

## САМОУБИЙСТВОТО КАТО КУЛТУРЕН ФЕНОМЕН

ЗОРНИЦА КАПРИЕВА

Темата за самоубийството безспорно е винаги актуална и сама по себе си необятна. Този текст само ще загатне няколко теоретични рамки, очертаващи суицидните действия като културно явление в широкия смисъл на това понятие. Ще бъде отделено внимание на богословските схващания за самоубийството, психологическите разбирания, както и на позиции, характерни за философи от Новото време, непряко обвързани с християнската вяра и нейното учение. Ще бъде направен и опит да се покаже връзката между изследванията от страна на хуманитарните науки и практическата употреба на резултатите им в рекламното изкуство.

Когато става въпрос за суицидни действия, особено в европейската култура, не е възможно да не се обърне внимание на християнското схващане за самоубийството.

Над 2000 години в човешкото съзнание се внушава разбирането, че отнемането на живот е недопустимо при каквито и да било обстоятелства. „Който лишава себе си от живот, прегрешава срещу Бога”. Това е категоричната позиция на Църквата за самоубийството. Тя го дефинира като много по-тежко престъпление дори от убийството. При суицидния акт човекът не само отнема живот, но и пряко се противопоставя на справедливата любов към самия себе си.

Според християнската теология и философия, Господ притежава всеки един човешки живот. Това от своя страна означава, че „ние сме управители, а не собственици на живота, който Бог ни дари. Ние не разполагаме с него”. Логичното заключение е, че самоубийството е престъпление срещу Бога. Неоспоримият факт, че при него не би могло да съществува покаяние, прави самоубийството най-големия възможен грях. Затова идеята на човек да се самоубие, за да избяга от „някакви злощастия в този живот (...) и да преходи към по-щастливия” е меко казано абсурдна.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Тома от Аквино, Сума на теологията, Част II (2), С., Изток-Запад, 2009, с. 931 и с. 932; Катехизис на католическата църква, С., Католическа църква в България, 2002, параграф 2280 и параграф 2281.

Във времето тази философия до такава степен се е загнездила в светогледа на хората, че се е превърнала в матрица, в мисловна схема, чрез която се организират базисните им знания за света, гради се цялостният им светоглед<sup>2</sup>. Всъщност, макар и неосъзнат, именно страхът от нарушаване на менталната конструкция е основната бариера, която спира повечето хора в състояние на афект да посегнат на живота си. Това обяснява и практиката, според която тези, които прекрачват границата, се заклеймяват като душевно болни.

На тази основа стъпват и психологическите теории за самоубийството. Психолозите са убедени, че суицидните намерения не са нищо друго, освен *лечимо заболяване, свързано с биохимични промени в тялото и мозъка. Тези реакции от своя страна водят до депресия, която е причината човек да чувства силна тъга и безнадеждност, умора, промени в апетита, смущения в съня, понижена способност за справяне с обичайни задачи, загуба на интерес към дейности, които преди са доставяли удоволствие. Психолозите заявяват, че обмислянето на самоубийство е естествен резултат от съвкупността на тези симптоми. След редица изследвания на суицидните личности, те стигат до заключението, че приблизително 9 от 10 самоубийци страдат от едно или повече психични заболявания – най-често от депресия*<sup>3</sup>.

---

<sup>2</sup> Христов, Чавдар, Убеждаване и влияние, С., Сиела, 2008, с. 29.

<sup>3</sup> МВР, Институт по психология (н.д.), Самоубийство. – В: <http://www.icp-bg.com/samoub.php>, последно видян на 03.05.2013; Крамлинджър, Кийт (съст.), Mayo clinic. Депресията, С., Инфонет 2000, 2003, с. 191.



*Желание за самоубийство присъства приблизително у една трета у хората с лека форма на депресия и у близо три четвърти у тези, които се тежко депресирани<sup>4</sup>.*

Не би било грешка да се заяви, че в основата на суицидните действия стоят nihilистичните интенции. Според психологическия прочит nihilизмът е убеждението, че няма истина или смисъл в нищо и че целият свят включва страдание и агония. Хората, изявяващи желание да сложат край на живота си, често споделят непреодолимо чувство на безнадеждност и убеждение, че са изправени пред нерешима дилема<sup>5</sup>.

