

УДК 111.852

ГЛАМУР В СИСТЕМЕ ЭСТЕТИЧЕСКИХ КАТЕГОРИЙ.

ЧАСТЬ I. ГЛАМУР И ВЫСОКИЕ КАТЕГОРИИ:

КОСМИЧЕСКАЯ НЕСОВМЕСТИМОСТЬ

Никольский Е.В.

В данной статье впервые в отечественной гуманитаристике феномен гламура рассматривается сквозь призму универсальных эстетических категорий. Суть концепции: изучить явление гламура не в сфере его бытования, а проанализировать глобальные онтологические феномены, к которым сводится его генезис. Следуя методологии Александра Баумгартена, автор статьи последовательно сопоставляет гламур с эстетическими категориями. В этой публикации автор соотносит гламур с категориями прекрасного, возвышенного и трагического. В статье показана несовместимость гламура с высокими эстетическими категориями.

Ключевые слова: гламур, современная культура, эстетические категории, прекрасное, возвышенное, трагическое, массовая культура, общество потребления, философский анализ культуры.

GLAMOUR IN THE SYSTEM OF AESTHETIC CATEGORIES.

PART I. GLAMOUR AND HIGH CATEGORIES:

COSMIC INCOMPATIBILITY

Nikolsky E.V.

The article for the first time in the Russian Humanities considers the phenomenon of glamour through the prism of universal aesthetic categories. The essence of the conception is to explore the phenomenon of glamour not in the sphere of its existence, but to perform global ontological phenomena to which its genesis leads. Following the methodology of Alexander Baumgarten the author of the article consistently compares glamour to aesthetic categories. In this article the author relates glamour with the categories of the beautiful, the sublime and the tragic. The article demonstrates the incompatibility of glamour with high aesthetic categories.

Keywords: glamour, modern culture, aesthetic category, the beautiful, the sublime, the tragic, mass culture, consumer society, philosophical analysis of culture.

Сфера эстетических явлений с одной стороны проста для восприятия, но, с другой, требует четкого методологического разъяснения. Прежде чем раскрыть проблематику статьи, а именно – специфику гламура в соотношении с эстетическими категориями, мы рассмотрим подходы к их анализу, разработанные родоначальником этой дисциплины, классиком немецкой философии Александром-Готлибом Баумгартеном (1714-1462).

Этот мыслитель «поставил очень смелый для времени господства в философии рационализма вопрос: может ли сфера чувствований быть признанной полноценной формой познания, то есть иметь логику, подобную той, которая создана для мышления? Поскольку к чувственной сфере относятся не только эмпирические формы познания, но и переживания красоты и художественные эмоции, эмоциональное содержание художественных произведений и его воздействие на реципиентов, то речь шла о возможности создания логики всех "свободных искусств", еще шире – для всей сферы *Humanitas*» [8, с. 95].

Уже в трактате 1735 года по философской поэтике Баумгартен всё больше утверждался в мысли, что философская наука должна быть, более широкой, чем поэтика, говорящая об общих принципах чувственного познания мира. Наконец, он нашел для этого название – «эстетика». Полное, развернутое определение новой науки было дано в сочинении 1750 года «Эстетика»: «Эстетика – теория свободных искусств, низшая гносеология, искусство прекрасно мыслить, искусство аналога разума, есть наука о чувственном познании (*scientia cognitionis sensitivae*). <...> Цель эстетики – совершенство чувственного познания как такового, и это есть красота. При том следует остерегаться его несовершенства как такового, которое есть безобразность» [1].

Таким образом, Баумгартен зафиксировал потребность выделения в самостоятельную науку определённых представлений, знаний, идей, связанных

с эмоциональным, чувственным, ценностным отношением человека к миру природы и общества. Это свидетельствовало о достаточности накопленных к этому времени новых специфических познаний и невозможности их дальнейшего развития в прежних рамках общефилософской теории и искусствоведческих исследований. Баумгартен как философ выделяет в гносеологии две формы познания: эстетику и логику.

