

тельного процесса на основе преемственности и непрерывности предпрофильной подготовки и профильного обучения старшеклассников в совокупности с взаимосвязанными целями, этапами, содержанием и способами обучения, обеспечивающими логичную последовательность и ясность условий, необходимых для профессионального самоопределения выпускников.

Список литературы

1. *Брылева Т. Г.* Психологическое сопровождение профессионального самоопределения старшеклассника / Т. Г. Брылева // Актуальные психологические проблемы становления личности в современном мире: материалы 3-й Всероссийской научно-практической конференции (заочной) / под ред. О. Г. Петушковой. Магнитогорск: Изд-во МаГУ, 2005. С. 52–55.

2. *Зеер Э. Ф.* Психология профессионального образования: учебник для студентов высших учебных заведений / Э. Ф. Зеер. Москва: Академия, 2009. 384 с.

3. *Исаева О. П.* Проблема выбора профессии: психологический аспект / О. П. Исаева // Экономика: вопросы школьно-экономического образования. 2002. № 1. С. 51–55.

4. *Концепция* организационно-педагогического сопровождения профессионального самоопределения обучающихся в условиях непрерывности образования / В. И. Блинов [и др.]; Федер. ин-т развития образования. Москва, 2013. 6 с.

УДК 745.01

Э. А. Брильц, С. З. Гончаров

E. A. Brilz, S. Z. Goncharov

О специфике эстетического отношения к реальности и о предметной области дизайна

About the specifics of aesthetic attitude to reality and of the design subject area

Аннотация. Представлено оригинальное понимание особенностей эстетического отношения к действительности на основе осмысления отношения между предметом и субъективностью человека.

Abstract. The article presents the original understanding of the peculiarities of aesthetic attitude to reality, based on the judgment of the relationship between the object and subjectivity of a person.

Ключевые слова: эстетика, субъективность, дизайн, красота.

Keywords: aesthetics, subjectivity, design, beauty.

Статья носит дискуссионный характер, потому что в ней предложен принципиально новый подход к пониманию эстетического отношения субъекта к действительности, а также к осмыслению предметной области дизайна.

Чтобы понять существо эстетического освоения реальности, следует исходить из *важного диалектического соотношения*, которое, к сожалению, не берется во внимание в размышлениях большинства авторов о природе эстетического: в уравнении «20 арш. холста = 1 сюртук» «только стоимость холста находит себе выражение», а сюртук «служит лишь формой существования стоимости» [3, с. 59]. Причем сюртук выражает стоимость холста *вне холста*, в виде своей *потребительной стоимости*. Стоимость холста находится в *относительной* форме, а стоимость сюртука — в *эквивалентной* форме стоимости. Эти две формы выражения стоимости есть «соотносительные, взаимно обуславливающие, нераздельные моменты», «они всегда распределяются между различными товарами» [3, с. 57–58].

Два этих отношения так же различны, как отношение «20 аршин холста = 2 унции золота» и «2 унции золота = 20 аршин холста». В первом отношении деньги выражают *стоимость товара*, во втором — товар выражает *покупательную способность* денег. Можно пояснить нашу мысль иначе: в отношении «персонал = руководитель» руководитель оценивает вклад персонала, а в обратном отношении «руководитель = персонал» члены коллектива оценивают руководителя, причем такая взаимооценка происходит одновременно.

Такое же различие существует между отношениями «*предмет* = *субъективность*» и «*субъективность* = *предмет*». В первом случае *субъективность* человека представляет собой *качества и закономерности предмета*. Здесь субъективное служит средством выражения объективного. Субъект при этом исходит из *объективного* основания своих суждений. Это *гносеологическое* (познавательное) отношение, существующее в области науки. Во втором случае *предмет* представляет своим натуральным видом *содержание субъективности*. Это *эстетическое* отношение, которое «окультуривают» художники и дизайнеры.

В первом случае субъективность человека служит способом выражения *объективных свойств предмета*, во втором случае, наоборот, предмет служит способом выражения *состояний человеческой субъективности*. Эстетическая деятельность, включая искусство и дизайн, отличается этим от научно-теоретического освоения реальности.