Самоубийството може да бъде дефинирано като основния въпрос на философията<sup>6</sup>. Преценката на човека дали животът си струва да бъде живян или не, на практика представлява най-голямата дилема в битието на индивида.

Наистина в определен момент човекът задължително се изправя и пред зловещия въпрос дали навикът е единствената причина, която стои зад

<sup>4</sup> Бърнс, Дейвид, Да се чувстваш добре. Клинично доказано лечение на депресията без медикаменти, С., Изток-Запад, 2010, с. 361.

<sup>5</sup> Бърнс, Дейвид, Да се чувстваш добре. Клинично доказано лечение на депресията без медикаменти, С., Изток-Запад, 2010, с. 371, 376.

<sup>6</sup> Камю, Албер, Митът за Сизиф, – В: Чужденецът. Митът за Сизиф. Чумата. Падането., С., Народна култура, 1982, с. 101.

съществуването и дали има каквото и да е основание човекът да продължава да зацикля в рутината на сякаш безсмисленото ежедневиe. Точно тогава проблемът за самоубийството става основен въпрос на всяко човешко битие, самоосъзнаващо се в границите на безсмислието<sup>7</sup>.



<sup>7</sup> Каприев, Георги, *Номо spiritualis и около него*, С., Анубис, 2011, с. 13.

„Боговете бяха осъдили Сизиф да бута безспир цяла скала до върха на една планина, откъдето камъкът отново се търкулваше поради тежестта си. Те бяха помислили не без право, че няма по-страшно наказание от безполезния и безнадеждния труд.”<sup>8</sup>

И докато в някои философски теории самоубийството се разглежда като форма на бунт, в други то се интерпретира по-скоро като примирение и проява на слабост.

Така например, според теорията на Хюм<sup>9</sup>, самоубийството може да бъде тълкувано като неспазване на задълженията на индивида към съседите и обществото като цяло. Това чувство за дълг е доказана бариера за немалко хора, размишляващи над смисъла на живота си. В този контекст може да се каже, че обществото би могло да се превърне във водещ мотив на индивида да продължава да съществува, а това от своя страна води до логичното заключение, че самоубиецът е тотален егоцентрик – за него вече няма нито Бог, нито свят, нито други хора а само той, съвсем сам<sup>10</sup>.

Бердяев<sup>11</sup> издига тезата, че не решението за посягане върху собствения живот е признак на върховна свобода, а решението това да не се случи. Свободата според него се състои в това да си личност, което само по себе си е доста болезнен процес. Нерядко човекът избира по-лесното, което, според Бердяев, е винаги грешен избор. Той лишава индивида от възможността да бъде личност, а това несъмнено е най-великата задача поставена пред него<sup>12</sup>.

Ницше<sup>13</sup>, с чиято философия най-често се асоциира nihilизмът, застава зад тезата, че няма значение дали ще бъде убито това, което тъй или иначе е обречено на смърт<sup>14</sup>. Нещо повече – той открива истинската свобода именно в

<sup>8</sup> Камю, Албер, Митът за Сизиф, – В: *Чужденецът. Митът за Сизиф. Чумата. Падането.*, С., Народна култура, 1982, с.188 (автор на картината – Франц фон Шук, 1920).

<sup>9</sup> Дейвид Хюм, шотландски икономист, философ и историк (1711 – 1776).

<sup>10</sup> Hume, David, On suicide. – В: <http://www.on-suicide.co.cc/David%20Hume.pdf>, видян на 06.04.2011; Бердяев, Николай, „За самоубийството”. – В: <http://www.on-suicide.co.cc/BerdiaevBG.pdf>, видян на 06.04.2011.

<sup>11</sup> Николай Бердяев, руски философ и публицист (1874 – 1948).

<sup>12</sup> Бердяев, Николай, „За самоубийството”. – В: <http://www.on-suicide.co.cc/BerdiaevBG.pdf>, видян на 06.04.2011.

