

УДК 316.7:111.238

DOI <https://doi.org/10.32782/apfs.v052.2024.21>

М. В. Сінельнікова

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6085-6087>

кандидат філософських наук, доцент,

доцент кафедри філософії

Національного університету «Львівська політехніка»

АКСІОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЕСТЕТИЗАЦІЇ ЗЛА В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

*Дослідження зла веде нас до роздумів
над справжньою сутністю людини.*

Тармо Куннас

Вступ. Інтернет мережі стають сьогодні унікальною платформою для створення абсолютно нової реальності в якій, наче в кривому дзеркалі, трансформуються основні поняття та цінності нашого буття. Подібна модифікація торкнулася і етичної проблеми зла, яке сьогодні нерідко прикрашається заради загального блага, розваги, заспокоєння або комерційного успіху. Хоча зло володіє іншим, далеко не естетичним порядком, воно виявилось «одним із найродючіших полів для створення об'єктів, які добре підходять для художнього зображення» [17, с. 149]. Подібний перетин осей етики та естетики в трактуванні зла створює абсолютно нові його виміри та можливості реалізації, через що «спостерігається приголомшливе зростання популярності використання концепцій зла» [20, с. 52], особливо в мережі Інтернет.

Досліджень зла в естетичній площині не так багато, до їх числа можна віднести роботи Тарана Канга, Расмуса Угільта, Бенно Хюбнера, Термо Куннаса, Карла-Отто Апеля, Теодора Адорно та ін. Однак всі вони зосереджують свою увагу на представленні зла в мистецтві або в естетичному ракурсі, проте жоден з них не розглядає трансформацію цього поняття в мережі Інтернет. Тому **метою даної статті** – дослідити та встановити негативні наслідки використання аксіологічного потенціалу естетики для представлення зла в Інтернет просторі.

Виклад основного матеріалу. Колись Жан-Франсуа Ліотар влучно зауважив, що «сучасність, якою б добою вона не датувалася, завжди йде поряд із потрясінням основ віри і відкриттям притаманної реальності нестачі реальності, відкриттям, пов'язаним із винайденням інших реальностей» [18, с. 54]. В сучасному світі масштабної глобалізації, стрімкої технологізації та прискореного інформаційного споживання ми з очевидністю спостерігаємо конструювання абсолютно нової реальності – віртуальної або гіперреальності [14, с. 18], яка є більш естетично-привабливішою для людини. Інтернет мережі – це

чудовий спосіб відволіктися від набридлого повсякдення та непривабливої дійсності, від якої дуже втомився сучасний індивід. Крім того, це унікальна можливість змінити, конструювати та інтерпретувати реальність відповідно до власного бачення та естетичного смаку. Інтернет мережі добре використовують стратегії естетизації, щоб насити повсякдення характером мистецтва, через що дійсність сприймається як «витвір, а не місцезнаходження об'єктивної даності» [19, с. 28].

За влучним висловом Бенно Хюбнера, «сучасна людина інсталує себе в естетику» [16, с. 61], через що перетворюється на *homo aestheticus*, яка вибудовує дійсність «не реалістично, а «естетично» [21, с. 1]. Це підтверджує думку Фрідріха Ніцше про те, що естетика виступає основним горизонтом людського існування [9, с. 54]. Однак подібна тотальна естетизація або «естетика повсякдення» розриває цілісне полотно буття, перетворюючи життя людини на безкінечні стоп-кадри, уривки реальності, яскраві миттєвості. Через що вона ніби застрягає в сьогоденні, живучи «дрібними хвилюваннями та короткими мікро-історіями, які по-суті, мало її хвилюють» [11, с. 197]. Таке зміщення в бік емоцій і «кліпове мислення» звужує та спрощує погляд людини на ситуацію, через що вже нічого не сприймається нею серйозно, навіть сцени насилля, знущань, булінгу та жорстокості.

