

ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ЭСТЕТИЧЕСКИХ КАТЕГОРИЙ В МАССОВОМ ИСКУССТВЕ И РЕКЛАМЕ

Ю.А. Пономаренко

В контексте современной массовой культуры и искусства классические эстетические категории прекрасного, возвышенного, трагического, комического, безобразного, низменного, ужасного видоизменяются, наполняясь содержанием.

Одним из главных проявлений эстетического в классической эстетике, является категория прекрасного. Она наиболее полно характеризует традиционные эстетические ценности, выражает одну из основных и наиболее распространенных форм неутилитарных субъект-объектных отношений, вызывающих в субъекте эстетическое наслаждение. В широком смысле прекрасное равнозначно эстетическому, а в узком – это внешняя красота. Формальные определения прекрасного фиксируются в таких терминах, как грациозное и изящное. Однако, это только внешние признаки красоты, которые могут исчезнуть, если не будут подкрепляться внутренним содержанием [1, с. 85]. В традиционной эстетике красота не сводится к форме, так как форма неотделима от содержания. В то время как эстетика массовой культуры демонстрирует лишь внешнее проявление данной категории. Произведения массового искусства, как правило, лишены глубинных эстетически-ценных смыслов, но наполнены внешне «красивыми» проявлениями бытия. Так, в таком распространенном жанре массовой культуры, как мелодрама «красивость» прямолинейна и проста: внешне красивые персонажи, изящные взаимоотношения, красивая, часто экзотическая природа, красивый и сентиментально-трогательный финал. Подлинно прекрасное должно вызывать эстетическое наслаждение у зрителя/читателя, которое возможно лишь в том случае, если этот зритель/читатель осознает различия между произведением искусства и реальной действительностью. Как известно, типичный потребитель продукции масскультуры чужд какой-либо рефлексии и не может отстраненно воспринимать вымышленную реальность. Именно отсутствием дистанции между аудиторией и произведением искусства объясняется, с одной стороны, широкой популярностью массовых жанров, а с другой – использованием формальной эстетики. Человек, который воспри-

нимает персонажей «мыльной оперы», мелодрамы или популярного рекламного ролика как своих соседей, не в состоянии разглядеть еще какие-то смыслы, кроме лежащих на поверхности. Поэтому нет необходимости нагружать произведение скрытым содержанием, которое может снизить занимательность, и которое потребитель не сможет оценить.

Таким образом, категория прекрасного в произведениях массового искусства сводится к внешней, формальной стороне. Эстетическая ценность данной категории утрачивается, трансформируется во внешнюю «красивость», не отягощенную особыми эстетическими смыслами.

Следующая эстетическая категория, тесно связанная с категорией прекрасного – категория возвышенного. По определению Ю. Борева, если прекрасное – это положительная общечеловеческая ценность явлений, которыми общество уже полно и свободно владеет, то возвышенное – эстетическое свойство предметов, имеющих положительное значение для общества и таящих в себе огромные, еще не освоенные потенциальные силы. «Эти непокоренные силы порою грозны. Полное овладение ими – дело истории, в ходе которой раскрываются все новые возможности и источники человеческого могущества. Бесконечность и вечность мира, мощные внутренние силы человека и природы, безграничные перспективы ее освоения – все это отражает возвышенное как категория эстетики» [2, с. 57].

Воспринимая возвышенное, мы испытываем восторг, к которому может примешиваться эстетически отрицательная эмоция и даже чувство страха. В зависимости от акцента на тот или иной момент восприятия (восторг – страх) различают две разновидности возвышенного: возвеличивающее мощь человека и подавляющее его. Пример многообразия в восприятии возвышенного – образ «горделивого истукана», «мощного властелина судьбы», «строителя чудотворного» в поэме Пушкина «Медный всадник».

Человек, вовлекая в сферу своей общественной деятельности явления природы, пытается влиять на них. Как только мощное явление природы хотя бы опосредствованно

втягивается в систему общественных отношений, оно становится возвышенным. Полное освоение явления, овладение им изменяет и его эстетические свойства: из возвышенного оно становится прекрасным. В ходе развития общества сфера прекрасного расширяется за счет возвышенных явлений. Возвышенное колоссально, могуче и превосходит возможности современного человечества. Сталкиваясь с этими грозными силами, гордо противостоя им, постепенно подчиняя их себе, человек роднится с вечностью, обретает земное бессмертие, опирающееся на деяния, на творчество [2, с. 58].

