

Юлия Робертовна Горелова

Сибирский филиал Российского научно-исследовательского института культурного и природного наследия имени Д. С. Лихачева, Сибирский государственный автомобильно-дорожный университет, кандидат исторических наук, доцент, ученый секретарь, доцент кафедры архитектурно-конструктивного проектирования, Омск, Россия
e-mail: gorelovaj@mail.ru

Аксиология городской культуры: категория «прекрасное» в оценке городских пространств современными горожанами

Аннотация. В статье анализируется сфера ценностей современных горожан с позиций городской антропологии и в соотнесенности с установками классической эстетики. Автором выделяются основные смысловые блоки и анализируется динамика изменения смыслов категории «прекрасное» в ее современном наполнении. Выявляются смыслы эстетических ценностей как культурных стереотипов восприятия и оценки городских пространств.

Ключевые слова: ценностные установки горожан, эстетические представления, прекрасное.

Julia R. Gorelova

Siberian Branch of Likhachev Russian Research Institute for Cultural and Natural Heritage, Siberian State Automobile and Highway University, Candidate of Historical Sciences, Associate Professor, Scientific Secretary, Associate Professor of the Department of Architectural and Structural Design, Omsk, Russia
e-mail: gorelovaj@mail.ru

Axiology of Urban Culture: The Category of “Beautiful” in the Assessment of Urban Spaces by Modern Citizens

Abstract. The article analyses the sphere of values of modern citizens from the standpoint of urban anthropology and in relation to the attitudes of classical aesthetics. The author identifies the main semantic blocks and analyses the dynamics of changes in the meanings of the category “beautiful” in its modern content. The meanings of aesthetic values as cultural stereotypes of perception and assessment of urban spaces are revealed.

Keywords: value attitudes of citizens, aesthetic ideas, beauty.

Введение (Introduction)

Город для горожан — не только место их фактического пребывания, но и объект их восприятия, оценки, прочтения (осмысления) и переживания. Однако все эти процессы у разных категорий горожан в разное время, в зависимости от ситуации, протекают с той или иной долей осознанности. Специалисты по современной антропологии города утвердились в понимании того, что осмысление и аксиологическое соотнесение себя с конкретным пространством — одна из естественных потребностей человека. Следует согласиться с мнением Г. В. Горновой о том, что «...культура производится и воспроизводится в городе, важно изучать культурные феномены (знания, верования, ценности, идеалы, мифы и др.), связанные уже с конкретной городской средой, применение аксиологического подхода позволит выделить своеобразие связи универсальных и локальных городских смыслов и ценностей в физическом и метафизическом пространстве конкретного города» [1, с. 67].

В рамках аксиологического подхода в поле зрения исследователя попадают ценности и идеалы, определяющие не только восприятие окружающего пространства, но и модели и способы деятельности в нем. Эстетические ценности, наряду с другими культурными ценностями, оказывают значительное влияние на процессы восприятия, оценки, прочтения и переживания как отдельных городских объектов и пространств, так и всего города в целом. В рамках настоящей публикации мы проанализируем смысловые оттенки в восприятии современными горожанами эстетической категории «прекрасное» в сопоставлении современных смыслов с основным багажом эстетической мысли. Данное исследование стало началом серии исследований, направленных на выявление влияния эстетического аспекта на восприятие, оценку, переживание и наделение ценностью различных городских пространств и отдельных объектов.

В рамках исследовательской парадигмы городской антропологии признается, что «человек не просто существует

в пространстве города как единица социума, а испытывает к городу вполне определенные чувства, причем спектр их переживаний достаточно широк: любовь, неприязнь, равнодушие, жалость, гордость, восхищение... Город находит свое место в системе ценностей человека» [1, с. 67–68]. В рамках настоящей публикации, опираясь на наработки в области городской антропологии и аксиологии культуры, мы намерены выявить ценностные установки современных горожан, фиксирующие их чувства и эмоции, регулирующие процессы оценки и восприятия окружающего пространства города, феноменов окружающей культурной реальности и влияющие на процессы формирования культурной идентичности.

Актуальность заявленной проблематики определяется еще и тем, что настоящий этап характеризуется такой опасной тенденцией, как размывание сферы эстетических идеалов и ценностей. Для умонастроений современного человека характерна потеря генеральных векторов и ориентиров в сфере эстетического, размывание границ между эстетическими ценностями, которые всегда считались полярными друг другу, а именно такими, как «прекрасное и безобразное», «возвышенное и низменное» и т. д. Те факты и явления, которые еще несколько лет назад общество оценивало как безобразные и отвратительные, сегодня зачастую воспринимаются как явления обыденные, а иногда они даже попадают в категорию желанного, ценного, прекрасного. Порой стремление к толерантности перерастает в привычку к аксиологической всеядности. Мы совершенно согласны с мнением Г. П. Выжлецова о том, что «в постнеклассический период 1980–2010-х годов эстетика оказывается в условиях постмодернистской культуры, в которой функционируют не сами по себе ценности и/или их антиподы, а ценностные противоположности — взаимосвязанные, взаимопроницающие и взаимопереходящие друг в друга. Добро и зло, красота и безобразие, искусство и его суррогаты незримо меняются здесь местами» [2, с. 91]. Эти факты говорят о смене векторов восприятия ключевых категорий эстетики и нуждаются как минимум в глубоком изучении.

Методы (Methods)

Многоаспектность заявленной проблематики предопределила полидисциплинарность исследования, необходимость обращения к различным методам и парадигмам. В частности, автором использован эвристический потенциал эстетики, аксиологии, городской антропологии, феноменологии, герменевтики, культурологии для определения динамики смыслового наполнения категории «прекрасное» и соотношения диапазона смыслов с пониманием прекрасного современными горожанами. Для выявления приоритетов в восприятии категории «прекрасное» современными горожанами использован метод опроса (открытый вопрос) — один из основных методов социологических исследований.

