприятие людьми какого-либо стимула или ситуации запускает процесс вспоминания идей, образов и чувств, которые имеют сходное значение [1]. Они могут активировать определенные формы поведения. Сцены насилия активируют негативные образы, воспоминания, чувства и модели агрессивного поведения, что может усиливать враждебность и вести к агрессии [19].

А. Bandura (1983) определяет агрессию как форму *социального научения* [20]. Люди обучаются агрессии двумя способами. Во-первых, в результате научения посредством прямого вознаграждения за агрессивное поведение. Во-вторых, посредством наблюдения за другими людьми, которые получают вознаграждение за агрессивность. Во втором случае важными факторами, которые способствуют научению, являются: наличие опыта проявления агрессии в реальной жизни, возбуждение, привлекательность агрессивных персонажей фильма и идентификация с ними зрителя, подкрепление насилия в фильме или одобрение экранного насилия значимыми другими. Частое «потребление» детьми и взрослыми кинофильмов, в которых привлекательные и симпатичные персонажи бьют других ногами и кулаками, а также стреляют и убивают тех, кто подвергает их состоянию стресса, приводит к научению тому, что насилие является приемлемым способом решения конфликтов.

S. Ball-Roseach и M. DeFleur (1976) предложили свою *теорию большого эффекта воздействия СМИ* на аудиторию: СМИ воздействуют одновременно на когнитивные и эмоциональные процессы зрителей и отсроченно влияют на поведение [21]. В отношении насилия этот интегративный подход представлен *теорией культивации* Г. Гербнера [22]. Она фокусируется на том, какой образ реальности формируется у аудитории СМИ. Согласно этой теории чем больше времени человек проводит перед телевизионным или киноэкраном, тем больше его представления о реальности и образ социальной реальности будут совпадать с реальностью массмедиа. В ходе исследований у зрителей, которые часто «потребляют» сцены насилия в СМИ,

был обнаружен «образ ужасного мира». Они переоценивают масштабы преступности в обществе и вероятность стать жертвой насилия или преступления, считают мир плохим и полным опасностей [23]. На культивацию представлений о мире влияют: интенсивность просмотра ТВ, мотивы просмотра, оценка реальности медиапродуктов, а также возраст и пол, уровень тревожности, копинг-стратегии и личный опыт зрителя [3].

Согласно другой интегративной модели — когнитивно-бихевиориальной — насилие в СМИ усиливает возбуждение, активизирует мысли и чувства агрессивного характера (прайминг), демонстрирует новые типы агрессивных реакций, ослабляет запреты на агрессию, приводит к снижению чувствительности к страданиям жертвы и формирует зрительское представление о реальности. Каждый из этих эффектов в отдельности или вместе могут приводить к усилению агрессии зрителей в повседневной жизни [6, 24].

Когнитивные, эмоциональные и поведенческие эффекты насилия в СМИ

Л. Берковиц (2007) и Б. Крейхи (2003) выделяют 1) непосредственные и краткосрочные эффекты медиаизображений насилия на агрессивное поведение и 2) долгосрочные эффекты при повторяющемся воздействии сцен насилия в СМИ [1, 6]. К *непосредственным* эффектам относятся преступления-имитации; изучается статистика совершения преступлений после спортивных мероприятий с насилием (бокс, бои без правил), новостей и телефильмов со сценами насилия. Было показано, что сообщения о насилии в новостях, насилие в художественных фильмах и ТВ-программах обнаруживает небольшой, но статистически значимый эффект роста преступлений насильственного характера. К *кратковременным* эффектам относится в первую очередь агрессивное поведение. Однако далеко не всегда после демонстрации сцен насилия у зрителей наблюдается агрессия. В. Bushman и R. Geen (1990) показали, что сцены насилия в кинофильме вызывают у зрителей агрессивные чувства и мысли. Чем более жестокими были демонстрируемые сцены, тем выше у зрителей было кровяное давление (физиологическое возбуждение): тем сильнее они выражали гнев и у них появилось больше конкретных мыслей агрессивного характера [19]. Л. Берковиц, Б. Крейхи отметили несколько важных условий, при которых восприятие сцен насилия в СМИ может привести к агрессии: 1) значение, которое приписывает зритель

наблюдаемому поведению, — он должен однозначно понимать агрессивную суть наблюдаемых сцен; 2) демонстрация позитивных последствий агрессивного поведения или отсутствие наказания за насилие на экране; 3) отсутствие демонстрации негативных последствий насилия (страдания жертв), изображение агрессии оправданной или преследующей благородную цель; 4) идентификация зрителя с агрессором; 5) неспособность зрителя дистанцироваться от кинонасилия или осознать его нереальность [1, 6]. Л. Берковиц (2007) выделяет дополнительно два краткосрочных эффекта насилия в СМИ: десенсибилизацию (эмоциональное притупление) и растормаживание. Десенсибилизация проявляется в том, что частое потребление насилия в СМИ приводит к снижению физиологического возбуждения в ответ на театрализованную и реальную агрессию. Растормаживание предполагает ослабление существующих у зрителя запретов на проявление агрессии. Л. Берковиц объясняет эти эффекты концепцией прайминга [1]. К *долговременным* эффектам относятся формирование представлений об обществе и других людях (культивация по Г. Гербнеру), приобретение агрессивных наклонностей и формирование агрессивных социальных сценариев [25]. Б. Крейхи (2003) дополнительно отмечает воздействие порнографии на агрессию и сексуальное насилие [6]. Потребление порнографии связано с агрессией и насилием по отношению к женщинам, поскольку у зрителей формируется установка на терпимое отношение к изнасилованию [26].

