

Наталя Головіна

ГОЛОВІНА Наталя Ігорівна – кандидат філософських наук, доцент, завідувач кафедри філософії Полтавського національного педагогічного університету імені В.Г. Короленка. Сфера наукових інтересів – естетика, філософія культури, культурологія.

ЕСТЕТИЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНОГО ЯК ТЕНДЕНЦІЯ СУЧАСНОСТІ

У статті розглянуто тенденцію тотальної естетизації сучасної соціальної реальності. Виявлено причини, форми й наслідки набуття естетичного статусу соціального феномена, зміни соціальних відносин під впливом естетичного начала.

Ключові слова: естетизація, естетичне, соціальне, етос.

Естетизація всіх сторін життя людини, налаштування відповідного естетичним принципам апарату свідомості, стилізація світу повсякденності як естетичної поведінки – все це характерно для сучасності. Людина виявляється повністю вкладеною в систему естетичних цінностей, та естетичне стає автономною провідною цінністю суспільства.

Поняття «естетизації» означає, в широкому сенсі, процес надання тим чи іншим предметам і явищам, що не мають прямих естетичних функцій, естетичних характеристик, розгляд їх з естетичної точки зору. Процес естетизації – це розширення сфери естетичного та перенесення його на інші сфери людського буття: науку, виробництво, побут, релігію, мистецтво.

У сучасному філософському й культурологічному дискурсі поняття естетизації застосовується, в першу чергу, до культурно-історичних реалій сучасного суспільства. Естетизація в такому випадку представляє собою об'єктивний і в той же час усвідомлюваний і цілеспрямований соціальний процес набуття або посилення естетичних якостей усіма формами суспільних відносин (соціальних речей, ідей, інститутів), включаючи особистісну. Сьогодні естетизуються економіка і політика, освіта і наука, приватне і публічне життя людини.

Естетичне начало, таким чином, стало соціальним феноменом, «існує в сучасній картині світу і в соціумі в розсіяній (дісемінованій)

і в той же час в абсолютно тотальній формі. В цих умовах втрачається можливість чисто теоретичного, понятійного визначення і суто раціонального осмислення естетичного, виникає необхідність активізації мислення в образах. Усі названі причини породжують можливість (а почасти вже необхідність) появи естетичної картини сучасного світу» [5, с.50]. Естетизація тут конкретизується як «процес, в якому самостійне («свавільне») естетичне набуває соціальної форми й статусу соціального феномена, а соціальні явища змінюються під впливом естетичного начала. Естетизоване виступає в даному контексті як соціальна форма буття естетичного» [5, с.34].

У наукових дослідженнях, присвячених аналізу та критиці сучасної культури, термін «естетизація» використовується і в аспекті позначення особливого стилю ставлення до дійсності, при якому якість зовнішньої форми виявляється домінуючим фактором оцінки, що перевершує увагу до внутрішнього наповнення. Цей спосіб сприйняття характеризується як риса масової культури і «суспільства споживання».

У контексті естетизації суспільства «естетичне» зовсім не означає «прекрасне». Воно швидше підкреслює якості віртуальності і моделюваності, які стають притаманними й матеріальній, і соціальній, і суб'єктивній реальності індивідуального існування. Сьогодні ми стикаємось і з наростанням уваги до того, що було включено в букввальне значення терміна «естетичне» – уваги до почуття, чуттєвості, інтенсивності емоційного переживання, чуттєвого сприйняття як в сенсі сприйняття органами чуття, так і в сенсі підвищеної афективності. В такому контексті естетичне представляється як сукупність чуттєво даних виразних форм будь-якої сфери дійсності, які сприймаються безпосередньо. Саме чуттєво-ціннісна природа естетичного дозволяє особистості здійснювати оцінку дійсності, перш за все з позиції прекрасного.

