

Олена Поліщук,
доктор філософських наук, професор,
професор кафедри образотворчого мистецтва та дизайну
Житомирського державного університету імені Івана Франка (Україна)
ORCID: 0000-0002-1095-8031
polishchuk.o.p.2015@gmail.com

УЯВА ТА ДИЛЕМА «ПІДНЕСЕНЕ – ПОТВОРНЕ» В ЕСТЕТИЧНІЙ ТЕОРІЇ І ХУДОЖНІЙ ПРАКТИЦІ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ

Метою розвідки є аналіз трактувань уяви у різних галузях сучасного наукового знання, зокрема філософії, естетиці й мистецтвознавстві, для з'ясування його евристичного потенціалу в багатьох теперішніх художніх практиках. Методологія: застосовано методи порівняльного аналізу, індукції, дедукції і герменевтичний метод при виявленні спектру думок про змістове насичення поняття уяви, естетичного досвіду, естетичного переживання, естетичного почуття та їх денотатів. Для цієї розвідки значущість має принцип «неповного осягнення об'єкта», враховуючи складність оцінки явища внутрішнього життя людей як спонуки до художньої чи технічної творчості. Результати: досліджено спектр думок вітчизняних та зарубіжних науковців про антропологічну, естетичну, художню уяву, як різноманітні спроможності людини, коли йдеться про вихід за межі наявного досвіду й породження чого нового, за сферами її прояву; проаналізовано зв'язок естетичної та технічної уяви із естетичними феноменами потворного і піднесеного; здійснено аналіз напрацювань польського філософа й естетика В. Татаркевича про естетичне переживання й указано на теоретико-методологічну цінність подальших досліджень естетичної уяви та естетичного переживання. Наукова новизна: розглянуто зв'язок естетичної уяви споживачів та естетичних феноменів потворного і піднесеного при спогляданні штучних об'єктів дійсності; наголошено на потребі подальшого опрацювання цієї проблеми для розвитку теоретико-методологічної основи у дослідженнях з філософської антропології, естетики, теорії дизайну й мистецької освіти. Практичне значення дослідження полягає в тому, що воно привертає увагу до потреби аналізу чинників детермінації естетичної уяви, естетичного переживання й естетичного почуття для покращення естетичної компетентності фахівців, котрі займаються формоутворенням, креативними проєктами у сучасних художніх практиках. Це необхідно в умовах диджиталізації та швидкого розвитку індустрії розваг й споживання з використанням креативних продуктів, що стимулюють активне використання уяви сучасниками.

Ключові слова: В. Татаркевич, антропологічна уява, естетична уява, художня уява, диджиталізація, естетичний досвід, художній досвід, дилема «піднесене-потворне», художня практика, формоутворення, дизайн.

Olena Polishczuk. Wyobraźnia i dylemat „wzniosłe – niskie” w teorii estetycznej i praktyce artystycznej: analiza teoretyczno-metodologiczna

Adnotacja. Celem tego wywiadu jest analiza interpretacji wyobraźni w różnych dziedzinach współczesnej wiedzy naukowej, w szczególności filozofii i estetyki, historii sztuki, w celu wyjaśnienia jej potencjału heurystycznego w wielu obecnych praktykach artystycznych. Metodologia: zastosowano metody analizy porównawczej, indukcji, dedukcji i metody hermeneutycznej w identyfikacji spektrum myśli o znaczącym nasyceniu pojęcia wyobraźni, doświadczenia estetycznego, doświadczenia estetycznego, zmysłu estetycznego i ich denotatów. Dla tego wywiadu znaczenie ma zasada "niepełnego osiągnięcia przedmiotu", biorąc pod uwagę trudność oceny zjawiska życia wewnętrznego ludzi jako zachęty do twórczości artystycznej lub technicznej. Wyniki: zbadano spektrum opinii naukowców