Литературный обзор (Literature Review)

Категория прекрасного, как одна из ключевых категорий эстетической мысли, естественно, привлекала к себе умы всех мыслителей прошлого. Практически нет ни одного

крупного философа, который бы в той или иной мере не коснулся этой проблематики. Вслед за античными философами — Сократом, софистами, Платоном, Аристотелем, Платином, Цицероном, Витрувием, категорию прекрасного анализировали в своих трудах и средневековые философы, и гуманисты Возрождения, философы эпохи Нового времени Дэвид Юм, Эдмунд Берк. Мощнейший вклад в исследование прекрасного внесли труды немецких философов И. Канта и Г. В. Ф. Гегеля и др. Впоследствии эстетическая мысль обогатилась феноменологической эстетикой Р. В. Ингардена, марксистскими представлениями об искусстве как о части «надстройки», которая зависит от социально-экономического «базиса», структуралистскими идеями Р. Барта. Процесс познания искусства и эстетика как часть герменевтики, интерпретирующая прекрасное, разрабатываются Х.-Г. Гадамером. Мощным вкладом становятся труды семиотической школы и работы Э. Гуссерля, Ф. де Соссюра, Ю. М. Лотмана. Представители формальной школы искусствоведения А. Гильдебранд и Г. Вельфлин также внесли свой вклад в исследование эстетического восприятия, в частности восприятия пространства. С развитием эстетики постмодернизма и деконструктивизма категория «прекрасное» решительно начинает терять свои привычные границы, намечаются серьезные переломные моменты, давшие начало множеству как позитивных, так и негативных процессов, как в сфере искусства, так и за его пределами.

Аспекты восприятия пространства и, в частности, аспекты эстетического восприятия и оценки затрагивались в трудах представителей бихевиоризма и гештальтпсихологии. В рамках гештальтпсихологии получает развитие идея о том, что результатом процесса восприятия является формирование целостного образа, в котором различные характеристики среды, в том числе и визуально-эстетические, находятся в неразрывном единстве. Разработка данного направления связана с исследованиями В. Келлера, К. Коффки, М. Вертхаймера. Развитие идей психологии восприятия нашло отражение в работах Р. Арнхейма, Дж. Голда и др.

Определенный интерес вызывают исследования городской ментальности, в том числе с позиций социальной психологии, рассматривающей основные парадигмы группового сознания. В данном случае из зарубежных исследователей можно упомянуть работы С. Милгрэма и Д. Майерса, из отечественных — Б. Д. Парыгина, В. В. Новикова, А. В. Брушлинского, Г. В. Аكوпова и др. Однако, рассматривая в целом образные характеристики городской среды, складывающиеся на основе визуальных, аудиальных, темпоральных, социально-психологических и иных факторов, исследователи не ставили своей целью проследить роль эстетических идеалов в общей массе установок городской ментальности. При этом эвристический потенциал указанной отрасли знания для данного исследования обоснован тем, что целый блок смысловых оттенков прекрасного, как показало исследование, связан именно с психологическими характеристиками, удовлетворяющими те или иные базовые эмоциональные потребности горожан, такие как безопасность, освоение и присвоение пространства (восприятие с позиций «родной/чужой»), потребность в ощущении счастья и радости и др. Ракурс настоящего исследования предполагает обращение

и к опыту, накопленному в рамках такого направления, как аксиология культуры, опирающегося на труды Г. Риккерта, Н. Гартмана.

Стоит отметить, что категория прекрасного в настоящее время чаще рассматривается либо в историко-философском контексте, либо при анализе парадигмальных мировоззренческих сдвигов [3; 4; 5], либо с точки зрения оценки современного искусства [6; 7; 8; 9; 10]. Аспект влияния категории прекрасного на восприятие людьми окружающего их пространства, как правило, не привлекает пристального внимания исследователей, хотя отдельные аспекты данной проблематики затрагиваются в исследованиях, так или иначе связанных с оценками восприятия городской среды отдельных городов [11; 12; 13; 14; 15; 16; 17; 18; 19; 20].

Результаты и обсуждение (Results and Discussions)

Воспринимая окружающую действительность, то или иное пространство, человек всегда соотносит результаты своего непосредственного наблюдения со всем багажом имеющегося у него социокультурного опыта, определяемого принадлежностью к определенным социальным и культурным группам и сообществам. При этом на процесс первичного восприятия, когда непосредственно воспринимается конкретный фрагмент действительности, всегда влияют результаты как прошлого опыта восприятия подобных объектов и пространств, так и результаты вторичного восприятия, а именно результаты восприятия отражений реальных объектов и пространств, запечатленные в художественных, научных, публицистических текстах, в визуальных текстах (изобразительное искусство, фотография, медиа...), в музыкальных произведениях и др. Часть этого багажа составляет эстетические идеалы и представления, которые, с одной стороны, формируются на основании знакомства человека с основными, утвердившимися в обществе концепциями прекрасного; с другой, эстетические оценки одних и тех же объектов и пространств у разных людей могут очень сильно различаться, и в этом смысле можно вспомнить известную поговорку «На вкус и цвет товарищей нет».

Логика изложения материала предполагает необходимость краткой характеристики основных смысловых граней данной категории с точки зрения классической эстетики, что позволит понять, какие тенденции эстетической мысли прошлого наиболее востребованы сегодня и активно применяются горожанами, в том числе для оценки городских пространств. При этом мы, разделяя мнение многих современных исследователей, под классической эстетикой подразумеваем традиции эстетической мысли, заложенные трудами античных мыслителей и развитые в трудах Канта и Гегеля. Для классической эстетики характерно признание метафизических оснований эстетического опыта, созерцание эстетического объекта на основе его чувственного восприятия; особое эстетическое наслаждение как свидетельство актуализации созерцательного процесса и некоторые другие постулаты, относящиеся именно к сфере искусства и связанные с принципами формирования и существования художественных образов [21, с. 91]. С эпохи модернизма начинается постепенный переход от принципов классичес-

кой эстетики к эстетике неклассической и далее к постнеклассической [22, с. 8].