На це спрямована розважальна політика Інтернет мереж, для якої головне «естетика афекту» (Саймон О'Салліван), яка прагне вразити та захопити увагу онлайн аудиторії. Але подібна естетична жадібність або «хтивість очей» (Аврелій Августин) не є тотожна бажанню пізнавати, скоріше навпаки, це спроба втекти від змістовної сторони буття, адже людина намагається не зрозуміти, осмислити, продумати, а побачити, зафіксувати і піти далі. Таким чином, повсякденність перетворюється на «видимість», що не вимагає концентрації уваги, усвідомлення, роздумування [8, с. 34]. Внаслідок цього дійсність ніби «дереалізується» та переживається у формі «естетизованого спектаклю» [6, с. 70]. На цьому мережевому

фоні, де розваги та втіха визнаються головними цінностями, етика суттєво тьмяніє, перетворюючись на «зайву «вишеньку на тортіку», непотрібні зусилля, які все одно нічого не змінять і не вирішують – на відміну від економіки!» [10, с. 151].

Не дивно, що подібна видовищна Інтернет естетика приводить до етичного релятивізму, який стверджує, що не існує жодної загальної, універсальної етики, є лише етика окремих, одиничних істин [2, с. 58]. Подібний моральний плюралізм підриває звичне трактування добра і зла, які відтепер визнаються відносними поняттями, внаслідок чого «весь світ занурюється в «етичне» божевілля» [2, с. 55]. Слова і речі, смисли та інтерпретації стають розмитими, нечіткими, амбівалентними, адже залежать від зміни настроїв людини [8, с. 35]. Тому зло починає сприйматися як щось «банальне» (Х. Арендт), застарілий рудимент, який давно втратив свою актуальність. Через це людина потрапляє в «сучасне варварство» [4, с. 213], де вже не здатна чітко провести межу між добром і злом.

Це призводить до того, що зло з етичної площини поступово переходить в естетичну, а мораль зміщується в бік аксіології, оскільки між нормою та цінністю вже не спостерігається значної різниці. Подібний розрив між естетичним та етичним, зрештою, призводить до естетизації зла, яке можна потрактувати як процес трансформації даного поняття в бік прикрашення, приховування або згладжування його негативних, непривабливих рис та характеристик. Коли ми говоримо про «естетику зла», ми маємо на увазі розмірковування про те, як Інтернет мережі репрезентують та демонструють зло. Тут на думку спадає не якась філософська концепція, а набір образів, які часто несуть афективний заряд [17, с. 160]. Це логічно, оскільки принцип естетичного задоволення не потребує раціонального обґрунтування. Тому естетичне як емоційність, як афектація передуює етичному [16, с. 112], оскільки є більш первинним, спонтанним та природним для людини.

Мета подібної естетизації зла в Інтернет мережі різноманітна. Перш за все – це бажання викликати гострі емоційні реакції онлайн аудиторії, які передбачають отримання суттєвої комерційної вигоди. До більш філософських причин можна віднести прагнення естетичного споглядання недосконалості нашого світу, з нотками елітарності. Ну і нарешті, банальна спроба «розважити» та «повеселити» нудьгуючу публіку. На це і розраховані Інтернет мережі, основне завдання яких не спонукати людей думати і аналізувати, а забавляти, відволікати та спокушати, змушуючи забути про нудьгу, рутину та повсякденність. Адже масова Інтернет культура виступає саме як потужний інструмент організованого забуття [4, с. 43].

Естетизація зла в Інтернет мережі відбувається за допомогою двох основних інструментів. По-перше, це демонстрація зла як чогось величного, прекрасного та піднесеного, а тому привабливого для людини. По-друге, це представлення зла як витвору мистецтва чи естетичного об'єкта. Внаслідок цього зло трансформується і очищається шляхом творчої естетизації, набуваючи абсолютно нових якостей та характеристик, які були йому не властиві в реальному житті. Це нагадує своєрідну магію – віднаходити чарівність в «огидних предметах», перетворюючи звичні, банальні, повсякденні речі у незвичні, захоплюючі та живі.