В искусстве возвышенное реализуется как грандиозное, масштабное, монументальное. Для того, чтобы интенсивнее воздействовать на читателя или зрителя применяются яркие, пафосные средства и образы.

Современная массовая культура и искусство, обращаясь к категории возвышенного, также используют лишь его внешнюю оболочку, в то время как основной эстетический пафос становится принципиально иным. В жанре фильма-катастрофы демонстрируется, как человек одерживает победу над стихийными явлениями, устраняет последствия техногенных катастроф, спасает весь цивилизованный мир от нашествия инопланетян и т.п., таким образом, реализуется внешнее проявление возвышенного – грандиозное, масштабное, монументальное. Однако выводы из этих героических поступков делаются совершенно не в духе традиционной эстетики.

Сопrotивляясь грозным силам, персонаж произведений массового искусства провозглашает решающую роль героя-одиночки и могущество технической цивилизации в стремлении к самосохранению. Эстетическая категория возвышенного, таким образом, лишается своего подлинного внутреннего содержания, когда человек, покоряя природу, приобщается к вечности и обретает свое земное бессмертие.

Другой, традиционной категорией эстетики является трагическое. В отношении этой категории существуют разногласия, так как иногда помещают в одну плоскость трагическое в искусстве и жизни, в то время как трагическое в жизни не имеет никакого отношения к эстетике, поскольку в жизни трагические события не являются источником эстетического наслаждения и катарсиса. В отличие от других категорий, трагическое как эстетическая категория относится только к искусству и с наибольшей полнотой реализуется

в конкретном жанре драматического искусства – трагедии.

Как отмечают исследователи, сущность феномена трагического эстетического заключается в изображении «неожиданно возникших страданий и гибели героя, совершившихся не по причине несчастного случая, но как неизбежное следствие его (как правило, вначале неосознаваемых) проступков или вины, обычно predetermined судьбой, роком» [2, с. 224]. В эстетике категория трагического часто рассматривается после возвышенного, так как в определенных условиях возвышенное становится трагическим. Так, античная эстетика вообще не разделяла трагизм и величие.

Тем не менее, трагический герой в современном понимании – не игрушка в руках судьбы, он знает, что его ждет, но не может поступить иначе. Важным обстоятельством здесь является наличие высокой цели, к которой стремится герой. Как отмечает А.Ф. Гулыга, гибель во имя ложных ценностей снижает трагический пафос, а отсутствие высокой цели превращает трагический катарсис в переживание ужаса и отчаяния [1, с. 117].

Это замечание очень важно для понимания специфики трагического в произведениях массового искусства и рекламы, поскольку здесь трагическое не является таковым в полном смысле этого слова. Традиционно определяемая категория трагического чужда типичным произведениям массового искусства и, особенно, рекламе, так как несовместима с привычным массовому читателю или зрителю счастливым финалом. Попытка реализации трагического в полном объеме снижает занимательность произведения массовой культуры, заставляя читателя или зрителя задумываться над проблемами бытия, что совсем не свойственно массовой аудитории. Поэтому можно говорить о том, категория трагического несовместима с такими специфическими и обязательными характеристиками массовой культуры, как занимательность, оперирование средней семиотической нормой. С другой стороны, помещая героя произведения массовой культуры в действительно трагические обстоятельства, произведения массового искусства лишают его высокой идейной цели, что низводит трагическое к ужасному или безобразному. Этот прием достаточно полно реализуется в таких жанрах массового кинематографа, как фильм-катастрофа, триллер или фильм ужасов: здесь человек становится безволь-

ной жертвой внешних необъяснимых сил или стихии.

Следующая категория, которая традиционно рассматривается в паре с категорией трагического – это комическое, хотя не является ни ее антиподом, ни какой-либо ее модификацией. По мнению исследователей, связывает их только то, что исторически они ведут свое происхождение от двух древних жанров драматического искусства: трагедии и комедии. Однако, если трагическое как эстетическая категория имеет место только в связи с искусством и именно – с трагедией, то комическое – более широкая и более древняя категория. В наиболее концентрированном виде феномены комического также проявляются в искусстве [3, с. 204].

