

эти черты отражают действительное состояние оценок и самооценок данного феномена, которые расцениваются как реальные. Если же ситуация определяется как реальная, она реальна по своим последствиям (У. Томас).

Литература

1. Кондаков И.В. К феноменологии русской интеллигенции//Русская интеллигенция. История и судьба. М.,1999. С. 66-67.
2. Катаев В.Б. Боборыкин и Чехов (к истории понятия «интеллигенция» в русской литературе)//Русская интеллигенция. История и судьба. М.,1999. С. 386.
3. Кондаков И.В. Указ. соч. С. 78-79.

И.П. Адаева

СОЦИОЛОГИЯ ИСКУССТВА КАК РАЗДЕЛ ЭСТЕТИКИ

Томас Манро – крупнейший американский эстетик первой половины двадцатого столетия, применивший идеи прагматизма Д. Дьюи к эстетике, одним из разделов подлинно научной эстетики полагал социологию искусства. В духе идей Дьюи философские науки должны иметь практическую ценность.

Практическое применение эстетики для общества Манро видел в использовании ее данных в области психотерапии, в рекламе, коммерческом искусстве, в образовании. Такое обширное использование эстетики (а реклама вовлекает ее в сферу производства и коммерции) возможно на том основании, что она, имея дело с художественными произведениями, т.е. многообразием художественных форм, способна методом наблюдений и экспериментов зафиксировать эстетические реакции и вывести соотношение последних с определенными видами художественной формы. Выводы и заключения базируются на эмпирических данных.

При выведении зависимости необходимо учитывать, что процесс восприятия происходит в реальной среде, и его субъект имеет вполне определенную психосоциальную структуру, будь то отдельная личность или группа – профессиональная, возрастная и т.д. Для конкретизации организации субъекта и социокультурной среды необходим исследовательский аппарат социологии, поскольку оказывается затронутым ее предмет. В прогнозировании вида реакции социология, таким образом, играет существенную роль для эстетики.

Графическое изображение формулы прогнозирования эстетической реакции Манро сводит к следующему: $OSC \rightarrow R$, где O – объект, т.е. вид художественной формы, художественное произведение, S – психосоциальная организация субъекта, C – микро- и макросреда, т.е. социокультурная среда, в которой происходит процесс восприятия, и R – эстетическая реак-

ция, эстетический опыт. Указанные детерминанты эстетической реакции учитываются, к примеру, в рекламном бизнесе.

Для прогнозирования реакции потребителя на созданный рекламой образ продвигаемого на рынок продукта изучается целевая аудитория, на которую ориентирован продукт, ее вкусы, потребности, ценностные ориентиры, образ жизни. Возможен и обратный вариант – знание желаемого эффекта позволит определить стимулирующий его вид художественной формы. Многообразные конкретные примеры субъектно – объектного взаимодействия в эстетическом опыте являются предметом исследования эстетики. Взаимосвязь последней с психологией и социологией дает возможность широкого практического внедрения ее в жизнь общества.

А.Н. Петрик

РОЛЬ, МАСКА, СОЦИАЛЬНОЕ ПРОСТРАНСТВО, СОЦИАЛИЗАЦИЯ

Все операциональное пространство можно условно разделить на жизненный и системный миры. Различая жизненный и системный миры, скажем, что последний – это мир функционирования социальных институтов и, следовательно, ролей и смысловой стороны их идентификации - масок. Говоря о жизненном мире, уточним, что из всей человеческой природы социальностью сохранено в неприкосновенности только понимание человека о наличии или отсутствии у него конкретных потребностей. Но уже их идентификация в себе трансформирована "искусственной природой". Индивиды обнаруживают в себе стремления, могут их выразить социальным способом и попытаться их осуществить так, как подскажет опыт, ставший результатом всей их социальной адаптации с самого начала жизни.

Создание роли и маски в каждом конкретном случае имеет свои особенности, так как несет в себе уникальность положения своего реального носителя. Роль индивида есть не только ожидаемое группой поведение, но и неизбежное осуществление поведения индивида в обществе в целой системе социальных связей, далеко не всегда ясных ему самому. В ожидании общества от индивида (а по сути - других индивидов) могут проявиться только связи, понятные им, так что конфликт системного мира основан на проблеме интерпретаций, включает множество сторон, в том числе самоидентификацию индивида. Таким образом, информационная сторона человеческого взаимодействия осуществляется как постоянный процесс интерпретаций, их взаимных согласований, в ходе которых вырабатываются общие видения, позволяющие совместно действовать.