Не дивно, що в мережі зло часто подається як більш цікава, яскравіша та різноманітніша категорія, ніж добро, яке пов'язується перш за все з нудьгою, прісністю, закостенілістю, нерішучістю і навіть слабкістю. Натомість зло асоціюється з рішучістю, наполегливістю, силою, відчайдушністю та безстрашністю. Часто його зображають через соціальну успішність, багатство, вроду, інтелект, іронічність, тому воно постає об'єктом заздрощів, захоплення, навіть поваги. Зло прагнуть копіювати та наслідувати, взяти хоча б добре розтиражоване в мережі гасло: «Чемні дівчатка потрапляють у рай, погані – куди забажають» [5]. Саме так Інтернет починає формувати концепцію естетичного зла, як чогось красивого, сміливого, довершеного, витонченого, а тому такого бажаного для людини.

Зло справді вміє спокушати, воно володіє особливою, таємничою, привабливою естетикою та неймовірною звабливістю для людини, адже пропонує їй насолоду, розваги та владу [7, с. 132]. Зло в красивій упаковці, створеній талановитими людьми, добре прорекльамоване, підкріплене схвальними відгуками онлайн аудиторії, викликає шквал захоплення та естетичну насолоду від його споглядання. Це передусім захват від величі влади та «краси» грубої сили, яку демонструють в Інтернет мережах, що подається як переступання або подолання меж дозволеного та усунення будь-яких бар'єрів і перешкод на шляху до досягнення бажаної мети.

Інтернет мережі пропагують нам «культуру автентичності» або експресивного індивідуалізму, коли кожного заохочують шукати власний шлях, визначати власне покликання, «робити щось своє» [12, с. 474]. Крізь призму цього етика сприймається як обмеження, як спроба уніфікувати та стандартизувати людину, загнати її в рамки, позбавити унікальних, особистісних рис. Тому для максимального самовираження потрібно бунтувати, повставати проти усього та усіх. І чим далі людина відходить від жорстких, встановлених суспільством обмежень, тим більш привабливим та захопливим це їй видається. Адже зло – це

перш за все вседозволеність, яка скасовує мораль, обов'язки та правила, даруючи людині оманливе відчуття свободи, яке, зрештою, приводить її до загибелі. Оскільки прагнучи більшої свободи «від» обмежень, вона ще більше поневолює себе ідеями-фікс насолоди, могутності, марнославства і безпеки [8, с. 204].

Подібна естетизація зла, яка близька до кічу, декоративності, прикрашання, «цукрування» [21, с. 2] – означає не лише кінець естетики, як влучно зауважує Т. Адорно [1, с. 446], вона може сигналізувати про кінець етики, як і про «смерть» самої людини. Оскільки дихотомія добра і зла лежить в основі нашого людського самоусвідомлення, самоідентифікації та самореалізації. Добро – це наближення до себе, в той час як зло – це «від-сутність» – рух від сутності, тобто процес самовтрати [8, с. 148]. Через це неоднозначність зображення зла в Інтернет просторі є небезпечною практикою, оскільки викривляє звичні для людини моральні принципи. Несерйозне ставлення до зла може привести до усвідомлення того, що те, що вважалося морально поганим, було лише питанням наших упереджень, які потрібно подолати або відкинути, але вони також можуть дезорієнтувати та змусити нас втратити моральні орієнтири [17, с. 70]. Тому коли ми усвідомлюємо, що між добром і злом існує різниця, проте більше не здатні точно її ідентифікувати [10, с. 381], ми, по-суті, втрачаємо себе, свою глибинну внутрішню сутність. Оскільки мораль – це мірило нашої людяності і границя нас самих, як самодостатніх та зрілих особистостей, тому коли ми її позбуваємося, ми втрачаємо самих себе.