Хотелось бы отметить, что на современном этапе проблема смены эстетических парадигм и установок, несомненно, привлекает внимание ученых. Так, например, И. П. Никитина утверждает, что в современном мире понятие «прекрасное» перестает быть не только основной категорией искусства, но и современной философии искусства в целом. При этом, продолжая традицию, заявленную еще софистами, автор склоняется к мысли, что «...красота, как и иные эстетические качества, не является естественным свойством вещей; как и добро или истина, она не присуща вещам, рассматриваемым сами по себе; ...красота, подобно всем другим эстетическим качествам, основывается на чувственном восприятии и соединяет в себе чувственно-эмоциональное и социальное содержания, связанные с принятыми ценностями, традициями, образцами, идеалами и т. п.» [6, с. 110]. Вопрос об объективности категории «прекрасного» всегда был одним из ключевых в эстетике. Платон и Аристотель полагали, что «прекрасное» — объективно существующая категория, пребывающая в вещах, а человек может только открывать его. По мнению же софистов, «прекрасное» — категория субъективная, творимая восприятием людей. Люди склонны называть прекрасным то, что им нравится. Смысловое наполнение греческих терминов «*kalos*» (красота) и «*kalos*» (прекрасный) заложили основу для понимания категории прекрасного в античном сознании. Кроме собственно «красоты» в смысловое поле «прекрасного», понимаемого в том числе как ценностная и оценочная категории, входили такие смысловые оттенки, как «совершенство», «высшая степень притягательности», «идеал». Категория «прекрасное» всегда связывалась с категориями ясности, уравновешенности, гармонии, соразмерности, симметрии, упорядоченности структуры, определенности, порядка, органической целостности. При этом отмечался и аспект выразительности и отсутствия монотонности. «Прекрасное» определялось как яркое и цветущее. Проведенное нами исследование показало, что данные смысловые оттенки не потеряли сегодня своей значимости и продолжают определять смысловое наполнение категории «прекрасное» (что мы и покажем на конкретных эмпирических примерах ниже).

Важным вкладом античных мыслителей стало признание единства этического, аксиологического и эстетического аспектов. Прекрасное мыслилось как «доброе». При этом уже Платон размышлял над универсальным аксиологическим смыслом прекрасного, пытаясь понять «что есть прекрасное для всех и всегда». Греческая «*kalokagathia*» означала по сути «прекрасно-доброе». А. Ф. Лосев указывал, что такое понимание могло возникнуть только в эпоху, в которой этическое и эстетическое сознание были синкретичны, едины. Нравственная и физическая красота мыслились в нерасторжимом единстве, составляя ясную и уравновешенную гармонию [23, с. 105].

Плотин утверждал, что красота и существует, и постигается на разных уровнях, при этом способы постижения прекрасного для разных уровней также различаются. Высший принцип красоты — Божественная красота, она существует

объективно и постигается не на уровне чувств, а на уровне разума. Красота природы также существует объективно, но постигается уже не разумом, а чувствами, следовательно, в силу их несовершенства, на этом уровне уже появляются различия в восприятии красоты. Третий уровень красоты — красота человеческая, выражающаяся как в человеческих добродетелях (качествах), так и в произведениях искусства (вещах, созданных человеком). Согласно Плотину, красота — показатель оптимума бытия, «прекрасное есть не что иное, как цветущее на бытии» [24, с. 582].

Средневековые мыслители делали акцент на том, что принцип красоты способен помочь людям осмыслить Бога и его творение. Эпоха Возрождения вернула смысловые коннотации гармонии, симметрии, пропорциональности, пытаясь уравновесить ценности божественной, природной и человеческой красоты.

Новое время, как эпоха обостренных гносеологических поисков, с новой силой поставило «на повестку дня» проблему субъективности существования прекрасного. В данном случае уместно вспомнить позицию Д. Юма, по мнению которого: «Прекрасное не есть качество, существующее в самих вещах; оно существует исключительно в духе, созерцающем их... Один может видеть безобразное даже в том, в чем другой чувствует прекрасное... <...> и верно сказано в пословице, что о вкусах не спорят» [25, с. 625]. Д. Юм признавал, что «прекрасное» существует не в самих вещах, а в их восприятии, у каждого человека свое «прекрасное», и для него оно существует, но при этом может не существовать для других. И. Кант неоднократно подчеркивал связь осознания прекрасного с понятием вкуса. «...Суждение вкуса не есть познавательное суждение, тем самым оно не логическое, а эстетическое суждение, под которым понимают то суждение, определяющее основание которого может быть *только субъективным*» [26, с. 40]. Признавая иерархичность категории прекрасного, прекрасное в природе он ценил выше прекрасного в искусстве, призванного возвышать человека, поднимая его в сферу трансцендентного. Значимым аспектом «прекрасного», согласно И. Канту, был этический аспект. Истинно прекрасное мыслилось только как доброе и нравственное. При этом признавался и аспект целесообразности. Этический аспект также проявлен в воззрениях современных горожан, однако можно отметить снижение осознанности связи между этическим и эстетическим началами и смещение вектора оценки целесообразности в сторону внешней презентабельности.

Гегель в определении красоты был близок к Платону, понимая ее как единство высшего разума, высшей истины и высшего блага. Он считал, что в своем высшем аспекте принцип красоты объективен, хотя и трансцендентен этому миру, красота природы уже производна (вторична). Неотъемлемыми качествами прекрасного признавались симметрия, пропорция, ритм, берущие начало всё в тех же провозглашенных еще античными мыслителями принципах гармонии и упорядоченности.

Из вышеприведенного краткого обзора следуют несколько значимых для настоящего исследования выводов. Во-первых, в истории эстетической мысли позиции об объективности и субъективности принципа прекрасного сменяли

друг друга неоднократно, и, судя по всему, поставить точку в этой дискуссии невозможно. Представляется целесообразным признать как факта объективного существования самого принципа прекрасного (существующего объективно и как сам принцип и проявляющегося в конкретных вещах, предметах и явлениях этого мира), так и реальности субъективного к нему отношения и восприятия. В данном случае кажущаяся противоречивость утверждений преодолевается утверждением принципа иерархичности в постижении различных аспектов прекрасного. Признание иерархичной природы прекрасного традиционно для классической эстетики. Современные философы, развивая данные построения, предлагают различать «красоту» как более высокий принцип и «красивость». При этом признается, что «красота», как высший принцип, не всегда вербализуема и может быть недоступна постижению реципиентов в конкретной визуальной или аудиальной форме. «Красивость» — поверхностное понятие, оно опирается на внешние характеристики и детерминировано влиянием времени, вкуса, моды. «Красивость — лишь подобие красоты, ее муляж. Вся так называемая эстетика “гламура” основывается именно на красивости» [7, с. 494]. Красота — глубокий принцип, она объективна и вечна, а красивость субъективна и динамична по самой своей сути.