В дискуссиях 70-х гг. XX в. о специфике эстетического между «природниками» и «общественниками» смешивали два этих различных отношения, в силу чего на эстетическое освоение реальности целиком распространяли особенности гносеологического отношения, смазывая специфику эстетического. Между тем в науке субъект исходит из *объективных* оснований, а в эстетическом освоении – из *субъективного* основания, о чем писал И. Кант.

Английский философ Дж. Беркли, изучавший оптику и процессы зрительного восприятия, первым отметил особенность второго отношения (субъективность = предмет), указав, что предмет есть комплекс наших ощущений. Его подвергли осмеянию за субъективный идеализм. И. Г. Фихте, исследовавший сознание, тоже настаивал на втором отношении, выразив его схемой «Я = не-Я», где не-Я представляет собой содержание сознания субъекта в виде внешней реальности. Фихте также встретил насмешки в адрес своих размышлений. Между тем содержание человеческой практики *реально* представляет собой содержание *идеального* в головах индивидов.

Но насмешки и ярлыки не аргумент. Чувственность в своем актуальном состоянии всегда дана субъекту предметно. Если чувственность выражает многообразие качеств предметов, то предметы, как в зеркале, раскрывают субъекту многообразие его собственной чувственности (небо голубое, ромашка белая, вишня сладкая и др.). По выражению К. Маркса, это соотносительные, взаимно обуславливающие, нераздельные моменты. Этого не учитывает упрощенный материализм, отрывая чувственность, субъективность вообще от богатства предметного мира. Такой материализм выражает собой образ жизни бедного человека со скудным предметным окружением.

Человек не может присвоить богатство своей собственной чувственности, не замыкая ее на предмет. Внешняя реальность своими чувственными качествами бросает «влюбленные взоры» субъекту – отражает богатство человеческой чувственности. Ведь предмет становится чувственным потому, что он выразил себя в материале чувственности, попал в сенсорное поле восприятия, за пределами которого он так же не обладает чувст-

венными качествами, как железная гиря не обладает весом вне пределов поля гравитации, а 20 аршин холста не обладают ценой вне отношения к деньгам.

Чтобы развить и присвоить богатство своей собственной чувственности, человеку необходимы культурно оформленное предметное разнообразие, индивид другого пола, общение. *Скудость предметной среды* обрекает индивида на *скудость чувств и эмоций*. Упрощенный же материализм знает, с одной стороны, предметный мир, материю, а с другой — чувственность вне ее предметной наполненности.

Если *предмет являет человеку качества его чувственности, то чувственность являет собой качества предмета*. Здесь мы имеем сугубо рефлексивные соотношения. «Такие соотносительные определения, — замечает К. Маркс, — представляют собой вообще нечто весьма своеобразное. Например, этот человек король лишь потому, что другие люди относятся к нему как подданные. Между тем они думают, наоборот, что они — подданные, потому, что он король» [3, с. 67].

В отношении «предмет = чувственность» предмет выражает свои качества в чувственности, которая служит *вестником о предмете*. В обратном отношении «чувственность = предмет», наоборот, предмет выражает своими натуральными характеристиками *качества нашей чувственности*, являет нам комплекс наших ощущений. Это хорошо понимают дизайнеры, модифицируя нашу чувственность путем формирования предметной среды и эстетики природного ландшафта в визуальном поле нашего восприятия. Дизайнер работает с человеческой чувственностью через предмет. Ведь *качества нашей чувственности, взятые в онтологическом отношении, обладают не меньшим статусом реальности, чем качества чувственно воспринимаемой реальности*.

Что же затрудняет понимание отношения «чувственность = предмет»? Именно сведение наших восприятий только к *гносеологическому* аспекту, к *отражению*, боязнь впасть в «идеализм» после появления работы В. И. Ленина «Материализм и эмпириокритицизм», в которой «разрешено» только одно познавательное отношение в виде отражения.

Понимание отношения «чувственность = предмет» позволяет прояснить проблему предметной области дизайна. Понятие дизайна ныне стало трактоваться крайне широко. Об этом свидетельствуют выражения «промышленный дизайн», «дизайн «интерьера», «дизайн одежды», «дизайн

прически» и т. д. Область дизайна стремительно расширяется, и создается впечатление об «инфляции» определения его предметной области. Такое впечатление обманчиво. Ибо с расширением области дизайна проступает его *качественная определенность*.