Первая представляет собой теорию "низшего", чувственного познания, вторая – высшего интеллектуального. Логика изучает суждения, приводящие к познанию истины, а *эстетика – суждения вкуса, познающие прекрасное, совершенство*. Предложенная Баумгартеном теория чувственного восприятия свелась к характеристике, с одной стороны, красоты как совершенства чувственного восприятия, получив при этом название теоретической эстетики, и, с другой стороны искусства, или практической эстетики. Баумгартен, таким образом, соединил в эстетике как проблемы, разрабатывавшиеся истории философской мысли, так и проблемы, исследуемые в теории искусства.

Именно так произошло становление *науки эстетики*, выделившей как свой собственный предмет закономерности чувственного познания и художественного творчества. Что же позволило соединить в одной научной системе на первый взгляд не связанные между собой области? Это удалось объяснить не сразу. Дальнейшее развитие эстетики как науки было в значительной степени обусловлено развитием искусства и возрастанием его общественной значимости. Эстетические концепции и теории стали ареной столкновения философских, политических и социологических взглядов на человека и общество, что выдвинуло эстетику в центр идеологических споров и политической борьбы.

Эстетика ставит вопрос, что собой представляет прекрасное, какова его природа, каков онтологический статус (реальность). И это является ключевым, базовым вопросом эстетики. Вслед за Баумгартеном мы выделяем три признака эстетических качеств:

1. Эстетические явления обязательно имеют чувственный характер, они не открываются умозрению. Красота открывается при непосредственном контакте. Ни рациональным, ни мистическим (религиозным) умозрением эстетическое не понять.

2. Это – чувственные свойства, которые непременно переживаются. До и после переживания мы не имеем дело с эстетическим явлением. Эстетические явления неразрывны с переживанием, за пределами переживания они становятся абстракцией. Но эстетическое переживание должно быть чувственным и эмоциональным.

3. Эстетические свойства связаны с переживаниями, которые носят неутилитарный характер.

Эстетическое – средство для обозначения специфики реальности, которая включает свойства объекта, реакции субъекта. Эстетика дает ответ на вопрос как эта реальность существует? Эстетическое – особое качество, которым обладают явления, принадлежащие к этой реальности. Опираясь на немецкую философскую классику, мы рассматриваем эстетические свойства в парадигме объективного идеализма. Они вполне реальны, но их источник, природа – не в самой материи, а то объективное божественное (или точнее, по-платоновски надприродное, вневременное) начало. Не сами вещи прекрасны, но божественное первоначало прекрасно. Эстетическое качество – не сущность само по себе. Эстетическое – выражение духовного (точнее, «мира идей») в материальном. Отсюда проистекает постоянная связь эстетики и аксиологии.

В качестве вводной информации и последующей основы для формирования концепции соотношения и интерпретации гламура в эстетической парадигме мы считаем необходимым ввести еще одну небольшую теоретическую базу.

«Гламур» – что это? На данный вопрос каждый ответит по-своему, но тем не менее все мнения собираются в определенные группы. У обычных («простых») людей, не заинтересованных в изучении данного понятия, его исторического развития и характерных черт, «гламур» это – стразы, розовый

цвет, модные глянцевые журналы с невообразимыми (и в ценовом смысле) нарядами на худых манекенщицах, это что-то яркое, модное. В основном люди связывают данное понятие с модой. Что ж, данный ассоциативный ряд вполне оправдан, однако гламур это не только мода, а оказывается более широким понятием, которое имеет собственную историю.

Гламур – это эстетический феномен, связанный с культурой массового потребления, модой и шоу-бизнесом. Стоит обратить внимание на словосочетание «эстетический феномен», т.е. гламур связан с одним из разделов философии – эстетикой. Существуют эстетические категории, к некоторым из них предстоит отнести гламур. А также выяснить его нынешнее состояние. Гламур изучался в мировой и отечественной науке – исследователи выявляли этимологию самого термина от слова «чары», «колдовство» [7], его исторические формы и типы [3; 11], анализировали современное состояние в типологическом ракурсе [9; 10; 12], рассматривали его соотношение с симулякрами, гедонизмом и постмодернизмом [13]. Но в ракурсе эстетических категорий гламур не трактовался даже в диссертациях, защищенных по специальности «эстетика». При этом сама дефиниция гламура носит, как правило, интуитивный, а не рациональный характер. Поэтому сейчас мы, опираясь на опыт коллег, обозначим несколько ведущих, атрибутивных признаков гламура.

