



Научная статья
МРНТИ 13.07.27



<https://doi.org/10.32523/2616-7255-2024-149-4-257-279>

Эстетизация как макропроцесс социокультурной реконструкции современного общества

Оксана Уланович

Европейский гуманитарный университет, Вильнюс, Литва

✉ aksana.ulanovich@ehu.lt

Аннотация. Эстетизация – многомерный процесс, происходящий во всех областях социумного пространства и внешне проявляющийся как реконструкция социальных отношений, социальных практик и знаний через придание их формам особой выразительности. Предлагаемые учеными варианты толкования эстетизации основываются, как правило, на исследовании частных проявлений процесса (эстетизация политики, истории, спорта, страданий, насилия, войны и др.). Это порождает фрагментарность и дискретность существующего видения эстетизации и сопутствующее этому непонимание масштаба и глубины происходящих сегодня социальных изменений. Комплексный и междисциплинарный подходы к исследованию эстетизации, обращение к широкому социальному контексту ее проявлений, позволили нам предложить целостное научное понимание явления как макропроцесса. Суть его – в конструировании и продвижении в обществе эстетически привлекательных чувственно-выразительных форм физической и социальной жизни человека и общества, посредством которых аксиологизируется социальное пространство и задается определенный социальный порядок с релевантной для него проекцией мировосприятия и идеологией. В статье представлена и описана модель воплощения эстетизации, в которой мы выделяем четыре измерения в иерархии уровней ее развертывания в социуме: сенсорно-перцептивное, метафизическое, мифогенерирующее и идеологическое. Эстетизация либерализует удовольствие и свободу в чувственном, культивирует иллюзию присутствия, тиражирует в обществе массовые формы псевдобытия, формирует новое мифологическое мышление и, тем самым – новую идеологию.

Ключевые слова: эстетизация; эстетическое; социальная реальность; уровневая модель эстетизации; идеологическая реконструкция общества.

For citation: Ulanovich A.I. Aestheticization as a macro-process of social and cultural reconstruction of modern society. Bulletin of the L.N. Gumilyov ENU. Historical sciences. Philosophy. Religion Series. 2024. №4(149). 257-279. <https://doi.org/10.32523/2616-7255-2024-149-4-257-279>

Для цитирования: Уланович О.И. Эстетизация как макропроцесс социокультурной реконструкции современного общества. Вестник ЕНУ им. Л. Гумилева Серия Исторические науки. Философия. Религиоведение. 2024. №4(149). 257-279. <https://doi.org/10.32523/2616-7255-2024-149-4-257-279>

Введение

Высокий динамизм и предельную сложность контекста жизни современного общества эксперты объясняют цивилизационным кризисом, в который человечество глобально погружается с конца XX века, и который еще не достиг всей полноты своего размаха и проявлений. Данный цивилизационный кризис, иначе обозначаемый эпохой постмодерна, подобно тектоническому сдвигу вызвал масштабные смещения акцентов и трансформации во всех сферах социального пространства, затронув сам фундамент существования человеческого сообщества – ментальность.

Наше понимание причин, сути, механизмов, траектории движения и последствий этого эволюционно-революционного «слома» окровлено запаздывает. И оправданием этому является то, что мы – свидетели и участники данного процесса и подобно атомам вовлечены в какое-то «абсурдное броуновское движение» (Lyotard, 1984: 15). Будучи пока объективно неспособными от него дистанцироваться, чтобы получить проекцию целого через взгляд на расстоянии и со стороны, мы вынужденно фиксируем частные проявления этого кризиса с перспективой комплексной научной рефлексии и целостной интерпретации феномена в будущем.

Важными наблюдаемыми маркерами происходящей сегодня реструктуризации социума являются виртуализация и медиатизация социокультурного пространства, отказ от просветительской модели культуры в пользу массовой, развлекательной (Вакулич, 2009: 106), примат коммуникации над производством и деятельностью (Козырьков, 2011: 264-265), эстетически выраженной, художественной формы – над содержанием и смыслом. В реструктурированной архитектуре социальной реальности предлагаются иные модели и паттерны жизни, деятельности и взаимодействия, в которых «качество внешней формы оказывается доминирующим фактором оценки, превосходящим внимание к внутреннему наполнению» (Никонова, 2011: 639). Как итог, художественная форма замещает сущность, вера в предоставляемые осязаемые образы – рациональное познание; иллюзия вытесняет реальность, игра в жизнь – саму жизнь, а жажда присутствия – мораль.

Это, в свою очередь, смещает в массовом сознании представления, ценностные категории и смыслы, ранее устоявшиеся и задающие жизненные ориентиры в социуме, порождает когнитивный диссонанс и дезориентацию. При необратимости кризисной ситуации эффективен один лишь метод психологической компенсации: чтобы не видеть искажений реальности, надо поменять линзы, потому что «это не мир кривой, а взгляд кривой». Именно это сегодня и происходит: угроза утраты смысловых ориентиров в

обществе и декомпенсации запускает рефрейминг моделей мировосприятия и смену социальных представлений. Таким образом, теоретическое философско-эстетическое осмысление происходящей сегодня реконструкции социокультурной реальности актуально и значимо не просто как познание еще непознанного, но как вскрытие причин и механизмов фундаментальной смены позиции сознания по отношению к миру.

Мы убеждены, что ключевым вектором происходящей сегодня реконструкции социальной реальности является эстетизация. Собственно, само название этого преобразующего социум тренда проистекает из того, что эстетизация непосредственно обнаруживается в «распространении эстетических характеристик за пределы установленной классической эстетики сферы» (Никонова, 2013: 11). Эстетизация, однако, не сводима к ее проявлениям, поддающимся непосредственному наблюдению. Это многоаспектный, многоформатный, комплексный и глубокий процесс, который имеет ряд измерений и множество манифестаций; это и трансформационная техника, и, по нашему убеждению – целая идеология. Как полагает Ф. Джеймисон, сам эстетический акт идеологичен, «производство эстетической или нарративной формы следует рассматривать как полноправный идеологический акт, функция которого состоит в изобретении воображаемых и формальных «решений» для неразрешимых общественных противоречий» (Jameson, 2002: 64). А.В. Вельш, в свою очередь допускает, что «глобализированную эстетику можно даже воспринимать как террор» (Welsch, 1997: 8).

Термин «эстетизация» спонтанно утвердился в категориальном аппарате социального знания и используется сегодня для обозначения качественных трансформаций или состояний в различных областях социокультурного пространства применительно к знаниям, отношениям и процессам. Это и эстетизация политики, экономики, спорта, эстетизация истории и социологии, эстетизация войны, смерти, страданий, насилия в художественном творчестве или в медиасреде, это и эстетизация жизневоплощения и повседневности и т.д. Широта и неоднородность проявлений социальности, которым атрибутируется термин «эстетизация», закономерно порождает категориальную неоднозначность самого термина и отсутствие целостного представления о процессе.

Фокусом нашего исследования эстетизации социокультурной реальности является преодоление фрагментарности в существующем сегодня научном видении данного феномена и формирование целостной картины его воплощения. Достижение этого потребовало выявления и описания проявлений и измерений эстетизации, установления эстетических и семантических параметров ее форм, инструментов и средств эстетизации, траектории развертывания процесса. Также важным аспектом нашего исследования явилось оценка действенности эстетизации на уровне психокогнитивных механизмов мировосприятия человека.

Методология, методы и материалы

Комплексный подход в нашем исследовании позволил нам учесть размах проявлений эстетизации и разнородность ее форм, и разработать целостную уровневую модель реализации эстетизации в социальном пространстве. Междисциплинарный подход в

нашей работе расширил теоретико-методологическую основу исследования и позволил увидеть явление в разных проекциях и далее интегрировать эти знания в системном видении.

Проведение исследования потребовало обращения к разным областям философской науки, а также к научным воззрениям ученых и знаниям в области психологии, культурологии, социологии. Мы обратились как к фундаментальным трудам и идеям ученых конца прошлого века, так и к новым работам и интерпретациям современных ученых-теоретиков, которые в своих научных рассуждениях и рефлексии стремятся следовать ритму жизни и социальной динамике. Благодаря широкой географии охвата научного опыта (как в западноевропейской, так и в русскоязычной фундаментальной науке), нашим исследованием мы, можно полагать, вносим вклад в преодоление существующего разрыва в преемственности научного знания и в формирование единого научного пространства.