Поясним это. Если человек ест только хлеб, то он говорит «пища есть хлеб». Он сводит *родовое* определение пищи к ее *частному* случаю, потому что ничего другого из пищи, кроме хлеба, не пробовал. А если он разнообразит свое меню, то скажет иначе – не «пища есть хлеб», а «хлеб есть один из видов пищи». Точно так же, если Петр общается только с Павлом, то Павел во всей его телесности выступает для Петра представителем рода «человек». С расширением круга общения Петра (Петр = Павел = = Фома и т. д.) особенности многих индивидов отступают на задний план как некий фон и родовая определенность человека осознается Петром с большей определенностью.

Приведем еще один пример. В первых экономических учениях стоимость товара грубо смешивается с *веществом природы*; затем стоимость перемещается из внешнего предмета в *один из видов труда* (земледелие); наконец, стоимость полностью освобождается от особенных видов труда и сводится А. Смитом к *труду вообще*. Д. Рикардо за регулятор стоимости берет только акт созидания, т. е. труд, а не продукт. Стоимость товара, по К. Марксу, есть сгусток, отверждение, кристаллизация однородного труда. С расширением товарной формы на все новые предметные области (даже на самого человека) возникает возможность верного определения стоимости. Как труд был осознан субстанцией стоимости, так и культурно оформленная субъективность общественного человека является *мерой* качества эстетического, включая дизайн.

То же происходит в понимании дизайна. Ведь на новые области переносится не что-то новое, а одно и то же – *существенное, инвариантное определение дизайна*. И обыденное сознание это схватывает, фиксируя «дизайн одежды», «дизайн интерьера». Что же это за «одно и то же»? Чтобы верно ответить на этот вопрос, следует оторваться от внешних форм выражения дизайна, как это было осуществлено в истории экономики, логики и других наук.

Дизайн есть разновидность эстетической деятельности, сущность которой состоит в оформлении и развитии чувственного освоения субъективного мира человека. Современный дизайн можно определить как *эсте-*

тическую креативную проектную деятельность, целью которой является целостная модификация человеческой субъективности путем преобразования чувственной предметности, символически-знаковых форм в области предметной среды и социокультурных коммуникаций.

Дизайн, как и искусство, является в конечном итоге *формой общения*. В общении мы передаем содержание нашей субъективности друг другу. Содержанием дизайна является не предметная среда и т. п., а *человеческая субъективность*, которая всегда транслируется через *предметные* посредники. Изменяя чувственный предмет, дизайнер тем самым модифицирует наше восприятие, субъективные состояния, т. е. *воздействует на нашу субъективность через формирование предмета*.

При ином понимании (предмет дизайна – предметная среда и т. п.) возникает *фетишизм* вещей, символов, знаков, такой же, как и товарный фетишизм, когда отношения между товаровладельцами индивиды приписывают отношениям между товарами. В действительности же соотношения цен товаров выражают собой соотношения *трудовых затрат* и стоимость не содержит ни грамма вещества. Красива не вещь сама по себе, а наше восприятие вещи. Задача дизайна – оформлять чувственную предметность так, чтобы субъективность человека была *культуроемкой*, чтобы человек присваивал свою чувственность по законам красоты.

Специфика человеческой чувственности состоит в том, что у человека сформировался новый уровень чувств, которые возникают не от внешнего физического воздействия, но от *переживания значений* (например, радость, уважение, презрение и т. п.). Второй род чувств – это *понимающие чувства*, «чувства-теоретики» (К. Маркс). Средоточием их является *сердце* как *душевно-духовный* орган, а не телесный в левой части груди. *Многообразие* значений и их *вертикаль* (иерархия) *в сознании* определяют собой *богатство и полноту эмоций* личности, эмоциональную дифференциацию и чуткость, выступают *мерой и критерием* качества эстетической предметности. Эмоциональное воспитание предполагает личностно-возвышающий характер значений, которые обретаются в процессе образования на основе классической культуры, будь то искусство, наука. Мир знания и мир эмоций неразрывны, как разум и сердце. Их неразрывность подвергается деструкции включением образования России в Болонский процесс, резким сужением гуманитарной подготовки, «компетентностным подходом» – этой современной формой неомеханицизма. Образованием, в частности худо-

жественного профиля, востребована креативная культурная антропология, а не надуманные, вымученные в кабинетах схемы.