Первый из них – «...потребительское отношение современного человека к жизни (сверхпотребление, консьюмеризм). Оно поддерживается с помощью манипуляционных практик, которые навязывают индивиду избыточные потребности-желания, требующие перманентного удовлетворения путем приобретения производимых для этого товаров и услуг. Психологически потребительство оборачивается нежеланием индивида прилагать личностные усилия с целью активного освоения мира, стремлением к "безусильственному" существованию. К настоящему времени оно охватило практически все сферы жизни людей цивилизованного мира, начиная от потребления вещей и до потребления социальных отношений, политики, культуры, науки» [15, с. 270].

Второй фактор – виртуализация, символизация и симуляция жизни. Согласно Ж. Бодрийяру, современная эпоха – «...время тотальной симуляции, стирающей различие между действительностью и обозначающими ее знаками. Реальность замещается знаками, которые теперь существуют сами по себе, не отсылая более к реальному миру, то есть "...становятся симулякрами (*simulacrum*) – самореферентными символами несуществующей реальности, копиями без оригинала". Все объекты превращаются в симулякры, функционирующие в режиме самовоспроизведения. Они отныне замещают собой изрядно "выдохшееся" реальное бытие совокупностью колоритных, впечатляющих эффектов действительности, опустошенных в содержательном отношении и образующих сферу гиперреальности» [15, с. 270].

Наконец, третий фактор – массовое общество («толпа») с её склонностью к «...стереотипам, культурной гомогенизации, мифотворчеству, идолопоклонству, некритическому восприятию действительности и иррациональному поведению; с его размытой идентичностью, повышенной внушаемостью, социальным инфантилизмом, ситуационно-прагматическим отношением к культурным ценностям, эстетической всеядностью и моральным релятивизмом. Глэм-культура стремится вовлечь в свою сферу все социальные слои общества. В качестве мощного социального тренда она оказывает существенное влияние на мышление и поведение все большего числа людей, на деятельность социальных институтов» [15, с. 271].

Гламур как один из источников жизненных идеалов и эстетических ценностей общества потребления представляет собой «...трансформированную и видоизмененную эстетическую форму гедонизма, ориентированную на принцип наслаждения (удовольствия) от восприятия. Установки гламура на наслаждение (связанные, прежде всего, с телесными характеристиками) имеют целью эстетически-чувственное удовольствие. Это удовольствие есть одновременно и безальтернативное отрицание драматического – как одного из важнейших итогов социальных конфликтностей. Гедонизм в процессе трансформации постепенно утрачивает первоначальную классическую форму,

превращаясь в презентацию крайнего эстетического индивидуализма личности и нивелирование её классических этических норм. Гламур сводит мотив и цель жизни к достижению максимума эстетического наслаждения и его количественном и качественном эквивалентах, независимо от моральных последствий этих устремлений, что ведет от эстетики к эстетству» [13, с. 15] .

Тотальность гламурной культуры выражается, в авторитарности гламура и его стремлении безраздельно контролировать большинство зон культурной активности: Гламур сегодня – продукт глобализационных технологий, направленных на унификацию и усредненность любых поставляемых на художественный рынок символических ценностей. Экспансия гламура во многие сферы культурного производства зачастую «держит под колпаком» всех участников художественного процесса: и художника, и критика, и зрителя, и куратора, заставляя их подстраиваться к ценностным критериям, диктуемым новыми гламурными тенденциями. Заметим, однако, что речь здесь идет, прежде всего, о художественном процессе. Гламур выступает в качестве некой эстетической формы. Мы же понимаем под гламуром некую логику культурную, экономическую, технологическую и политическую.