Щоб заповнити цю втрату, Інтернет мережі пропонують нам естетичну візуалізацію, яка нерідко виступає своєрідним індикатором онтологічного статусу людини, що спонукає її вдавати, а не бути. «Сучасна людина ... не та, яка прагне відкривати саму себе... це та, хто прагне винайти себе, створити себе і вдало себе презентувати» [15, с. 114]. Це підтримується політикою Інтернет мереж, які стверджують, що людська ідентичність – це всього лише інтерпретація. Завдяки цьому людина отримує чудову можливість маніпулювати як своєю зовнішністю, так і особистістю. Через що Інтернет стає унікальною платформою для створення ідеального образу людини, її ідеального «Я». Хоча насправді це лише уявна, несправжня, порожня ідентичність. Оскільки подібне представлення себе в мережі «створює ілюзію представленості в світі» [3, с. 11], яка не відповідає істинній сутності людини. Тому намагаючись стати кимось іншим, кимось «кращим», людина добровільно відмовляється від своєї власної, унікальної сутності. Не дивно, що сучасну епоху Ч. Тейлор влучно характеризує як еру вдавання, тоталь-

ного відчуження, аномії, морального цинізму та нігілізму [12, с. 1032].

Підсумовуючи, можна зауважити, що в процесі естетизації зла відбувається формування цінностей та відповідний процес оцінювання, який набуває форми аксіологічного судження, що включає в себе ряд суттєвих моментів. Передусім, це *когнітивний аспект*, який передбачає, що цінність – це певна ідея. Тому естетизація зла означає наявність певної думки, яку її творці намагаються донести до онлайн аудиторії. Наступний, *афективний аспект* демонструє, що цінність має сильний емоційний зв'язок з ідеєю. Зважаючи на те, що людина більше цікавиться естетичним представленням, ніж змістом контенту, Інтернет мережі представляють естетику як короткий шлях до ідей. Тому емоційний вплив естетизації зла в мережі здійснюється через його візуалізацію (образ, красиву упаковку), символізацію (певні символи, архетипи, стандарти та стереотипи на кшталт «герой», «фатальна красуня», «мачо») та номіналізацію (відповідна мова, висловлювання).

І, нарешті, *психомоторний аспект* передбачає, що цінність потенційно може призвести до певної дії та сформувати відповідну модель поведінки в онлайн користувачів. Тому через естетизацію зла відбувається насадження, пропагування певного наперед сформованого зразка дій, який визнається «нормальним» та морально прийнятним для людини. Таким чином, кінцевою метою естетизації зла в Інтернет мережі постає зміна аксіологічних цінностей та формування певних моделей поведінки людини через вплив на її емоції, афекти та естетичні почуття. Подібна переоцінка цінностей, яка здійснюється в Інтернет просторі, на відміну від ніцшеанської, постулює анти-цінності або порожні, несправжні цінності, які не можуть стати надійним підґрунтям для ідентифікації людини, оскільки не відповідають її істинній сутності та прагненням.

Єдиний вихід з цієї ситуації – це повернутися до першопочаткової єдності сократівської тріади незмінних цінностей Добра, Істини та Краси, які не дозволять нам асоціювати зло з чимось прекрасним, моральним і тим більше істинним. І хоча ми вже звикли до популістських фраз про те, що світ занадто багатогранний та складний, щоб його можна було описати виключно в чорно-білих тонах, проте ніколи не варто забувати, що коли ми не прагнемо до добра, ми стаємо на шлях зла. Про це нас завбачливо попереджав К.-О. Апель, стверджуючи, що тотальна естетизація ідеї зла ставить під питання етичну ідею добра [13, с. 43]. Іншими словами, естетика ніколи не повинна підміняти собою етику, а людина не повинна піддаватися згубним впливам Інтернет мереж.

Висновки. Сучасні Інтернет мережі можна порівняти з безоднею, про яку Ф. Ніцше говорив,

що вона вабить та затягує. Саме в мережевому просторі, який ніби виводять нас за межі реального та повсякденного, ми віддаємо себе в руки естетики, крізь призму якої починаємо милуватися красою та звабливістю зла. Внаслідок цього сутність зла суттєво трансформується, через що осмислити та розпізнати його стає дедалі важче. Цьому сприяє популяризація Інтернет мереж, які розмивають звичні для нас контури етичного розмежування добра і зла, перетворюючи зло на об'єкт естетики, який втрачає моральні характеристики та не піддається етичним оцінкам. Це викликає значне аксіологічне занепокоєння, оскільки утвердження рівноправності добра і зла може призвести до всюдозволеності, яка покривається анонімністю та «свободою слова» Інтернет мереж. Подальші дослідження дозволять розширити межі трактування та розуміння сутності зла, більш детально проаналізувати його прояви в мережі Інтернет.