krajowych i zagranicznych na temat wyobraźni antropologicznej, estetycznej, artystycznej, jak różnorodne zdolności człowieka, jeśli chodzi o wyjście poza istniejące doświadczenie i generowanie tego, czegoś nowego, poza sferami jej przejawu; przeanalizowano związek wyobraźni estetycznej i technicznej z fenomenami estetycznymi niskiego i wzniosłego; przeanalizowano osiągnięcia polskiego filozofa i estetyka W. Tatarkiewicza na temat doświadczenia estetycznego i wskazano na teoretyczno-metodologiczną wartość dalszych badań nad wyobraźnią estetyczną i doświadczeniem estetycznym. Nowość naukowa: zbadano związek estetycznej wyobraźni konsumentów i estetycznych fenomenów niskiego i wzniosłego w kontemplacji sztucznych obiektów rzeczywistości; podkreślono potrzebę dalszego opracowania tego problemu w celu rozwoju podstawy teoretyczno-metodologicznej w badaniach antropologii filozoficznej, estetyki, teorii projektowania i edukacji artystycznej. Praktyczne znaczenie badania polega na tym, że zwraca uwagę na potrzebę analizy czynników determinujących wyobraźni estetycznej, doświadczenie estetyczne i zmysł estetyczny w celu poprawy kompetencji estetycznych specjalistów zajmujących się formotwórstwem, kreatywnymi projektami we współczesnych praktykach artystycznych. Jest to konieczne w obliczu digitalizacji i szybkiego rozwoju przemysłu rozrywkowego i konsumpcyjnego z wykorzystaniem kreatywnych produktów, które stymulują aktywne wykorzystanie wyobraźni przez współczesnie żyjących.

Słowa kluczowe: W. Tatarkiewicz, wyobraźnia antropologiczna, wyobraźnia estetyczna, wyobraźnia artystyczna, digitalizacja, doświadczenie estetyczne, doświadczenie artystyczne, dylemat "wzniosłe-niskie", praktyka artystyczna, formotwórstwo, projektowanie.

Olena Polishchuk. Representation and dilemma of the "dream – creative" in aesthetic theory and artistic practice: a theoretical and methodological analysis

The aim of this study is to analyze interpretations of imagination in various fields of contemporary scientific knowledge, in particular philosophy and aesthetics, art history, in order to clarify its heuristic potential in the study of various artistic practices. Methodology: comparative analysis, induction, deduction, and hermeneutics were used to identify a range of ideas about the content of the concepts of imagination, aesthetic experience, aesthetic feeling, and their denotations. The principle of "incomplete understanding of the object" is important for research, given the complexity of assessing the phenomena of people's inner lives as motivation for artistic or technical creativity. Results: the spectrum of opinions of domestic and foreign scientists on anthropological, aesthetic, and artistic imagination as different human abilities when it comes to going beyond existing experience and creating something truly new in various spheres of human activity has been studied; The connection between aesthetic and technical imagination and the aesthetic phenomena of the ugly and the sublime is analyzed. The ideas of Polish philosopher and aesthetician W. Tatarkiewicz on aesthetic experience are analyzed, and the theoretical and methodological value of further research on aesthetic imagination and aesthetic experience is indicated. Scientific novelty: the connection between consumers' aesthetic imagination and the aesthetic phenomena of the ugly and the sublime is examined when it comes to the contemplation of artificial objects of reality; the need for further development of this issue is noted with the aim of developing a theoretical and methodological basis for research in philosophical anthropology, aesthetics, design theory, and art education. The practical significance of the study lies in the fact that it draws attention to the need to analyze the factors that determine aesthetic imagination, aesthetic experience, and aesthetic feeling in order to improve the aesthetic competence of specialists engaged in form creation and creative projects in contemporary artistic practices. This is necessary in the context of digitalization and the rapid development of the entertainment and consumer industries, which use creative products that stimulate the active use of imagination by contemporary people.

Keywords: W. Tatarkiewicz, anthropological imagination, aesthetic imagination, artistic imagination, digitization, aesthetic experience, artistic experience, the sublime-ugly dilemma, artistic practice, form creation, design.

Вступ. Досить не легко однозначно окреслити, що із себе представляє уява як антропологічний феномен та особливий чинник соціально-культурних презентацій

естетичного чи художнього досвіду, як в його індивідуальних проявах, так і на рівні стилевих проявів творчих колективних напрацювань. Адже йдеться про особливу людську пізнавальну спроможність виходити за межі наявного досвіду, з одного боку, і вагомий чинник творчості, який призводить до появи інновацій в різних видах діяльності, – з другого. Без уяви, фактично, не є можливою будь-яка інноваційна діяльність, але у різноманітних художніх практиках вона найяскравіше виявляє багатство чуттєвого досвіду конкретної особистості в сенситивному й емоційно-почуттєвому зрізах.

Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими й практичними завданнями. В сучасних наукових візіях, однак, зв'язку цього явища із естетичним досвідом людини не приділено належної уваги. Хоча в умовах технологічного прогресу й новітніх технологій, посилення ролі диджиталізації різних сфер людського життя і популярності соціальних мереж, значної соціальної міфотворчості й інтенсивного розвитку художніх продуктів у жанрах фентезі, фантастики, аніме, коміксів відбувається стрімке стимулювання уяви і розвитку фантазійних переживань людей різних вікових груп. Такі продукти є не лише вагомою складовою сучасної поп-культури, а й вагомими творчими новаціями, що впливають на внутрішні стани людей та їх зрушення. Також вони завдають впливу на естетосферу сучасного суспільства та естетичні почуття, смаки, оцінки й ідеали сучасників, а також художню культуру теперішнього суспільства.

У сучасній філософській антропології, гносеології, естетиці, мистецтвознавстві, теорії дизайну спостерігається відсутність уваги до поглибленого теоретико-методологічного аналізу зв'язку уяви та явищ потворного й піднесеного, як своєрідних оцінок фрагментів дійсності в естетичному плані, при створенні креативної продукції та її використанні. Не привертає значного інтересу й питання квазіестетичних феноменів, напрацьованих на базі художньої уяви, як стимулів негачії людського життя.

Аналіз основних досліджень і публікацій із зазначеної проблеми. Вважаємо, що уява та її роль у розвитку людського капіталу, в цілому, й естетичному розвитку особистості задля зростання її креативної спроможності, зокрема, знаходиться на маргінесах інтересу сучасних вітчизняних науковців, філософів, естетиків. Торкається зв'язку споглядання, міркування, уяви й уявлення при аналізі синтетичного характеру критичного мислення М. Макаренка, спираючись на філософсько-антропологічний й естетичний доробок І. Канта, пише про «сили судження» [6]. Але йдеться насамперед у розмірковуваннях дослідниці про їх значення для STEM іSTEAM освіти. Творчу уяву та асоціативну уяву розрізнено Т. Сільченко при аналізі зв'язку способів візуалізації художнього образу, його виразності із фантазією, уявою як складових образного мислення. Уява розглядається дослідницею як властивість, здатність людини до творчої переробки набутих вражень і результатів сприйняття, внаслідок чого виникає новий чуттєвий і мислений образ. Також нею наголошується на значущості вигадки – привнесення у чуттєвий досвід особистості нового складника і руйнації відомого логічного ланцюга при сприйнятті конкретного елемента/елементів світу, що надає «непередбаченого повороту». Тоді як фантазія постає як певне «відсторонення від дійсності» і «створення нових, насправді не існуючих, казкових, невірогідних ситуацій та об'єктів» [8, с. 44]. Природа цих явищ зумовлена «образною генеративністю», тобто людською спроможністю «формувати і модифікувати образи наявних і вдуманих ситуацій» [8, с. 45]. Коли ж йдеться про асоціативну уяву, то варто зважати на перекладність засобів художньої виразності одного виду мистецтв формами, засобами іншого виду.

У прикладних аспектах запитів теперішньої художньої практики також фіксується цілеспрямована увага розробників продукції, створеної на основах досягнень диджиталізації, на посилене використання уяви та уявлень, фантазії, щоб керувати чуттєвими станами споживачів візуальних продуктів [10–12]. Це спостерігаємо, зокрема в рекламістиці, дизайні та ін. Так, технології віртуальної /доповненої реальності (VR/AR), застосовані для розробок з графічного, мультимедійного і продуктового дизайну, створюють середовище для експлуатації уяви через персонажі, фони, освітлення, спецефекти. Варто зазначити, що поняття віртуальної реальності

було уведено до вжитку не фахівцями з інженерії чи психології, а американським художником Джароном Ланьє в 1985 році [12]. Тож теперішня візуальна культура посилено стимулює навантаження на уяву людей у різних сферах їхнього життя.

