

Гришин Андрей Александрович

ЭСТЕТИЗАЦИЯ УЖАСА В СОВРЕМЕННОЙ МЕДИЙНОЙ КУЛЬТУРЕ

В статье рассматривается феномен эстетизации ужаса в контексте современной медийной культуры. Описываются механизмы профанации глубинных нравственных смыслов, которые содержат в себе экзистенциальные понятия "ужас" и "смерть". Показано, каким образом средства массовой информации эксплуатируют тему смерти в коммерческих целях. Делается вывод о наличии серьезного антропологического кризиса современности, в котором произошла трансформация фундаментальных человеческих свойств.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/3/2015/6-1/12.html

Источник

Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2015. № 6 (56): в 2-х ч. Ч. I. С. 46-48. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/3.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/3/2015/6-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: hist@gramota.net

Список литературы

1. Герасимова О. Ю. Диалектика пассионарной адхократии и бюрократии // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2012. № 5 (19). Ч. 2. С. 46-49.
2. Пригожин А. И. Современная социология организаций. М.: Интерпракс, 1995. 296 с.
3. Смелзер Н. Социология / пер. с англ. М.: Феникс, 1994. 688 с.
4. Франчук В. И. Социальное управление: самоуправление, менеджмент, политическое руководство. М.: Компания «Спутник+», 2007.
5. Янг С. Системное управление организацией / пер. с англ. под ред. С. П. Никанорова, С. А. Батасова. М.: Советское радио, 1972. 456 с.

DIALECTICS OF SOCIAL MANAGEMENT AND SELF-MANAGEMENT

Gerasimova Ol'ga Yur'evna, Ph. D. in Philosophy
Magnitogorsk State Conservatory (Academy) named after M. I. Glinka
elitclub_aion@mail.ru

The article is devoted to the issues of the organization of social existence. Society, from the standpoint of synergetic approach, conforms to the laws of self-organization. The mechanism of self-organization globally activates during transitive, crisis historic moments, but locally self-organization and self-management exist permanently. For harmonious, correctly organized social life it is necessary to rely on the established system of management, and the more effectively the state copes with the managing task, the higher the level and quality of people's life are.

Key words and phrases: society; social management; self-management; dialectics; social interaction; social organization; state.

УДК 179.1

Философские науки

В статье рассматривается феномен эстетизации ужаса в контексте современной медийной культуры. Описываются механизмы профанации глубинных нравственных смыслов, которые содержат в себе экзистенциальные понятия «ужас» и «смерть». Показано, каким образом средства массовой информации эксплуатируют тему смерти в коммерческих целях. Делается вывод о наличии серьезного антропологического кризиса современности, в котором произошла трансформация фундаментальных человеческих свойств.

Ключевые слова и фразы: смерть; ужас; массовая культура; *mass media*; нравственные ценности; антропологический кризис.

Гришин Андрей Александрович

Воронежский государственный университет
ialesin@mail.ru

ЭСТЕТИЗАЦИЯ УЖАСА В СОВРЕМЕННОЙ МЕДИЙНОЙ КУЛЬТУРЕ[®]

В современном массовом сознании такие понятия как «ужас», «страх», «тоска», «смерть» вызывают однозначно негативную реакцию. Не видя в них никакого позитивного смысла, сознание построило целую систему «культурных запретов», в которой данные «депрессивные» состояния теряют всякую экзистенциальную значимость и нравственный смысл. Это связано с тем, что современная культура по преимуществу носит гедонистический характер, не предполагающий глубокой нравственной рефлексии над значимыми вопросами человеческого бытия.