Основными методами исследования в работе явились: понятийный анализ ключевых категорий в рамках заявленной темы, теоретический анализ и интерпретация мирового научного опыта по проблеме исследования, рефлексивный метод и метод моделирования. Комплекс использованных подходов и методов исследования и их релевантность объекту исследования позволяют думать, что результаты нашей работы вносят значимый вклад в развитие фундаментального знания и восполняют существенный пробел в научном понимании явления эстетизации.

Обсуждение

Процесс концептуализации эстетизации как научной категории и наше понимание данного преобразующего социальную реальность тренда еще далеки от завершения. Присутствие слова «эстетизация» в научных статьях зачастую не сопровождается определением обозначаемого, т.е. активное использование авторами научных публикаций термина «эстетизация» парадоксальным образом сочетается с отсутствием четкого формулирования ими понимания данного феномена. Или же определения сути процесса эстетизации тонут в массиве пространных размышлений и описаний социологов, философов, культурологов и психологов. Все это порождает категориальную неопределенность.

В попытке систематизировать и как-то унифицировать довольно разнородные воззрения на категорию и процесс эстетизации, воплощающие разные проекции научной рефлексии, нам, все же, удалось определить два магистральных направления теоретического осмысления данного феномена в мировой науке. С одной стороны, активно продвигается формалистическая трактовка эстетизации, в которой степень красоты и художественность формы задают основу сущностного понимания этого трансформирующего современную реальность тренда. С другой стороны, выделяется и условно именуемый нами идеологический фокус в формулировании сути эстетизации, в основе которого – ее аксиологический и, в широком смысле, политический аспекты. Обе проекции в понимании эстетизации равно представлены как в западноевропейской,

так и в русскоязычной фундаментальной науке. Рассмотрим ряд толкований эстетизации, чтобы оценить существующий плюрализм мнений в поле категориальной неопределенности эстетизации, а также убедиться, что горячо желаемая математическая стройность в научном познании данного феномена пока отсутствует.

В. Вельш, современный немецкий философ и эстетик, предлагает оценивать процесс эстетизации как тотальное и повсеместное украшательство мира и жизни, примат красоты и показной эффектности (эстетства), когда «эстетика становится основной валютой в торговле реальностью» (Welsch, 1997: 9). М. Физерстоун усматривает в эстетизации стирание границ между высоким искусством и массовой культурой и дерзкое смешение стилей, символов, знаков и кодов (Featherstone, 2007: 64). Как «смерть искусства» определяет эстетизацию Д. Марчиори, ибо искусство растворяется в повседневности, ей имманентно, а эстетическая рефлексия оказывается сведенной к культурологическому анализу (Marchiori, 2013: 85). Дж. Маттеуччи феноменологическую суть процесса эстетизации видит в демонстративном подчеркивании определенных качеств, что позволяет квалифицировать содержание на основании репрезентативности и экспрессивности самого эстетизирующего действия (Matteucci, 2017: 212). Как процесс индексации определенных чувственно воспринимаемых свойств объектов, концептов, опыта определяют эстетизацию И. Дагалп и Б.Дж. Хартманн (Dagalp, Hartmann, 2021: 2). В целом, можно заключить, что в современной западной философии чрезвычайно популярна формалистическая трактовка эстетизации и понимание данного процесса как абсолютизации эстетических, художественных форм в образах конструируемой социальной реальности.

Условно нами именуемая идеологическая трактовка эстетизации наиболее четко представлена в теории современного английского литературного критика и теоретика Т. Иглтона. Эстетизация, по мнению ученого, – это форма властных отношений, модель социальной гегемонии, когда идеологические императивы устанавливаются свыше, но принимаются людьми добровольно благодаря соблазну и иллюзии идейно-эстетического (само)возвышения через приобщение к этим самым устанавливаемым свыше эстетизированным формам отношений (Eagleton, 1988: 330). Такое понимание разделяет и С. Арчео, определяя эстетизацию как «политику восприятия». Политика приручает восприятие и через восприятие практикует свою власть: «политика проходит через разные грани и смешивается с чувственными формами ее эстетизирующими». Эстетизация – это не только «политический проект с человеческой чувствительностью, но и регулятивная модификация воображаемого и познаваемого», а также – практика массовой «когнитивной ортопедии» (Арчео, 2021: 2-3).

В русскоязычной философской мысли тема эстетизации социальной реальности входит в сферу научных интересов весьма небольшого круга ученых и, по нашим наблюдениям, находится в фокусе внимания менее двух последних десятилетий. Предлагаемые интерпретации немногочисленны, разнородны, по сути, внутренне многоплановы, но комплексно позволяют увидеть эстетизацию как своего рода социокультурный глобально реализуемый сегодня проект конструктивного преобразования и аксиологизации социального знания, практик, отношений с долгосрочным и устойчивым эффектом изменения массового сознания.

Эстетизация социальной реальности в теории Т.М. Шатуновой – форма властных отношений в обществе эпохи постмодерна, когда власть надзора сменяется властью соблазна посредством акцентирования чувственно-сверхчувственных характеристик социальных реалий и встроенных в них метафизических смыслов, что провоцирует метафизические чувства человека (Шатунова, 2008: 10-11). Тотальная эстетизация (власть соблазна) вторгается в индивидуальное пространство со всякими «имиджами, стилями, стандартами и паттернами», превращая личность в продукт моды, рекламы, культа. Но под натиском эстетической агрессии рождается культурное сопротивление как «лечение подобного подобным» в форме эстетизации человеком малых форм индивидуальной жизни (дом, лицо, путешествия и др.) (Шатунова, 2007: 172-173).

В качестве одного из трех видов освоения человеком мира предстает эстетизация в интерпретации И.А. Статкевич (практическое, теоретическое и эстетическое). В эстетизации реализуются проективный и конструктивный потенциал человека и его способность художественного восприятия. Эстетизируя мир, человек проецирует на него некоторые культурные и художественные смыслы, «придавая этому миру определенную форму и внося в него тот или иной порядок». Тем самым, конструируется среда обитания, в которой интегрированы физический, биологический и культурный элементы (Статкевич, 2009: 78).

В.П. Козырьков рассматривает эстетизацию как производное от эстетизма, который полярен эстетике: эстетика и эстетизм – «крайние формы эстетической реальности». В основе эстетики – категории эстетические (определенные со времен гносеологической теории эстетики И. Канта). Эстетизм же рождается в лоне эстетства, абсолютизирует художественность формы социальных знаний, вследствие чего «общение вытеснило поступок, презентация – реальную жизнь». Причем в вытесняющих реалиях доминирует эстетический фактор, а не мораль (Козырьков, 2011: 264).

Как мифотворческий процесс, механизмом которого выступает человеческое свойство чувственно-оценочного восприятия / отражения действительности, интерпретирует эстетизацию О.Р. Демидова. Это мифотворчество онтологически обусловлено (зависит от семиотической парадигмы бытия), телео- и аксиологически задано. Формируемый миф – квазиреальность, на границе реального и воображаемого (желаемого), это ценностный ориентир, задающий в обществе телеологическую парадигму. Диапазон эстетизации в мифотворчестве широк – от героизации до демонизации субъекта, объекта, ситуации, отношения (Демидова, 2011: 514).

С.Б. Никонова подчеркивает неоднородность процесса эстетизации по его сути и в его проявлениях. Ключевыми его чертами являются, с одной стороны, медиализация и де-реализация – те стороны эстетического восприятия, которые определяют симулятивность эстетического. С другой стороны – интенсивность эстетического переживания, повышенная аффективность и сопряженность эстетического восприятия с фактором телесности – чувственным восприятием, что провоцирует спонтанно возникающее удовольствие от формы воспринимаемого объекта (Никонова, 2013: 20).

Как мы можем видеть, в массиве существующих вариантов определения эстетизации как в западной, так и в русскоязычной теоретической науке акцентируется либо

формалистическая, либо идеологическая составляющая феномена, или же оба эти аспекта интегрируются в попытке более полно и глубоко осмыслить явление.

Плюрализм мнений, одноплановость, высокая теоретизированность (вплоть до отрыва от эмпирического опыта) выше рассмотренных и других предлагаемых иными учеными объяснений эстетизации вполне объяснимы. Причины этого лежат и в эмоционально-чувственной природе механизмов эстетизации, что препятствует их рационально-логическому постижению, и в многоликости манифестаций эстетизации, ведь она затрагивает все воплощения бытийности человека и социальности.