В 2010-е годы в период активных попыток евразийской интеграции [6] появляются все основания предполагать, что феномен гламура имеет чрезвычайно «мощный потенциал экспансии, которая будет только нарастать... То обстоятельство, что страны традиционной культуры постепенно приходят в движение, в том числе и под воздействием импульса гламура, лишь указывает на то, что состязательность, изменения, движение берут верх над любыми усилиями консервативных сообществ затормозить этот процесс и блокировать любые формы социальной и культурной трансформации» [14, с. 197].

Гламур как тип « культуры преобразует тех, кто ее исповедует: для них еще не найдено общепринятое имя, но сам класс как реальная социальная сила уже есть, и его приобщение к гламуру можно сравнить с внесением классового сознания в ряды пролетариата. Гламур, следовательно, представляет собой,

прежде всего, идеологию, и притом идеологию наступательную, точнее говоря, способную к наступлению посредством своего авангарда» [12, с. 21].

Поскольку гламур стал явлением глобальным, мы продолжим его философский анализ. В этой связи отметим, что эстетическая практика общества создает не только мир эстетических ценностей, богатство эстетических потребностей человека, но и систему понятий, эстетических категорий, в которых закреплен опыт чувственного (по А. Баумгартену) освоения мира, что выражается в категориях «прекрасное», «безобразное», «возвышенное», «низменное», «трагическое», «комическое», «изящное» и «грубое» и др.

В данных логических формах представлен весь исторический опыт эстетической деятельности. Можно сказать, что формы деятельности закрепляются в формах мысли. Вот почему в содержании категорий заключена закономерность существования эстетического явления. Усвоение содержания об основных эстетических категориях является важнейшей задачей изучения эстетики. К эстетике как философской науке, определившей свой предмет, уже Баумгартен предъявлял требование быть одновременно и теорией чувственного познания, и теорией художественной деятельности, искусства. Она не могла ограничить свой предмет изучением чувственного знания, ибо потеряла бы свое самостоятельное значение, превратилась бы просто в раздел теории познания. Но если эстетика будет только теорией искусства, она потеряет свою связь с философией, лишится логико-гносеологической основы, которая необходима для понимания природы искусства и эстетической деятельности человека вообще. В таком случае она была бы чисто эмпирическим описанием различных видов искусств или же критикой художественных произведений различных видов и жанров.

Нам представляется возможной достаточно вольная трактовка данных категорий в пределах различных философских представлений и моделей. Рассмотрим же их с нескольких сторон, в надежде отыскать то, чем же действительно является гламур и как может пойти его развитие.

Прекрасное. В данной категории отражены явления действительности, произведения искусства, которые доставляют человеку чувство наслаждения, а также воплощают в предметно-чувственной форме свободу и полноту творческих, познавательных способностей человека. Прекрасное – наивысшая эстетическая ценность. Прекрасное совпадает с представлениями о совершенстве или благе. В философии прекрасное – основная позитивная форма освоения бытия. Прекрасное всегда связано с понятием эстетического идеала. Оно великолепно в своем стремлении приближения к этому идеалу. В попытке его познания и отображения прекрасное находит себя, как бескорыстное желание или попытка достичь недостижимое. Искреннее и чистое оно удивительно в своем поиске, в целесообразности и желании передать главное, придать ему форму доступную к восприятию.

Отнести гламур к категории прекрасного нельзя. По мнению древнегреческого философа Гераклита, прекрасное постигается путем созерцания. Определить красоту, например, того или иного человека нельзя с помощью вычислений. Таким образом, красота есть преобразование материи через воплощение в ней сверхматериального начала.

Конечно, в понимании каждого красота приобретает индивидуальный смысл. То, что красиво для одного, для другого – безобразно. Есть определенные эталоны красоты, которые сложились в результате относительного единства общественного мнения. Если обратиться к кинематографу, как одному из способов проявления гламура, то можно вспомнить, что эталонами красоты в прошлом веке стали такие актрисы как Грета Гарбо и Марлен Дитрих, а у советских женщин Валентина Серова, Любовь Орлова и другие красавицы. Актрисы даже были законодательницами моды. Женская аудитория пыталась повторить прическу любимой актрисы и именно так зарождалась новая мода. Именно в тот момент истории гламур только начинал набирать обороты.