Р. Харрис (2003), R.J. Harris и F. Sanborn (2013) выделяют шесть основных эффектов насилия в СМИ на аудиторию: страх и повышение тревоги, моделирование, сенсификация, десенсибилизация и культивация [7, 9]. Д. Брайант, С. Томпсон (2004) выделили поведенческие, аффективные и когнитивные последствия воздействия сцен насилия в СМИ [2]. К *поведенческим* последствиям они отнесли возбуждение, катарсис, дезингибицию или растормаживание, имитацию и десенсибилизацию; к *аффективным* — реакцию испуга и страха; к *когнитивным* — изменение установок по отношению к насилию и представлений о мире (культивация).

П. Винтерхофф-Шпук (2015) после анализа американских и европейских исследований сформулировал следующие выводы. Зрители выбирают программы с актами агрессии и насилия, поскольку ожидают получить удовольствие. Как правило, передачи и кинофильмы с насилием вы-

зывает у зрителя специфическую внутреннюю динамику «напряжение – снятие напряжения», что приводит к чувству удовольствия. Параллельно зрители запоминают агрессивные модели поведения, особенно если агрессия оправдывается или ее совершают положительные герои во имя хорошего дела. При определенных обстоятельствах зрители могут использовать эти модели в реальном взаимодействии, чему способствуют злые намерения, фрустрированность или раздражение, а также отсутствие наказания или социального осуждения за агрессию [3].

В. Krahe и др. (2011) показали, что видеоклипы со сценами насилия приводят к десенсибилизации — снижается эмпатия к жертвам насилия [27]. R.A. Ramos и др. (2013) обнаружили эмпатию к жертвам насилия на ТВ-экране у молодых мужчин, если их предупреждали о реальности демонстрируемых событий. В то же время эмпатия к жертвам насилия снижалась, если их предупреждали, что им будут предьявляться фикции насилия в виде ТВ-шоу и клипов [28]. D. Unz и др. (2008) показали, что сцены насилия в ТВ-новостях вызывают у зрителей отрицательные эмоции. Вопреки предыдущим исследованиям зрители чаще переживали эмоции гнева, печали, отвращения, презрения, а не страха [29]. J. Glascock (2014) изучал эффекты потребления СМИ на вербальную агрессию с учетом демографических и социальных факторов. Он обнаружил, что только частое потребление рэпа связано с вербальной агрессией. Для проявления вербальной агрессии большее значение имеют пол, родительское воспитание, принадлежность к этнической или социальной группе [30].

Е.П. Ильин (2014) полагает, что насилие в СМИ является одним из главных факторов, которые влияют на уровень агрессивности и проявление агрессии в обществе. Поэтому в обзоре исследований он приводит данные в пользу тезиса о влиянии сцен насилия на агрессивность зрителей. Отдельным вопросом Е.П. Ильин отмечает эффекты компьютерных игр с насилием. Он полагает, что увлечение такими играми приводят к усилению у подростков негативизма, обидчивости, обостренному самолюбию, а также снижает порог фрустрации [5]. В целом в настоящее время интерес исследователей смещается к изучению насилия в Интернете и компьютерных играх. С.А. Anderson и др. (2010) провели метаанализ исследований эффектов насилия в видеоиграх. Было показано, что видеоигры с насилием могут выступать фактором риска — появляются агрес-

сивные мысли и аффекты, повышается физиологическое возбуждение и вероятность агрессивного поведения, снижается сочувствие к жертвам насилия, появляется склонность к просоциальному поведению [31]. А. Lang и др. (2012) изучали опытных и начинающих компьютерных игроков в «3D Shooter», где по сюжету игрок от первого лица участвует в виртуальных боях и убийствах. Были обнаружены значимые эффекты видеоигры с насилием на эмоциональное состояние игроков. Начинающие и опытные игроки чувствовали возбуждение, переживали приятные чувства и удовольствие, но у новичков их выраженность была сильнее. Эти результаты свидетельствовали в пользу гипотезы о десенсибилизации опытных игроков в видеоигры [32]. В исследованиях W. Bösch (2009, 2010) были обнаружены эффекты видеоигр с насилием на активацию у мужчин агрессивных сценариев и сценариев игрового соперничества [33, 34].

Несмотря на обнаруженные негативные последствия увлечения компьютерными играми с насилием, ряд авторов получили иные результаты. С. J. Ferguson и S. M. Rueda (2010) предъявляли участникам исследования познавательную задачу, а после неудачи при ее решении предлагали сыграть в компьютерные игры со сценами насилия. Обнаружилось, что игра приводит к снижению депрессии и враждебных чувств, а не к росту агрессии [35]. С. A. Oswald и др. (2014) также изучали субъективный опыт и мотивацию игроков в компьютерные игры в Интернете. Они обнаружили, что испытуемые указывают на положительный эмоциональный опыт (снижение негативных эмоций типа скуки, фрустрации, стресса), на социальную направленность взаимодействия в игре и развитие целеустремленности. Люди при помощи компьютерных игр в Интернете удовлетворяют потребности личности в автономии, компетентности и связности [36].

А. А. Лузаков и Н. В. Омельченко (2012), Н. В. Омельченко (2009) изучали отношение к компьютерным играм в парадигме психосемантики [37, 38]. Они анализировали два фактора психосемантических оценок компьютерных игр. И тот, и другой были амбивалентны: включали психосемантические оценки с противоположными знаками. Первоначально первый фактор интерпретировался как «агрессивная мужественность – мирная женственность» (Н. В. Омельченко, 2009), что отражает амбивалентность оценок, но не объясняет привлекательность компьютерных игр для респондентов, несмотря на негативное к ним от-

ношение. А. А. Лузаков и Н. В. Омельченко (2012) полагают, что игра актуализирует архаические уровни психической регуляции, где неактуальны логические противоречия. Этот фактор реинтерпретировался как «Возможность реализации социально неодобряемых потребностей». Второй фактор первоначально интерпретировался как «Сложность – необычность» (Н. В. Омельченко, 2009). Позже А. А. Лузаков и Н. В. Омельченко (2012) реинтерпретировали его как «возможность полного вовлечения в игру». Наличие такой категории в обыденном сознании игроков позволяет им различать игры, которые могут дать переживание полного вовлечения в виртуальную реальность, от тех, которые не обладают таким эффектом. Геймеры удовлетворяют социально неодобряемые потребности (агрессия, враждебность, доминирование) и потребность в расширении мира, получении новых впечатлений и достижении «состояния потока» (в терминах М. Чиксентмихайи [39]).

