

## **Конструирование социальных представлений о здоровье и болезни в российских масс-медиа**

**Научный руководитель – Лядова Анна Васильевна**

***Лазарева Екатерина Сергеевна***

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Москва, Россия

*E-mail: 03ekaterinalazareva@mail.ru*

В современном обществе масс медиа играют одну из ключевых ролей в формировании социальных представлений о здоровье.

Репрезентация здоровья в информационном пространстве российских масс-медиа представляется актуальной темой для исследования в связи с тем, что новые медиа становятся одним из ведущих средств конструирования социальных представлений в обществе относительно широкого круга социально – значимых проблем; они участвуют в формировании представлений о здоровье, причинах болезней, способах их преодоления, предоставляя людям конкретные указания к действиям в отношении защиты и сохранения своего здоровья. Через информационное пространство масс медиа оказывают значительное влияние на сознание больших масс людей, транслируя готовые паттерны поведения и стереотипы в отношении проблем здоровья и болезни.

Нами было проведено эмпирическое исследование, в октября 2025 года состоялись две фокус-группы (экспериментальная и контрольная) на тему: «Кино и блоги как агенты формирования представления о здоровье и болезни». Нашей задачей являлось исследовать представления студенческой молодежи о здоровье и болезни, а также факторы, влияющие на их представления и поведение в отношении здоровья. Участниками фокус-группы стали студенты 4 курса бакалавриата Социологического факультета МГУ в возрасте от 21 до 24 гг.

В результате анализа фокус-группы мы пришли к выводу, что кинематограф как один из каналов масс медиа способствует формированию социальной повестки в обществе в сфере здоровья и медицины. Кино активно воздействует на представления людей о болезнях, способах лечения, институте медицины в целом, в фильмах создаются визуально-эмоциональные образы здоровья и болезни, цель которых – вызвать определенные чувства у зрителя, что часто приводит к драматизации сюжетных линий, а также к гиперболизации проблем здоровья и болезни. С другой стороны, кино также служит важным инструментом дестигматизации людей с различными заболеваниями, транслируя на экранах опыт болезни героев, формируя более инклюзивное социальное общество. Выявленные особенности кинематографа как одного из каналов масс медиа свидетельствуют о том, что кино становится агентом конструирования и закрепления в обществе социальных представлений о норме и патологии, здоровье и болезни.

Анализируя итоги фокус-группы относительно блогосферы, мы смогли выделить типы блогов о здоровье и болезни:

- блоги от лица пациентов (пациенты – люди с заболеванием),
- блоги от лица квалифицированных врачей,
- блоги от псевдо-врачей.

В блогах любой человек, необязательно дипломированный врач, может сконструировать нужный и выгодный для себя образ, за счет которого он воздействует на аудиторию, используя различные инструменты, мифы и стереотипы о здоровье и болезни. Для блогов

о здоровье и болезни характерным оказалось фреймирование информации и оформление ее в виде формата «до – после», то есть блогеры публикуют контент, где идет сравнение контрастных образов и практически никогда не транслируются промежуточные результаты во время лечения, похудения, и т.д. В пациентских блогах люди находят, в первую очередь, эмоциональную поддержку и психологическую помощь, а также возможность быть приобщенными к определенной социальной группе, они находят группу единомышленников, также у них появляется возможность чувствовать себя нужным, выполняя социальные функции в обществе (например, познавательную). К врачевным и псевдо-врачевным блогам люди обращаются для получения дополнительной информации, а также за «третьим» мнением, чтобы удостовериться в способе и этапах лечения, диагнозе, симптомах и т.д.

Достигнутые результаты подтверждают, что блогосфера становится важным источником информации о здоровье и болезни, а также одной из ведущих площадок для трансляции образов, паттернов поведения и ценностей в отношении здоровья и болезни и практик заботы о здоровье.

Кроме того, во всех каналах масс медиа актуализируются и транслируются образы здоровья и болезни по одним и те же темам. Например, темы СДВГ, здорового образа жизни, депрессии и различных психических расстройств, нарциссизма, физической активности, приема витаминов и различных пищевых добавок. В итоге, из всех источников информации пользователю поступают знания по одним и тем же проблемам, однако, в зависимости от канала и статуса автора контента, эти знания могут как совпадать, так и отличаться. Но в конечном итоге, у пользователя под комплексным воздействием масс медиа конструируется определенный образ здоровья, заболевания, нормы или отклонения.

На наш взгляд, в связи с трансформацией института медицины и снижением уровня доверия к нему, а также с доступностью информации любого рода, у людей возникает потребность в альтернативных источниках информации, что и становится одной из основных причин актуализации блогов и кино о здоровье и болезни. Отметим, что исследований по изучению масс медиа и их влияния на общественные дискурсы в сфере здоровья и болезни становится больше, так как это действительно важная и актуальная тема для современного общества, которая требует дальнейшего осмысления.