С.Б. Ніконова, погоджуючись з В.Вельшем, виділяє «дві сторони естетизації, що відбувається в сучасному світі. З одного боку, ми маємо справу з «поверхневою» естетизацією, що виражається в прагненні до прикрашання та оформлення життєвого простору, до всебічної «естетичної обробки реальності», а також в увазі до переживань, до почуття насолоди, в тенденції до гедонізму, який стає новою культурною матрицею. Цей варіант естетизації ґрунтується на бажанні красивих форм, апелює до почуття прекрасного, задаючи стандарти масового суспільства. Однак, з іншого боку, за цим зовнішнім блиском можна розгледіти й інший, більш глибокий пласт естетизації. Це естетизація самої свідомості, естетизація форм мислення. Тут естетичний спосіб оцінки поширюється на сфери життя, які раніше мали свою власну

ієрархію цінностей – на мораль, науку, релігію, політику, економіку. Саме розуміння людини, її особистості та індивідуальності стає естетичним, формується те, що можна назвати *homo aestheticus*» [4].

Дійсно, у сучасній культурі процес естетизації можна зафіксувати на всіх рівнях життєдіяльності людини. Естетизація повсякденності відбувається завдяки стиранню відмінностей між мистецтвом і повсякденним життям в силу, по-перше, перетворення художниками предметів повсякденності на художні об'єкти й, по-друге, перетворення людьми свого повсякденного життя в певний естетичний проект при прагненні до певного стилю в одязі, зовнішньому вигляді й домашній обстановці. Прикрашання й стилізація дійсності починає оточувати нас всюди, поширюючись на поведінку й тіло людей, їх життєвий простір і суспільні процеси. Шейпінг, боді-білдінг, аеробіка, фітнес, мода і спорт відповідають за «скульптурізацію» або «пластизацію» людського тіла. Мальовничість і графічність розгортається в сфері інтер'єрів, в дизайнах офісів і квартир.

Не минула естетизація сфери економіки, виробництва та екології. Сучасна економіка базується не стільки на виробництві та продажу товарів і послуг, скільки на створенні і продажу життєвого стилю за допомогою реклами. В екології спостерігається велике прагнення прикрасити навколишню природу до гіперестетичного рівня.

В організації масових видовищ, шоу, презентацій реалізувалася тенденція стирання граней між виконавцем і аудиторією. У таких шоу реципієнт стає невід'ємною частиною так званого арт-простору. Все обіграється як ефектне, шокує видовище, яке притягує і захоплює глядача. Так відбувається, наприклад, в жанрі хепенінгу. Організуючи імпровізовані сцени з включенням в них предметів реальної дійсності, залучаючи до них випадкових перехожих і глядачів, організатори хепенінгів намагаються вирвати їх на час дії акції зі звичайного контексту, змушуючи брати участь в неутилітарній грі іншого виміру. Головним завданням хепененгу стає впровадження мистецтва в життя і злиття з життям. Будь-які фрагменти життя людини (кагастрофи, муки тощо) можуть бути підняті до рівня мистецтва. Такі «неутилітарні сенсорно-інтелектуальні ігри, можлива предтеча художньо-естетичного досвіду людини майбутнього, організованого на основі синтезу всіх напрацювань класичних і авангардно-модерністських мистецтв на рівні нової електронної реальності і з граничним залученням до процесу творчості-гри-сприйняття кожного конкретного реципієнта» [2, с. 345].

Естетизація стала дуже прибутковим заняттям в області реклами, дизайну, PR, маркетингу та інших сучасних соціальних технологій

«спокуси». Виникнення телебачення, а потім і інтернету тільки посилило значення естетичного фактора, поставивши його в центр комунікаційних технологій. Віртуальний простір, по суті справи став ціннісним простором естетичного характеру. Створений зусиллями самої людини за допомогою наукових і технологічних досягнень, він дозволяє компенсувати людині все те, що їй не вдається реалізувати в повсякденному житті. Саме у віртуальній реальності людина за власним бажанням може стати творцем себе самої, свого життя, середовища проживання. Тут кожен може знайти художньо-ігровий простір, що відповідає його індивідуальним потребам, духовно-інтелектуальному рівню.