Личность и насилие в СМИ

Несмотря на преобладание исследований воздействия насилия в СМИ на аудиторию, ряд авторов фокусируют внимание на самих зрителях, на их внутренних особенностях и чертах.

В. Gunter (1980) показал, что ограниченное наблюдение в исследованиях эффекта катарсиса обуславливается когнитивными способностями зрителей: только люди с развитым воображением и фантазией способны высвободить накопившийся гнев при просмотре сцен насилия, а индивиды, не обладающие ярким воображением, не способны пережить катарсис [цит. по: 2].

R. Tamborini, J. Stiff и C. Heidel (1990) обнаружили тип зрителей, у которых чаще возникает эффект сенсбилизации в ответ на восприятие сцен насилия в СМИ. Ими оказались люди с высоким уровнем эмпатии и блуждающего воображения, тревожности, склонные к невротической спутанности, гуманистически ориентированные и эмоционально восприимчивые [40].

В. J. Bushman (1995) обнаружил, что агрессивность как черта личности зрителей влияет на предпочтения кинофильмов определенного жанра [41]. Зрители с выраженной агрессивностью в сравнении с низко агрессивными зрителями более склонны выбирать кинофильмы с высоким содержанием насилия. После просмотра кинофильма со сценами насилия они испытывали больше гнева и проявляли агрессию к партнеру при совместном выполнении задания. В. J. Bushman и

R.G. Geen, (1990) обнаружили, что после просмотра кинофильмов со сценами насилия у зрителей с высоким уровнем агрессивности и враждебности чаще возникали агрессивные мысли и эмоции, чем у зрителей с низким уровнем агрессивности [19].

Еще одна черта, которая связана с пристрастием к сценам насилия в СМИ, – стремление к новизне и поиск острых ощущений. Эта черта определяется как «поиск разнообразных, новых, комплексных и интенсивных ощущений и переживаний, стремление принимать физический, социальный, финансовый или связанный с ними риск с целью получить такое переживание» [42]. M. Zuckerman (1996) обнаружил корреляцию поиска ощущений с предпочтением просмотра сцен с насилием по телевизору [43]. S.C. Banerjee и др. (2008) изучали влияние поиска ощущений на привлекательность кинофильмов для зрителей. Привлекательность описывалась в терминах настроения (позитивное/негативное) и возбуждения (высокое/низкое) [44]. Было установлено, что зрители с высокой выраженностью поиска ощущений, в отличие от зрителей с низкой выраженностью поиска ощущений, привлекают возбуждающие кинофильмы. Другое исследование S.C. Banerjee и др. (2009) показало связь агрессивности, поиска ощущений и склонности к рискованному поведению (драки и правонарушения, употребление алкоголя и наркотиков, рискованная езда) у студентов колледжей с предпочтением телевизионных программ и телесериалов с вербальной агрессией [45].

S.D. Conrad и R.S. Mottow (2000) изучали зрителей с пограничной организацией психики: импульсивных, испытывающих страх социальной изоляции и одиночества, гневливых, непостоянных в межличностных отношениях, с диссоциативными расстройствами, злоупотребляющих психоактивными веществами [46]. Они готовы совершить физическое насилие над своим партнером в межличностных отношениях после сообщений по ТВ о родителях, которые бросали своих детей. V.J. Bushman и A.D. Stack (1996) установили, что зрители с интернальным локусом контроля и склонные к реактивному сопротивлению проявляют повышенный интерес к кинофильмам со сценами насилия, когда последним предшествуют ограничительные предупреждения [47].

С.Н. Ениколопов, Ю.М. Кузнецова и Н.В. Чуднова (2014) изучали личностную агрессивность активных пользователей Интернетом в 2005 и 2011 гг. [48]. В 2005 г. они обнаружили, что носители так называемой интернет-культуры не склон-

ны проявлять физическую агрессию, не одобряют насилие в частной и общественной жизни. У них наблюдаются циклотимная акцентуация характера и размытая идентичность, которые могут приводить к агрессии и конфликтности. Агрессивное поведение интернет-девиантов, сетевых грубиянов или хакеров обычно направлено на людей, которые, как им кажется, не являются носителями интернет-культуры. Испытуемые 2011 г. проявили меньшую агрессивность, чем испытуемые 2005 г. Возможно, из-за снижения анонимности. При этом испытуемые в 2005 и 2011 гг. были менее агрессивны, чем представители контрольной группы. Интернет скорее привлекает «ленивых и любопытных», чем агрессивных.

С.В. Фадеева (2010) обнаружила у подростков связь компьютерной зависимости и предпочтения видеоигр с насилием с высокой агрессивностью, ригидностью, тревожностью и фрустрированностью [49].

Т.В. Яковлева (2010) изучала связь агрессивности и предпочтений художественных кинофильмов у подростков [50]. Испытуемые с высоким уровнем наблюдаемой агрессивности чаще выбирали жанры «боевик» и «ужасы». У них оказались выражены гипертимный, возбудимый и демонстративный типы акцентуаций и положительные корреляции по шкалам физической, косвенной и вербальной агрессии (по А. Бассу и А. Дарки). Сцены насилия на экране привлекали подростков с повышенной экстраверсией и нейротизмом (по Г. Айзенку). Высокая агрессивность у подростков коррелировала с низкой эмпатией и безразличием к страданиям жертв насилия на экране.