Второй вывод заключается в следующем. В понимании «прекрасного» можно выделить три основных смысловых блока. Первый связан с самой сутью концепта «прекрасного» и опирается, прежде всего, на визуально воспринимаемые характеристики. Второй блок этико-аксиологический, в него входят все смыслы «прекрасного», связанные этической сферой, сферой отношений, базовых психоэмоциональных реакций и ценностей. Третий блок определяет положение «прекрасного» по отношению к этому миру, миру повседневности и обыденности, параметры его существования в особом времени и пространстве.

В эстетическом освоении культурного пространства человек, с одной стороны, опирается на визуальные характеристики, с другой, пропуская их через свой внутренний мир, мир чувств, эмоций и ценностей, формирует стереотипы восприятия определенных визуальных феноменов, что влияет на формирование его идентичности, в нашем исследовании — городской идентичности. Эстетическое освоение пространства города напрямую связано с аффективным и ценностно-смысловым компонентами структуры городской идентичности [27, с. 14–15].

Для выявления смыслов понимания категории прекрасного современными горожанами мы провели опросы. В соответствии со спецификой целей и задач исследования был применен метод квотной выборки с учетом половозрастных критериев и на основании параметров генеральной совокупности [28]. В результате подсчетов по стандартной формуле расчета выборки мы получили контрольные цифры выборки. Всего было опрошено 745 человек. В соответствии с задачами исследования был выбран метод открытого вопроса, позволивший выявить всё богатство смысловых оттенков в восприятии данной категории. Респондентам было предложено ответить на вопрос «Что такое прекрасное? Охарактеризуйте в трех определениях». Обращаем внимание

на то, что возможность выбора респондентом трех ответов определила специфику распределения процентов по соответствующим категориям (в сумме количество процентов превышает 100).

Всё многообразие полученных ответов мы разделили на три больших блока, упомянутых ранее. При этом специфика полученных ответов предопределила необходимость выделения промежуточных подблоков. Таким образом, первый сущностно-визуальный блок был сформирован такими подблоками, как «красота (визуальная привлекательность)»; «выразительность/яркость/своеобразие»; «структура (гармония/целостность)». Во второй блок вошли такие подблоки, как «оценка (великолепное/превосходное)», «впечатление (волнение/умиротворение, удивление, восхищение)»; «чувство (счастье, радость, любовь, спокойствие)»; «ценность/значимость/статус», «этика (добро, чистота, возвышенность)». Третий блок состоит из двух основных подблоков — «божественность/чудо» и «вечность».

Ответы первого блока в общей сложности набрали 106 %, ответы второго блока — 160 %, третьего — 21 % (цифры 106 и 160 возникли по причине возможности выбора одним респондентом трех определений прекрасного). Таким образом, блок, связанный с отношениями и психоэмоциональными реакциями, занял лидирующие позиции в восприятии «прекрасного», опередив блок визуальных характеристик. Однако в единичном рейтинге определений «прекрасное» как «красивое» набрало более всего выборов (404 ответа респондентов), на втором месте в единичном зачете определение «прекрасного» как «великолепного» (202 выбора), на третьем месте «восхитительное» (115 выборов). Таким образом, факт визуальной привлекательности, несомненно, выступает определяющим в восприятии прекрасного. При этом категория «великолепного» отсылает нас к признанию значения «прекрасного» как высшего блага, т. е. наилучшего для человека. Данный аспект, как и аспект «восхищения» — одной из базовых человеческих эмоций, подчеркивает осознанность современными людьми необходимости соотношения «прекрасного» с человеком, его потребностями.

Если более конкретно остановиться на анализе ответов, то можно отметить следующее. Ответы, вошедшие в первый блок «красота/визуальная привлекательность», выбрали 84 % респондентов. При этом, кроме собственно категории «красивое», набравшей 64 % (от всех выборов внутри блока) и таким образом занявшей первое место в своем блоке, в данный блок вошли такие позиции, как «очаровательное» (второе место), эстетичное и изящное (поделили третье место в силу равного количества выборов). Кроме того, часто встречались такие ответы, как изысканное, прелестное, радующее, глаз, неотразимое, утонченное, милое, элегантно, изящное.

Блок «выразительность/яркость/своеобразие» набрал 18 %. Он состоял из подблоков «выразительность/своеобразие» и «яркость/свет». В первом подблоке на первое место по частотности выборов вышло определение «прекрасного» как «живописного», второе место поделили такие определения, как выразительное, шедевальное, отличающееся. Кроме того, неоднократно встречались такие определе-

ния, как «неповторимое», «исключительное», необычное, несравненное. Во втором подблоке первое место заняло определение «прекрасного» как «светлого», второе место поделили определения «яркое» и «блестящее». На третьем месте — «блистательное», «сияющее».

Блок «структура (гармония/целостность)» набрал всего 4 %, что свидетельствует о неосознанности большинством современных горожан ценности данных характеристик «прекрасного». В данном случае необходимо проведение дополнительных исследований среди экспертов-профессионалов как лиц, для которых восприятие «прекрасного» входит в сферу их профессиональных компетенций, что, несомненно, станет предметом дальнейших исследований.

В целом блок «оценка (великолепное/превосходное)» набрал 70 %. Мы уже отмечали выше, что несомненным лидером в рамках данного блока стало определение «прекрасного» как «великолепного». На втором месте категория «замечательное», на третьем — «превосходное». Далее следуют такие определения, как «хорошее», «отличное», «идеальное», «лучшее», «совершенное», «бесподобное».

