Ольга Владимировна Третьякова

Санкт-Петербургский государственный университет

[o.tretiakova@spbu.ru](mailto:o.tretiakova@spbu.ru)

**«Культура смерти» в современных российских СМИ**

Рассматривается репрезентация смерти в средствах массовой информации современной России. Предлагается тематизация журналистских произведений, воплощающих «культуру смерти» в медийном дискурсе современности.

Ключевые слова: культура, культура смерти, средства массовой информации.

Отношение к смерти является фактором культурной идентичности, поскольку выявляет закономерности формирования жизненных установок и моделей поведения человека и общества в рамках одной культуры. Однако в разных культурах, при разных идеологиях и режимах оно имеет свои особенности.

Выражение «культура смерти» имеет по меньшей мере два значения: термин для описания социокультурных феноменов, в которых смерть почитается или прославляется, и концепция ватиканских священников, которые указывают на такие сомнительные проявления «культуры смерти» как аборт, эвтаназия, убийства, самоубийства, вооруженные конфликты [2].

Не последнюю роль в продвижении «культуры смерти» играют СМК. Исследователи считают, что современные медиа – это «фабрика смерти» в многочисленных формах. Имеются в виду информация (новости), кинематограф (сериалы, боевики, фильмы-катастрофы), ток-шоу, популярная художественная и психологическая литература [3: 166]. Вся эта продукция действительно часто содержит сцены насилия, убийств, смерти, а также показывает монстров, вампиров и каннибалов в качестве «действующих лиц».

Журналисты, как правило, оказывают предпочтение сенсационной, неоднозначной информации – о катастрофах, несчастных случаях, криминальных происшествиях, террористических актах, военных действиях и т.д. Однако российские СМИ редко обращаются к проблемам абортов, смертной казни или эвтаназии. Лексемы тематической группы «смерть» (труп, тело, гроб, убийство, гибель, расстрел, резня и др.) чаще используются в публикациях о криминальных происшествиях или о ритуальных услугах. Достаточно привести некоторые заголовки: «Тело пенсионерки с колото-резаными ранами и ее раненую дочь обнаружили в квартире на западе Москвы», «Боялись разбудить ребенка, а он был уже мертв», «Сгорели заживо из-за сигареты», «Скрывавшим смерть матери братьям из Москвы нашли новую семью», «В Воронеже допросили свидетелей по делу о расстреле семьи», «Ее задушил возлюбленный» («Комсомольская правда»).

СМИ используют смерть и в других контекстах: это и суициды, и смерть от наркотиков, и романтизация девиантного поведения, и визуализация смерти (черепа и скелеты, другие символы). «Культура смерти» иногда навязывается аудитории как мода, как развлечение. В Сети существуют ресурсы, которые собирают «истории об интересных нелепых смертях», например «Журнал для тех, кто еще не умер и не сел»; один из слоганов проекта – «Пока смерть не насмешит нас» [1]. Беспрестанное информирование о смерти, да еще в подобном стиле приводит к «синдрому привыкания», к неспособности переживать по поводу смерти и к обесцениванию в сознании человека его неотъемлемого права на жизнь. Привыкание к смерти может вызвать не только девальвацию ценности жизни, но и полное безразличие, когда даже угроза собственной жизни вызывает реакцию пассивного подчинения.

Одним из признаков «культуры смерти» является отношение к применению вооруженного насилия. Каждый день приносит новые жертвы, и СМИ, прежде всего телевидение, нагнетают ситуацию, бесконечно рассуждая, например, о возможности применения ядерного оружия. И ведущие, и участники ток-шоу, кажется, не осознают того, что это может привести к гибели миллионов людей. И в этом случае уже некому будет торжествовать, как журналисту «Радио “Комсомольская правда”» Сергею Мардану по поводу попадания ракеты в жилой дом и гибели четырех десятков человек в украинском городе Днепр («Прекрасный фейерверк!»).

Таким образом, воплощение «культуры смерти» в российских СМИ предстает в текстах на следующие темы: 1) криминальные события с летальным исходом, 2) несчастные случаи, аварии и катастрофы, 3) романтизированное девиантное поведение (в частности, самоубийства, смерть от наркотиков), 4) пропаганда войны и готовности погибнуть «в интересах Родины». В современной медийной повестке нет ответа на вопрос, почему в интересах Родины надо умирать, а не жить. Превалирование «культуры смерти» над «культурой жизни» может привести к усилению ненависти, которая разрушает культуру.

Литература

1. Рыжова П. «Мертвые стремятся снять бремя памяти с живых». Что происходит с культурой смерти в современном городе // Газета.Ru. 2016. 8 июня. URL: <https://www.gazeta.ru/comments/2016/06/08_a_8292527.shtml>.
2. Сакун О. Сорвать маску с идеологий «культуры смерти» // Vatican News. 2022. 3 дек. URL: <https://www.vaticannews.va/ru/world/news/2022-12/sorvat-masku-s-ideologiy-kultury-smerti.html>.
3. Северцев В. В. Тема смерти в контексте современной медийной культуры // Наука. Искусство. Культура. 2019. Вып. 2 (22). С. 165–170.