

ДИСКУРС СМЕРТИ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИЙНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Предлагаемый материал представляет собой небольшой набросок, сделанный в рамках *политической танатологии*, – комплексного изучения феномена смерти и её связи с политическими эффектами и природой властвования [1].

В последние десятилетия смерть поставлена на поток, став элементом массового производства, – как буквально, так и виртуально. В иные дни смерть обладает самой обширной аудиторией зрителей, слушателей, читателей и просто праздных обывателей. Примеры тому можно найти в любом из сегментов медийного пространства:

- *Телевидение*. Дискурс смерти – тотальное ТВ-явление. Армия мёртвых уже непрерывно вызывает с экрана: из новостных выпусков (ведь как известно, событие не имеет тотального значения, если оно не сопровождается хотя бы одной смертью), из многочисленных специальных передач о криминале, насилии и пр., из однотипных бандитских сериалов, из многочисленных западных блок-бастеров.
- *Газеты*. Созданы целые печатные индустрии, спекулирующие тематикой смерти.
- *Интернет*. Поверхностный контент-анализ свидетельствует, что электронные ленты новостей регулярно содержат сообщения о смерти, баннерная реклама постоянно спекулирует на этой же тематике.

Медийный дискурс смерти имеет тотальный характер. Стоит вспомнить дни, когда всё медийное пространство заполняется репрезентацией чьё-то смерти:

- в России – похороны официальных лиц (Патриарха Алексия II, первого президента Б.Н. Ельцина);
- на Западе – похороны медийных звёзд (в 1997 г., например, похороны принцессы Уэльской Дианы), трансляция актов эвтаназии (декабрь 2008 г. – английские каналы показали уход из жизни Крэйга Эверета), смертной казни (например, Саддама Хусейна) и пр.

Особенный интерес имеет ТВ: современная экранная культура, действующая через технологии мифологизации, профанации, актуализацию воображаемого и воображение нереального, помещена на дискурсе смерти, постоянной её профанации, охоте за ней. «Великое неизвестное» кажется тем единственным, что остаётся вне медийной вседозволенности и всепроникновения. Медиа непрерывно доискивают: «Смерть! где твоё жало?» (1 Кор. 15,55), – захватывая исконно властную привилегию освидетельствования умершего и констатацию причин его смерти.

Масс-медиа высвобождают из мерцающего «ящика» (если бы Пандоры!) потоки всего того, что ранее было либо маргинализированным, либо бессознательным, либо не замечаемым как жизненная необходимость. Десакрализованная, переставшая быть интимной, сокрытой, таинственной смерть превратилась в объект массового переживания, излюбленный медиа объект непрерывной симуляции.

Но почему же масс-медиа так взволнованы именно смертью (не любовью, не силой воли, не нравственными примерами), будоража ею общество, словно бы то забывает о смерти и не способно самостоятельно её разглядеть и понять? Можно выдвинуть несколько гипотез, но (по крайней мере в данный момент) затруднительно дать окончательный исчерпывающий ответ:

1. *Si vis vitam, para mortem* («хочешь вынести жизнь, готовься к смерти») –

лозунг современности, согласно З. Фрейду [2]. Возможно, австрийский психолог оказался первым, кто занялся изучением элиминации смерти из жизни, обратив, в частности, внимание на ментальный шаблон, когда любая смерть элиминируется за счёт досконального объяснения её причин. Относительно смерти все выбирают роль наблюдателя, следовательно, масс-медиа выступают опосредующим звеном, одновременно отдаляющим нас от со-бытия смерти и виртуально максимально приближающим к ней.