Нами было выработано теоретико-методологическое решение проблемы категориальной неопределенности эстетизации, и в данной работе мы предлагаем путь преодоления дискретности видения явления. Наше решение заключается в утверждении понимания эстетизации как макропроцесса трансформации социальной реальности, который воплощается в комплексе процессов частного порядка в разных сферах социумного пространства и применительно к разным категориям: социальным отношениям, знаниям, практикам. Специфика объекта эстетизации и самой социальной сферы предопределяют разнородность ее инструментов. При этом в каждом частном случае и практике эстетизации представлена единая онтологическая суть этого процесса. Эта онтологическая суть заключается в конструировании и продвижении в обществе эстетически привлекательных чувственно-выразительных форм физической и социальной жизни человека и общества, посредством которых аксиологизируется социальное пространство, задается определенный социальный порядок с релевантной для него проекцией мировосприятия и идеологией. Тем самым, отношение между эстетически выраженной формой (акцентированной в формалистической трактовке эстетизации) и реконструированием мировосприятия (фиксируемым в идеологической трактовке эстетизации) есть отношение «механизм-эффект» в рамках техники одного процесса. Следовательно, различные предлагаемые интерпретации эстетизации предстают не как контрастивные варианты ее понимания, а как взаимно согласующиеся и комплементарные, вместе формирующие целостное интегративное видение феномена.

Результаты

Иерархическая модель измерений эстетизации: моделирование процесса.

Анализ и интерпретация западного и русскоязычного научного опыта изучения эстетизации как социального проекта и как образоформирования в масштабном реконструировании социальной реальности позволили нам предложить модель эстетизации, в которой мы определяем четыре ее измерения: сенсорно-перцептивное, метафизическое, мифогенерирующее и идеологическое. Выделение данных измерений эстетизации довольно условно и оправдывается научно-исследовательской целью комплексного познания явления. Указанные измерения взаимно интегрированы и образуют иерархическую модель, в которой каждый уровень – отдельная грань, ипостась, сущность эстетизации, диалектически связанная с предыдущим и последующим уровнями условием субординативной включенности.

Сенсорно-перцептивное измерение эстетизации заключается в чувственно-физической ее объективации вовне и в формировании чувственного образа в сознании человека при восприятии эстетизированных форм. В этом ее измерении эстетизация реализуется как индексирование чувственно воспринимаемых свойств репрезентационных форм социальных явлений (объектов, действий, знаний и т.д.), как опора на телесную чувствительность (чувства и эмоции, пробуждаемые в теле и психике), усиление интенсивности впечатления, их широты и глубины, как пробуждение эмоционального отклика. Важным моментом, усиливающим притягательность чувственно акцентированной формы, является факт пассивности ее восприятия (отражения), отсутствие необходимости интеллектуального усилия, поскольку форма реализуется только в чем-то материальном, и эта натуралистичность формы имманентна чувственной природе человека.

Чувственная, соматическая составляющая психики – та физиологическая часть нас самих, дарованная и контролируемая природой и (как некогда полагалось) недоступная для социального контроля, поскольку она находится вне даже нашей воли и за пределами познания. Чувственную сферу в свое время поэт и философ эпохи немецкого Просвещения Ф. Шиллер объявил воплощением истинной свободы человека: «эта свобода по своей сути – действие природы (в самом широком смысле слова), а не дело человека, и поэтому ее можно расширять или сдерживать только природными средствами» (Schiller, 1954: 76). Экспансивный характер эстетизации именно и проявляется как вторжение в чувственно-эмоциональную сферу психики, но это не сила подавления, а приручение и сублимация природной сути человека. «Разум допускает быть к чему-то склоненным на условиях согласия, а не принуждения: он должен быть в ладах с чувствами, которые он призван укрощать, а не грубо их подавлять» (Eagleton, 1988: 329).

Примером акцентированного воплощения именно этого измерения эстетизации может служить эстетосфера повседневности, включающая следующие форматы жизне-воплощения эстетического: эстетическое оформление предметно-пространственной среды (дизайн) и культ потребления (консюмеризм); обряды и ритуалы; различные зрелищные мероприятия; спорт, туризм, рекреации; косметика и парамедицина; мода, реклама, формы мультимедиа и др. Широта направлений эстетизации социальной реальности предопределяет и разнообразие воплощения каждого из ее измерений. Так, проявлением сенсорно-перцептивного измерения эстетизации также является и недавно возникшая индустрия имиджмейкерства, в которой используются аспекты телесности (лицо, облик, движения, стиль, речевое поведение, жесты и т.д.) для формирования определенной семантики образа посредством телесно-визуального выражения. Например, эстетизация власти и авторитета, войны и насилия построена на стилизации героического образа соматически подчеркнутой мужественности.

Здесь важно заметить, что эстетизация в ее сенсорно-перцептивном измерении не есть привнесение вкуса, гармонии и прекрасного в жизнь общества; речь не о силе красоты в искусстве, «когда торжествующая форма облагораживает даже самые деградировавшие натуры» (Schiller, 1954: 96). Чувственно выраженные формы в эстетизированной социальной реальности пробуждают в человеке чувственность –

его психофизиологическую сущность, а вовсе не удовольствие от прочувствования созерцаемой неутилитарной художественной формы. Для уяснения этой существенной разницы предлагаем обратиться к воззрениям Ф. Шиллера на генезис социальной субъектности.

Ф. Шиллер отмечает три стадии развития человека и рода человеческого в целом, формирующие в их последовательности цикл видового становления: человек чувственный – человек эстетический – человек морально-интеллектуальный. В первой ипостаси властвует природа и чувственный импульс индивида, неутолимость и неудовлетворенность, «затемненные чувства», пассивность, это – «простая слепая жизнь». Человек эстетический – «переход от грубой материи к Красоте», при котором сбрасывается бремя чувственно-соматических страстей, а реактивность сменяется активностью, проистекающей, однако, никак не из чувственных побуждений индивида, а из достоинства личности. Третья ипостась – власть истины, долга, воли и разума, а «в области истины и морали ощущения уже ничего не должны определять» (Schiller, 1954: 85-88). Эстетизация как трансформирующий современную социальную реальность тренд апеллирует именно к первой ипостаси человека, абсолютизирует преобладающую чувственность, что и выступает залогом успеха эстетизации, так как у природной чувственности нет внутреннего регистра, правил и законов, цели и требований.

Тем самым, эстетизация в качестве ключевого инструмента задействует абсолютную потребность, природу материи и свободу чувственного себялюбия. Эстетически абсолютизированные формы обращены к человеку не как к личности, а как к индивиду с его бременем чувственной жадности и вызывают в индивидуальном сознании отклик в виде чувственного образа, аффекта и эффекта.

Метафизическое измерение эстетизации социальной реальности предстает как продвижение некоторых ценностей в чувственно выразительных формах социальных отношений (знаний, практик), или как конструирование ценностных значимостей в случае, если они не самоочевидны и не проистекают из метафизического контекста жизни общества, народа, этноса. Эстетизация, таким образом, проявляется как аксиологизация – целенаправленное насыщение социального ландшафта ценностными и смысловыми категориями: будь то идеи, оценки и отношения, потребности и мотивы, культ, символы, ритуалы, паттерны.

Ценностная значимость выражаемого, в принципе, заложена уже в самой семантике категории «эстетическое», наряду с выразительностью выражающего (экспрессивностью чувственной формы). Эстетическое – «область выразительных форм любой сферы действительности (в том числе художественной), данных как самостоятельная и чувственно непосредственно воспринимаемая ценность» (Лосев, 1970: 570); «социальное общественное отношение, в котором человек выходит на уровень метафизики и может проявить способность бытийствовать» (Шатунова, 2007: 7). Эстетическое восходит к ценностям и смыслам, укорененным в культурном анропосоциогенезе и существующим как за-данность для человека (Коломиец, 2007: 124). Мы предлагаем понимать эстетическое как синтез самодовлеющей чувственно воспринимаемой внешней формы и идеально-смысловой ценности воплощенного в этой форме выражаемого, что

неизбежно порождает эмоциональный отклик в воспринимающем сознании. Является ли эта ценность социогенетически predetermined или целенаправленно навязанной, связана ли с благом или красотой – так или иначе, она имманентна эстетическому, поскольку произрастает из врожденного тяготения человеческого разума к смысловым и ценностным категориям.