Но есть и обратная сторона медали. И сейчас некоторые звезды кино и музыки имеют возможность задавать моду, но нельзя забывать, что в процессе

киносъемок актеров специально гримируют и одевают. Для выхода на сцену на важной церемонии также принято одеваться красиво. Актрисы и звезды шоу-бизнеса на каждом мероприятии предстают в разной одежде, с великолепным макияжем, прическами. Они приезжают на дорогих автомобилях. У людей создается ложное чувство идеала и стиля. Совсем не обязательно, что певица, появляющаяся в шикарном наряде, имеет в повседневной жизни именно такой стиль, который им подбирают на конкретную церемонию профессиональные стилисты. Кроме официальных мероприятий и съемок у актеров и певцов есть обычная жизнь, в которой они гораздо проще. Есть, конечно, те, кто остаются в образе постоянно, именно это и называется гламурной жизнью.

Таким образом, гламур – это создание видимости красоты. Красота – это все же более стойкое понятие, оно сохраняется, несмотря на время, мышление людей. Ведь, красота – это натуральность, естественность, а не множество пластических операций. Настоящая красота гармонична, а гламур диктует образы, которые зачастую не совместимы с конкретным человеком. Прекрасное натурально, не наиграно. Стоит вспомнить, что первыми носительницами «чистого гламура» стали куртизанки. А это уже путь к пошлости, ведь в гламуре мы не наблюдаем преображения материи.

Наша тяга к прекрасному – это один из стимулирующих факторов развития культуры, поиск наиболее лаконичной и гармоничной формулировки, которая сможет отразить непостижимое величие и обоснованность космоса. Все эти формы искусства помогают даже при отображении мирской грязи, подать ее в свете прекрасного, наполнить на первый взгляд безосновательное и исполненное порока нутро смыслом и стремлением духа к возвышению.

Возвышенное характеризует внутреннюю значительность предметов и явлений, несоизмеримых по своему идеальному содержанию с реальными формами их выражения. Сущность возвышенного содержится в его величии. Интересно описание возвышенного у немецкого философа Иммануила Канта. По его мнению, если красота сама по себе составляет предмет удовольствия, то удовольствие от восприятия возвышенного не может возникнуть без работы

разума: «Возвышенное в собственном смысле слова не может содержаться ни в одной чувственной форме и относится лишь к идеям разума» [5, с. 86].

Чувство возвышенного – это чувство удовольствия, отчасти связанного со страхом, как, например, перед монументальной архитектурой от египетских пирамид до грандиозных монументов эпохи тоталитаризма. Возвышенное обладает необходимой человеку чистотой, дабы направлять его. Оно бесконечно связано с трагедией, однако это ни плохо, ни хорошо. Человек при всем своем желании, может лишь прикоснуться к проекции образа, к этому фундаментальному величию сил. В молчании принять собственную незначительность, отказаться от ложного ощущения собственной важности. В попытках приблизиться к возвышенному человек принимает условия и ради неосязаемого блага и просветления задает себе путеводную звезду, опираясь на идеальный образ, он возвысится над собственной природой и освободится от сдерживающих цепей несовершенства.

Поэтому сейчас мы рассмотрим гламур с позиции возвышенного. Гламур – это лишь попытка скрасить собственную незначительность, ущербность и нелогичность своего бытия. Создать себе ярлыки и образы, которые заставят чувствовать себя успешным и полным. Заполнить ту пустоту, которая могла бы появиться, научись они задавать вопросы, на которые нет ответов. Это намеренный самообман, игра в условности.

