

**Кровь и насилие как объект повышенного интереса аудитории. Теория
“мертвого труда” Карла Маркса
Каткова Людмила Владимировна**

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет
журналистики, Москва, Россия
E-mail: liudmilakatkova@gmail.com

Теория "мертвого труда", разработанная Карлом Марксом в "Экономическо-философских рукописях" 1844 года, дает нам социологическое объяснение зависимости аудитории от экранного насилия и газетных сводок новостей о преступлениях.

Карл Маркс называет капитал "мертвым трудом", то есть, согласно его концепции, "мертвый труд" - это метафорическое описание ценностных характеристик культуры потребления [1].

Когда человек работает, то для него время, проведенное на работе, можно считать мертвым, потому что на работе человек принадлежит своему работодателю, капиталисту. Для самого же рабочего это время мертвое. Кроме того, все то, что он производит на работе, также является для него мертвым, потому что он этим не владеет, то есть он не производит эти товары или услуги для себя. Однако он получает заработную плату, которая может вполне компенсировать его мертвое время. Другими словами, работник получает денежное вознаграждение за то, что является какое-то время мертвым. Его ценность как личности измеряется только тем, как долго он согласен выполнять свой мертвый труд, чтобы получить деньги. В итоге, как мы видим, денежное вознаграждение нельзя считать адекватной компенсацией потерянного времени, потому что деньги заставляют работника все больше зависеть от этой антигуманной капиталистической системы. Другими словами, вся суть капиталистической системы заключается в одной фразе: чем дольше человек согласен быть мертвым, тем больше ему за это заплатят [2].

В капиталистической парадигме человек является той же самой вещью или товаром, который можно купить, продать или сдать в аренду. То есть он является всего лишь объектом среди других объектов, но никак не субъектом, обладающим собственной волей и самоопределением.

Поэтому получается, что для рабочего источник социальной силы является одновременно и источником его деградации как личности. Работа может дать ему власть, но цена, которую он платит, - это смерть его личности, его ценности как субъекта.

Человек рано или поздно, осознанно или подсознательно, ощущает потерю собственной субъективности, ощущает свою деградацию до уровня вещи, то есть тех предметов, которые он по восемь (а иногда и намного больше) часов производит не для себя, а для обогащения капиталиста. Каждый день, возвращаясь домой после тяжелого рабочего дня, он не хочет ни думать, ни анализировать, а просто с головой окунуться в искусственный мир симулякров СМИ. Лучше всего человек может отстраниться от угнетающей социальной действительности, испытывая наиболее сильные эмоции, обеспечивающие эффект полного погружения, например, такие как: страх, ужас, отвращение, сострадание и т.д. Тексты о преступлениях, крови и насилии лучше всего справляются с этой задачей. Покупая иллюзии СМИ, их сенсации о громких преступлениях и испытывая сильные эмоции, мы тем самым хотя бы на мгновение забываем о потере собственной личности.

Теория "мертвого труда" может объяснить не только пристрастие аудитории к крови и насилию в СМИ, но и помочь понять патологическое поведение субъектов преступления,

которые с помощью своих действий стремятся к восходящей социальной мобильности [3]. Для некоторых субъектов преступления связь между преступлением и карьерным ростом настолько велика, что, как им кажется, чем больше они убивают, тем выше поднимаются по социальной лестнице [4]. Они начинают убивать после того, как принимают слова Маркса о "мертвом труде" буквально и перестают отличать живых людей от неодушевленных предметов, которые они производят как рабочие и потребляют как представители общества потребления.

Источники и литература

- 1) Маркс К., Энгельс Ф. Из ранних произведений. М., 1956.
- 2) Marks, K. Ökonomisch-philosophische Manuskripte. Hrsg. von Barbara Zehnpfennig. – Hamburg, 2005.
- 3) Schor, J. The Overworked American. – New York: Basic Books, 1992.
- 4) Sharrett, C. Mythologies of Violence in Postmodern Media. – Detroit: Wayne State University Press, 1999.