2. *Зрелищность смерти* – одно из широко распространённых объяснений интереса публики к смерти (по сути та же роль наблюдателей и СМИ как медиатора). Публичность умирания и опубликование трупа – процессы, идущие в западной цивилизации волнообразно. Гладиаторские бои, смертные казни, современный кинематограф, с одной стороны, а с другой – вынесение кладбищ за города, некролог вместо демонстрации, интимность процесса умирания (зрителей, традиционно, не приглашают). Можно вспомнить символику Христианства, где умирание (переходящее затем в Воскрешение) было повседневным символом, правда, если верить Ж. Ле Гоффу, с XI века, когда Распятие появляется в западных храмах [3].
3. *Пережить других как страсть* – гипотеза, восходящая к работе Э. Канетти «Масса и власть», утверждавшего, что «миг, когда ты пережил других, - это миг власти» [4]. При этом в какой-то момент он превращается в страстное желание претерпевать этот миг наслаждения вновь и вновь. И совсем не обязательно, что эта страсть будет деятельной, ей может быть достаточно осознания факта переживания другого, даже если другой не является актуальной реальностью для пережившего (см. «Гитлер по Шпееру»). Масс-медиа, таким образом, даруют в повседневной суете это становящееся непрерывным чувство наслаждения. «Молчаливое большинство» каждый день подвергается пробуждению чувства «пережившего других». Армия мертвецов порождает легион наивных простаков-героев; зрительская масса ощущает себя вождём (и как же удачен в этом контексте дискурс демократии). И, возможно, поэтому СМИ постепенно переходят к всё более жёстким формам демонстрации смерти, ибо «героям» придется всё предшествовавшее.
4. *Секулярность общественного сознания* – гипотеза, имеющая смысл для религиозномыслящих людей. «Мы знаем, что мы перешли из смерти в жизнь, потому что любим братьев; не любящий брата пребывает в смерти» (1 Ин., 3:14) – таковым может быть ответ христиан на медийный вызов, на секулярную бездуховность, становящуюся причиной танатофилии и танатозависимости современников. Папа Римский Иоанн Павел II в работе «Память и идентичность» отмечал: формируется цивилизация, может быть, не совсем атеистическая, но придерживающаяся принципа «по-ступать так, «как будто Бога не существует»». Одна из её целей – трансформация нравственности, в том числе борьба с жизнью на этапе зачатия и на склоне лет, манипуляции с жизнью [5]. Репрезентация смерти, осуществляемая масс-медиа, - как итоговый смысл секулярности. В религиозном дискурсе смерть духовна и нравственна, она заставляет *momento mori*, в то время как в медийном пространстве смерть не проблематизирует, но лишь рассчитана (кем?!) на повседневное потребление homo

consumer, становится аморальной.

5. *Конспирологический подход.* Изучение поднятой проблемы ставит вопросы субъектного характера: насколько осмысленно и отрефлексировано распространение дискурса смерти в масс-медиа? существуют ли заранее просчитанные технологии популяризации этого дискурса? есть ли заинтересованные в его постоянной ретрансляции (роль заказчика)? стоит ли искать смысл в происходящем, или же поверить в неминуемую логику постмодерна с его симуляцией смыслов? Отсутствие очевидных ответов порой может компенсироваться «теорией заговора». Случайно ли, например, что тотальный медийный дискурс смерти соседствует с дискурсом «долгой жизни»? Регулярно СМИ выискивают «самого старого человека» - символ побеждающего «молчаливого большинства», пережившего других. И сразу неминуемо задаётся вопрос: что продлевает жизнь? И каждый раз направление задаётся в сторону биотехнологий, генетики, фармацевтики и пр. (заказчики ли?)
6. *Логика масс-медиа* – последняя гипотеза, учитывающая не внешние запросы, предъявляемые некими внешними субъектами, а внутренние механизмы саморегулирующейся медийной системы. Среди них, можно отметить: 1) специфика ТВ – *сериальность*, когда действительно существует лишь то, что повторяемо, *ре-презентативно*. Здесь же возникает диалектика уникального и будничного. Смерть, *ре-презентуемая* масс-медиа, из своей будничности должна стать значимой, со-бытийной зрителям. И в то же время она должна повторяться, дабы не оказаться историей, но реальностью. 2) «Информация всегда является *неожиданностью*» [6]. Недаром СМИ устраивают охоту за смертью более-менее известных публичных людей (они могут быть забыты, но СМИ напомним, насколько значимы эти люди были некогда и насколько неожиданна их смерть (порой в возрасте около 100 лет). 3) Смерть можно рассматривать как то, что возвращает фрагментированной, обработанной по законам медийной селекции действительности её целостность. «Всё имеет завершение!», следовательно, всё *едино* в своём результате. Масс-медиа нуждаются в дискурсе смерти для сохранения иллюзии целостности реальности.