В эстетизации, как ремоделировании социальной реальности, определенные онтологически детерминированные ценности выводятся в социальную повестку дня, актуализируются; либо же ценности намеренно генерируются в чувственно выразительных формах. Не имеющая какого-либо метафизического фундамента идея (цель, отношение, знание и т.д.) посредством эстетизации может быть возведена в статус самооценности через чувственно пробуждаемое ее возвышение. Тем самым, в новом эстетическом целом снимается оппозиция между ощущением и мыслью (Уланович, 2024: 254).

Метафизическое измерение эстетизации как аксиологизация воплощается в практиках эстетизации в социуме смерти, страха, насилия, страданий, войны, которые культивируются как социальные значимости или даже – экзистенциальный принцип и квинтэссенция жизни.

Так, эстетизация *смерти* реализуется как «эстетически окрашенное романтическое, идиллическое или героическое репрезентирование в общественных практиках и художественном творчестве танатологических мотивов, обращение их в эстетические события» (Уланович, 2024: 253). Сопутствующая ей эстетизация *страданий* культивирует в обществе идею, что величайшие терзания души и тела есть «содействующая ценность» (Hassan, 2022: 119), необходимое условие человеческого совершенства и великих достижений. «Глубина, тайна, маска, дух, изящество, величие – не этим ли вознаграждается страдание, дисциплина великого страдания?», – вопрошает Ф. Ницше (Nietzsche, 1990: 225). В образе трагического героя страдание позиционируется как добро / прекрасное, «а не как просто неизбежно прискорбный компонент (иногда) большого целого (как это обычно трактует «мораль»)» (Hassan, 2022: 4).

Эстетизация *войны* – создание возвышенного ее образа, который «трансформирует отношение к чему-либо как к событию – в восприятие этого явления как зрелища». Это предполагает «понимание, принятие и даже удовольствие у аудитории, но только ценой предварительной ‘пытки’ неприятными изображениями». «Возвышенная эстетика войны» опирается на медиавизуальность и через лицезрение шокирующих сцен принуждает аудиторию прийти к открытию для себя величайших истин, оправдывающих эти ужасы, и в итоге – к полной политической лояльности (Debrix, 2006: 767).

Аналогичным образом эстетизация *насилия*, погрузив вначале психику в пучину эмоционального метания, далее очищает сознание победой «анестезирующей эстетики виртуального» и анестезированием жизни – «органическим, чувствительным, когнитивным онемением и онемением памяти» (Arceo, 2021: 2). Другими аксиологизируемыми образами в практиках эстетизации насилия являются бунтарская и интригующая мужественность и маскулинность, героизация поступков и культ возмездия в агонии праведного противостояния.

Особенностью метафизического измерения эстетизации является то, что возведение идеи, мысли, практики, отношения в статус социальной ценности строится на экспрессивности и выразительности эстетизирующего действия или формы, а никак не на моральных характеристиках самой социальной реалии. Эстетизация оказывается в лучшем случае индифферентной, а в худшем – враждебной моральным ценностям, поскольку служит не моральному закону и нравственному канону, а субординативна социальному диктату. Не случайно В.П. Козырьков особо подчеркивает, что эстетизация производна не от эстетики, а от эстетизма, который рождается в лоне эстетства и позиционирует имморализм – вытеснение «моральных норм нормами эстетическими», «духовная компенсация нравственно, духовно, культурно несостоявшейся личности». Это чревато эстетическим идолопоклонничеством и антагонизмом эстетического и этического (Козырьков, 2011: 264-266). Как заметил Ф. Ницше, вешнее привлекательным и даже прекрасным вполне может быть что-то и морально-нейтральное и морально-порочное (Nietzsche, 1990: 222).

Эстетизация в ее сенсорно-перцептивном измерении предстает как производство и потребление эмоций и чувств, а в метафизическом ее измерении работает как фабрика по генерированию и распространению массовых форм образа мысли и жизни, взаимодействия и самовоплощения. В симбиозе этих двух измерений конструируется социокультурная реальность чувственного типа. Эстетизация со всей мощью мягкой экзогенной силы культивирует в обществе массовые эстетически привлекательные и приятные рецепты жизни и смыслы, утешительно-соблазнительные паттерны поведения и самовыражения, «сценарии чувств, действий, оценок, сценарии того, как и что делать, хотеть и говорить» (Кожемякин, 2006: 29). Посредством экспансии эстетического в область этического и замены моральных принципов эстетическими атрибутами, задаются новые установки социального существования, иная мотивация и детерминация жизни, иной экзистенциальный выбор.

Мифогенерирующее измерение эстетизации предлагаем понимать как практику целенаправленного мифотворчества в современном обществе, поэтику и семантику новой политической мифологии.

Миф, как ментальная сущность, обрел беспрецедентную широту и гибкость своих категориальных границ, что позволило ему сегодня активно функционировать вне социально-исторических и пространственно-временных рамок в самых разных сферах социальной жизни (политика, экономика, история, культура, журналистика и т.д.). А категория мифа оказалась наделенной уникальным объяснительным потенциалом для объяснения характерных паттернов личного и общественного поведения и ценностных ориентаций. Мы также обращаемся к мифу, в попытке объяснить и понять эту неуловимую, но ощущаемую сегодня какую-то особую чувственную выразительность и эмоциональную заряженность процесса и форм идеологизации социальной реальности.

В генезисе духовного развития человечества как рода мифы генерировались спонтанно и стихийно, воплощая интуитивно-чувственное нерелексивное (или дорефлексивное), допонятийное мировосприятие, опирающееся на структуры бессознательного. Причем возникновение архаического мифа предшествовало сакрализации объективированных

в мифе явлений: «В миф идея привносится позднее, чем миф возникает» и с большим опозданием, когда нечто внешнее проецируется на миф и ему присваивается (Хренов, 2011: 14). Эстетизация же реабилитирует миф в новой методологии мифотворчества: миф уже более не латентное инобытие в архаическом мышлении некоторого постфактум рожденного смысла, а продукт целенаправленного мифоконструирования в соответствии с политикой мифологизации массового сознания. В этой связи В.М. Розин замечает: «Новая мифология характеризуется возрастающей значимостью идеологического механизма», суть которого в замещении стихийной установки на сохранение сложившихся структур, осознанным, даже профессиональным, их конструированием» (Розин, 2011: 134). Сегодня миф творится как инструмент «политики восприятия» и власти, и смысл оказывается целенаправленно вживленным в чувственных образах в мифе. В этой новой практике мифотворчества рождение смысла предваряет его инкарнацию в образе.

Методология современного мифотворчества базируется на гносео-онтологической природе феномена мифа. Миф проистекает из глубин человеческого разума (бессознательного), что предопределяет его стихийность, непознаваемость его сущности, динамики развития и силы действия (здесь рационализм имеет свой предел). Мифу присущ потенциал автономизации и саморазвития. Он способен превзойти свою онтологическую первооснову и реконструировать собственно сам субстрат своего существования: он есть и сущность, и механизм, и продукт разума и его дирижер. Мифологическое имманентно сознанию человека массы. Легко растворяясь в массовом сознании благодаря синтезу образного, чувственного и сверхчувственного в форме его объективации (таков язык мифологии), миф обретает власть над своим же творцом. «Если миф не является предметом обсуждения массы, то это не мешает ему овладевать массовым сознанием и определять его установки», – замечает Н.А. Хренов (Хренов, 2011: 50).

Таким образом, сама онтология мифа обосновывает вовлечение мифологии в макро-процесс эстетизации социальной реальности. Идею приручения мифа, проникновения «просвещенных» в сферу человеческой чувственности и бессознательного для создания новой политической мифологии в свое время высказал Гегель в рамках концепции немецкого идеализма, утверждая, что «мифология должна стоять на службе идей»: «До тех пор пока мы не придадим идеям эстетический, то есть мифологический, характер, народ не проявит к ним интереса» (Hegel, 1979: 236). Эта установка и формирует современную технику мифотворчества: современный миф – искусное слияние чувственно-интуитивной, дорефлективной, допонятийной природы архаического мифа и рационального смыслоформирования.