Определения из блока «впечатление (волнение/умиротворение, удивление, восхищение)» выбрали 53 % респондентов. В данном случае несомненным лидером стало определение «прекрасного» как «восхитительного». Значимость эмоциональной реакции удивления проявилась в том, что определение прекрасного как «удивительного» оказалось на втором месте в данном подблоке. Третье место определила эмоция вдохновения через определения прекрасного как «вдохновляющего». Четвертое место поделили такие определения, как «приятное», «привлекательное», «потрясающее», «изумительное». Далее следуют такие определения, как «умиротворяющее», «интересное», «обворожительное», «пленительное», «притягательное», «паразитическое».

Блок, связанный с чувствами счастья, радости, любви и умиротворения, выбрали всего 11 респондентов. «Пре-красное» как счастливое отметили всего 20 респондентов, еще меньше определили его как «радостное» (10), «родное» (10). Кроме того, встречались ответы «любимое», «нежное», «душевное».

Блок «этика (добро, чистота, возвышенность)» набрал 12 %. Первое место поделили определения «доброе» и «чистого» (по 20 выборов). Кроме того, «прекрасное» определялось как «величественное», «одухотворенное», «возвышенное», «высокое», «безупречное», «духовное». Низкая частотность выборов определений из данного блока, возможно, свидетельствует о нарушении традиционных связей между этическим и собственно эстетическими смысловыми аспектами «прекрасного». В большинстве эстетических концепций древности понятие прекрасного необходимо включало в себя этический аспект доброго и справедливого, собственно, как и аспекты возвышенного, величественного и совершенного, что фиксировалось в самих терминах (мы имеем в виду и греческую «kalokagathia», и библейское «tob»).

Интересные выводы дает анализ процентов выбора различных определений в категории «ценность/значимость/статус». Исследование показало, что собственно аксиологический аспект «прекрасного» практически не осоз-

нается современными людьми. Только 1 % респондентов определил «прекрасное» как что-то «ценное» и «нужное». Еще меньше определили его как «бесценное», «значимое» и «важное». Зато как «роскошное» и «шикарное» его определили 6 % респондентов. Это свидетельствует о смещении ценностей в сторону внешней презентабельности при отсутствии глубины осознания действительной ценности и значимости.

Третий блок, состоящий из двух основных подблоков — «божественность/чудо» и «вечность», в совокупности набрал 21 %. При этом из них 20 % — это выборы респондентов определений из подблока ««божественность/чудо» и только 1 % определили прекрасное как «вечное». В блоке «божественность/чудо» 81 человек отметил прекрасное как «чудесное», на втором месте (по 17 выборов) — «невероятное» и «волшебное». Далее следуют чудное, сказочное, божественное, дивное.

Среди интересных вариантов ответов респондентов можно отметить определения «прекрасного» как «живого», «одушевленного», «природного», «звучного». Несмотря на незначительность количества таких ответов, в истории эстетической мысли мы встречаем отсылки к данным смысловым аспектам, о чем мы уже упоминали выше.

Исследование также включало второй блок вопросов, связанных с оценкой горожанами городских пространств в категориях эстетики. Были заданы вопросы о том, какие пространства воспринимаются прекрасными, а какие безобразными, с просьбой указать причину тех или иных выборов. Рамки настоящей публикации, к сожалению, не позволяют полностью раскрыть данный содержательный блок. Однако необходимо озвучить некоторые основные положения.

Во-первых, всё многообразие ответов мы разделили на две большие категории «места/пространства» и «объекты». В категории «места/пространства» респонденты как отмечали крупные структурные единицы городского пространства («центр» и «окраины»), так и выделяли пространства мезоуровня («центральные/главные улицы»), а также конкретные места и пространства («Любинский проспект», «ул. Либкнехта» и др.). В этом блоке вопросов значимый источник информации — часть вопроса, связанная с просьбой прояснения причины выбора того или иного пространства или объекта. Именно анализ этих данных позволил выявить влияние ключевых эстетических ценностей на оценку конкретных городских пространств.

«Центр» (4 %) оказался прекрасен в связи с тем, что «красив», «приятен», «можно показать гостям с гордостью» (аспект внешней презентабельности). Окраины (менее 1 %) — «родные», «зеленые». Центральные улицы (30 %) — красивы, гармоничны, можно гордиться, атмосферны (приятны), обладают исторической ценностью (аспект времени). Среди центральных улиц особое место занял Любинский проспект (практически половина от всех выборов по центральному улицам). Кроме него упоминались такие улицы, как Либкнехта, пр. К. Маркса, Камергерский переулок, ул. Тарская, Б. Хмельницкого, Казачья слобода (хотя это не официальное название части пространства в границах улицы Красных Зорь). Площади так же упоминались (Соборная, Привокзальная, Бухгольца), но в данном случае

респонденты не пояснили своего выбора. Рекреационные объекты, такие как парки, скверы, бульвары и набережные (32 %), были названы прекрасными, так как красивы, приятны, даруют спокойствие и умиротворение.

В категории объектов можно было четко увидеть объекты: во-первых, связанные с торговой, спортивной и культурно-досуговой функцией; во-вторых, храмы; в-третьих, исторические памятники архитектуры; в-четвертых, промышленные объекты; в-пятых, инженерные сооружения. Среди объектов первой категории (34 %), внутри которой лидирующее положение заняли театры (88 % от всех выборов в данной группе), основными причинами отнесения к категории «прекрасных» объектов стали следующие факторы. Была отмечена как внешняя красота и привлекательность, яркость и выразительность, так и то, что их деятельность связана со сферой искусства (аспект прекрасного, выражающийся через формирование художественных образов, сфера эстетического, прекрасного). В данном случае «прекрасное» проявилось в том числе как «интересное». Храмы (4 %) были связаны с такими определениями, как «красота», «величие», «возвышенность», «очарование», «чистота», «светлое», «умиротворение». Для исторических памятников (3 %) прекрасное проявилось как красивое, пропорциональное, радующее глаз, создающее приятное впечатление. Инженерные сооружения (6 %), в основном мосты, были просто охарактеризованы как красивые.