Істотному розширенню меж естетичного сприяла поява в ХХ столітті ряду нових видів мистецтва, заснованих на досягненнях новітньої техніки. Мистецтво перестає бути єдиною сферою вираження естетичних ідей і устремлінь. В результаті цього, багато досягнень елітарного мистецтва стають компонентами експериментів у рекламно-видовищно-масових продуктах, фотографії, відеокліпах, дизайні, художньому проектуванні тощо. Процес популяризації художніх зразків призвів до їх стандартизації й масовості. Сучасна культура, як відмічає В. Бичков – це «область незліченних парадоксів, і один з них полягає в тому, що, теоретично відкинувши естетичний принцип мистецтва і гранично розмивши його межі, вона не прагне знищити (що й неможливо) в людині органічно притаманні їй естетичну свідомість, естетичне почуття, генетично й історично накопичений естетичний досвід. І естетичне постійно дає про себе знати, прориваючись і у талановитих творців самих просунутих арт-практик, і у всій ностальгічно-іронічній аурі постмодернізму, і в консерватизмі, і в масовій культурі, і в новітніх відеокліпах і комп'ютерних віртуальних реальностях, в мережевому мистецтві.... Серед суттєвих характеристик цього «прориву» естетичного можна назвати ігровий принцип, іронізм, гедоністичні інтенції, компенсаторні функції. Більш того, в постмодерністській парадигмі філософування (Барт, Башляр, Багатай, Дерріда, Дельоз, Еко та ін.) чітко проявляється тенденція до створення філософсько-філологічних і культурологічних текстів за художньо-естетичними принципами. Сьогоднішній філософський, філологічний, мистецтвознавчий і навіть історичний і археологічний дискурси в своїй організації нерідко користуються традиційними художніми принципами, тяжіючи до художнього тексту або до гри в бісер» [2, с. 261-262].

Нові вимоги сучасна культура в першу чергу пред'являє особистості, яка повинна повністю розкритися, самореалізуватися й втіли-

тися в світі, незважаючи ні на які існуючі перешкоди. Естетично відбутися стало не тільки легше, а просто необхідно для того, щоб життя склалося і вважалася успішним. Тому в основі своєї сучасний процес естетизації є процес реалізації індивідуальності, яка прагне свободи. Такий процес, який починає протікати не за соціальними законами, а за «законами краси», за законами художнього розвитку.

Вже Гегелем було виражено ситуацію, в якій естетичне починають відігравати роль соціальної взаємозв'язку. Проте, за часів Гегеля виникнення епохи «примного стилю», «прагнення до ефекту» [3, с. 12] існували лише як історична передумова. В наш же час це є однією з універсальних засад культури. У цьому гегелівському формулюванні ми без великих зусиль впізнаємо ті соціальні процеси, які протікають на наших очах, коли явище «закликає до себе публіку і намагається встановити з нею зв'язок лише способом зображення» [3, 12]. Соціальні взаємозв'язки починають розвиватися в іншій формі, найактивнішою з яких стає естетична, витісняючи інші.

Так, естетизація політики сприяла страшним соціальним катастрофам ХХ століття, включаючи нацистську чуму і сталінські концтабори. Театралізованість, перетворення політики на спектакль ми спостерігаємо й зараз. Естетизм мислення в політичному житті став чимось звичним і безперечним, витіснивши тверезий реалізм і практичний розрахунок. Наприклад, політичний вибір відбувається на основі естетичних критеріїв: подобається – не подобається, симпатичний – несимпатичний, гарний – потворний. Набуває естетизованої форми релігійна форма соціального взаємозв'язку. Для права стало важливіше зробити ефект, ніж втілити ідею справедливості. Робота суду присяжних, демонстрація засідань судів на ТБ, дискусія обвинувача та адвоката на суді – все це форми естетизації права.

Особливо панування тотальної естетизації як такого процесу, в якому кожне з явищ наділяється рівним з усіма правом бути в повній мірі вираженим в світі, відбулося на моралі. Ідея єдності моралі та естетики, підкорена принципу «естетичної совісті», яку розвивав В. Віндельбанд, не знайшла підтримки.

Домінуючими категоріями моралі стають не добро і відповідальність, а вибір і задоволення. Навіть задоволення від вибору певних моральних кодексів. Як підсумок розвитку цієї тенденції – склалася культура, яку П. Сорокін назвав сенситивною. Зникнення домінування моральних цінностей загального характеру привело до виникнення галузевих і навіть індивідуальних моральних заповідей, що змушує робити висновок про відмирання моралі взагалі як особливого соціального інституту.

Моральні цінності, якщо й не відмирають взагалі, то набувають відносного, «текучого» характеру, трансформуючись під напором все більш жорстких і активних історичних факторів. Адже в сучасному суспільстві спілкування витіснило вчинок, презентація – реальне життя, а в реальному житті в якості привілейованої сфери стала заявляти про себе не сфера праці, а сфера послуг. Не потрібно пояснювати, чим презентація відрізняється від реального вчинку: в презентації домінує естетичний фактор, у вчинку – мораль.