Література

1. Адорно Т. Теорія естетики. Київ : Основи, 2002. 518 с.
2. Бадью А. Етика. Нарис про розуміння зла. Київ : Комбук, 2019. 216 с.
3. Бутиріна М. Постправа: істиною володіє той, хто контролює наративи. *Медіанаративи: колективна монографія*. Дніпро : Ліра, 2022. С. 4–16.
4. Донскіє Л. Сучасність у кризі. Діалог про культуру причетності. Київ : Дух і Літера, 2022. 320 с.
5. Ергардт У. Чемні дівчатка потрапляють у рай, погані – куди забігають. Харків : Книжковий клуб «Клуб сімейного дозвілля», 2024. 288 с.
6. Жижек С. Метастази насолоди. Київ : Альтернативи, 2000. 188 с.
7. Куннас Т. Зло. Розкриття сутності зла у літературі та мистецтві. Львів: Видавництво Анетти Антонечко; Київ : Ніка-Центр, 2018. 288 с.
8. Морозов А. Зло: метафізичні та богословські виміри. Монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 256 с.
9. Ніцше Ф. Шопенгауер як вихователь. Сутінки ідолів. Харків : Фоліо, 2020. 187 с.
10. Седлачек Т. Економіка добра і зла. Слідами людських пошуків: від Гільгамеша до фінансової кризи. Львів : Видавництво Старого Лева, 2017. 520 с.
11. Слотердайк П. Критика цинічного розуму. Київ : ТанDEM, 2002. 544 с.
12. Тейлор Ч. Секулярна доба. Книга перша. Київ : Дух і літера, 2013. С. 473–5081.
13. Apel K.-O. Diskurs und Verantwortung. Das Problem des Übergangs zur postkonventionellen Moral. Berlin: Suhrkamp, 1988. 488 s.
14. Baudrillard J. Simulation and Simulacra (The Body, In Theory: Histories Of Cultural Materialism). Ann Arbor, Michigan: University of Michigan Press, 1994. 164 p.
15. Foucault M. What Is Critique?: & The Culture of the Self. Chicago, Illinois: The University of Chicago Press, 2024. 209 p.
16. Hübner B. Der de-projizierte Mensch: Metaphysik der Langeweile (Passagen Philosophie). Wien: Passagen Verlag, 1991. 176 s.
17. Kang T. Transgression and the Aesthetics of Evil. Toronto: University of Toronto Press, 2021. 224 p.
18. Lyotard J.-F. The Postmodern Condition: A Report on Knowledge. Minneapolis, Minnesota: University Of Minnesota Press, 1984. 144 p.
19. Neubauer Z. Respondeo Dicendum: Autosborník k Desátému Výročí Padesátých Narozenin. Praha: Vydavatelstvo O.P.S, 2002. 134 p.
20. Ugilt R. Evil is an Aesthetic Concept. Diacritics. Evil as an Aesthetic Concept. Akademisk Kvarter. Number 5. P. 52–63.
21. Welsch W. Undoing aesthetics. Los Angeles, California: SAGE Publications Ltd, 1998. 224 p.

Анотація

Сінельнікова М. В. Аксіологічні аспекти естетизації зла в мережі Інтернет. – Стаття.

В статті досліджуються аксіологічні аспекти естетичної репрезентації зла в Інтернет мережі. Наголошується, що сприйняття зла в мережевому просторі часто відбувається на перетині етичної та естетичної сфери, оскільки естетика доповнює людське бачення та сприйняття світу. Однак поступовий розрив етичного та естетичного, який ми з очевидністю спостерігаємо в Інтернет просторі призводить, з одного боку, до морального релятивізму, нігілізму та плюралізму в трактуванні основних етичних категорій добра і зла. А з іншого – до естетизації зла, його прикрашання та створення привабливого образу, з метою розважити, відволікти онлайн аудиторію від нудного повсякдення, що забезпечує досягнення неабиякого комерційного успіху.