Відтак, дослідниками наголошується цінність розвинутої уяви як у представників творчих професій, зокрема рекламистів, митців, дизайнерів, викладачів дизайн-освіти й мистецьких спеціальностей, так і стимулювання розробниками творчих, інноваційних продуктів активного використання уяви у користувачів, споживачів цієї продукції.

Мета дослідження: проаналізувати вплив значення уяви на формування естетичного досвіду людей, їхньої спроможності до «суджень смаку» крізь призму дилем прекрасного – потворного та піднесеного – нищого – жахливого, а також з'ясувати теоретико-методологічний потенціал понять класичної естетики при аналізі різноманітних рукотворних об'єктів, створених у межах сучасних художніх практик.

Виклад основного матеріалу з обґрунтуванням отриманих наукових результатів. У філософських напрацюваннях під уявою розуміють насамперед пізнавальну здатність людини до вільної переробки чуттєво зафіксованого образу або утворення нових образів на «довільних засадах» [4, с. 660]. На погляд польського антрополога культури А. Менцвеля, завдяки антропологічній уяві створюється «світ, який не є природним, а навпаки, будується всупереч природі або над нею. Цей світ ми називаємо культурою...» [7, с. 13]. Однак вона залежить від етноцентризму, коли йдеться про оцінювання носіїв конкретної локальної культури та їхніх здобутків, – переконаний дослідник.

Тож уява, як феномен, постає існуючою у двох виявах: 1) зміні або трансформації конкретного образу дійсності (його презентують різноманітні природні чи ж рукотворного походження об'єкти; 2) формоутворення нового образу предмета, виробу, персонажа тощо. У такому її розумінні вона є, власне, антропологічним явищем, адже стосується кожного представника виду *Homo sapiens*; без неї не відбувався б розвиток людства й суспільства, не ускладнювалося б предметне середовище повсякденного буття людей та їхня орудійна діяльність, не можливим був би розвиток духовного життя і комунікаційної активності та ін. «Уява – необхідний компонент творчої діяльності людини, що виявляється в побудові на основі наявного досвіду образу форми діяльності. До того ж досвід виступає тут як знання тих дій, які треба здійснити, щоб досягти певних практичних результатів», – переконаний Д. Говорун [3, с. 135].

У філософській традиції підкреслюється не тотожність понять «уява» та «уявлення» [5, с. 660], якими фіксуються не однакові людські спроможності. Проте творча уява проявляється у стимулах та результативному зрізах неоднаково у різних практиках, як варто наголосити. Тому не можна лише звертати увагу на уяву винятково за критерієм корисності її продуктів. Не менш важливо, як видається, розглядати її за витоками, хоча б тому, що потреба її застосування може коренитися у бракові достовірної інформації, дефіциті часу для ретельного і тривалого вивчення чогось актуального, наявності схильності до гри, посиленому прагненні до новизни, сенсорному голоді, компенсаторному реагуванні на стрес та ін.

Прикметними ознаками уяви виступають деякі пізнавально-мисленнєві та досить часто й конкретні, практичні моменти діяльності, що призводять до появи нових штучних форм, речей, систем та ін. Останні є важливими в організації повсякденного людського життя та добробуту конкретних людей, але не існує «уяви без чогось уявленого» [1, с. 13]. Насамперед йдеться про вигадку чогось нового із використанням знайомого, знаного як аналогу, і при цьому до наявних складових при будові образу привноситься щось нове (на основі запозичення елементу/елементів іншого об'єкта природного чи штучного походження). Наприклад, у художній практиці, зокрема дизайні, вигадка має місце при імітації природних форм рослинного або тваринного походження, їх текстоники, текстур, фактур, застосованих у формоутворенні нового предмета, речі. Зокрема, це стосується такого напрямку розробок як органічний дизайн, представники якого намагаються наслідувати у формоутворенні природним об'єктам.