<sup>13</sup> Фридрих Ницше, немски философ, писател и класически филолог (1844-1900).

<sup>14</sup> Камю, Албер, *Разбунтуваният човек*, С., ЛИК, 1997, с. 288.

смъртта. Твърдо се противопоставя срещу християнските ценности, според които самоубийството е недопустимо. За да защити теорията си, той задава въпроса: „Защо за един вече остарял човек, който чувства, че силите го напускат, ще бъде по-похвално да изчака бавното си изтощение и смъртта, вместо с пълно съзнание да тури сам край на живота си?“

Ницше определя самоубийството не като грях, а напротив – като действие, достойно за уважение. Той постулира, че болезнената упоритост на човек да съществува, въпреки ясното безсмислие на подобно вкопчване в живота, е признак на тотална безхарактерност<sup>15</sup>.



*Нихилизмът не заклеява самоубийството*

Разбира се, не само философите, богословите и психолозите са провокирани да размишляват върху феномена самоубийство. Интересът към него неотлъчно присъства и в различните форми на изкуство. Немалко творби от литературата, сценичното, приложното и изобразителното изкуство са вдъхновени и се базират

<sup>15</sup> Ницше, Фридрих, Човешко, твърде човешко (Книга за свободните духове), Том 1, София: 1993, – В: <http://star05.net/e-books/duhovna.lit/filosofia/fridrih.nicshe-choveshko.tvurde.choveshko.pdf>, последно видян на 10.06.2011.

върху мотива за самоубийството. Те си поставят за задача, а и често постигат целта си, да провокират размисъл сред аудиторията, именно поради скандалността на подобен акт.

Рекламното изкуство не прави изключение. Доста кампании залагат на акта на отнемане на живот като основен сюжет на своята комуникация. Тези акции най-често могат да бъдат дефинирани като постмодерни. Те не рядко се радват на завиден успех.



*Внушителен брой реклами са създадени в духа на постмодернизма*

Постмодернизъмът е течение, концепция, философия, начин на мислене и писане, характеризиращ се с недоверието в теории и идеологии. По дефиниция той не понася определения. Причината е в неговата дифузност и възможността да се отнася за всичко, а една от най-сигурните му характеристики е еkleктичността. Всички направления, инспирирани от постмодерното мислене, напълно отхвърлят и понятието за абсолютна истина. Науката, религията,

философията са най-вече ментални конструкции. Тук вече нищо няма никаква вътрешна природа, а зависи единствено от контекста, в който е актуализирано<sup>16</sup>. Когато става дума за постмодернизъм в маркетинговото общуване, трябва да се подхожда винаги много внимателно. Подобна тактика има както своите положителни страни, така и своите негативи.

Аксиома в рекламната комуникация гласи, че няма правилен или грешен подход, стига той да е в синхрон със съответния комуникативен контекст. Разбира се, би следвало да отговаря адекватно и на нуждите на потребителската група, към която е насочена. В този смисъл една постмодерна рекламна кампания със сигурност би претърпяла провал, ако тергетът не е отворен за подобен експеримент. Важно правило в маркетинговото общуване е, че рекламистите трябва да избягват ексцентричността, когато рекламират пред хора, които не са ексцентрични<sup>17</sup>.

Приложена уместно обаче постмодерната реклама би могла да се радва на доста положителни резултати, тъй като тя не само съумява да преодолее все по-нарастващото равнодушие на аудиторията по отношение на рекламата заради силната емоция, която неминуемо носи със себе си. Тя успява да постигне нещо много повече – да принуди потребителя да прекрачи комфортната зона на конвенционалното, наблюдавайки как табутата се разрушават с размах.

Табутата, за разлика от законите, представляват негласни споразумения, норми на поведение и неписани правила. Няма закон, според който е забранено да се смееш на гробище например. Табутата по никакъв начин нямат силата на закон, но нарушаването им често предизвиква огромен обществен резонанс<sup>18</sup>.