К возвышенному наиболее близко созерцание и аскетизм, в нем нет места материальным благам, и поэтому они никак не вписываются в данную категорию. Какое значение имеет любое действие, событие, субъект, предмет на нашей планете, если сопоставить его с масштабами космоса? Даже если человек, склонный к гламурной эстетике, но, допустим, избравший гламур лишь как стиль в одежде, или увлеченный лишь новыми модными аксессуарами, при этом думает о возвышенном и соотносит свои желания и ощущение с фундаментальными основами бытия, то он будет вынужден отказаться от всей этой мишуры за ее ненужностью.

Человек, размышляя о «высоком», например, лежа в траве и пытаясь осознать безграничность вселенной, заставляет свой разум все дальше исследовать возможные пределы окружающего нас пространства, вызывая трепет в сердце от простого сопоставления масштабов, чувствуя тоску и безысходность в попытках представить то, что сокрыто за границей космоса, где, может быть, кончаются звезды. Человеку свойственно попытаться познать бессмертие, ощутить прикосновение Божественности.

Однако категория возвышенного не сводится всецело к присутствию Творца в мире. Она включает в себя и иные аспекты. Советский и российский философ Моисей Самойлович Каган считает, что одной из форм возвышенного, является героическое: «Наиболее ярким проявлением возвышенного характера становится героическое, какими бы идеальными побуждениями ни вдохновлялся идущий на подвиг человек – патриотическими, гражданственными, религиозными, нравственными: героическими личностями были Суворов и Пестель, героическими было не только поведение Тараса Бульбы и Тиля Уленшпигеля, но и шекспировских Ромео и Джульетты...» [4, с. 158-159].

Как явствует из дефиниции возвышенного гламур крайне сложно соотнести с ним. Ведь он как современный именно эстетический феномен связан, прежде всего, со следующими социально-культурными контекстами: с миром потребления товаров (услуг), с модой, культурой «шоу», стилями жизни, т.е. областью определенных регулярных повседневных практик. Эти практики получают свое легитимное признание и идеологическое одобрение в средствах массовой информации: медиа, глянцевого журналах, массовой литературе, телевидении, то есть в целом комплексе массмедиа-изданий, поставляющих и закрепляющих популярные «образцы» для субъекта массовой культуры.

Понятие «гламур» автоматически относит нас к понятию товарного фетишизма, то есть не возвышенного, а наоборот приземленного, мелочного.

В какую бы сферу не проникал гламур, а нас интересует, прежде всего, сфера социальная и политическая, всюду он идет по пути упрощения, снижения

культурных смыслов. Социальный пафос деградирует до стеба, характеризующегося циничным, иронично-издевательским тоном. Доминирующим жанром бытописания становится памфлет – свидетельство общественных разочарований. Во многом это явилось реакцией на то, что называется современной идеологией, в основе которой абсолютная, непререкаемая и, главное, вполне демонстративная легитимность социальной и нравственной безответственности современной политтехнологической теории и практики.

Однако гламур – это больше чем фетиш: он становится объектом идентификации. Ценности массовой культуры – это сегодня ценности реального жизненного обустройства, ценности комфортной, удобной жизни. Это – жизненный успех, понимаемый как социальное признание, достаток и комфорт, а также личное счастье, понимаемое как здоровье, семья, любовь, дети. Наиболее полным эстетическим выражением этого ценностного комплекса является именно гламур. Гламур – фетишизированный и предельно символизированный социальный статус, предел идентификационных возможностей в обществе потребления, последнее пристанище и надежда найти себя в товаре и товарных знаках, а также и неминуемый конец этой идентичности.

Беря за основу баумгартеновские каноны эстетического, можно с полным правом утверждать, что *гламур не прекрасен; он и не возвышен* – «если понятие прекрасного в природе связано прежде всего с формой предмета, его упорядоченной ограниченностью, т.е. касается его качества, то чувство возвышенного возбуждают, как правило, предметы бесформенные, безграничные, несоизмеримые с человеком, т.е. главный акцент переносится на количество» [2]. Таковым считается космос, но гламур наоборот приземлен, и, не смотря на всю свою глобальность и многочисленность проявлений, он поражает мелочностью и вульгарностью.