Эстетизация социальной реальности как мифотворчество и мифологизация сознания масс наиболее отчетливо сегодня обнаруживается в практиках эстетизации истории и реалий социально-политической жизни, эстетизации власти, эстетизации медиакommunikации. Хотя последняя выступает, преимущественно, как инструмент власти, манипулирования и даже насилия и как техника эстетизации.

По мнению В.П. Козырькова, эстетизация *истории* воплощается, во-первых, во фрагментарном историзме, когда с целью исторической тематизации или видимости достоверности в текст (в широком смысле) дискретно привносится историческая

документальность, что знаменует собою, в оценках ученого, крайний, вульгарный вариант эстетизации истории. Во-вторых, сам исторический материал «модернизируется» – конструируется эстетически привлекательное и героическое подобие реальности, а «горькие истины и уродливые картины» отбрасываются. Это лишает историю смысла, социум – «направленности, заданной историей», и профанирует общественную жизнь (Козырьков, 2011: 270). Тем самым, мы можем четко фиксировать отличие мифов, составляющих культурно-историческое наследие, от мифологизации, эстетизирующей историческое прошлое в пространстве положительных коннотаций и эмоций.

Политическое мифотворчество как воплощение эстетизации проявляется в генерировании новых мифов: «легенд», сюжетов, судеб, жизнеописаний, образов личностей (политических фигур), иных политических субъектов и т.д., в формах объективации которых акцентирована чувственно-воспринимаемая выразительность, а в семантике – возвышающие личность достоинства (или псевдовозвышенные идеи). Конкретным воплощением этой новой мифологии является, например, «продюсирование» политических «звезд» по технологии шоу-бизнеса, в эстетизированном экранном образе которых может подчеркиваться благочестивая святость, показательная семейственность, образцовость жизни, биографии и облагораживающие личность судьбоносные испытания, гегемонная маскулинность или подчеркнутая сексуальность (Уланович, 2023: 126-127). Психика «зрителя», искушаемая игрой чувств и эмоций восторга, отзывается формированием соответствующих образов-отражений, привлекательных, столь дорогих и приятных именно в силу их сопряженности с эмоционально-чувственным пробуждением человеческого естества. Таким вот способом псевдореальность завоевывает сознание масс через чувства и наделяется силой мифа.

Безусловно, новая эстетизированная политическая мифология обрела почву и такой размах благодаря синергии в цифровой среде «компонентов физических или биологических (чувства), технических (интерфейс и программное обеспечение), семантических (культурный контекст, визуальные, текстовые, звуковые культурные коды)» (Zagidullina, 2020: 76). Технические атрибуты современной виртуальной среды и инструменты медиаэстетики поставляют богатую «пищу» для зрения, слуха, осязания, вкуса, обоняния, и, тем самым, они собой уже являют язык и технику нового мифотворчества как практики эстетизации.

Метафизическое измерение эстетизации (аксиологизация) и ее мифотворческое измерение не сводимы к одной проекции, как может показаться на первый взгляд. Их диалектическая взаимосвязь – в перетекании первого во второе, на уровень более высокого порядка в иерархической модели эстетизации. Шкала ценностей выступает осью мифа, символ – зародышем мифа: «мифотворчество не только онтологически обусловлено, но и телео- и аксиологически задано» (Демидова, 2011: 512).

Важно заметить, что ценностные значимости общества произвольно и произвольно изменчивы, а, значит, и новая мифология – непрерывный совершенствующийся генеративный процесс, всецело подчиненный господствующей идеологии. Новые мифы имманентны идеологии, они есть форма идеологии и тесно связаны с властью, является ли она властью вождя, диктатора, или же властью этнокультурной традиции.

Цифровизация обеспечивает новогенерируемым мифам жизненность; а медиатизация общества – массовость социальной вовлеченности в новую мифологию – «коллективные сновидения», «приводящие в движения целые сообщества и придающие им форму» (Campbell, 1981: 492).

Само по себе мифотворчество не опасно: «Опасны не мифы, а их недоброкачественное содержание и проистекающие от этого неадекватные реакции, губительное поведение и ложное целеполагание», – замечает В.М.Розин (Розин, 2011: 134). Ведь «сам миф есть эквивалент поступка» (Кайуа, 2003: 83). Тем самым, мы закономерно подходим к следующему, финишному и самому высокому уровню в предложенной нами иерархической модели эстетизации – к ее идеологическому измерению.

Идеологическое измерение эстетизации заключается в том, что макропроцесс эстетизации в целом и каждый из структурирующих его процессов частного порядка (применительно к разным социальным областям и объектам) в комплексе выступают технологией идеологизации общества и инструментом социальной гегемонии.

Выделенные нами низлежащие измерения эстетизации (сенсорно-перцептивное, метафизическое, мифогенерирующее) вполне могут рассматриваться в качестве самоценных объектов научного исследования. Однако, автономное их изучение, вне учета взаимообусловленности этих ипостасей как переходящих уровней единого усложняющегося процесса, лишает целостности наше понимание феномена эстетизации и смещает фокус на видимое с сущностного. Эстетизация социальной реальности в своем результирующем измерении (идеологическом) предстает как «полнокровный проект фундаментальной идеологической реконструкции» социума (Eagleton, 1988: 329) через «эстетическую модуляцию психики» человека массы (Schiller, 1954: 32). Все воплощения эстетизации, конструирующие уровневую иерархию процесса, интегрированы в финализирующем ее измерении, и в каждом отдельном проявлении эстетизации реализована суть большого целого.

Эстетизация как макропроцесс функционирует на механизме чувств. Идеологическая реконструкция общества в эстетизации начинается с реконструкции самого субъекта изнутри, с «наполнения его самых сокровытых природных реакций и телесной чувствительности правилами, которые вовсе не есть объективные законы» (Eagleton, 1988: 330). В теории Х.У. Гумбрехта данная практика именуется «производством присутствия», эффекты которого всецело обращены к нашей чувственности, к телу. Культура присутствия и эффекты присутствия становятся доминантой самоопределения (Gumbrecht, 2004: 80). Посредством сублимирования чувственной природы человека, приручения его психической сферы бессознательного и чувственно-интуитивного, субъекту диктуется определенная система координат и правил жизни, приятных, добровольно и легко принимаемых без внешнего принуждения и внутреннего подавления. Как точно замечает Т. Иглтон, «структуры власти должны стать структурами чувств», с удовольствием и удовлетворением принимаемый образ мысли или действий сигнализирует об успешности социальной гегемонии, ибо «самоудовлетворение – признак социального подчинения» (Eagleton, 1988: 330). Аксиоматично в этой связи утверждение Гегеля: «большая толпа должна иметь чувственную религию» (Hegel, 1979: 236).

Важным проявлением идеологизирующего потенциала эстетизации является пробуждаемое в человеке чувство удовлетворения от его вовлеченности в коллективный сценарий, своего рода социальный проект, массовое действие, которое подпитывается видимостью социального одобрения. Эту психологическую реакцию О.Ф. Русакова определяет как «многослойное удовольствие от Мы-идентификации», которое включает удовольствие от причастности к действиям и идеям коллективного субъекта, от выхода за рамки рутины и повседневности, от собственной игры в коллективном шоу и использования определенной театрализованной атрибутики и ритуальных действий. Саму потребность в удовольствии такого рода О.Ф. Русакова именуется «гедонистическим заказом» – запросом на удовольствие от видимости, иллюзии, грезы (Русакова, Русаков, 2008: 126-128), а С.Б. Никонова – «жаждой присутствия». Это не есть жажда истинной реальности, бытия, а «жажда развлечения, аффектации, возбуждения чувств любыми средствами». «Человек предпочитает событие познанию, вечеринку – образованию, визуальный осязаемый образ масс-медиа – историческому исследованию, насыщенное иллюзиями настоящее – изучению прошлого» (Никонова, 2011: 639). К отмеченному стоит добавить и сопутствующие этому эффекты сублимации социальных страхов и коллективного анестезирования жизни.

Тем самым, эстетизация культивирует иллюзию присутствия, либерализует удовольствие и свободу в чувственном, тиражирует массовые формы псевдобытия и формирует новое мифологическое мышление. Залогом успеха здесь выступает объективирование в новой мифологии неосознаваемых влечений: «Миф предлагает сознанию образ такого поведения, к которому оно ощущает склонность» (Кайуа, 2003: 82). Чувственно и эмоционально выразительные формы и образы эстетизированной социальной реальности «переигрывают» критичность мышления и рациональность, равно как блокируют мораль, запрос на истину и объективность. Эстетизация обесценивает реальный опыт, дереализует действительность, мистифицирует.