И.В. Белашева (2013) изучала эффекты негативной (документальные телепередачи со сценами насилия) и положительной (познавательные телепередачи) информации СМИ на нервно-психологическое состояние студентов вузов в зависимости от характерологического психотипа [51]. После ежедневного двухчасового потребления передач с насилием в течение недели обнаружено: повышение уровня враждебности, агрессивности, тревожности, истеричности, астеничности, вегетативные и обсессивно-фобические нарушения, эмоциональная подавленность и снижение психической устойчивости. Наиболее выражены эти эффекты у испытуемых шизоидного и циклоидного психотипа. К информационному воздействию положительной направленности более восприимчивы испытуемые истероидного и эпилептоидного психотипа.

В работе О.П. Белой и О.В. Чурсиновой (2012) изучались представления об агрессивном поведе-

нии с помощью построения субъективных семантических пространств у младших и старших подростков с разным уровнем агрессивности [52]. В качестве стимулов для оценки методом СД использовались ролевые позиции: «Человек, демонстрирующий агрессивное поведение», «Человек, не демонстрирующий агрессивное поведение», «Я сам», «Любимый киногерой», «Типичный телегерой», «Герой любимой телепередачи». Обнаружено, что наиболее дифференцированный образ агрессивного поведения представлен у низко- и высокоагрессивных младших подростков. А у старших высокоагрессивных подростков образ агрессивного поведения становится более простым. В целом отношение к агрессивному поведению у подростков наблюдается отрицательное, однако любимые герои, которые демонстрируют агрессию на телеэкране, оцениваются ими положительно.

Выводы

По результатам обзора теорий и эмпирических исследований можно сформулировать следующие выводы. Во-первых, основные теоретические подходы сосредоточены вокруг проблемы агрессии. Рассматриваемые в этих теориях когнитивные, аффективные и личностные особенности аудитории в связи с насилием в СМИ связаны в первую очередь с агрессией. Теории и исследования, в которых точкой отсчета является не агрессия, мало численны. Возможно, поэтому мало работ, где обнаруживаются позитивные эффекты насилия в СМИ на зрителей или поднимается проблема амбивалентного отношения зрителей к медианасилию. Во-вторых, следует указать на существенно меньшее количество исследований, в которых изучается роль факторов личности, самооценки, когнитивных и эмоциональных процессов при восприятии насилия в СМИ, по сравнению с исследованиями эффектов насилия в СМИ на аудиторию и зрителей. В-третьих, наблюдается разнохарактерность исследований, где учитываются внутренние факторы восприятия насилия в СМИ. Это не позволяет построить общую картину взаимодействия когнитивных и аффективных сфер аудитории в связи с насилием в СМИ. Необходимы новые концептуальные и эмпирические исследования проблемы насилия в СМИ, которые были бы выполнены в интегративном ключе.

Список литературы

1. Берковиц Л. Насилие в массмедиа // Агрессия: причины, последствия и контроль. СПб.: Прайм-Еврознак, 2007. С. 238–280.

2. Брайант Д., Томпсон С. Воздействие медианасилия // Основы воздействия СМИ. М.: Вильямс, 2004. С. 193–214.
3. Винтерхофф-Шпрук П. Медиapsихология. Основные принципы. Харьков: Гуманитарный центр, 2016. 268 с.
4. Гриффин Э. Теория культивации Джорджа Герберера // Коммуникация: теория и практики. Харьков: Гуманитарный центр, 2015. С. 487–500.
5. Ильин Е.П. Генезис агрессии и агрессивности // Психология агрессивного поведения. СПб.: Питер, 2014. С. 69–97.
6. Крейхи Б. Насилие и агрессия в средствах массовой информации // Социальная психология агрессии. СПб.: Питер, 2003. С. 113–147.
7. Харрис Р. Насилие: так ли уж безобидны эти драки на экране // Психология массовых коммуникаций. СПб.: Прайм-Еврознак, 2003. С. 299–331.
8. Anderson C.A., Bushman B.J. The effects of media violence on society // Science. 2002. Vol. 295. P. 2377–2378. DOI: 10.1037//0003-066X.57.6-7.448.
9. Harris R.J., Sanborn F. A cognitive psychology of mass communication. N.Y., NY: Taylor & Francis, 2013. P. 267–299.
10. Ениколопов С.Н. Понятие агрессии в современной психологии // Прикладная психология. 2001. № 1. С. 60–72.
11. Feshbach S. The stimulating vs. cathartic effects of a vicarious aggressive activity // Journal of Abnormal and Social Psychology. 1961. Vol. 63. P. 381–385. DOI: 10.1037/h0048863.
12. Feshbach S. The role of fantasy in the response to television // Journal of Social Issues. 1976. Vol. 32. P. 71–85. DOI: 10.1111/j.1540-4560.1976.tb02507.x.
13. Blumler J., Katz E. The Uses of Mass Communications: Current perspectives on gratifications research. Beverly Hills, CA: Sage Publications, 1974. 318 p.
14. Zillmann D. Mood management through communication choices // American Behavioral Scientist. 1988. Vol. 31, no 3. P. 327–341. DOI: 10.1177/000276488031003005.
15. Knobloch S., Zillmann D. Mood management via the digital jukebox // Journal of Communication. 2002. Vol. 52, no 2. P. 351–366. DOI: 10.1111/j.1460-2466.2002.tb02549.x.
16. Oliver M.B. Tender affective states as predictors of entertainment preference // Journal of Communication. 2008. Vol. 58. P. 40–61. DOI: 10.1111/J.1460-2466.2007.00373.x.
17. Mares M.L., Oliver M.B., Cantor J. Age differences in adults' emotional motivations for exposure to films // Media Psychology. 2008. Vol. 11. P. 488–511. DOI: 10.1080/15213260802492026.