Таким образом, для данного исследования важно отметить, что, несомненно, «прекрасное» воспринимается горожанами как фактор оценки окружающих объектов и пространств, а эстетический аспект играет значимую роль в системе ценностей.

Заключение (Conclusions)

Понимание «прекрасного» в восприятии основной массы современных горожан в целом находится в смысловых границах традиционной классической эстетики, заложенной еще античными мыслителями — Кантом, Гегелем и другими выдающимися философами. В понимании «прекрасного» можно выделить три основных смысловых блока. Первый блок, связанный с визуально воспринимаемыми характеристиками, включил в себя такие подразделы, как «красота», «выразительность/яркость/своеобразие», «структура/гармония/целостность». При этом категория «красота» заняла лидирующие позиции, как минимум в два раза превысив все остальные ответы респондентов, что опять же служит показателем традиционности эстетических представлений современных горожан.

Во второй блок вошли такие подблоки, как «оценка (великолепное/превосходное)», «впечатление (волнение/умиротворение, удивление, восхищение)»; «чувство (счастье, радость, любовь, спокойствие)»; «ценность/значимость/статус», «этика (добро, чистота, возвышенность)». В данном случае необходимо отметить, что лидирующие позиции в понимании «прекрасного» заняли определения его как «великолепного» и «восхитительного».

Третий блок зафиксировал положение «прекрасного» по отношению к этому миру, миру повседневности и обыденности, параметры его существования в особом времени

и пространстве. В него вошли такие подблоки, как «божественность/чудо» и «вечность».

Этический блок набрал достаточно мало выборов респондентов. Низкая частотность выборов определений из данного блока свидетельствует, по нашему мнению, о нарушении традиционных связей между этическим и собственно эстетическими смысловыми аспектами «прекрасного» и в целом о разрушении связей данных блоков в системе ценностей современных горожан. Кроме того, исследование показало, что собственно аксиологический аспект «прекрасного» практически не осознается современными людьми. Только 1 % респондентов определил «прекрасное» как что-то «ценное» и «нужное». Еще меньше обозначили его как «бесценное», «значимое» и «важное». Зато как «роскошное» и «шикарное» его определили 6 % респондентов. Это свидетельствует о смещении ценностей в сторону внешней

презентабельности при отсутствии глубины осознания действительной ценности и значимости.

Хотелось бы отметить необходимость дальнейших исследований в сфере динамики эстетических представлений современных горожан, потому как «...именно эстетика может стать на данном этапе развития культуры квинтэссенцией ее содержания, объединяющим культурологическим стержнем, значимым критерием ее развития...» [2, с. 92].

Исследования ценностных представлений горожан, в частности особенности критериев эстетической оценки окружающей культурной реальности, призваны способствовать выявлению базовых компонентов культурно-ценностной матрицы, определяющей особенности восприятия городских пространств и формирования позитивной культурной идентичности.

Библиографический список

1. Горнова Г. В. Городская идентичность: философско-антропологические основания : моногр. Омск : Амфора, 2019. 167 с.
2. Выжлецов Г. П. Предмет и начало эстетического знания в истории культуры // Вестн. С.-Петерб. ун-та. Сер. 17. Философия. Конфликтология. Культурология. Религиоведение. 2014. № 3. С. 87–94.
3. Кондрашов П. Н., Артемова А. А. Историчность содержания эстетической категории прекрасного // Научные исследования: от теории к практике. 2014. № 1 (1). С. 293–296.
4. Хачикян Я. И. Гегель об эстетической категории безобразного // Философские науки. 2011. № 7. С. 95–103.
5. Столович Л. Н. Аксиологический подход к эстетическим категориям в эстетическом учении Иммануила Канта // Кантовский сборник : межвуз. тем. сб. науч. тр. 1991. № 1 (16). С. 40–48.
6. Никитина И. П. Понятие «прекрасное» в современной трактовке эстетических категорий // Вестн. ВГИК. 2019. Т. 11, № 3 (41). С. 107–113.
7. Бычков В. В. Постнеклассическая философия искусства // Искусствознание. 2010. № 3-4. С. 487–519.
8. Филоненко Н. С. Красота как эстетическая категория в творчестве А. И. Солженицына: взгляд отечественных и зарубежных исследователей // Наследие А. И. Солженицына в современном культурном пространстве России и зарубежья (к 95-летию со дня рождения писателя) : сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф. Рязань : Изд-во «Концепция», 2014. С. 183–190.
9. Мусат Р. П. Художественно-эстетические категории в системе художественной картины мира // Наука и мир. 2015. Т. 1, № 8 (24). С. 115–117.
10. Коваль М. В. Восприятие художественных произведений искусства через призму эстетических категорий // Символ науки. 2016. № 11-2 (23). С. 122–124.
11. Габидулина С. Э. Психосемантика городской среды: Объективные и субъективные факторы отношения горожан к элементам городского ландшафта : автореф. дис. ... канд. психол. наук. М., 1991. 22 с.
12. Сазонов Д. Н. Социально-психологические особенности репрезентации городской пространственно-предметной среды у жителей города : дис. ... канд. психол. наук. Белгород, 2009. 153 с.
13. Шемелина О. С., Ванина О. Е. Особенности восприятия городской среды жителями малых городов (на примере городов Новосибирской области) // Баландинские чтения : сб. ст. VIII науч. чтений памяти С. Н. Баландина (Новосибирск, 18–20 апреля 2013 г.). Новосибирск, 2014. С. 386–395.
14. Шемелина О. С., Ванина О. Е. Психологические аспекты восприятия городской среды крупного города (на примере г. Новосибирска) // Баландинские чтения : сб. ст. VIII науч. чтений памяти С. Н. Баландина (Новосибирск, 18–20 апреля 2013 г.). Новосибирск, 2014. С. 395–404.
15. Горелова Ю. Р. Городская среда в восприятии жителей крупного провинциального города (на материалах г. Омска) // Урбанистика. 2017. № 1. С. 51–60. DOI: 10.7256/2310-8673.2017.1.21203
16. Горелова Ю. Р., Межевикин И. В. Образ крупного города в восприятии его жителей // Вестн. Ом. гос. пед. ун-та. Гуманитар. исслед. 2016. № 4 (13). С. 15–18.
17. Горелова Ю. Р. Образ города в восприятии горожан : моногр. М. : Рос. науч.-исслед. ин-т культур. и природ. наследия им. Д. С. Лихачева, 2019. 154 с.
18. Иванова Т. В. Ментальность, культура, искусство: проблема соотношения // Психология искусства. Самара : Изд-во СамГПУ, 2002. Т. 1. С. 130–141.
19. Иванова Т. В. Психология восприятия комического. Самара : Изд-во СамГПУ, 2002. 142 с.
20. Пидодня Ю. А. Восприятие образа города (социально-психологический аспект) // Успехи современного естествознания. 2004. № 7. С. 72–73.