В соответствии с механизмом мистификации, эстетизация вуалирует и ретуширует невзрачную или пугающую реальность, предлагает рецепт жизни в не просто приемлемых, но весьма привлекательных массовых формах и идеях. А удовольствие от принятия человеком предлагаемых утешительных иллюзий и массовых форм способствует эстетизации самого субъекта – человек сам себе симпатичен в этом своем «приятном» состоянии, оно возвышает, одухотворяет, лечит. Познавший привлекательность форм эстетизированной социальной реальности с их важнейшим преимуществом психологического комфорта определенно не готов им противостоять или противодействовать. Напротив, они поддерживаются и распространяются в обществе совершенно искренне. Тем самым, происходит внутренняя реконструкция самой личности и общества в целом, меняются критерии и оценки социальной перцепции, и шире – мировосприятия, трансформируются мотивы социального существования и сама экзистенциальная модель.

Заключение

Эстетизацию социальной реальности предлагаем рассматривать в качестве ключевого вектора происходящих в современном обществе трансформационных процессов. Формальным признаком данного тренда является придание социальным реалиям (знаниям, практикам, отношениям) эстетической, художественной выразительности, а идеальный ее эффект кроется в изменении мировосприятия масс и идеологизации сознания.

Атрибутирование термина «эстетизация» разнородным явлениям, практикам и формам порождает категориальную неопределенность термина и отсутствие целостного видения процесса. Предлагаемые учеными варианты толкования эстетизации в западноевропейском и русскоязычном научном пространстве основываются, как правило, на исследовании некоторых частных проявлений эстетизации: т.е. применительно к конкретным явлениям (например, эстетизация насилия, смерти, войны) или в конкретных областях (например, эстетизация истории, политики, спорта). Теоретические построения с фокусом на частных проекциях порождают фрагментарность и дискретность существующего сегодня видения эстетизации и сопутствующее этому непонимание масштаба и глубины происходящих сегодня социальных изменений.

Изучение данного феномена в широком общесоциальном контексте с опорой на комплексный и междисциплинарный подходы позволило нам предложить целостное научное понимание явления. Мы предлагаем рассматривать эстетизацию как макропроцесс глобальной реконструкции социальной реальности, реализующийся в комплексе процессов частного порядка в разных сферах социокультурного пространства и применительно к самым разным социальным явлениям. При этом в каждом случае и практике эстетизации представлена ее единая онтологическая суть. Суть эстетизации заключается в генерировании и распространении в обществе чувственно-выразительных, художественно-эстетических форм индивидуальной и социальной жизни, посредством которых культивируются определенные ценности и социально одобряемые массовые формы, что задает определенный социальный порядок и релевантную ему модель мировосприятия и массовую идеологию.

Эстетизация в пространстве социума развивается по уровням в иерархии ее измерений: сенсорно-перцептивное – метафизическое – мифогенерирующее – идеологическое. Происходит перетекание одной ипостаси в другую, что знаменует расширение и усложнение процесса, приращение новых качественных характеристик. Данная модель формирует целостное понимание эстетизации и, как нам видится, включает в себя все разнообразие ее воплощений.

Сенсорно-перцептивное измерение эстетизации заключается в особой выраженности чувственно воспринимаемых физических свойств эстетизированных форм социальных явлений (объектов, действий, знаний и т.д.). Посредством пробуждения телесной чувственности происходит «приручение» и сублимация природной сути человека. Жажда присутствия сильнее жажды познания, чувства искажают истину; эмоционально-чувственное в психике более отзывчиво, чем рационально-логическое в сознании. Это

оправдывает «сговор с чувствами» в качестве оптимального способа «социального форматирования» сознания.

Метафизическое измерение эстетизации проявляется как аксиологизация – культивирование определенных ценностей посредством чувственно выразительных, эстетически привлекательных форм их воплощения. Либо же имеет место намеренное генерирование в общественном сознании этих ценностей (возведение в статус ценности), будь то идеи, оценки, отношения, мотивы, символы, ритуалы, паттерны и т.д. Тем самым, социальное пространство наполняется массовыми формами образа мысли и жизни, взаимодействия и самовоплощения, что прививает определенные экзистенциальные смыслы и установки.

Мифогенерирующее измерение эстетизации – это техника политического мифотворчества, поэтика и семантика новой мифологии. Новое мифотворчество – искусное слияние чувственно-интуитивной, дорефлексивной, допонятийной природы архаического мифа и рационального смыслоформирования. Новые мифы наследуют онтологическую первооснову мифа архаического и имманентны сознанию человека массы, что наделяет их силой идеологии. Полиmodalность ресурсов мультимедиа обеспечивает новогенерируемым мифам жизненность в их чувственно воспринимаемых формах; а медиатизация общества – массовую мифологизацию сознания.

Идеологическое измерение эстетизации – это метауровень ее реализации. Низлежащие ее уровни и все ее воплощения частного порядка интегрированы в единый макропроцесс и в комплексе формируют технологию идеологизации общества. Эстетизация работает на механизме чувств и в пространстве бессознательного. Эстетизация реконструирует социальную реальность в чувственно выразительных и привлекательных массовых формах образа жизни и мировосприятия, которые обществом добровольно и с удовольствием принимаются в силу проецирования в них того, к чему в человеке есть природой заложенная склонность: будь то «жажда присутствия» (Gumbrecht), «гедонистический заказ» (Русакова), потребность в психологическом проецировании или «чувственной религии» (Hegel).

Эстетизация дереализует действительность, мистифицирует сознание утешительной и даже привлекательной иллюзией реальности, что влечет анестезирование и летаргизацию жизни и когнитивное онемение. Прозрение, рациональность и познание блокируются и заменяются верой, восхищением и даже восторгом от иллюзии самовозвышения и причастности к социально одобренной коллективной игре. Но «возвышенное – такое, которое ввергает нас в восхищение подчинением, является принудительным», навязанным (Eagleton, 1988: 330). Эстетизированная социокультурная реальность задает иной тип ментальности современного человека, смещает социальные представления, критерии и оценки социальной перцепции, и шире – мировосприятия, трансформирует мотивы социального существования и экзистенциальную модель в обществе и, в конечном итоге, устанавливает новую идеологию человечества.

Список литературы:

- Arceo C. *Aestheticization of violence and politics of perception*. Academia Letters. 2021. URL: <https://doi.org/10.20935/AL2289> (accessed: 20.06.2024).
- Campbell J., Abadie M.J. *The Mythic Image*. Princeton, N.J.: Princeton University Press, 1981. 552 p.
- Dagalp I., Hartmann B.J. *From «aesthetic» to aestheticization: a multilayered cultural approach*. Consumption Markets & Culture. 2021, № 25 (1). P. 1-20. URL: <https://doi.org/10.1080/10253866.2021.1935900> (accessed: 24.02.2024).
- Debrif F. *The Sublime Spectatorship of War: The Erasure of the Event in America's Politics of Terror and Aesthetics of Violence*. Millennium Journal of International Studies. 2006. Vol. 34(3). P. 767-791. URL: <https://doi.org/10.1177/03058298060340031> (accessed: 24.02.2024).
- Eagleton T. *The Ideology of the Aesthetic*. Poetics Today. 1988, No. 9(2). P. 327-338. URL: <https://www.jstor.org/stable/1772692> (accessed: 27.02.2024).
- Featherstone M. *Consumer Culture and Postmodernism*. London: SAGE Publications, 2007. 232 p.
- Gumbrecht H.U. *Production of Presence: What Meaning Cannot Convey*. Stanford: Stanford University Press, 2004. 180 p.
- Hassan P. *Organic Unity and the Heroic: Nietzsche's Aestheticization of Suffering*. Nietzsche on Morality and the Affirmation of Life. Oxford: Oxford University Press, 2022. P. 111-130. URL: <https://doi.org/10.1093/oso/9780198728894.003.0006> (accessed: 27.02.2024).
- Hegel G.W.F. *Das älteste Systemprogramm des deutschen Idealismus*. Werke. Band 1. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1979. S. 234-237. URL: <http://www.zeno.org/nid/20009176381> (accessed: 20.05.2024).
- Jameson F. *The Political Unconscious: Narrative as a Socially Symbolic Act*. Ithaca London and New York: Routledge Classics, 2002. 312 p.
- Lyotard J.-F. *The Postmodern Condition: A Report on Knowledge*. Manchester University Press, 1984. 138 p.
- Marchiori D. *Media Aesthetics*. Preserving and exhibiting media art. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2013. P. 81-99.
- Matteucci G. *Everyday Aesthetics and Aestheticization: Reflectivity in Perception*. Studi di estetica. 2017. IV serie, №7. P. 207-227. URL: <https://doi.org/10.7413/18258646013> (accessed: 20.05.2024).
- Nietzsche F. *Beyond Good and Evil: Prelude to a Philosophy of the Future / Trans. R.J. Hollingdale*. London: Penguin Classic, 1990. 240 p.
- Schiller F. *On the Aesthetic Education of Man*. New Haven: Yale University Press, 1954. 128 p.
- Welsch W. *Aesthetics Beyond Aesthetics: Towards a New Form of the Discipline*. Literature & Aesthetics. 1997, №7. P. 7-24.
- Zagidullina M. *Creating an atmosphere: media aesthetic analysis of journalistic prospects*. Creativity studies. 2020, №13(1). P. 152-163. URL: <https://doi.org/10.3846/cs.2020.11557> (accessed: 20.04.2024).
- Вакулич Н.Р. *Образование и личность в современном социокультурном пространстве*. Образование в современном мире. Саратов: Саратовский университет, 2009. С. 106-112.
- Демидова О.Р. *Эстетизация как стратегия мифотворчества: Эмигрантский вариант*. Миф и художественное сознание XX века. М.: Канон-плюс, 2011. С. 511-533.
- Кайуа Р. *Миф и человек. Человек и сакральное*. М.: ОГИ, 2003. 296 с.
- Кожемякин Е.А. *Дискурс-анализ в современном социально-гуманитарном знании*. Человек. Сообщество. Управление. 2006, №3. С. 25-39.