Феномен комического — один из древнейших в истории культуры. Он предполагает возбуждение смеховой реакции человека, смеха, но не сводится только к нему. При этом речь идет об особом смехе, — не о чисто физиологической реакции на раздражение специальных нервных центров (как при щекотке или нервическом смехе), но о смехе, вызванном интеллектуально-смысловой игрой. Шутки, остроты, высмеивание человеческих недостатков, нелепых ситуаций, безобидные обманы сопровождали жизнь человека на протяжении всей истории. И в том случае, когда смешное доставляет смеющемуся удовольствие, радость, мы можем говорить об эстетическом феномене комического. Таким образом, категорией комического в эстетике обозначается специфическая сфера эстетического опыта, в которой на интеллектуально-игровой основе осуществляются благожелательное отрицание, разоблачение, осуждение некоего фрагмента обыденной действительности (характера, поведения, претензии, действия и т.п.), претендующего на нечто более высокое, значительное, идеальное, чем позволяет его природа [3, с. 204 – 205]. Реализуется этот процесс обычно путем создания или спонтанного возникновения искусственной оппозиции между идеалом и конкретной попыткой его актуализации, неожиданно разрешающейся в ничто, лопающейся как мыльный пузырь, что вызывает в субъекте восприятия смеховую реакцию.

По определению Ю. Борева, предлагающего собственную модель комического, - «комическое – явление, заслуживающее эмоционально насыщенной эстетической критики (отрицающей или утверждающей), представляющей реальность в неожиданном свете, вскрывающей ее внутренние противо-

речия и вызывающей в сознании воспринимающего активное противопоставление предмета эстетическим идеалам» [2, с.84]. В этом подходе особо подчеркиваются следующие моменты: критическое отношение к реальности и сопоставление ее с некими эстетическими идеалами. На наш взгляд, реализация этих свойств комического в произведениях массового искусства происходит несколько иначе. Если обратиться к современной массовой комедии, то становится очевидным, что комический эффект здесь возникает не вследствие «эмоционально насыщенной эстетической критики», а преимущественно благодаря событийной насыщенности, динамизму, закрученному сюжету. Таким образом, можно говорить, что типичный образец массовой комедии – это комедия положений, рассчитанная на своего потребителя – массового зрителя, которому чужда особая рефлексия, в том числе и сопоставление предмета комического с «эстетическими идеалами». Необходимо уточнить, что элементы комического могут присутствовать не только в собственно комедии, но и включаться в другие жанровые разновидности, например, боевик, мелодрама, детектив.

Анализируя оттенки комического, исследователи традиционно выделяют: карнавальную смех, иронию, сарказм, сатиру, юмор, шутку, насмешку, каламбур. Каждый оттенок смеха богат нюансами и используется в произведениях массового искусства и рекламы, но применение некоторых оттенков смеха ограничено прагматическими целями масскульты: произведение должно быть занимательным и жизнеутверждающим, поэтому сатира и сарказм крайне редко встречаются в типично массовых жанрах.

В XX в. возникла новая форма юмора – гэг – смех, окрашенный неопасным ужасом и отражающий отчуждение людей в индустриальном обществе. В массовом искусстве, например, в кинематографе, гэг реализуется как различные визуальные эпитеты, трюкачество, абсурд и фарс. Наиболее ярко перечисленные элементы представлены в таком популярном сейчас жанре массового кино, как пародия на так называемые культовые фильмы («Очень страшное кино», «Очень страшное кино – 2», «Молчание ветчины» и др).

Следующая эстетическая категория, рассматриваемая как антипод прекрасного – безобразное. Безобразное в искусстве впервые теоретически осмыслил Аристотель: произведение всегда имеет прекрасную

форму, в предмет же искусства входит и прекрасное, и безобразное. Даже отвратительное, изображенное в художественном произведении, доставляет эстетическое удовольствие благодаря радости узнавания действительности, которую мастерски передал художник. «На что смотреть неприятно, изображения того мы рассматриваем с удовольствием, как, например, изображения отвратительных животных и трупов» [Цит. по 2, с. 98]. Безобразное и прекрасное очень тесно связаны между собой множеством переходов.

В отличие от главных категорий эстетики: прекрасного, возвышенного, трагического, комического безобразное имеет сложный опосредованный характер, так как определяется обычно только в отношении к другим категориям, как их диалектическое отрицание или как их антиномическая составляющая (прекрасного, возвышенного, комического). Безобразное – это эстетическое свойство предметов, сущность которых имеет отрицательное общечеловеческое значение, хотя и не представляет серьезной угрозы человечеству. Безобразное отталкивает, но не пугает.