Когато вземем предвид това, че самоубийството би могло да бъде дефинирано като табу, както и неоспоримият факт, че то със сигурност би предизвикало

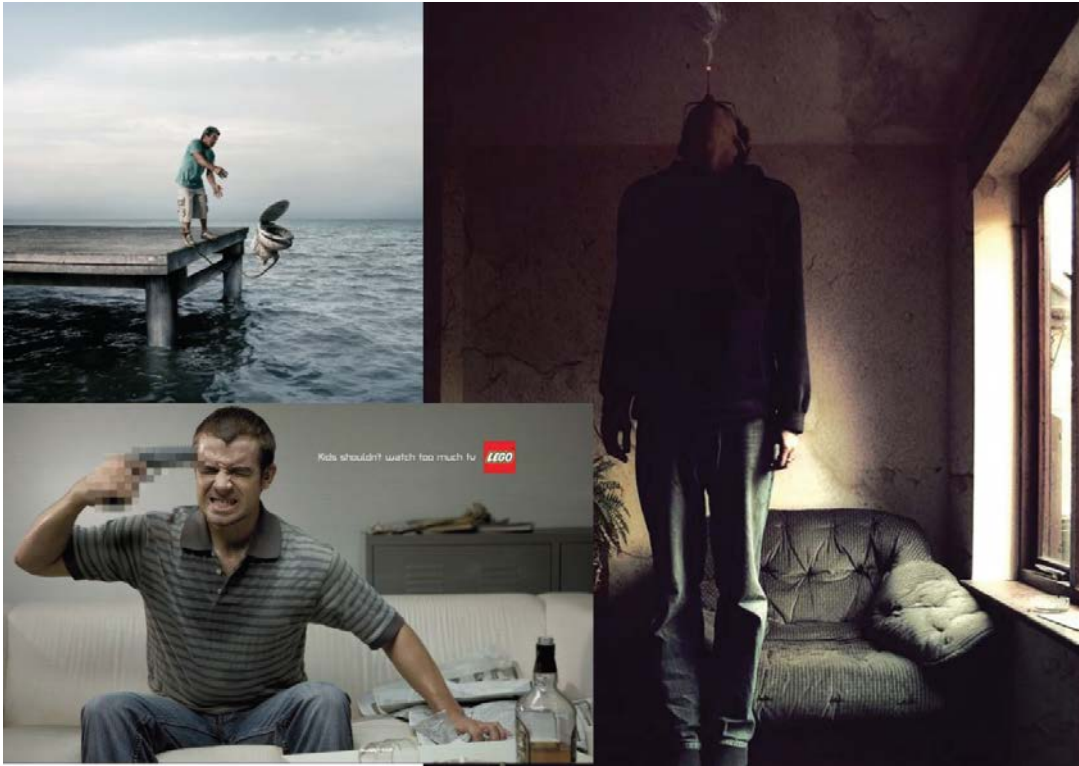
<sup>16</sup> Тодорова, Елза, *Постмодернизъм*. Жан-Франсоа Лиотар – В: [http://philosophy.log.bg/article.php?article\\_id=23844](http://philosophy.log.bg/article.php?article_id=23844), последно видян на 06.05.2013; Кафтанджиев, Христо, *Сексът и насилието в рекламата*, С., Сиела, 2006, с. 146.

<sup>17</sup> Кафтанджиев, Христо, *Хармония в рекламната комуникация*, С., Сиела, 2008, с. 414; Огилви, Дейвид, *Изповедите на един рекламист*, С., ИВИДИМ, 2006, с. 168.

<sup>18</sup> Ценьов, Вит, *Психология на рекламата*. Рекламата, НЛП и 25-ият кадър, С., Изток-Запад, 2007, с. 92.



емоции у публиката, съвсем естествено е постмодерното направление да се превърне в подходяща платформа за кампания, базирана на суициден сюжет.