Зазначено, що естетизація зла в Інтернет просторі здійснюється за допомогою двох основних засобів. Передусім, це перебільшена привабливість зла та приховування його негативних рис, коли увага зосереджується виключно на його ефективності та продуктивності в досягненні поставленої мети. Тим самим, творці Інтернет контенту перетворюють зло на естетичний об'єкт або витвір мистецтва, подаючи його в гарній упаковці, підсилюючи це добре продуманою рекламою та схвальними відгуками онлайн користувачів. Зло і справді володіє неймовірною привабливістю, оскільки оповите ореолом заборони, здолавши яку людина отримує ілюзорне відчуття свободи, яка нібито звільняє її від усіх рамок та обмежень.

Однак подібні ілюзії є дуже небезпечними для людини, тому що зло пропонує нам не свободу, а неволю, відкриваючи нові можливості не для самовдосконалення чи саморозвитку, а для саморуйнування та загибелі. Оскільки вміння чітко розрізняти добро і зло виступає мірилом нашої моральності та індикатором нашої людяності. А коли межі між добром і злом розмиваються або взагалі зникають, людина втрачає чіткі орієнтири, що приводить її до непевності та порожнього існування. Тому найбільша небезпека естетизації зла в онлайн просторі полягає у формуванні анти-цінностей, які спотворюють наші традиційні етичні уявлення та моральні оцінки, що, зрештою, приводить людину до втрати її унікальної сутності. Щоб уникнути

цього сучасній людині не варто більше наосліп блукати Інтернет простором, а повернутися до вічної тріади традиційних цінностей Істини-Добра-Краси, яка ще з часів Сократа володіла здатністю онтологічного впорядкування та виступала в якості найвищих і найнадійніших підвалин людського існування.

Ключові слова: зло, добро, естетика, естетизація, Інтернет мережі.

Summary

Sinelnikova M. V. Axiological aspects of the aestheticization of evil on the Internet networks. – Article.

The article explores the axiological aspects of the aesthetic representation of evil on the Internet. It is emphasized that the perception of evil in the network space often occurs at the intersection of the ethical and aesthetic spheres, since aesthetics complements the human vision and perception of the world. However, the gradual break between the ethical and the aesthetic, which we clearly observe in the Internet space, leads, on the one hand, to moral relativism, nihilism and pluralism in the interpretation of the main ethical categories of good and evil. And on the other hand, to the aestheticization of evil, its embellishment and creation of an attractive image, in order to entertain, distract the online audience from boring everyday life, which ensures the achievement of extraordinary commercial success.

It is noted that the aestheticization of evil in the Internet space is carried out using two main means. First of all, this is the exaggerated attractiveness of evil and the concealment of its negative features, when attention is

focused exclusively on its effectiveness and productivity in achieving the set goal. Thus, creators of Internet content turn evil into an aesthetic object or a work of art, presenting it in a beautiful package, reinforcing this with well-thought-out advertising and positive reviews from online users. Evil truly has an incredible appeal, as it is shrouded in an aura of prohibition, overcoming which a person receives an illusory sense of freedom, which supposedly frees him from all frameworks and restrictions.

However, such illusions are very dangerous for a person, because evil offers us not freedom, but bondage, opening up new opportunities not for self-improvement or self-development, but for self-destruction and death. Since the ability to clearly distinguish good from evil is a measure of our morality and an indicator of our humanity. And when the boundaries between good and evil blur or disappear altogether, a person loses clear guidelines, which leads him to uncertainty and an empty existence. Therefore, the greatest danger of the aestheticization of evil in the online space lies in the formation of anti-values that distort our traditional ethical ideas and moral assessments, which ultimately leads a person to lose his unique essence. To avoid this, modern man should no longer blindly wander through the Internet space, but return to the eternal triad of traditional values of Truth-Goodness-Beauty, which since the time of Socrates has possessed the ability of ontological ordering and acted as the highest and most reliable foundations of human existence.

Key words: evil, good, aesthetics, aestheticization, Internet networks.