Безобразное, в качестве феномена художественно-эстетического сознания, заняло важное место в культуре и искусстве XX в. – в экспрессионизме, сюрреализме, театре абсурда.

В массовом искусстве безобразное реализуется изображениями экспрессивно-натуралистических сцен и образов насилия, жестокости, садизма и мазохизма в фильмах ужаса, вампиризма, в боевиках. Но, в отличие от эстетики, например сюрреализма, в произведениях массового искусства изображение безобразного направлено не на создание эстетического переживания у аудитории, а, в первую очередь, для привлечения внимания и коммерческого успеха. Следует отметить, что произведения масскульта больше всего подвергаются общественной критике из-за демонстрации натуралистических сцен насилия, жестокости и т.п. [4]. С точки зрения социальной ответственности это действительно представляет угрозу общественному спокойствию, так как типичный представитель массовой аудитории не видит различий между художественной реальностью и жизнью. Отсутствие дистанции является причиной того, что увиденное на экране часто воспринимается как непосредственное руководство к действию.

Следующая эстетическая категория, определяемая как крайняя степень безобразно-

го и противоположная возвышенному – это низменное. По определению Ю.Борева, низменное является чрезвычайно негативной ценностью, которая имеет отрицательную значимость для человечества: это еще не освоенные человеком явления, представляющие для него грозную опасность [2, с.99]. Как низменные социальные явления воспринимаются милитаризм, фашизм, атомная война. Таким образом, категории безобразного и низменного дифференцируются исходя из соотношения: освоенные человеком негативные явления и неосвоенные.

В массовом искусстве низменное реализуется в жанрах фильма-катастрофы или фантастического боевика, когда человечество (часто в лице героя-одиночки) борется с техногенными последствиями своей необдуманной деятельности или сражается с неведомыми космическими захватчиками. В произведении современной рекламы низменное как категория реализуется изображениями каких-либо существ (вымышленных или реальных), которые угрожают здоровью и благополучию человека: инфляция, «кариозные монстры», жуки-сопрафиты и т.п. В эстетической рефлексии в данном случае нет необходимости, она заменяется визуальными спецэффектами, натуралистическими сценами предстоящей глобальной катастрофы. На наш взгляд, в произведениях массового искусства низменное как художественно-эстетическое явление очень тесно переплетается с ужасным.

Категория ужасного близка трагическому, но отличается от него. Если трагическое имеет разрешение в грядущем, то ужасное безысходно, безнадежно. Это гибель, не несущая в себе ничего просветляющего, это бедствие, не контролируемое людьми, неподвластное им, господствующее над ними. Трагическое величественно, оно возвышает человека – он остается господином обстоятельств и, даже погибая, утверждает свою власть над миром. В ужасном, напротив, человек – раб обстоятельств, он не владеет ни обстоятельствами, ни предметами его окружающими, он потерян в мире.

Безобразное, низменное, ужасное – как негативные ценности, отрицательные эстетические свойства мира запечатлелись искусством (особенно в XX в.) и нашли отражение в эстетике. В массовом искусстве эти три категории обычно реализуются единым комплексом: в фильме ужасов или триллере есть и низменное, и безобразное, и собственно ужасное.

Итак, мы рассмотрели традиционно выделяемые эстетические категории в аспекте их репрезентации в массовом искусстве. В контексте массового искусства переосмыслению подвергаются все эстетические категории: прекрасное и возвышенное, трагическое и комическое и т.п. Произведения массового искусства и рекламы, как одного из видов массового искусства, активно используют в своих целях структурно-формальные элементы классических эстетических категорий, в то время как первоначальное их эстетическое содержание видоизменяется или полностью утрачивается, становится принципиально иным.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гулыга А.В. Принципы эстетики. – М.: Политиздат, 1987. – 286 с.
2. Бореев Ю.Б. Эстетика: Учебное пособие. – М.: Высшая школа, 2002. – 511 с.
3. Бычков Б.Б. Эстетика: Учебник. – М.: Гардарики, 2004. – 556 с.
4. Кукаркин А.В. Буржуазная массовая культура: Теории. Идеи. Разновидности. Образцы. Техника. Бизнес., М.: Политиздат, 1985. – 399 с.
5. Костина А.В. Эстетика рекламы. Учебное пособие, М.: ООО «Вершина», 2003. – 304 с.
6. Шестаков В.П. Мифология XX века: Критика теории и практики буржуазной «массовой культуры». – М.: Искусство, 1988. – 224 с.