Рекламите, в които човекът който е решил да сложи сам край на живота си, използвайки неконвенционални средства, са идеална илюстрация за разрушаване на ментална рамка. Успехът на една рекламна кампания, основаваща се на мотива за самоубийството, се крие и в това, че неминуемо изпъква сред останалите и се забелязва от потребителите. Друго нейно неоспоримо качество е, че тя излиза от шаблона, нерядко провокиращ негативно отношение от страна на аудиторията. Рекламите, скандиращи „Ние сме най-добрите“ все по-често се възприемат скептично и не могат да се похвалят с достатъчна ефективност<sup>19</sup>. Тъй като самоубийството е сюжет, който още не се възприема като конвенционален в рекламната комуникация, той неминуемо привлича вниманието на аудиторията. Ако рекламата, базирана върху него не прекрачи границата на добрия вкус, и се съобрази с публиката, за която е предназначена, успехът ѝ е почти гарантиран.

<sup>19</sup> Рийс, Ал, Рийс, Лаура, Залезът на рекламата и възходът на публич рилейшънс, С., Класика и Стил, 2003, с. 253.

В края на текста бих искала отново да припомня, че той нямаше амбицията да е дълбочинно изследване на явлението самоубийство. Напротив. Той целеше само да зададе основните рамки на една теория, която се опитва да подсказе как един феномен като суицидния акт може да даде силен отзвук едновременно както в науката, така и в изкуството. Опитът тук беше да се покаже, как едно действие би могло да се разгледа през различните призми на човешкия светоглед, както и да провокира читателя да помисли за рекламата не само като за комерсиален продукт, но и като за една съвременна форма на изкуство.

#### ИЗПОЛЗВАНИ ИЗТОЧНИЦИ

- <http://www.adsoftheworld.com>, последно видян на 20.06.2013.
- Hume, David, On suicide. – В: <http://www.on-suicide.co.cc/David%20Hume.pdf>, видян на 06.04.2011.
- Бердяев, Николай, „За самоубийството“. – В: <http://www.on-suicide.co.cc/BerdiaevBG.pdf>, видян на 06.04.2011.
- Бърнс, Дейвид, Да се чувстваш добре. Клинично доказано лечение на депресията без медикаменти, С., Изток-Запад, 2010.
- Камю, Албер, Митът за Сизиф, – В: *Чужденецът. Митът за Сизиф. Чумата. Падането.*, С., Народна култура, 1982.
- Камю, Албер, Разбунтуваният човек, С., ЛИК, 1997.
- Каприев, Георги, Homo spiritualis и около него, С., Анубис, 2011.
- Катехизис на католическата църква, С., Католическа църква в България, 2002.
- Кафтанджиев, Христо, Сексът и насилието в рекламата, С., Сиела, 2006.
- Кафтанджиев, Христо, Хармония в рекламната комуникация, С., Сиела, 2008.
- Крамлинджър, Кийт (съст.), Mayo clinic. Депресията, С., Инфонет 2000, 2003.
- МВР, Институт по психология (н.д.), Самоубийство. – В: <http://www.icp-bg.com/samoub.php>, последно видян на 03.05.2013.
- Ницше, Фридрих, Човешко, твърде човешко (Книга за свободните духове), Том 1, София: 1993, –В: <http://star05.net/e->

<books/duhovna.lit/filosofia/fridrih.nicshe-choveshko.tvurde.choveshko.pdf> ,  
последно видян на 10.06.2011.

Огилви, Дейвид, Изповедите на един рекламист, С., ИВИДИМ, 2006.

Рийс, Ал, Рийс, Лаура, Залезът на рекламата и възходът на публичен  
рилейшънс, С., Класика и Стил, 2003.

Тодорова, Елза, Постмодернизъм. Жан-Франсоа Лиотар – В:  
[http://philosophy.log.bg/article.php?article\\_id=23844](http://philosophy.log.bg/article.php?article_id=23844) , последно  
видян на 06.05.2013.

Тома от Аквино, Сума на теологията, Част II (2) , С., Изток-Запад, 2009.

Христов, Чавдар, Убеждаване и влияние, С., Сиела, 2008.

Ценьов, Вит, Психология на рекламата. Рекламата, НЛП и 25-ият кадър,  
С., Изток-Запад, 2007.