Екатерина Анатольевна Зверева

Тамбовский государственный университет им. Г. Р. Державина

Katya9\_2001@mail.ru

**Деэстетизация иллюстрирования или новая эстетика?**

Рассматривается тенденция трансформации визуальной эстетики под воздействием изменений социокультурной ситуации. Материал исследования – современные журнальные издания «стиля жизни». Констатируется доминирование деэстетизации как тенденции иллюстрирования, символизирующей отрицание сложившихся ценностей ради существования разных идей и смыслов.

Ключевые слова: деэстетизация, иллюстрирование, журналы, ценности.

Журнальные издания в визуальной форме преподносят потребителю иллюстрированную версию картины мира, выстраивая своеобразную систему эстетических, моральных, гендерных ценностей. Зависимость визуального контента от социокультурных влияний ведет к трансформациям ценностных парадигм. Если современные массмедиа отчетливо демонстрируют тенденцию отрицания иерархии ценностей ради существования разных идей и смыслов, то происходит замена сложившихся эстетических критериев или их полное нивелирование. На смену классической эстетике приходит «новая» эстетика или же происходит деэстетизация?

С начала XXI века приоритетом эпохи web 2.0 становится максимальная вовлеченность пользователей в коммуникационный процесс, построение диалогичной коммуникации [3]. Современный пользователь становится интерпретатором визуального медиатекста, иллюстрация трансформируется в инструмент интерактивной коммуникации, в игру и даже провокацию. В парадигме концептуального искусства господствует многоплановость, мультикультурность, когда «появляется любование “другим”, различия подчеркиваются и утрируются» [2].

На наш взгляд, визуальный отказ от одинаковой для всех картины мира, от единого мышления нельзя именовать «новой эстетикой». Журнальный глянец визуально пародирует одинаковость идей и ценностей, и поэтому этот процесс логичней называть деэстетизацией. Выход за пределы глянцевого формата, нивелирование типичного журнального рекламирования, намеренная неэстетичность изображения – все это подчеркивает нетипичность таких приемов для глянцевого издания.

Само по себе безобразное не несет теперь негативного смысла, все зависит от контекста восприятия. Деэстетизация как отсутствие совершенства, противоположный полюс положительного эстетического идеала может символизировать протест, направленный против избытка прекрасного гламура. Размышляя о перемене в системе ценностных ориентаций «человека гламурного», Е. В. Никольский отмечает: «У людей, действительно чувствующих прекрасное, появляется желание абстрагироваться, убежать от этой сахарной “красоты”» [1]. Появляется стремление творить не в рамках «новой эстетики», а в контексте деэстетизации как формы антиповедения, освобождающей от гламурной красоты и возвращающей к иному пониманию прекрасного.

Таким образом, проявления деэстетизации как тенденции иллюстрирования объясняется современной социокультурной ситуацией, связанной с изменением базовых ценностей в разных сферах жизни общества. Для трансформации ценностных парадигм характерно несоответствие между внешними позитивными изменениями (информационная и коммуникационная открытость, подкрепленная новейшими техническими возможностями) и внутренними негативными модификациями традиционной культуры (деэстетизация, пародирование общепринятых ценностей).

Литература

1. Никольский Е. В. Гламур в системе эстетических категорий. Часть II. Гламур в контексте «низких» категорий эстетики: органическое единство // Studia Humanitatis. 2017. № 2. URL: <http://st-hum.ru/content/nikolskiy-ev-glamur-v-sisteme-esteticheskih-kategoriy-chast-ii-glamur-v-kontekste-nizkih> (дата обращения: 20.02.2021).
2. Цветкова А. В. Концептуальный язык журнальной иллюстрации в парадигме информационного общества // Медиаскоп. 2015. Вып. 2. URL: <http://www.mediascope.ru/1757> (дата обращения: 12.02.2021).
3. O'Reilly T. What Is Web 2.0 // O’Reilly. 2005. 30 September. URL: <https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html> (дата обращения: 10.03.2021).