Чтобы более определенно выразить специфику эстетического освоения действительности, постараемся выявить тайну такого эстетического феномена, как прекрасное. Если предмет воспринимается как сформировавшийся свободно, согласно своей *мере*, то он представляется нам *прекрасным*. Слова К. Маркса о том, что человек производит по меркам любого вида, а значит, «и по законам красоты» [6, с. 94], цитируются весьма часто, но при этом не раскрывается связь между мерой и красотой. Связующим звеном между мерой и прекрасным является *свобода, свободное самоопределение*. Ведь формироваться согласно своей мере – значит определяться не извне, а изнутри, т. е. *самоопределяться*.

Но не все то прекрасно, что сформировано согласно своей мере. Предмет воспринимается прекрасным только тогда, когда он пробуждает в нас *состояние свободы, свободной игры наших духовных сил. Прекрасное есть чувственное изображение нашей свободы, ее сублимация и метафора*. Чувство красоты, отмечал Э. В. Ильенков, сопровождает «свободу воображения», когда воображение рождает идеальную форму предмета согласно его чистой мере [2, с. 250–251]. Происходит *совпадение свободного самоопределения предмета и субъекта*.

Наслаждение прекрасным возвышает потому, что оно состоит в *переживании свободы нашей души*; при этом свобода выражена в *образном виде*, как нечто внешнее, будь то музыкальная композиция, стихотворение или балет. В форме красоты «...переживается совпадение формы вещи с формой развитого восприятия, своеобразное чувство удовлетворения от подобного совпадения» [2, с. 255]. Формой же развитого восприятия и является свободное самоопределение субъекта, которое *развивается в актах самодетельности, освобождается от эмпирического содержания, превращается в устойчивую схему воображения и восприятия и становится индикатором красоты, прекрасного – эстетическим вкусом*. Свободное самоопределение составляет глубинную сущность феномена прекрасного.

И наоборот, предмет кажется безобразным, если он воспринимается не как определенный согласно своей природе и мере, а как принявший чуждую себе форму, навязанную извне, вопреки своей мере. Такая деформация предмета извне передается субъекту восприятия и сковывает свободную игру духовных сил.

Бескорыстное свободное самоопределение есть общая основа нравственности и искусства, добра и красоты. Так как самоопределение наиболее доступно дано каждому в нравственности, то, возможно, эстетическое наиболее интенсивно раскрыто в *борении человеческого духа, в нравственности*. Возвышенное наиболее впечатляюще выражено величию характеров и дел героев. Безмерность природы, будь то звездное небо или океан, поражает воображение лишь на короткое время, тогда как великие деяния героев волнуют сердца и умы на протяжении столетий. Без развитой духовной свободы и свободного самоопределения невозможны ни нравственность, ни высокое искусство, ни творчество, ни молитвенный полет души.

Субъектная позиция есть иммунитет от отчужденного мировосприятия и миропонимания, когда индивид приписывает человеческие качества и стремления неким внешним факторам, вещным состояниям.

Овещнение есть превращение личных сил и общественных отношений индивидов в силы вещные [5, с. 449], т. е. перенесение людьми собственной субъектности с самих себя на вещи [1, с. 263]. В результате возникает превратный, извращенный мир: отношения «междусубъектные» превращаются в отношения «междуобъектные» [1, с. 263], продукты совместной деятельности обретают самостоятельное бытие, присущее им якобы на основании их естественных природных свойств. Общественные отношения между людьми предстают для них как чисто телесная связь между вещами, существующая вне и помимо воли индивидов [4, с. 185].

Происходит персонификация вещей и овещнение лиц. Общественное богатство предстает не как человеческие способности, воплощенные в мир произведений, а как деньги, капитал, существующие вне *субъектного развития людей*. Мир товаров, социальных институтов и норм предстает как самостоятельная объединенная сила, диктующая сценарий жизни каждому. Индивиды превращаются в органы такого мира, срастаются с ролями-масками. В превратном мире возникает искаженное сознание – *вещный фетишизм*, т. е. наделение вещей человеческими качествами и характеристиками. Ныне вещный фетишизм дополняется *социальным фетишизмом* демократии, рынка, должности, знаковых систем.