Козырьков В.П. *Эстетизация как способ существования современного общества*. Труды Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева. 2011, №2(87). С. 264-276.

Коломиец Г.Г. *Эстетика и категория «эстетическое»*. Вестник Оренбургского государственного университета. 2007, № 7. С. 115-125.

Лосев А.Ф. *Эстетика*. Философская энциклопедия: в 5 т. Т.5. М.: Советская энциклопедия, 1970. С. 570-577.

Никонова С.Б. *Эстетизация как парадигма современности. Философско-эстетический анализ трансформационных процессов в современной культуре*: авторф. дис. ... док. философ. наук. СПб, 2013. 43 с.

Никонова С.Б. *Язык мифа и миф о языке. Демифологизация модерна и «новое мифологическое мышление»*. Миф и художественное сознание XX века. М.: Канон-плюс, 2011. С. 629-644.

Розин В.М. *Возрождение мифа в эпоху культурных трансформаций модернити // Миф и художественное сознание XX века*. М.: Канон-плюс, 2011. С. 132-151.

Русакова О.Ф., Русаков В.М. *PR-Дискурс: теоретико-методологический анализ*. Екатеринбург: Институт философии и права УрО РАН, 2008. 282 с.

Статкевич И.А. *Эстетизация как способ освоения реальности*. Вестник Нижегородского университета. Серия «Социальные науки». 2009, №3(15). С. 78-84.

Уланович О.И. *Эстетизация медиакоммуникации в контексте эстетизации социальной реальности*. Вестник Евразийского национального университета имени Л.Н. Гумилева. Серия: Исторические науки. Философия. Религиоведение. 2024. Т. 147, №. 2. С. 246-267.

Уланович О.И. *Медиакоммуникация в зеркале постмодерна: наблюдения и предположения*. Альманах КЛИО. Вып. II. М.: Книгодел, 2023. С. 122-130.

Хренов Н.А. *От эпохи бессознательного мифотворчества к эпохе рефлексии о мифе*. Миф и художественное сознание XX века. М.: Канон-плюс, 2011. С. 11-82.

Шатунова Т.М. *Социально-эстетическая онтология современности: эстетизация и глобализация*. Ученые записки Казанского государственного университета. Серия «Гуманитарные науки». 2007, Т. 149. С. 266-280.

Шатунова Т.М. *Социальный смысл онтологии эстетического*: автореф. дис. ... док. философ. наук: 09.00.11. Казань. 2008. 47 с.

Оксана Уланович

Еуропа гуманитарлық университеті, Вильнюс, Литва

Эстетикаландыру қазіргі қоғамды әлеуметтік-мәдени қайта құру макропроцесі ретінде

Аңдатпа. Эстетикаландыру – бұл әлеуметтік кеңістіктің барлық салаларында орын алатын және олардың формаларына ерекше мәнерлілік беру арқылы қоғамдық қатынастарды, әлеуметтік тәжірибелерді және білімдерді қайта құру ретінде сыртқы түрде көрінетін көп өлшемді процесс. Ғалымдар ұсынған эстетикаландыруды түсіндіру нұсқалары, әдетте, процестің белгілі бір көріністерін (саясаттың, тарихтың, спорттың, азаптың, зорлық-зомбылықтың,

соғыстың және т.б.) зерттеуге негізделген. Бұл эстетикаландырудың қалыптасқан көзқарасының бөлшектенуіне және дискреттілігіне және бүгінгі таңда болып жатқан әлеуметтік өзгерістердің ауқымы мен тереңдігін түсінбеуге әкеледі. Эстетикаландыруды зерттеудегі күрделі және пәнаралық тәсілдер оның көріністерінің кең әлеуметтік контекстін қарастыра отырып, құбылысты макропроцесс ретінде тұтас ғылыми тұрғыдан түсінуді ұсынуға мүмкіндік берді. Оның мәні қоғамда адамның және қоғамның физикалық және әлеуметтік өмірінің эстетикалық тартымды сенсорлық-экспрессивті нысандарын құру және ілгерілету болып табылады, олар арқылы әлеуметтік кеңістік аксиологияланады және дүниетаным мен идеологияға сәйкес келетін белгілі бір әлеуметтік тәртіп орнатылады. Мақалада эстетикаландырудың іске асу моделі, оны қоғамда қолдану деңгейлерінің иерархиясындағы төрт өлшемі, атап айтқанда сенсорлық-перцептивті, метафизикалық, мифті тудырушы және идеологиялық түрлері ұсынылған және сипатталған. Эстетикаландыру сезімдегі ләззат пен еркіндікті либерализациялайды, қатысу иллюзиясын тәрбиелейді, қоғамдағы жалғанболмыстың жаппай формаларын қайталайды, жаңа мифологиялық ойлауды және сол арқылы жаңа идеологияны қалыптастырады.

Түйін сөздер: эстетикаландыру; эстетикалық; әлеуметтік шындық; эстетикаландырудың деңгейлік үлгісі; қоғамды идеялық қайта құру.

Aksana Ulanovich

European Humanities University, Vilnius, Lithuania

Aestheticization as a macro-process of social and cultural reconstruction of modern society

Abstract. Aestheticization is a multidimensional process that occurs in all areas of social space and is outwardly manifested as the reconstruction of social relations, social practices and knowledge through emphasizing expressive features of their forms. Definitions of aesthetization suggested by different scientists are based, as a rule, on the study of particular manifestations of the process (e.g., aestheticization of politics, history, sports, suffering, violence, war, etc.). This gives rise to fragmentation and discreteness of the existing vision of aestheticization and generates misunderstanding of the scale and depth of the social changes taking place today. Integrative and interdisciplinary approaches to the study of aestheticization, as well as addressing the broad social context of its manifestations, allowed us to offer a comprehensive scientific understanding of the phenomenon as a macro-process. Its essence lies in the construction and dissemination of aesthetically attractive, sensually expressive forms of the physical and social beingness of a person and society, which is fostering some values and meanings and setting some social order in the society with relevant worldview and ideology. In the article we present and describe a model of how aestheticization is manifested. In this model we identify four dimensions of aestheticization in the hierarchy of levels of its incarnation in the social space: sensory-perceptual, metaphysical, myth-generating and ideological. Aestheticization liberalizes organic pleasure and freedom in the sensual, cultivates the illusion of presence, disseminates in society mass forms of pseudo-reality, shapes new mythological thinking and, thereby, embodies a new ideology.