Сучасною людиною через це часто робить вибір на користь «естетичного етосу», а не етичного. Етичний передбачає служіння комусь або чомусь іншому, але не собі. Естетичний означає, що основним способом ставлення людини до світу стає безкорисливе милування чи насолода. Цікаво, що людина, що вибрала естетичний етос, майже не потребує іншого. Насолода – її власна внутрішня установка. Таким чином, відбувається витіснення моральних норм нормами естетичними, які в сфері комунікацій, послуг і презентацій грають вирішальну роль.

Естетизація багатьох сторін сучасного суспільного і приватного життя змушує задуматися про причини і витоки цього процесу. Перш за все, «естетична «фактурність» живе на поверхні сучасного культурного життя за рахунок товарної природи багатьох соціальних явищ. Товари повинні бути естетично привабливі. Товарний характер практично всіх суспільних відносин, в які вступає сучасна людина, найочевиднішим чином обумовлює процеси естетизації багатьох сторін і характеристик сучасної соціокультурної реальності» [5, С.34].

Необхідно також відзначити, що процес естетизації є відповіддю на раціоналізацію сучасного світу, де індивід намагається компенсувати втрату дива світу. Метафорично-естетичне начало людського життя дозволяє кожному з нас зберігати й стверджувати свою індивідуальність в соціумі, який досить часто намагається нас нівелювати. З витісненням раціонального типу орієнтації пов'язаний і феномен зміни етосу поведінки сучасної людини. Цілком можливо, що така радикальна зміна поведінкової установки тісно пов'язана все з тим же процесом індивідуалізації всього і вся в сучасному суспільстві.

Не останню роль відіграє й інформатизація суспільства. Характер інформації часто має мало відношення до раціоналізованих форм і методів пізнання. Для неї достатньо лише правдивості й здатності приводити до певного соціального ефекту. По суті справи ми зараз спостерігаємо, як інформатизація суспільства стає змістом процесу естетизації, його зовнішньою соціальною оболонкою. Вирішальною причиною подій і явищ стає естетичний фактор в його різних модифікаціях: історичних і актуальних, елітарних і масових, професійних і

аматорських, класичних і прикладних тощо. Навіть час сприймається в естетичних формах: повсякденна гра з віком, операції омоложення, поєднання історичних епох та ін.

Пошук відповіді на запитання, чи є тенденція естетизації суспільства прогресом або регресом, змушує відмітити її двозначність, амбівалентність. Усі дослідники визнають естетизацію як емпірично спостережуваний фактор, але по-різному, інколи протилежним чином цей фактор оцінюють.

Наприклад, В. Беньямін, який і ввів в обіг термін «естетизація», ввів його відразу ж в негативній формі, ототожнюючи процес естетизації з процесом фашизації. Естетизація – один з ключових інструментів фашистської політики, оскільки пов'язана з ідеологічними і з політичними функціями сучасного мистецтва. Для Беньяміна, естетизація – це блокування рефлексивної здатності суб'єкта, в чому і полягає основа для можливості маніпуляції масами за допомогою культових артефактів. «Всі зусилля по естетизації політики, – показує Беньямін, – досягають вищого ступеня в одній точці. І цією точкою є війна» [1].

Якщо трактувати естетичне з точки зору іншої традиції, яка сходиться до Баумгартена, традиції розуміння естетичного з оптики сприйняття, з грецького *aisthesis*, то воно виступає як важливий чинник соціального життя. Це зростаюче значення естетичного сприйняття в широкому, не художньому сенсі, веде до структурних змін в суспільстві. Естетизація не звужує життєві можливостей індивіда, а навпаки – їх розширює, оскільки супроводжується посиленням рефлексивності. Чим ширше спектр можливостей, які ніяк не регламентовані, тим в більшій мірі рішення покладаються на самого суб'єкта, тим більшою мірою він, волею-неволею, стає рефлексивним. Для цього йому необхідні в тому числі компетенції, які дозволяють йому зайняти дистанцію по відношенню до якихось обставин, що склалися.