Возникает сциентизм и вещная логика науки, описывающая человека, его многомерный личностный мир техницистским, анонимным языком с ценностно-нейтральной лексикой, годной для описания лишь бессубъ-

ектных вещей. Создается анонимное общество Факторов и Инстанций, целая техногенная цивилизация, в которой человеческое самосозидание вытесняется на задворки расширенным воспроизводством товаров, власти, технологий. Производство средств жизни превращается в самоцель, низводя людей до средств вещного производства.

Этап отчуждения и овещнения был, конечно, необходим. Люди сначала объективируют свои общественные силы, фиксируют их предметно, формализуют их как нечто внешнее и тем самым создают условия для их усвоения и для своего *возвращения к собственной подлинной социальной природе, к непосредственно-общественным отношениям по поводу взаимного развития универсальной человеческой природы*, взаимного обогащения своих способностей.

О товарном и ином фетишизме нет необходимости говорить особо. Об этом хорошо сказал К. Маркс. А вот о фетишизме внешней предметности следует поразмыслить. Такой фетишизм состоит в том, что человек приписывает богатство своей окультуренной чувственности внешним предметам. Представим летнюю солнечную поляну: буйная зелень, игра красок, цветы, чудные запахи, пронзительная синева неба. Мы восклицаем: «Какая красота, какие пьянящие запахи!» Так вот, весь этот летний ландшафт есть то зеркало, которое отбрасывает в нашу душу богатство нашей чувственности. Если, конечно, наша чувственность воспитана на культурно оформленных предметах, на мире искусства и наш глаз воспринимает красоту формы, а ухо улавливает гармонию звуков. Искусство призвано воспитывать такое бескорыстное присвоение человеком богатства своей развитой субъективности.

Тут нет никакого «субъективного идеализма». Просто следует освободиться от ушибов вульгарного материализма, этой своеобразной языческой религии внешней предметности и объектного миропонимания.

Список литературы

1. *Батищев Г. С.* Проблема овещнения и ее гносеологическое значение (в свете Марксовой концепции овещнения) / Г. С. Батищев // Гносеология в системе философского мировоззрения. Москва: Наука, 1983. С. 250–272.

2. *Ильенков Э. В.* Об идолах и идеалах / Э. В. Ильенков. Москва: Политиздат, 1968. 319 с.

3. *Маркс К.* Капитал. Т. 1 / К. Маркс // Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения: в 50 томах. 2-е изд. Москва: Политиздат, 1962. Т. 23. 900 с.

4. *Маркс К.* Экономические рукописи 1857–1859 годов / К. Маркс // Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения: в 50 томах. 2-е изд. Москва: Политиздат, 1968. Т. 46, ч. 1. 553 с.

5. *Маркс К.* Экономические рукописи 1857–1859 годов / К. Маркс // Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения: в 50 томах. 2-е изд. Москва: Политиздат, 1969. Т. 46, ч. 2. 612 с.

6. *Маркс К.* Экономическо-философские рукописи 1844 года / К. Маркс // Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения: в 50 томах. 2-е изд. Москва: Политиздат, 1974. Т. 42. С. 41–174.

УДК 378.147.88

Н. И. Буторина

N. I. Butorina

Современные условия организации самостоятельной работы студентов

Modern conditions of the organization of students' independent work

***Аннотация.** Рассмотрены современные условия организации самостоятельной работы студентов. Уточнены понятия «самостоятельная работа», «организация самостоятельной работы». Выявлены уровни самостоятельной работы, а также традиционные и инновационные условия ее организации.*

***Abstract.** In this article modern conditions of the organization of independent work of students are reviewed. The concepts «independent work», «organization of independent work» are specified. Levels of independent work as well as traditional and innovative conditions of its organization are revealed.*

***Ключевые слова:** самостоятельная работа, организация самостоятельной работы, мультимедийная обучающая система.*

***Keywords:** independent work, the organization of independent work, multimedia training system.*

Решение основной задачи высшего образования – формирование личности профессионала, способного к саморазвитию, самообразованию