Итак, даже при позитивной оценке гламура мы не найдем в нем пересечений с категорией возвышенного в плане аксиологии. Если мы говорим

о возвышенном, то сразу представляется что-то идеальное, вызывающее в нас сильные положительные эмоции. Красота в гламуре «...перестает быть синонимом высокого и морального. Она становится тождественна исключительному, малодоступному, пусть даже тривиальному и лишённому всякого смысла. Красота окончательно перестает быть зависимой от технической своей составляющей (знаменитая «гармония, мера и соразмерность» Аристотеля). Она становится областью малой доступности, синонимом эксклюзива, трофеем, который победитель в состязании получает как желанный приз. Красиво то, что обладает высокой степенью исключительности. Моральные, религиозные и иные коннотации здесь в отношении объекта красоты нужно признать более или менее случайными либо вовсе ненужными» [14, с. 191].

Итак, гламур не несет в себе ни прекрасного, ни возвышенного, соотнесем его теперь со следующей категорией. Поэтому продолжим рассмотрение данного социокультурного явления с помощью эстетического инструментария.

Трагическое. Как категория эстетики, «трагическое» означает форму драматического сознания и переживания человеком конфликта с силами, угрожающими его существованию и приводящими к гибели высокие ценности. Это бесконечное стремление субъекта к достижению возвышенных и желанных идеалов. Отказ от собственных, возможно, физических или социальных благ и самоотверженное действие ради цели более эфемерной (социально или нравственно) и необходимой для духа.

Жертва, цена которой безмерно велика, в итоге приведет героя к катарсису и это обосновывает, наполняет смыслом те трагичные лишения и сложности, которые он преодолел, а, может он преодолеть и не смог, но умер в попытке. Это так же трагично и столь сильно исполнено смысла. Скорее смерть – это логическое завершение героического пути, как попытка спасения в пучине смерти, ибо надежда обрести его здесь угасает в сражении с предательством, скудоумием, фанатизмом, отрицательными нравственными

ценностями. Чаще всего источником трагедии становится противоречие между порывом к свободе и возможностью добыть ее только ценой смерти, между значимой для человека ценностью и чрезмерно дорогой ценой за ее осуществление. Трагическое (по схеме) имеет сходство с возвышенным. Та же победа духа над материей, свободы над необходимостью, порядка над хаосом, разума над страстями заканчивается неудачей или осуществляется ценой гибели героя.

В античную эпоху трагедия трактовалась как борьба личности и Рока (типичный пример – трагедия Софокла «Царь Эдип»). Центральные персонажи средневековой трагедии – святые мученики, которые по своей воле пошли на смерть во имя Бога, или грешники, нарушившие по собственной свободной же воле божественные установления. Здесь трагическое разворачивалось как противоречие между стремлением к нравственной правде и обретением ее через страдания тела, или стремлением к свободе и неспособностью обосновать с ее помощью позитивных ценностей. Смерть героя вызывает боль и скорбь зрителей или читателей, но одновременно вызывает и восхищение самоотверженной жертвенностью. В Новое время, когда личностное начало получило всестороннее развитие, источником трагедии становится противоречие между стремлением к разумности и порядку и неразумностью самого мира. Центральная проблема трагедийного произведения – расширение возможностей человека, разрыв тех границ, которые исторически сложились, но стали тесными для наиболее смелых и активных людей, одухотворенных великими идеалами.

Трагическое в человеческих отношениях подразумевает то, чему мы сопереживаем, то, что заставляет нас чувствовать себя дискомфортно от того, что мы бездействуем, в то время как *герой* ставит все на карту во имя высших ценностей, во имя справедливости и чистоты деяний.