В то же время, именно современная культура парадоксальным образом отличается патологическими формами влечения к этим состояниям, которые обозначаются как «визуализация и эстетизация смерти», «эскалация ужаса». О крайне негативных следствиях этого процесса для личности говорит Ю. Н. Давыдов, описывая прежде всего духовное состояние западной культуры XX века, в которой возникла «метафизика ужаса», породившая немислимый «культ страха». В известной книге «Этика любви и метафизика своеволия» философ пишет: «общая эскалация страха в духовной атмосфере общества ничуть не снижается, наоборот – резко возрастает. Первобытный ужас, парализующий животворные истоки современной культуры... всеобъемлющ и коварен» [4, с. 18].

Однако проблема в том, что трагические моменты человеческого бытия в контексте медийной культуры приобретают легковесный характер развлечения, из них уходит вся бытийная глубина, и они теряют свое нравственное значение. Как отмечает В. В. Варава, «Культура полна проекциями банального ужаса, который по мере своей эстетизации теряет глубину и остроту» [2, с. 262]. Во многом это связано с тотальным

характером современной медийной культуры, которая одновременно и производит, и контролирует. Коварность ее механизма в том, что, будучи якобы бесцензурной, она как раз и создает наиболее сильную форму цензуры, исключая фундаментальную философскую рефлексию над смыслом бытия.

М. Хайдеггер много говорил об отсутствии мышления в современную эпоху: «Призывающее мыслить в наше со-мнительное время – это то, что мы еще не мыслим» [8, с. 37]. И это несмотря на повышенный интерес к философии, который отметил Хайдеггер в современной ему культурной ситуации. Но все дело в том, что это именно интерес: интересное сегодня завтра становится безразличным и скучным. Поэтому живой интерес к философии еще не свидетельствует о готовности к мышлению.

Отсутствие мышления в современную «со-мнительную» эпоху Хайдеггер объяснял метафизически. Он считал, что данное для мысли само отворачивается, отворачивается и ускользает от человека. Поэтому он и не способен мыслить. Это имеет очень глубокие метафизические причины, связанные с судьбой западной культуры, механизмы которой Хайдеггер прочувствовал тонко и глубоко. Понятно, что его способ мысли весьма далек от повседневного массового сознания, которое вообще не подозревает о существовании вещей, о которых говорит немецкий философ. Но оно, используя тотальность медийных средств, как бы легитимизирует это состояние безмыслия, делает его некой нормой существования сегодня.

Именно в этой ситуации и возникла возможность эстетизации ужаса и смерти, которая далеко не в последнюю очередь имеет коммерческие причины. Но нас в большей мере в данном случае волнует не коммерческий аспект этой проблемы, а нравственный, раскрывающий сущность «духовной ситуации времени». Данная ситуация, которую часто именуют постмодернистской, обладает одной очень важной для нас характеристикой, которую современный философ-этик В. Н. Назаров обозначил как смену «этоса» на «эстетизис» [5, с. 289]. Это означает, что этический дискурс приобретает все более частный и прикладной характер, уступая место фундаментальным эстетическим практикам. В числе таких практик находится то, что мы и обозначили как эстетизация ужаса.

Ужас связан со смертью на бытийном уровне. Во многом ужас – это ужас смерти, ужас ничто. Смерть ужасна, а ужас смертелен – так можно выразить глубокую взаимосвязь этих понятий и состояний. Французский философ Владимир Янкелевич отмечает парадоксальные свойства смерти: «Почему же чья-то смерть всегда приводит нас в такое смущение? Почему это вполне нормальное событие пробуждает в очевидцах такую смесь любопытства и ужаса?» [10, с. 11-12]. Действительно, смерть вызывает самые противоречивые реакции и чувства, но ужас присутствует неизменно, это вечный спутник смерти.

Ужас смерти – это глубокая антропологическая константа, которую нельзя устранить, не затронув человеческой природы как таковой, ее этических, антропологических, духовных и психологических оснований. Как это ни парадоксально, но ужас выступал в роли «нравственного гаранта» правильного восприятия смерти.