21. Бычков В. В. Постнеклассическая эстетика: к вопросу о формировании современного эстетического знания // Философский журнал. 2008. № 1. С. 90–108.
22. Маньковская Н. Б. Эстетика постмодернизма. СПб. : Алетейя, 2000. 347 с.
23. Лосев А. Ф., Шестаков В. П. История эстетических категорий. М. : Искусство, 1965. 376 с.
24. Лосев А. Ф. История античной эстетики. Поздний эллинизм. Харьков : Фолио ; М. : АСТ, 2000. 960 с.
25. Юм Д. О норме вкуса // Соч. : в 2 т. / пер. с англ. С. И. Церетели [и др.] ; примеч. И. С. Нарского. 2-е изд., доп. и испр. М. : Мысль, 1996. Т. 2. С. 622–642.
26. Кант И. Критика способности суждения // Собр. соч. : в 8 т. М. : Чоро, 1994. Т. 5. 414 с.
27. Горнова Г. В. Структура городской идентичности // Вестн. Ом. гос. пед. ун-та. Гуманитар. исслед. 2018. № 3 (20). С. 14–16.
28. Итоги Всероссийской переписи населения 2010 г. На территории Омской области. О России языком цифр / Федеральная служба государственной статистики. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Омской области. Омск : [б. и.], 2012. 15 с.

References

- Bychkov V. V. (2008) Postneklassicheskaya ehstetika: k voprosu o formirovanii sovremennogo ehsteticheskogo znaniya [Postnonclassical Aesthetics: The Problem of Shaping the Body of Knowledge in Contemporary Aesthetics], *Filosofskii zhurnal [Philosophy Journal]*, no. 1, pp. 90–108. (in Russian)
- Bychkov V. V. (2010) Postneklassicheskaya filosofiya iskusstva [Postnonclassical Philosophy of Art: The System of Principal Categories], *Iskusstvoznanie [Art Studies Journal]*, no. 3-4, pp. 487–519. (in Russian)
- Federal'naya sluzhba gosudarstvennoi statistiki. Territorial'nyi organ Federal'noi sluzhby gosudarstvennoi statistiki po Omskoi oblasti (2012) *Itogi Vserossiiskoi perepisi naseleniya 2010 goda. Na territorii Omskoi oblasti. O Rossii yazykom tsifr [Results of the 2010 All-Russian Population Census. On the Territory of the Omsk Region. About Russia in the Language of Numbers]**. Omsk, 15 p. (in Russian)
- Filonenko N. S. (2014) *Krasota kak ehsteticheskaya kategoriya v tvorchestve A. I. Solzhenitsyna: vzglyad otechestvennykh i zarubezhnykh issledovatelei [Beauty As an Aesthetic Category in the Work of A. I. Solzhenitsyn: The View of Domestic and Foreign Researcher]**, *Nasledie A. I. Solzhenitsyna v sovremennom kul'turnom prostranstve Rossii i zarubezh'ya (k 95-letiyu so dnya rozhdeniya pisatelya) [The Legacy of A. I. Solzhenitsyn in the Modern Cultural Space of Russia and Abroad (On the Occasion of His 95th Birthday)]**. Ryazan, pp. 183–190. (in Russian)
- Gabidulina S. Eh. (1991) *Psikhosemantika gorodskoi sredy: Ob"ektivnye i sub"ektivnye faktory otnosheniya gorozhan k ehlementam gorodskogo landshafta [Psychosemantics of the Urban Environment: Objective and Subjective Factors of the Attitude of Citizens to Elements of the Urban Landscape]**, Cand. psychol. sci. diss. Abstr. Moscow, 22 p. (in Russian)
- Gorelova Yu. R. (2017) *Gorodskaya sreda v vospriyatii zhitelei krupnogo provintsial'nogo goroda (na materialakh goroda Omska) [Urban Environment As Perceived by Residents of a Large Provincial City (Based on Materials from Omsk)]**, *Urbanistika [Urban Studies]*, no. 1, pp. 51–60, doi: 10.7256/2310-8673.2017.1.21203 (in Russian)
- Gorelova Yu. R. (2019) *Obraz goroda v vospriyatii gorozhan [The Image of the City in the Perception of the Townspeople]**. Moscow, Rossiiskii nauchno-issledovatel'skii institut kul'turnogo i prirodnogo naslediya imeni D. S. Likhacheva Publ., 154 p. (in Russian)
- Gorelova Yu. R., Mezhevikin I. V. (2016) *Obraz krupnogo goroda v vospriyatii ego zhitelei [Image of Large Cities in Their Residents' Perception]*, *Vestnik Omskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta. Gumanitarnye issledovaniya [Review of Omsk State Pedagogical University. Humanitarian Research]*, no. 4 (13), pp. 15–18. (in Russian)
- Gornova G. V. (2019) *Gorodskaya identichnost': filosofsko-antropologicheskie osnovaniya [Urban Identity: Philosophical and Anthropological Foundations]**. Omsk, Amfora Publ., 167 p. (in Russian)
- Gornova G. V. (2018) *Struktura gorodskoi identichnosti [Structure of Urban Identity]*, *Vestnik Omskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta. Gumanitarnye issledovaniya [Review of Omsk State Pedagogical University. Humanitarian Research]*, no. 3 (20), pp. 14–16. (in Russian)
- Ivanova T. V. (2002) *Mental'nost', kul'tura, iskusstvo: problema sootnosheniya [Mentality, Culture, Art: The Problem of Correlation]**, *Psikhologiya iskusstva [Psychology of Art]*. Samara, Samarskii gosudarstvennyi pedagogicheskii universitet Publ., vol. 1, pp. 130–141. (in Russian)
- Ivanova T. V. (2002) *Psikhologiya vospriyatiya komicheskogo [The Psychology of the Perception of the Comic]**. Samara, Samarskii gosudarstvennyi pedagogicheskii universitet Publ., 142 p. (in Russian)
- Kant I. (1994) *Kritika sposobnosti suzhdeniya [Criticism of Judgment]**, *Collected Works*. Moscow, Choro Publ., vol. 5, 414 p. (in Russian)
- Khachikyan Ya. I. (2011) *Gegel' ob ehsteticheskoi kategorii bezobraznogo [Hegel on the Aesthetic Category of the Ugly]**, *Filosofskie nauki [Philosophical Sciences]*, no. 7, pp. 95–103. (in Russian)
- Kondrashov P. N., Artemova A. A. (2014) *Istorichnost' sodержaniya ehsteticheskoi kategorii prekrasnogo [The Historicity of the Content of the Aesthetic Category of Beauty]**, *Nauchnye issledovaniya: ot teorii k praktike [Scientific Research: From Theory to Practice]**, no. 1 (1), pp. 293–296. (in Russian)