Трагическое мотивирует к преодолению собственных пороков и слабостей, к пренебрежению социальными или физическими ограничениями ради высшей цели; гламур, наоборот, культивирует пороки. На наш взгляд,

гламур является противником в классических трагических отношениях герой – антагонист. В гламуре нет трагического, ровно как нет и возвышенного, а эти две категории бесконечно связаны. В этой модели бытия принципиально нет трагедии, старости, смерти. Гламур и его стремление к материальному, стремление к соответствию и общепринятым нормам социально-ритуального поведения (конформизму), «стандартам красоты» является пылью, которая мешает рассмотреть истинно важное. В гламуре нет ничего, за что стоило бы бороться. Антиповедение в данном случае является тем, что возможно и свяжет два этих понятия. В трагедии герой, зачастую, вынужден отказываться от того, с чем примиряются слабые духом или и вовсе не видят иного пути.

Соотносим ли гламур вообще с данной категорией? Ответ, естественно, отрицательный. В гламуре не содержится прорыва к высшим ценностям, духовное и моральное в нем подавлены. Толерантность также чужда гламуру. Он агрессивен, нетерпим и жесток. В создаваемых им структурах царит племенной дух. При этом мироощущение гламура должно быть только «позитивным», но без борьбы за нравственные ценности. В мире гламура нет места всему, что вызвало бы страх, отвращение, печаль. В этой модели бытия принципиально нет трагедии, старости, смерти. Актуальной становится формула «человеку стало лучше», вместо «человек стал лучше». Гламур онтологически пребывает вне категории трагического, не сопрягается с ним по ввиду своей аксиологической и онтологической недоразвитости и ущербности. Место гламура среди иных категорий. Об этом речь пойдет в нашей следующей статье.

Список литературы:

1. Bavmgarten A.G. *Aesthetica scripsit* [Электронный ресурс] // Archive.org [сайт]. 2016. URL: <https://goo.gl/cCcWIL> (дата обращения 30.12.2016).
2. Бычков В.В. *Возвышенное* [Электронный ресурс] // Электронная библиотека Института философии РАН. Новая философская энциклопедия [сайт]. 2016. URL: <https://goo.gl/oG9S1t> (дата обращения 30.12.2016).

3. Гандл С. Гламур / Пер. с англ., под ред. А. Красниковой. М., 2011.
4. Каган М.С. Эстетика как философская наука. СПб., 1997.
5. Кант И. Собрание сочинений в восьми томах / Под общ. ред. А.В. Гулыги. М., 1994. Т. 2.
6. Киевич А.В. Король О.В. Евразийская интеграция: этапы становления и перспективы развития // *Экономические науки*. 2016. № 1. С. 123-129.
7. Михайлова Е.В. О слове гламур и его производных // *Русский язык в школе*. 2005. №4. С. 83-84.
8. Прозерский В.В. Значение эстетики А. Баумгартена для теории телесной сенситивистики // *Международный научно-исследовательский журнал*. 2016. № 2 (44). Ч. 4. С. 95-97.
9. Поташник, М.М. Педагогический гламур как способ ухода от реальных проблем // *Народное образование*. 2008. № 8. С. 93-100.
10. Рудова Л. История гламура // *Теория моды. Тело. Одежда. Культура*. 2009. № 11. С. 230-236.
11. Руднева Д.А. Гламур и его презентации в культуре постиндустриального общества на рубеже XX-XXI вв. Пермь, 2011.
12. Секацкий А.К. Гламурная цивилизация и ее авангард // *Философские науки*. 2010. № 10. С. 20–29.
13. Точиллов К.Ю. Гламур как эстетический феномен: автореф. ... дис. канд. филос. наук: спец. 09.00.04 – эстетика. М., 2011.
14. Цуркан. А.А. Феномен гламура: природа и сущность // *Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Философия*. 2015. № 4. С. 194-200.
15. Щелкунов М.Д. Образование в эпоху гламура // *Вестник экономики, права и социологии*. 2011. № 2. С. 269-274.

Сведения об авторе:

Никольский Евгений Владимирович – доктор филологических наук, доцент кафедры истории русской литературы Института русистики Варшавского университета (Варшава, Польша).

Data about the author:

Nikolsky Evgeny Vladimirovich – Doctor of Philological Sciences, Associate Professor of History of Russian Literature Department, Institute of Russian Studies, University of Warsaw (Warsaw, Poland).

E-mail: Eugenius-08@yandex.ru.