Дієвість естетичних принципів, їх значення в побудові картини сучасного соціального світу пояснюється не тим, що вони породжують ілюзію, ідеологізують реальність, пропонують новий ідеал, який виявляється недосяжним на практиці. Вони не є опозицією реальності, але беруть участь у її конструюванні.

Таким чином, естетизація соціального, чітко виявляючись як тенденція сучасності, не має поки що однозначної оцінки й чекає на подальші дослідження.

Література:

1. *Беньямін В.* Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости/В.Беньямин – Режим доступу: <http://www.outline.ru/ben.html>.

2. *Бычков В. В.* Эстетика: Учебник/ В. В. Бычков – М.: Гардарики, 2004. – 556 с.

3. *Гегель Г.В.Ф.* Лекции по эстетике. Т. 2. / Г.В.Ф. Гегель. – М.: СПб.: Наука, 2007. – 604 с.

4. *Никонова С. Б.* Эстетизация как парадигма современности. Философско-эстетический анализ трансформационных процессов в современной культуре: дис. на соискание ученой степени доктора филос. наук: спец. 09.00.04 «Эстетика»/С.Б. Никонова – СПб, 2013. Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/estetizatsiya-kak-paradigma-sovremennosti-filosofsko-esteticheskii-analiz-transformatsionnyk>

5. *Шатунова Т. М.* Эстетика социального (эстетическое начало в процессе идентификации современного человека)/Т. М. Шатунова – Казань: Казан. ун-т, 2012. – 140 с.

Головина Н. И.

ЭСТЕТИЗАЦИЯ СОЦИАЛЬНОГО КАК ТЕНДЕНЦИЯ СОВРЕМЕННОСТИ

В статье рассмотрены тенденции тотальной эстетизации современной социальной реальности. Показано, что феномен эстетизации является в современном мире достаточно общей социокультурной тенденцией. Процесс эстетизации определен как расширение сферы эстетического и перенос его на другие сферы человеческого бытия: науку, производство, быт, религию, искусство.

Выявлены причины, формы и последствия приобретения эстетическим статусом социального феномена, изменения социальных отношений под влиянием эстетического начала. Раскрыта взаимосвязь между пониманием сущности эстетизации и пониманием категории эстетическое. При этом нарастает внимания к тому, что было включено в буквальный смысл термина «эстетическое» – внимания к чувству, чувственности, интенсивности эмоционального переживания.

Особенно господства тотальной эстетизации отразилось на морали. Доминирующими категориями морали становятся не добро и ответственность, а выбор и удовольствие. Названы причины эстетизации: товарный характер практически общественных отношений, вытеснение рационального типа ориентации, информатизация общества и т.д. Определена амбивалентность процессов эстетизации современной общественной и культурной жизни.

Ключевые слова: эстетизация, эстетическое, социальное, этос, этизация.

Golovina N. I.

SOCIAL AESTHETIZATION AS A TREND OF MODERN REALITY

The article examines trends in total aestheticization of contemporary social reality. It is shown that the phenomenon of anesthetization is quite common socio-cultural trend in the modern world. The process of aestheticization is defined as an extension of the sphere of aesthetic and transfer it to other areas of human life: science, production, life, religion, and art.

The process of aestheticization in modern society affects all modes of human perception of the world, the deepest foundations of human nature. Aestheticism in this case is an objective and at the same time awareness of targeted social process of acquiring or enhancing the aesthetic qualities of all forms of social relations, including personal. Aesthetic beginning thus became a social phenomenon.

The causes, forms and consequences of the acquisition of the social phenomenon of the aesthetic status, changes in social relations under the influence of the aesthetic principle are known. Revealed the relationship between the understanding of the nature of the aestheticization and understanding of aesthetic categories. This growing attention to what was included in the literal meaning of the term «aesthetic» – attention to the feeling of sensuality, intensity of emotional experience. It sensually aesthetic nature of values allows the person to carry out an assessment of reality, primarily from the perspective of beauty.

Especially domination aestheticization had total impact on morale. The dominant categories of morality are not goodness and responsibility, but choice and pleasure.

The above reasons anesthetization is the commodity of virtually all social relations, such as the displacement of rational orientation, information society. Determined ambivalence of aestheticization processes of contemporary social and cultural life.

Keywords: *aestheticization, aesthetic, social, ethos, injection of ethics into.*

Надійшла до редакції 19.11.2016 р.