Keywords: aestheticization; aesthetic; social reality; level model of aestheticization; ideological reconstruction of society.

References:

- Arceo C. *Aestheticization of violence and politics of perception*. Academia Letters. 2021. URL: <https://doi.org/10.20935/AL2289> (accessed: 20.06.2024). [in English]
- Campbell J., Abadie M.J. *The Mythic Image*. Princeton, N.J.: Princeton University Press, 1981. 552 p. [in English]
- Dagalp I., Hartmann B.J. *From «aesthetic» to aestheticization: a multilayered cultural approach*. Consumption Markets & Culture. 2021, № 25 (1). P. 1-20. URL: <https://doi.org/10.1080/10253866.2021.1935900> (accessed: 24.02.2024). [in English]
- Debrix F. *The Sublime Spectatorship of War: The Erasure of the Event in America's Politics of Terror and Aesthetics of Violence*. Millennium Journal of International Studies. 2006. Vol. 34(3). P. 767-791. URL: <https://doi.org/10.1177/03058298060340031> (accessed: 24.02.2024). [in English]
- Eagleton T. *The Ideology of the Aesthetic*. Poetics Today. 1988, No. 9(2). P. 327-338. URL: <https://www.jstor.org/stable/1772692> (accessed: 27.02.2024). [in English]
- Featherstone M. *Consumer Culture and Postmodernism*. London: SAGE Publications, 2007. 232 p. [in English]
- Gumbrecht H.U. *Production of Presence: What Meaning Cannot Convey*. Stanford: Stanford University Press, 2004. 180 p. [in English]
- Hassan P. *Organic Unity and the Heroic: Nietzsche's Aestheticization of Suffering*. Nietzsche on Morality and the Affirmation of Life. Oxford: Oxford University Press, 2022. P. 111-130. URL: <https://doi.org/10.1093/oso/9780198728894.003.0006> (accessed: 27.02.2024). [in English]
- Hegel G.W.F. *Das älteste Systemprogramm des deutschen Idealismus*. Werke. Band 1. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1979. S. 234-237. URL: <http://www.zeno.org/nid/20009176381> (accessed: 20.05.2024). [in English]
- Jameson F. *The Political Unconscious: Narrative as a Socially Symbolic Act*. Ithaca London and New York: Routledge Classics, 2002. 312 p. [in English]
- Lyotard J.-F. *The Postmodern Condition: A Report on Knowledge*. Manchester University Press, 1984. 138 p. [in English]
- Marchiori D. *Media Aesthetics*. Preserving and exhibiting media art. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2013. P. 81-99. [in English]
- Matteucci G. *Everyday Aesthetics and Aestheticization: Reflectivity in Perception*. Studi di estetica. 2017. IV serie, №7. P. 207-227. URL: <https://doi.org/10.7413/18258646013> (accessed: 20.05.2024). [in English]
- Nietzsche F. *Beyond Good and Evil: Prelude to a Philosophy of the Future / Trans. R.J. Hollingdale*. London: Penguin Classic, 1990. 240 p. [in English]
- Schiller F. *On the Aesthetic Education of Man*. New Haven: Yale University Press, 1954. 128 p. [in English]
- Welsch W. *Aesthetics Beyond Aesthetics: Towards a New Form of the Discipline*. Literature & Aesthetics. 1997, №7. P. 7-24. [in English]
- Zagidullina M. *Creating an atmosphere: media aesthetic analysis of journalistic prospects*. Creativity studies. 2020, №13(1). P. 152-163. URL: <https://doi.org/10.3846/cs.2020.11557> (accessed: 20.04.2024). [in English]

Vakulich N.R. *Образование и личность в современном социокультурном пространстве*. Образование в современном мире. Саратов: Саратовский университет, 2009. S. 106-112. [in Russian]

Demidova O.R. *Jestetizacija kak strategija mifotvorčestva: Jemigrantskij variant. Mif i hudozhestvennoe soznanie XX veka*. M.: Kanon-pljus, 2011. S. 511-533. [in Russian]

Kajua R. Mif i chelovek. Chelovek i sakral'noe. M.: OGI, 2003. 296 s. [in Russian]

Kozhemjakin E.A. Diskurs-analiz v sovremennom social'no-gumanitarnom znanii. Chelovek. Soobshhestvo. Upravlenie. 2006, №3. S. 25-39. [in Russian]

Kozyr'kov V.P. Jestetizacija kak sposob sushhestvovaniya sovremennogo obshhestva. Trudy Nizhegorodskogo gosudarstvennogo tehničeskogo universiteta im. R.E. Alekseeva. 2011, №2(87). S. 264-276. [in Russian]

Kolomic G.G. Jestetika i kategorija «jesteticheskoe». Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta. 2007, № 7. C. 115-125. [in Russian]

Losev A.F. Jestetika. Filosofskaja jenciklopedija: v 5 t. T.5. M.: Sovetskaja jenciklopedija, 1970. S. 570-577. [in Russian]

Nikonova S.B. Jestetizacija kak paradigma sovremennosti. Filosofsko-jesteticheskij analiz transformacionnyh processov v sovremennoj kul'ture: avtorf. dis. ... dok. filosof. nauk. SPb, 2013. 43 s. [in Russian]

Nikonova S.B. Jazyk mifa i mif o jazyke. Demifologizacija moderna i «novoe mifologicheskoe myshlenie». Mif i hudozhestvennoe soznanie XX veka. M.: Kanon-pljus, 2011. S. 629-644. [in Russian]

Rozin V.M. Vozobnovlenie mifa v jepohu kul'turnyh transformacij moderniti // Mif i hudozhestvennoe soznanie XX veka. M.: Kanon-pljus, 2011. S. 132-151. [in Russian]

Rusakova O.F., Rusakov V.M. PR-Diskurs: teoretiko-metodologičeskij analiz. Ekaterinburg: Institut filosofii i prava UrO RAN, 2008. 282 s. [in Russian]

Statkevich I.A. Jestetizacija kak sposob osvoenija real'nosti. Vestnik Nizhegorodskogo universiteta. Serija «Social'nye nauki». 2009, №3(15). S. 78-84. [in Russian]

Ulanovich O.I. Jestetizacija mediakommunikacii v kontekste jestetizacii social'noj real'nosti. Vestnik Evrazijskogo nacional'nogo universiteta imeni L.N. Gumileva. Serija: Istoricheskie nauki. Filosofija. Religiovedenie. 2024. T. 147, №. 2. S. 246-267. [in Russian]

Ulanovich O.I. Mediakommunikacija v zerkale postmoderna: nabljudenija i predpolozhenija. Al'manah KLIIO. Vyp. II. M: Knigodel, 2023. S. 122-130. [in Russian]

Hrenov N.A. Otjepohi bessoznatel'nogo mifotvorčestva k jepoherefleksii omife. Mifi hudozhestvennoe soznanie XX veka. M.: Kanon-pljus, 2011. S. 11-82. [in Russian]

Shatunova T.M. Social'no-jesteticheskaja ontologija sovremennosti: jestetizacija i globalizacija. Uchenye zapiski Kazanskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija «Gumanitarnye nauki». 2007, T. 149. S. 266-280. [in Russian]

Shatunova T.M. Social'nyj smysl ontologii jesteticheskogo: avtoref. dis. ... dok. filosof. nauk: 09.00.11. Kazan'. 2008. 47 s. [in Russian].

Авторлар туралы мәлімет

Уланович Оксана Ивановна – психология ғылымдарының кандидаты, доцент, Еуропалық гуманитарлық университеті, Савичяус көш., 17, 01127 Вильнюс, Литва. <https://orcid.org/0000-0003-3256-6116>, aksana.ulanovich@ehu.lt.

Information about authors

Ulanovich Aksana – PhD in Psychology, docent, European Humanities University, Savichiaus str. 17, 01127, Vilnius, Lithuania. <https://orcid.org/0000-0003-3256-6116>, aksana.ulanovich@ehu.lt.

Сведения об авторах

Уланович Оксана Ивановна – кандидат психологических наук, доцент, Европейский гуманитарный университет, ул. Савичяус, 17, 01127, Вильнюс, Литва. <https://orcid.org/0000-0003-3256-6116>, aksana.ulanovich@ehu.lt.

Статья поступила в редакцию 15.08.2024; одобрена после рецензирования 15.09.2024; принята к публикации 30.11.2024.