Koval' M. V. (2016) *Vospriyatие khudozhestvennykh proizvedenii iskusstva cherez prizmu ehsteticheskikh kategorii* [Perception of Artistic Works of Art Through the Prism of Aesthetic Categories]*, *Simvol nauki [Symbol of Science]*, 2016, no. 11-2 (23), pp. 122–124. (in Russian)

Losev A. F. (2000) *Istoriya antichnoi ehstetiki. Pozdnii ehllinizm [History of Ancient Aesthetics. Late Hellenism]**. Khar'kov, Folio Publ., Moscow, AST Publ., 960 p. (in Russian)

Losev A. F., Shestakov V. P. (1965) *Istoriya ehsteticheskikh kategorii [History of Aesthetic Categories]**. Moscow, Iskusstvo Publ., 376 p. (in Russian)

Man'kovskaya N. B. (2000) *Ehstetika postmodernizma [Postmodern Aesthetics]**. Saint Petersburg, Aleteiya Publ., 347 p. (in Russian)

Musat R. P. (2015) *Khudozhestvenno-ehsteticheskie kategorii v sisteme khudozhestvennoi kartiny mira [Artistic and Aesthetic Categories in the System of Artistic Worldview]*, *Nauka i mir [Science and World]*, vol. 1, no. 8 (24), pp. 115–117. (in Russian)

Nikitina I. P. (2019) *Ponyatie "prekrasnoe" v sovremennoi traktovke ehsteticheskikh kategorii [Contemporary Approach to the Understanding of the Notion of "Beautiful" As an Aesthetic Category]*, *Vestnik Vserossiiskogo gosudarstvennogo instituta kinematografii imeni S. A. Gerasimova [Journal of Film Arts and Film Studies]*, vol. 11, no. 3 (41), pp. 107–113. (in Russian)

Pidodnya Yu. A. (2004) *Vospriyatие obraza goroda (sotsial'no-psikhologicheskii aspekt) [Perception of the Image of the City (Socio-Psychological Aspect)]**, *Uspekhi sovremennogo estestvoznaniya [Advances in Current Natural Science]*, no. 7, pp. 72–73. (in Russian)

Sazonov D. N. (2009) *Sotsial'no-psikhologicheskie osobennosti reprezentatsii gorodskoi prostranstvenno-predmetnoi sredy u zhitelei goroda [Socio-Psychological Features of the Representation of the Urban Spatial-Subject Environment Among City Residents]**. Cand. psychol. sci. diss. Belgorod, p. 153. (in Russian)

Shemelina O. S., Vanina O. E. (2014) *Osobennosti vospriyatiya gorodskoi sredy zhitelyami malyykh gorodov (na primere gorodov Novosibirskoi oblasti) [Features of the Perception of the Urban Environment by Residents of Small Towns (On the Example of Cities in the Novosibirsk Region)]**, *Balandinskie chteniya [Balandin Readings]**. Novosibirsk, pp. 386–395. (in Russian)

Shemelina O. S., Vanina O. E. (2014) *Psikhologicheskie aspekty vospriyatiya gorodskoi sredy krupnogo goroda (na primere goroda Novosibirsk) [Psychological Aspects of the Perception of the Urban Environment of a Large City (On the Example of Novosibirsk)]**, *Balandinskie chteniya [Balandin Readings]**. Novosibirsk, pp. 395–404. (in Russian)

Stolovich L. N. (1991) *Aksiologicheskii podkhod k ehsteticheskim kategoriyam v ehsteticheskom uchenii Immanuila Kanta [Axiological Approach to Aesthetic Categories in the Aesthetic Teaching of Immanuel Kant]**. *Kantovskii sbornik: Mezhvuzovskii tematicheskii sbornik nauchnykh trudov [Kant's Collection: Interuniversity Collection of Scientific Papers]**. no. 1 (16), pp. 40–48. (in Russian)

Vyzhletsov G. P. (2014) *Predmet i nachalo ehsteticheskogo znaniya v istorii kul'tury [The Subject and the Beginning of Aesthetic Knowledge in the History of Culture]*, *Vestnik Sankt-peterburgskogo universiteta. Seriya 17. Filosofiya. Konfliktologiya. Kul'turologiya. Religiovedenie [Vestniks of Saint Petersburg University. Philosophy and Conflict Studies]*, no. 3, pp. 87–94. (in Russian)

Yum D. (1996) *O norme vkusa [About the Norm of Taste]**. *Works*. 2nd ed. Moscow, Mysl' Publ., vol. 2, pp. 622–642. (in Russian)

* Перевод названий источников выполнен автором статьи / Translated by author of the article.