18. *Zillmann D.* Television viewing and physiological arousal // *Responding to the screen* / ed. by J. Bryant, D. Zillmann. Hillsdale: Erlbaum, 1991. P. 103–134.
19. *Bushman B.J., Geen R.G.* Role of cognitive-emotional mediators and individual differences in the effects of media violence on aggression // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1990. Vol. 58, no 1. P. 156–163.
20. *Bandura A.* Psychological mechanism of aggression // *Aggression: Theoretical and empirical reviews* / ed. by R.G. Green, E.I. Donnerstein. N.Y.: Academic, 1983. P. 1–40.
21. *Ball-Rocheach S.J., DeFleur M.L.* A dependency model of mass communication // *Communication research*. 1976. Vol. 3. P. 3–31. DOI: 10.1177/009365027600300101.
22. *Gerbner G., Gross L., Morgan M., Signorielli N.* Living with television: The dynamic of the cultivation process // *Perspectives on media effects* / ed. by J. Bryant, D. Zillmann. Hillsdale, NJ.: Lawrence Erlbaum, 1986. P. 17–40.
23. *Yang H., Ramasubramanian S., Oliver M.* Cultivation effects on quality of life indicators // *Journal of broadcasting and electronic media*. 2008. Vol. 52, no 2. P. 247–267. DOI: 10.1080/08838150801992060.
24. *Geen R.G., Bushman B.J.* Behavioral effects of observing violence // *Encyclopedia of human biology*. N.Y.: Academic Press, 1997. Vol. 1. P. 705–714.
25. *Huesmann L.R., Miller L.S.* Long-term effects of the repeated exposure to media violence in childhood // *Aggressive behavior: Current perspective* / ed. by L.R. Huesmann. N.Y.: Plenum Press, 1994. P. 153–186.
26. *Zillmann D.* Connections between sexuality and aggression. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates Inc., 1998. 359 p.
27. *Krahe B., Möller I., Kirwil L., Huesmann L.R., Felber J., Berger A.* Desensitization to media violence: links with habitual media violence exposure, aggressive cognitions, and aggressive behavior // *Journal of Personality and Social Psychology*. 2011. Vol. 100, no 4. P. 630–646. DOI: 10.1037/a0021711.
28. *Ramos R.A., Ferguson C.J., Frailing K., Romero-Ramirez M.* Comfortably numb or just yet another movie? Media violence exposure does not reduce viewer empathy for victims of real violence among primarily Hispanic viewers // *Psychology of Popular Media Culture*. 2013. Vol. 2, no 1. P. 2–10. DOI: 10.1037/a0030119.
29. *Unz D., Schwab F., Winterhoff-Spurk P.* TV News — The Daily horror? Emotional effects of violent television news // *Journal of Media Psychology*. 2008. Vol. 20, no 4. P. 141–155. DOI: 10.1027/1864-1105.20.4.141.
30. *Glascok J.* Contribution of demographics, sociological factors, and media usage to verbal aggressiveness // *Journal of Media Psychology*. 2014. Vol. 26, no 2. P. 92–102. DOI: 10.1027/1864-1105/a000115.
31. *Anderson C.A., Bushman B.J., Ihori N., Rothstein H.R., Sakamoto A., Saleem M., Shibuya A., Swing E.L.* Violent video game effects on aggression, empathy, and prosocial behavior in eastern and western countries: a meta-analytic review // *Psychological Bulletin*. 2010. Vol. 136, no 2. P. 151–173. DOI: 10.1037/a0018251.
32. *Lang A., Bradley S.D., Schneider E.F., Kim S.C., Mayell S.* Killing is positive! Intra-Game Responses Meet the Necessary (But Not Sufficient) Theoretical Conditions for Influencing Aggressive Behavior // *Journal of Media Psychology*. 2012. Vol. 24, no 4. P. 154–165. DOI: 10.1027/1864-1105/a000075.
33. *Bösche W.* Violent content enhances video game performance // *Journal of Media Psychology*. 2009. Vol. 21, no 4. P. 145–150. DOI: 10.1027/1864-1105.21.4.145.
34. *Bösche W.* Violent video games prime both aggressive and positive cognitions // *Journal of Media Psychology*. 2010. Vol. 22, no 4. P. 139–146. DOI: 10.1027/1864-1105/a000019.
35. *Ferguson C.J., Rueda S.M.* The hitman study. Violent video game exposure effects on aggressive behavior, hostile feelings, and depression // *European Psychologist*. 2010. Vol. 15, no 2. P. 99–108. DOI: 10.1027/1016-9040/a000010.
36. *Oswald C.A., Prorock C., Murphy S.M.* The Perceived Meaning of the Video Game Experience: An Exploratory Study // *Psychology of Popular Media Culture*. 2014. Vol. 3, no 2. P. 110–126. DOI: 10.1037/a0033828.
37. *Лузаков А.А., Омельченко Н.В.* Семантическое пространство компьютерных игр: опыт реконструкции // *Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета*. 2012. № 78, вып. 04. URL: <http://ej.kubagro.ru/2012/04/pdf/26.pdf> (дата обращения: 18.06.2017).
38. *Омельченко Н.В.* Психосемантическое исследование особенностей восприятия и оценивания компьютерных игр // *Вестник Адыгейского государственного университета*. Серия 3: Педагогика и психология. 2009. № 51, вып. 4. С. 267–274.
39. *Чиксентмихайи М.* Поток: психология оптимального переживания. М.: Альпина нон-фикшн, 2011. 464 с.
40. *Tamborini R., Stiff J., Heidel C.* Reaction to graphic horror: A model of empathy and emotional behavior // *Communication Research*. 1990. Vol. 17. P. 616–640. DOI: 10.1177/009365090017005003.

