

Секция «Философия. Культурология. Религиоведение»

Матрица духовного кризиса в медиаконцепции Акселя Шпрингера *Индриков Алексей Алексеевич*

Аспирант

*Академия государственной службы при Президенте РФ, Социологический
факультет, Москва, Россия*

E-mail: heimatschutzer@inbox.ru

Кризис современной европейской культуры, в водоворот которого сегодня втянута и Россия, угрожает пересмотром ценностных оснований русской культуры[2].

Концептуально существующий в виде позитивистской редукции христианского мировоззрения, кризис как явление духовного порядка непосредственно связан с широким распространением института прессы. Но несмотря на многочисленные исследования истории мировой печати, ее роль в инициации и эскалации разрушительных процессов в европейской культуре, осмыслена, на наш взгляд, недостаточно. Интерес в данном ракурсе представляет деятельность западногерманского медиамагната Акселя Шпрингера.

Созданная Шпрингером информационная монополия погрузила послевоенную Германию в воображаемый мир всеобщего благоденствия. С одной стороны, в основе этого мира была чисто экономическая задача – обеспечить владельцу приращение капитала. Но с другой стороны, формирование «общества потребления» оказалось невозможным без воспитания его новой базовой единицы – человека позитивистски-потребительского профиля.

В основе метода информирования, разработанного Акселем Шпрингером, лежит принцип информационного удовольствия, поддерживающий «человека потребляющего» в его устремленности к благам цивилизации.

Следствием широкого распространения этого принципа стали кризисные «надломы» европейской культуры.

Во-первых, это проявилось в отказе от личностной уникальности и индивидуального протеста против культурного униформизма, насаждаемого массовой прессой. Массовая пресса создает для человека желания, среду обитания, мысли, чувства, эмоции, которые надлежит испытывать и переживать. Показательно, что еще в 70-е годы XX в. известный советский исследователь западной культуры, современник Шпрингера, Ю. А. Жуков писал: «Разработана доктрина так называемого «массового общества», суть которой сводится к изучению способов держать «молчаливое большинство» в повиновении, формировать их образ мышления и поведение»[1].

Пресса Шпрингера методично стирала самостоятельное «я» с культурной карты Европы. Она рисовала волшебный мир, в котором не существует общественных противоречий. Внимание аудитории было сосредоточено на незначительных событиях, которым придавался статус значимых для всего общества: «Из «Бильд» невозможно было узнать, что происходит в мире и в самой стране. Важнейшие внутренние и внешнеполитические события возникали на страницах газеты случайно, спорадически. Они тонули в призывах к любви к животным, в сообщениях о величайших кражах, о визитах царствующих особ, о самоубийствах, среди писем читателей и материалов о сексе и спорте. Политики и международных событий, как таковых, не существовало»[3].

Во-вторых, сформировалась неспособность различения широкой аудиторией социальной значимости тех или иных событий и отказ от личной ответственности за духовную неразборчивость и культурную «всеядность». Мир Шпрингера был безоблачен и свободен от всякого рода антагонизмов. Действительно важные мировые проблемы, такие, как конфликты послевоенных десятилетий, холодная война, борьба за мир в странах социализма оставались в тени. Эта тень скрывала и проблемы социальной справедливости и государственного устройства. «Читателям изо дня в день прививалась аполитичность, их внимание концентрировалось на всевозможных второстепенных вещах, их искусственно изолировали в мире, созданном на страницах «Гамбургер абендблат» (издание, принесшее успех А. Шпрингеру. – А.И.). Наконец, читателей газеты отучали думать и, следовательно, иметь собственное мнение»[3].

В-третьих, аудитория оказалась обманута и заражена релятивистской гносеологией. Неявный план информационного метода Шпрингера состоял в том, что он «наполовину не врал». Истории, которыми он отгораживал читателей от социальной актуальности, действительно могли вызывать сострадание и возвышенные чувства. У Шпрингера не было цели опорочить возвышенное, его целью было безжалостно использовать все возвышенное, чтобы прикрыть свои истинные, политико-коммерческие намерения, далекие от гуманистических идеалов. Особенностью шпрингеровской картины мира была и ее абсолютная непоследовательность с точки зрения причинно-следственной связи. Кажущийся признаком непрофессионализма, этот метод выглядит профессиональным умышленным раздроблением фактической картины мира и сведением ее к радужной, но бессмысленной мозаике мировых событий (журнал «Bild»).

Таким образом, основной задачей «прекрасного мира» Шпрингера было лишение европейского общества культурных механизмов самостоятельного исторического развития. Пафос духовного возрождения немцев, обманутый псевдодраматизмом газетного сюжета, оказался отсеченным от ценностных критериев определения жизненного смысла и «исторического целеполагания».

Актуализация массовой прессы в ее «шпрингеровском» варианте может быть весьма драматичной перспективой и для Российского общества. Сформированное массовой прессой общество, лишенное основных культурных механизмов исторического развития, не в состоянии участвовать в репликации собственного уникального культурного кода, который требует интенсивной работы духа и культурной воли.

Литература

1. Жуков Ю. А. Общество без будущего. Заметки публициста. М., Политиздат, 1978.
2. Нарочницкая Н. А. Россия и русские в мировой истории. М., 2003.
3. Стржижовский Л. Ф. Стреляет пресса Шпрингера. – М., 1978.