Смерть, попадая в контекст современной гипнотизирующей и одновременно потребительской культуры, существенно видоизменяется. Ее видоизменение связано прежде всего с тем, что она теряет свой нравственный характер, способный оказывать этическое воздействие на личность человека. Потребительская культура основана на принципах гедонизма, который не предполагает никакой рефлексии над смертью, поскольку это имеет травматический эффект. Прот. Александр Шмеман, долгое время наблюдавший за духовной ситуацией Запада, сделал вывод о том, что смысл смерти в современной культуре в том, что она не имеет смысла. Для обращения со смертью общество создало налаженный механизм, который «делает смерть настолько легкой, безболезненной и незаметной, насколько возможно» [9, с. 31]. Смерть, таким образом, считает известный православный богослов, лишается своего «жала» и превращается в событие хотя и печальное, но совершенно не нарушающее течение жизни.

Вот поэтому и возможно эстетизированную смерть проецировать на экран медийной культуры, совершенно не боясь того, что она нарушит душевный комфорт обывателя. Эта ситуация уже в полной мере применима и для российской действительности. Описывая современные российские СМИ, социальный журналист А. В. Белокрыльцева в статье «Смерть как информационный повод» пишет: «В российских СМИ регулярно поднимаются и подробно обсуждаются связанные со смертью темы: смерть известных людей и все связанное с их уходом, похоронами, наследством, криминальные смерти, маньяки-убийцы и каннибалы, право носить оружие, введение смертной казни, самоубийства, эвтаназия, сохранение тел путем заморозки, махинации с ритуальными услугами, убийства и пропажа детей, приближение конца света, опасности ядерной энергетики, новые виды оружия, запрет аборт, летаргический сон и заживо похороненные, эликсир бессмертия и т.д.» [1, с. 97].

Здесь возникает следующий парадокс; с одной стороны, необыкновенный интерес к смерти со стороны СМИ и общества, с другой – страх и безразличие, нежелание всерьез говорить на эту тему. «В российских СМИ, – продолжает журналист, – смерть часто выступает как информационный повод: все связанное с ней вызывает неизменный гарантированный интерес у публики. При этом о паллиативной медицине, хосписах, благотворительной помощи безнадежно больным и старикам, так же как и о философско-религиозных аспектах темы, СМИ говорят очень редко» [Там же, с. 98].

Эстетизированная смерть – это смерть, лишенная трагической глубины; своего рода анестезированная смерть, пригодная для употребления массовым зрителем без опасности нарушить его душевное спокойствие всерьез. Это вызывает своего рода «привыкание» к смерти, которое сопровождается потерей нравственного чувства. В статье «Медийная культура и смерть» В. В. Варава отмечает: «Пассивные потребители информации,

приученные СМИ к духовному и нравственному инфантилизму, с удовольствием поглощают тонны этой смертоносной информации, уже почти что с безликим равнодушием – особо не возмущаясь, не поражаясь, не огорчаясь. Поскольку невозможно отреагировать на все вызовы смерти в современном мире, то у обывателя возникает синдром привыкания к несчастьям, в котором может сохраняться эмоциональное возбуждение при полном нравственном нечувствии к случившемуся. Нравственная реакция – это не психоэмоциональный всплеск, но деятельное соучастие в чужом горе, которое просто невозможно в данном случае. Поэтому СМИ бессовестно эксплуатируют тему смерти на различный лад, не боясь никаких последствий. Совершенно не преследуя цели искоренить зло и усовершенствовать моральную ситуацию в обществе, они преследуют лишь одно: сделать максимально эффективным информационный вброс» [3, с. 48-49].

Эта ситуация свойственна не только России. Немецкий философ П. Слотердаик в книге «Критика цинического разума» так охарактеризовал ситуацию, сложившуюся в информационном пространстве: «Массмедиа могут говорить обо всем, потому что они окончательно отбросили тщеславную затею философии – понять то, о чем говорится. Они охватывают все, поскольку не схватывают и не понимают ничего; они заводят речь обо всем и не говорят обо всем равным счетом ничего. Кухня массмедиа ежедневно подает нам густое варево из бесконечно разнообразных ингредиентов, однако оно каждый день одинаково на вкус» [6, с. 470].