41. *Bushman B.J.* Moderating role of trait aggressiveness in the effects of violent media on aggression // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1995. Vol. 69, no 5. P. 950–960.
42. *Zuckerman M.* Behavioral expressions and psychological bases of sensation seeking. N.Y.: Cambridge University Press, 1994. 463 p.
43. *Zuckerman M.* Sensation seeking and the taste for vicarious horror // *Horror films: Current research on audience preferences and reaction* / ed. by J.B. Weaver, R. Tamborini. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1996. P. 147–160.
44. *Banerjee S.C., Greene K., Krctar M., Bagdasarov Z., Ruginyte D.* The role of gender and sensation seeking in film choice // *Journal of Media Psychology*. 2008. Vol. 20, no 3. P. 97–105. DOI: 10.1027/1864-1105.20.3.97.
45. *Banerjee S.C., Greene K., Krctar M., Bagdasarov Z.* Who watches verbal aggressive show? An examination of personality and other individual difference factors in predicting viewership // *Journal of Media Psychology*. 2009. Vol. 21, no 1. P. 1–14. DOI: 10.1027/1864-1105.21.1.1.
46. *Conrad S.D., Morrow R.S.* Borderline personality organization, dissociation, and willingness to use force in intimate relationships // *Psychology of Men and Masculinity*. 2000. Vol. 1, no 1. P. 37–48. DOI: 10.1037//15 24-9220.1.1.37.
47. *Bushman B.J., Stack A.D.* Forbidden Fruit versus Tainted Fruit: effects of warning labels on attraction to television violence // *Journal of Experimental Psychology: Applied*. 1996. Vol. 2, no 3. P. 207–226.
48. *Ениколопов С.Н., Кузнецова Ю.М., Чуднова Н.В.* Агрессивность в эпоху Интернета // *Агрессия в обыденной жизни*. М.: Политическая энциклопедия, 2014. С. 82–92.
49. *Фадеева С.В.* Компьютерная зависимость как фактор риска развития агрессивного поведения у подростков // *Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова*. Серия: Педагогика. Психология. 2010. № 3. С. 250–257.
50. *Яковлева Т.В.* Взаимосвязь агрессивности с просмотром художественных фильмов в старшем подростковом возрасте // *Научно-теоретический журнал «Ученые записки»*. 2010. № 6(64). С. 123–127.
51. *Белашева И.В.* Средства массовой информации и нервно-психическое состояние современной молодежи // *Сборник научных трудов Sworld*, 2013. URL: <http://www.sworld.com.ua/index.php/ru/conference/the-content-of-conferences/archives-of-individual-conferences/march-2013> (дата обращения: 18.06.2017).
52. *Белая О.П., Чурсинова О.В.* Эмпирическое изучение представлений подростков об агрессивном поведении // *Гуманизация образования*. 2012. № 5. С. 27–32.

Получено 14.09.2017

References

1. Berkowitz L. *Nasilie v mass-media* [Media Violence] *Agressiya: prichiny, posledstviya i kontrol'* [Aggression: Its causes, consequences, and control]. Saint Petersburg, Praim-Euroznak Publ., 2007, pp. 238–280. (In Russian).
2. Bryant J., Thompson S. *Vozdeystvie medianasiliya* [Influence of Media Violence] *Osnovy vozdeystviya SMI* [Fundamentals of Media Effects]. Moscow, Williams Publ., 2004, pp. 193–214. (In Russian).
3. Winterhoff-Spurk P. *Mediapsikhologiya. Osnovnye principy* [Mediapsychology. Basic Principles]. Kharkov, Gumanitarniy centr Publ., 2016, 268 p. (In Russian).
4. Griffin E. *Teoriya kul'tivatsii Dzhordzha Gerbnera* [Cultivation Theory by George Gerbner]. *Kommunikatsiya: teoriya i praktiki* [Mass-media: theory and practice]. Kharkov, Gumanitarniy centr Publ., 2015, pp. 487–500. (In Russian).
5. П'ин Е.П. *Genezis agressii i agressivnosti* [Genesis of aggression and aggressiveness]. *Psikhologiya agressivnogo povedeniya* [Psychology of aggression behavior]. Saint Petersburg, Piter Publ., 2014, pp. 69–97. (In Russian).
6. Krahe B. *Nasilie i agressiya v sredstvakh massovoy informatsii* [Media Violence and Aggression]. *Sotsial'naya psikhologiya agressii* [The social Psychology of Aggression]. Saint Petersburg, Piter Publ., 2003, pp. 113–147. (In Russian).
7. Harris R.J. *Nasilie: tak li uzh bezobidny eti draki na ekrane* [Violence: Watching All That Mayhem Really Matters]. *Psikhologiya massovykh kommunikatsiy* [A Cognitive Psychology of Mass Communication]. Saint Petersburg, Praim-Euroznak Publ., 2003, pp. 299–331. (In Russian).
8. Anderson C.A., Bushman B.J. The effects of media violence on society. *Science*. 2002, vol. 295, pp. 2377–2378. DOI: 10.1037//0003-066X.57.6-7.448. (In English).
9. Harris R.J., Sanborn F. *A cognitive psychology of mass communication*. New York, Taylor & Francis, 2013, pp. 267–299. (In English).
10. Enikolopov S.N. *Ponyatie agressii v sovremennoy psikhologii* [Aggression concept in modern psychology]. *Prikladnaya psikhologiya* [Applied psychology]. 2001, no. 1, pp. 60–72. (In Russian).
11. Feshbach S. The stimulating vs. cathartic effects of a vicarious aggressive activity. *Journal of Abnor-*