Почти в каждой гипотезе масс-медиа отводят нам роль пассивного зрителя-потребителя, поглощающего информацию о смертях – реальных и виртуальных, словно поп-корн. Но, если опираться на модель Н. Лумана, что информация нужна для принятия решения между двумя альтернативами [6], то какие альтернативы ставит мне как зрителю информация о смерти кого-то известного или неизвестного, о массовой гибели кого-то, мне объективно чуждых (ведь лишь нравственные императивы человечности могут меня связывать с погибшими в автокатастрофе в Зимбабве); какое решение я должен принять? Какие выводы я как зритель выпуска новостей должен сделать, когда до половины (в редкие дни – большая часть) информации связана со смертями в различных формах и обстоятельствах? Должен ли зритель вообще делать какие-то обобщения? При этом, что примечательно, подобного рода информация погружает меня в континуум времени (так же как и многочисленные передачи и печатные рубрики исторического содержания), ибо в связи со смертью возникает прошлое, а иногда и будущее остающихся. Но и здесь неизбежен вопрос: зачем мне, зрителю, это различие «до и после», если оно не предполагает никакого решения с моей стороны? Остаётся только иллюзия сопричаст-

ности с «великим неизвестным»).

Таким образом, роль зрителя – ключевая проблема, возникающая в связи с тотальным распространением медийного дискурса смерти! Отсутствие ответа на эту проблему порождает ощущение глубокой, имманентной абсурдности происходящего. Информирование превращается в навязывание, не имеющее никакого внесмедиального смысла.

Вторая проблема, которая выкристаллизовывается в связи с исследованием данной темы: если интерес к дискурсу смерти носит внутримедийный характер, то не претендуют ли СМИ в данной ситуации на перехватывание властной функции у тех, кто на протяжении столетий контролировал всё касающееся смерти? Вообще понимание феномена медийного дискурса смерти возможно через реконструкцию выстраивания отношений смерти и власти, а теперь, очевидно, власти и медиа. СМИ определяют значимость и знаковую той или иной смерти, определяют порядок в виртуализированном царстве мёртвых, устанавливают, кого следует помнить, кого предать забвению. При этом немаловажно, что человек был в момент смерти и после неё, но не что он представлял собой при жизни. Физическое умирание, таким образом, перестало быть таинством (духовным и властным), но оно должно быть рассмотрено через призмы объективов, превращено в со-бытийность, включено в порядок и ход вещей. СМИ осуществляют властную функцию!

В завершении данного экскурса в одно из предметных пространств политической танатологии, хочется привести небольшую историю, рассказанную Андре Брюнеленом о своём друге – французском актёре Жане Габене:

«Во время съёмок фильма «Неблагодарный возраст» в 1964 году Фернандель, споря с Жаном на террасе «Белой башни», где мы жили, сказал, что отныне актёры стали уважаемыми людьми, хотя в прошлом всё было иначе. У Жана было своё мнение по этому поводу.

- Конечно, нас не хоронят по ночам, как раньше, - заявил он, - но только потому, что теперь наши похороны становятся эстрадным представлением! Даже покойников просят сыграть маленькую сценку перед фотографами, телевидением и толпой, которая вопит: «Бис! ещё!» Со мной этот номер не пройдёт, меня не заставят выходить на «бис», более того, бесплатно!» [7].

ПРИМЕЧАНИЯ:

1. Москвин Д.Е. Политическая танатология: методологические наброски. // Дискурсология: методология, теория, практика. Доклады второй международной научно-практической конференции, посвящённой памяти Жана Бодрийяра. / Под общ.ред. О.Ф. Русаковой. – Екатеринбург: издательский Дом «Дискурс-Пи», 2007. С. 27-29.
2. Фрейд З. Мы и смерть. // [электронный ресурс] URL: http://humanitarian.ru/narod/hitovost/1_mi_i_smert.htm (дата обращения: 15.02.2009).
3. Гофф Ж. Ле. Рождение Европы. / Серия "Становление Европы". - СПб.: "Александрия", 2007. - С. 127.
4. Канетти Э. Масса и власть. / Бланшо М., Зомбарт В., Канетти Э. Тень парфюмера / Морис Бланшо, Вернер Зомбарт, Элнас Канетти. – М.: Алгоритм, 2007. – С. 117-122.
5. Иоанн Павел II. Память и идентичность. – М.: Издательство Францисканцев, 2007. - С. 87-88.
6. Луман Н. Решения в информационном обществе / пер. с нем. А.М. Ложеницкой под ред. Н.А. Головина. // [электронный ресурс] Факультет социологии СПбГУ. URL: http://www.soc.spb.ru/publications/pts/luman_i.shtml (дата обращения: 15.02.2009).
7. Брюнелен А. Жан Габен. / Андре Брюнелен. Пер. с фр. А.М. Григорьева и А.И. Смелянского. – М.: Искусство, 2001. – С. 213.