Именно такая ситуация в СМИ создает возможность говорить о смерти без ответственности и без трагизма. Слотердаик говорит об «аморальном уравнивании различного», которое создает ситуацию, когда «сообщения о массовых смертях в странах третьего мира – по соседству с рекламой шампанского, репортажи об экологических катастрофах – рядом с объявлением об открытии салона новейшей автомобильной продукции» [Там же, с. 463]. Это и есть цинизм *mass media*, который со временем принимает все большие аморальные формы.

Ужас, о котором М. Хайдеггер говорил как о бытийной возможности человека, в современной медийной культуре полностью утрачивает свое метафизическое значение, превращаясь лишь в жгучий сюжет, способный вызвать сильную эмоциональную реакцию. В «Бытии и времени» философ так говорит об ужасе: «Ужас обнажает в присутствии *бытие* к наиболее своей способности быть, т.е. *освобожденность для* свободы избрания и выбора себя самого. Ужас ставит присутствие перед его *освобожденностью для...* (*propensio in...*) собственности его бытия как возможности, какая оно всегда уже есть. Это бытие однако есть вместе то, которому присутствие вверено как бытие-в-мире» [7, с. 188]. В конечном счете, ужас «извлекает присутствие назад из его падающего растворения в “мире”» [Там же, с. 189].

Все позитивное действие ужаса, которое он может оказывать в экзистенциальном модусе, оказывается совершенно профанированным в модусе медийном. Таким образом, можно сделать следующие выводы:

- современную медийную культуру возможно охарактеризовать как культуру эстетизации ужаса и смерти;
- эстетизация смерти снимает ее остродраматический характер и глубинный нравственный смысл, превращая ее в «информационный повод»;
- медийный модус смерти входит сегодня в противоречие с экзистенциальным модусом, свидетельствуя о ситуации глубокого антропологического кризиса.

Список литературы

1. Белокрыльцева А. В. Смерть как информационный повод // Отечественные записки. 2013. № 5 (56). С. 94-105.
2. Варава В. В. Адвокат философии. М.: Этерна, 2014. 352 с.
3. Варава В. В. Медийная культура и смерть // Время культуры. 2014. № 11. С. 46-52.
4. Давыдов Ю. Н. Этика любви и метафизика своеволия. М.: Мол. гвардия, 1989. 317 с.
5. Назаров В. Н. История русской этики: учеб. пособие. М.: Гардарики, 2006. 315 с.
6. Слотердаик П. Критика цинического разума / пер. с нем. А. В. Перцева. Екатеринбург: У-Фактория; М.: АСТ МОСКВА, 2009. 800 с.
7. Хайдеггер М. Бытие и время / пер. с нем. 3-е изд. М.: Академический Проект, 2011. 460 с.
8. Хайдеггер М. Что зовется мышлением? / пер. с нем. Э. Сагетдинова. 2-е изд. М.: Академический Проект, 2010. 351 с.
9. Шмеман А., прот. Литургия смерти и современная культура. М.: ГРАНАТ, 2013. 176 с.
10. Янкелевич В. Смерть. М.: Изд-во Лит. ин-та, 1999. 448 с.

ESTHETIZATION OF HORROR IN MODERN MEDIA CULTURE

Grishin Andrei Aleksandrovich
Voronezh State University
ialesin@mail.ru

The article examines the phenomenon of the estetization of horror in the context of modern media culture. Special attention is paid to the mechanisms for the profanation of deeper moral senses, which include the existential conceptions “horror” and “death”. The author shows how mass media exploit the theme of death for commercial purposes and concludes on the serious anthropological crisis of modernity, in which the transformation of fundamental human qualities occurred.

Key words and phrases: death; horror; mass culture; mass media; moral values; anthropological crisis.