- mal and Social Psychology*. 1961, vol. 63, pp. 381–385. DOI: 10.1037/h0048863. (In English).
12. Feshbach S. The role of fantasy in the response to television. *Journal of Social Issues*. 1976, vol. 32, pp. 71–85. DOI: 10.1111/j.1540-4560.1976.tb02507.x. (In English).
 13. Blumler J., Katz E. *The Uses of Mass Communications: Current perspectives on gratifications research*. Beverly Hills, Sage Publications, 1974, 318 p. (In English).
 14. Zillmann D. Mood management through communication choices. *American Behavioral Scientist*. 1988, vol. 31, no 3, pp. 327–341. DOI: 10.1177/000276488031003005. (In English).
 15. Knobloch S., Zillmann D. Mood management via the digital jukebox. *Journal of Communication*. 2002, vol. 52, no 2, pp. 351–366. DOI: 10.1111/j.1460-2466.2002.tb02549.x. (In English).
 16. Oliver M.B. Tender affective states as predictors of entertainment preference. *Journal of Communication*. 2008, vol. 58, pp. 40–61. DOI: 10.1111/J.1460-2466.2007.00373.x. (In English).
 17. Mares M.L., Oliver M.B., Cantor J. Age differences in adults' emotional motivations for exposure to films. *Media Psychology*. 2008, vol. 11, pp. 488–511. DOI: 10.1080/15213260802492026. (In English).
 18. Zillmann D. Television viewing and physiological arousal. *Responding to the screen*. Ed. by J. Bryant, D. Zillmann. Hillsdale: Erlbaum, 1991, pp. 103–134. (In English).
 19. Bushman B.J., Geen R.G. Role of cognitive-emotional mediators and individual differences in the effects of media violence on aggression. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1990, vol. 58, no 1, pp. 156–163. (In English).
 20. Bandura A. Psychological mechanism of aggression. *Aggression: Theoretical and empirical reviews*. Ed. by R.G. Green, E.I. Donnerstein. New York, Academic, 1983, pp. 1–40. (In English).
 21. Ball-Rocheach S.J., DeFleur M.L. A dependency model of mass communication. *Communication research*. 1976, vol. 3, pp. 3–31. DOI: 10.1177/009365027600300101. (In English).
 22. Gerbner G., Gross L., Morgan M., Signorielli N. Living with television: The dynamic of the cultivation process. *Perspectives on media effects*. Ed. by J. Bryant, D. Zillmann. Hillsdale, Lawrence Erlbaum, 1986, pp. 17–40. (In English).
 23. Yang H., Ramasubramanian S., Oliver M. Cultivation effects on quality of life indicators. *Journal of broadcasting and electronic media*. 2008, vol. 52, no 2, pp. 247–267. DOI: 10.1080/08838150801992060. (In English).
 24. Geen R.G., Bushman B.J. Behavioral effects of observing violence. *Encyclopedia of human biology*. New York, Academic Press, 1997, vol. 1, pp. 705–714. (In English).
 25. Huesmann L.R., Miller L.S. Long-term effects of the repeated exposure to media violence in childhood. *Aggressive behavior: Current perspective*. Ed. by L.R. Huesmann. New York, Plenum Press, 1994, pp. 153–186. (In English).
 26. Zillmann D. *Connections between sexuality and aggression*. Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates Inc., 1998, 359 p. (In English).
 27. Krahe B., Möller I., Kirwil L., Huesmann L.R., Felber J., Berger A. Desensitization to media violence: links with habitual media violence exposure, aggressive cognitions, and aggressive behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*. 2011, vol. 100, no 4, pp. 630–646. DOI: 10.1037/a0021711. (In English).
 28. Ramos R.A., Ferguson C.J., Frailing K., Romero-Ramirez M. Comfortably numb or just yet another movie? Media violence exposure does not reduce viewer empathy for victims of real violence among primarily Hispanic viewers. *Psychology of Popular Media Culture*. 2013, vol. 2, no 1, pp. 2–10. DOI: 10.1037/a0030119. (In English).
 29. Unz D., Schwab F., Winterhoff-Spurk P. TV News — The Daily horror? Emotional effects of violent television news. *Journal of Media Psychology*. 2008, vol. 20, no 4, pp. 141–155. DOI: 10.1027/1864-1105.20.4.141. (In English).
 30. Glascock J. Contribution of demographics, sociological factors, and media usage to verbal aggressiveness. *Journal of Media Psychology*. 2014, vol. 26, no 2, pp. 92–102. DOI: 10.1027/1864-1105/a000115. (In English).
 31. Anderson C.A., Bushman B.J., Ihori N., Rothstein H.R., Sakamoto A., Saleem M., Shibuya A., Swing E.L. Violent video game effects on aggression, empathy, and prosocial behavior in eastern and western countries: a meta-analytic review. *Psychological Bulletin*. 2010, vol. 136, no 2, pp. 151–173. DOI: 10.1037/a0018251. (In English).
 32. Lang A., Bradley S.D., Schneider E.F., Kim S.C., Mayell S. Killing is positive! Intra-Game Responses Meet the Necessary (But Not Sufficient) Theoretical Conditions for Influencing Aggressive Behavior. *Journal of Media Psychology*. 2012, vol. 24, no 4, pp. 154–165. DOI: 10.1027/1864-1105/a000075. (In English).
 33. Bösche W. Violent content enhances video game performance. *Journal of Media Psychology*. 2009, vol. 21, no 4, pp. 145–150. DOI: 10.1027/1864-1105.21.4.145 (In English).
 34. Bösche W. Violent video games prime both aggressive and positive cognitions. *Journal of Media Psychology*. 2010, vol. 22, no 4, pp. 139–146. DOI: 10.1027/1864-1105/a000019. (In English).

35. Ferguson C.J., Rueda S.M. The hitman study. Violent video game exposure effects on aggressive behavior, hostile feelings, and depression. *European Psychologist*. 2010, vol. 15, no 2, pp. 99–108. DOI: 10.1027/1016-9040/a000010. (In English).
36. Oswald C.A., Prorock C., Murphy S.M. The Perceived Meaning of the Video Game Experience: An Exploratory Study. *Psychology of Popular Media Culture*. 2014, vol. 3, no 2, pp. 110–126. DOI: 10.1037/a0033828. (In English).
37. Luzakov A. A., Omelchenko N.V. *Semanticheskoe prostranstvo kompyuternykh igr: opyt rekonstruktsii* [Semantic Space of Computer Games: the Attempt of Reconstruction]. *Politematicheskii setevoy elektronnyi nauchnyi zhurnal Kubanskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta* [Polythematic online scientific journal of Kuban State Agrarian University]. 2012, vol. 78, iss. 4. Available at: <http://ej.kubagro.ru/2012/04/pdf/26.pdf> (accessed 18.06.2017). (In Russian).
38. Omelchenko N.V. *Psikhosemanticheskoe issledovanie osobennostey vospriyatiya i otsenivaniya kompyuternykh igr* [Psychosemantic research of features of perception and estimation of computer games]. *Vestnik Adygeyskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 3: Psikhologiya i pedagogika* [Bulletin of the Adyghe State University. Topical: Pedagogy and psychology]. 2009, vol. 51, no. 4, pp. 267–274. (In Russian).
39. Chiksentmikhayi M. *Potok: psikhologiya optimal'nogo perezhivaniya* [Flow: The Psychology of Optimal Experience]. Moscow, Alpina non-fiction Publ., 2011, 464 p. (In Russian).
40. Tamborini R., Stiff J., Heidel C. Reaction to graphic horror: A model of empathy and emotional behavior. *Communication Research*. 1990, vol. 17, pp. 616–640. DOI: 10.1177/009365090017005003. (In English).
41. Bushman B.J. Moderating role of trait aggressiveness in the effects of violent media on aggression. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1995, vol. 69, no 5, pp. 950–960. (In English).
42. Zuckerman M. *Behavioral expressions and psychological bases of sensation seeking*. New York, Cambridge University Press, 1994. 463 p. (In English).
43. Zuckerman M. Sensation seeking and the taste for vicarious horror. *Horror films: Current research on audience preferences and reaction*. Ed. by J.B. Weaver, R. Tamborini. Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates, 1996, pp. 147–160. (In English).
44. Banerjee S.C., Greene K., Krmar M., Bagdasarov Z., Ruginyte D. The role of gender and sensation seeking in film choice. *Journal of Media Psychology*. 2008, vol. 20, no 3, pp. 97–105. DOI: 10.1027/1864-1105.20.3.97. (In English).
45. Banerjee S.C., Greene K., Krmar M., Bagdasarov Z. Who watches verbal aggressive show? An examination of personality and other individual difference factors in predicting viewership. *Journal of Media Psychology*. 2009, vol. 21, no 1, pp. 1–14. DOI: 10.1027/1864-1105.21.1.1 (In English).
46. Conrad S.D., Morrow R.S. Borderline personality organization, dissociation, and willingness to use force in intimate relationships. *Psychology of Men and Masculinity*. 2000, vol. 1, no 1, pp. 37–48. DOI: 10.1037//15 24-9220.1.1.37. (In English).
47. Bushman B.J., Stack A.D. Forbidden Fruit versus Tainted Fruit: effects of warning labels on attraction to television violence. *Journal of Experimental Psychology: Applied*. 1996, vol. 2, no 3, pp. 207–226. (In English).
48. Enikolopov S.N., Kuznetsova Yu.M., Chudnova N.V. *Agressivnost' v epokhu Interneta* [Aggressiveness in the Age of the Internet]. *Agressiya v obydennoy zhizni* [Aggression in everyday live]. Moscow, Politicheskaya entsyklopediya Publ., 2014, pp. 82–92. (In Russian).
49. Fadeeva S.V. *Kompyuternaya zavisimost' kak faktor riska razvitiya agressivnogo povedeniya u podrostkov* [Computer Addiction as a Risk Factor of Adolescent's Aggressive Behavior] *Vestnik Kostromskogo gosudarstvennogo universiteta im. N.A. Nekrasova. Seriya: Pedagogika. Psihologiya* [Bulletin of the Kostroma State University. Series: Pedagogy, psychology]. 2010, no. 3, pp. 250–257. (In Russian).
50. Yakovleva T.V. *Vzaimosvyaz' agressivnosti s prosotrom khudozhestvennykh fil'mov v starshem podrostkovom vozraste* [Correlation of Aggression with Viewing the Feature Films in Senior Teenage Age]. *Nauchno-teoreticheskii zhurnal «Uchenye zapiski»* [Journal of theory science «Science paper»]. 2010, vol. 64, no. 6, pp. 123–127. (In Russian).
51. Belasheva I.V. *Sredstva massovoy informatsii i nervno-psikhicheskoe sostoyanie sovremennoy molodezhi* [Mass Media and Neuro-Psychological Status of Contemporary Young People]. *Sbornik nauchnykh trudov Sworld* [Science digests Sworld], 2013. Available at: <http://www.sworld.com.ua/index.php/ru/conference/the-content-of-conferences/archives-of-individual-conferences/march-2013> (accessed 18.06.2017). (In Russian).
52. Belaya O.P., Chursinova O.V. *Empiricheskoe izuchenie predstavleniy podrostkov ob agressivnom povedenii* [The Empirical Study of Adolescent's Representations of Aggression Behavior]. *Gumanizatsiya obrazovaniya* [Humanization of education]. 2012, no. 5, pp. 27–32. (In Russian).

The date of the manuscript receipt 14.09.2017

Об авторе

Зубакин Максим Владимирович
старший преподаватель кафедры психологии
развития

Пермский государственный национальный
исследовательский университет,
614990, Пермь, ул. Букирева, 15;
e-mail: maxzubakinpsy@rambler.ru
ORCID: 0000-0002-1805-7764

About the author

Zubakin Maxim Vladimirovich
Senior Lecturer of the Department of Developmental
Psychology

Perm State University,
15, Bukirev str., Perm, 614990, Russia;
e-mail: maxzubakinpsy@rambler.ru
ORCID: 0000-0002-1805-7764

Просьба ссылаться на эту статью в русскоязычных источниках следующим образом:

Зубакин М.В. Насилие в СМИ: теории и исследования // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2017. Вып. 4. С. 584–595. DOI: 10.17072/2078-7898/2017-4-584-595

Please cite this article in English as:

Zubakin M.V. Media violence: theories and investigations // Perm University Herald. Series «Philosophy. Psychology. Sociology». 2017. Iss. 4. P. 584–595. DOI: 10.17072/2078-7898/2017-4-584-595