У дизайні середовища останнім часом спостерігається популярність надавати вічнозеленим рослинам для прикрашання й урізноманітнення урбанізованого простору зооморфні форми або ж стилізувати форми під об'ємні фігури: іноді вони презентують куб, паралелепіпед, кулю, конус, а іноді йдеться про більш вигадливі абстракції. Можна навести й наступний приклад із інженерної практики та інженерно-конструкторської діяльності – поява Ейфелевої вежі (la Tour Eiffel) відбулася не на порожньому місці: створення цього об'єкту стала можливим на перетині знань головного автора розробки про особливості будови стегнових кісток людини та тогочасних новітніх технічних і технологічних досягнень у металургії. Створений Г. Ейфелем та його командою з інженерів і архітектора об'єкт не лише привернув увагу своєю оригінальністю на Всесвітній виставці (1889 р.), він продовжує дивувати туристів й донині, тому і став прикметною «візитівкою» французької столиці та одним із важливих чинників у сприянні наповненню місцевого бюджету від міжнародного і локального туризму, а також вагомим надбанням культурної спадщини людства загалом. Адже Ейфелева розробка виступає своєрідним «розривувачем шаблонів» у штучному формоутворенні та локації «виробу виставкового призначення» в урбанізованому просторі.

Тож наголосимо, що наведені приклади стосуються проявів антропологічної уяви як спроможності виходу за межі відомого чи усталеного при створенні чогось нового. Однак вони стосуються різних її форм прояву за результатом: естетичної уяви та технічної уяви. А оскільки йдеться про появу новації, то мова йде про творчу уяву за характером індивідуальної чи колективної діяльності, як процесу формоутворення. Продукти творчості на основі кожної із них сприймаються теж по-різному, викликаючи неоднакові оцінки і, відповідно, впливаючи на визнання або невизнання цінності цієї діяльності для соціального життя конкретної спільноти. На нашу думку, варто розрізняти процесуально-функціональний аспект існування уяви у людей, коли долається інформаційна невизначеність ситуації чи брак достовірних знань, і результативний аспект, коли уява розробника стимулюється практичним завданням та проявляється у творчому продукті.

Важливо звернути увагу й на неоднозначну оцінку Ейфелевої вежі. Вже на стадії її побудови споруду оцінювали неоднозначно при спогляданні, зокрема серед критиків були відомі діячі культури того часу: письменники Александр Дюма (син), Гі де Мопассан, композитор Шарль Гуно та ін. Насамперед «300-метрова вежа» привертала увагу висотою, дивуючи масштабністю авторського задуму більшість відвідувачів. І це дає можливість її естетичної оцінки як носія феномена піднесеного, адже такий об'єкт значно вирізняється із оточуючих споруд, ніби велично «дивиться у небеса».

Але побоювання деякої частини тогочасної публіки щодо того, що висока вежа видозмінить і, навіть, спотворить історично сформований образ французької столиці наводять на думку й про іншу її оцінку з естетичних позицій. Варто враховувати, що при «естетичному ставленні сила пережитого почуття є основою естетичного судження» [2, с. 6]. Маємо досить чітке сприйняття цього об'єкта у дилемі естетичних понять «прекрасне – потворне», що засвідчується критикою Г. Ейфеля та появи карикатур на нього, елементом котрих виступала металева вежа із відкритою конструкцією. Остання насправді сприяла подоланню вітрового тиску на «чудо» техніки, інженерії та архітектури, але є незвичною для більшості людей, коли йдеться про добре знамі за формою високі споруди.

Тож головною причиною її неоднозначної оцінки, як видається, була не локація на Марсовому полі на невеликій віддалі від річки чи висота, а саме принципово нова конструкція, що не асоціювалось із надійністю, тривкістю, якою мала б бути вежа, виходячи з накопиченого за тривалий час соціального досвіду. Незвичність архітектоніки значно насторожувала окремих тогочасних мешканців Парижу через нетиповість та відсутність аналогів, викликаючи часто відчуття відрази, огидності. Тобто, цій споруді надавалась оцінка не як чомусь прекрасному з-поміж рукотворних об'єктів, а як потворному, з естетичної точки зору, коли йшлося про спирання на наявний естетичний смак та естетичний ідеал при оцінці інноваційного продукту

тогочасної технічної творчості. Звідси й тогочасні пропозиції й очікування її швидкого демонтажу з боку багатьох діячів французької культури.

Проте споруда залишається на місці й у наш час, що засвідчує своєрідну перемогу тих, хто оцінив її позитивно, тобто як прояв прекрасного(чи досконалого)у технічній творчості. Можливо її вечірнє освітлення чисельними газовими ліхтарями і використання трьох кольорів від прожекторів на верхівці споруди зіграли позитивну роль у подоланні чуттєвого дискомфорту, що виникав при спогляданні цієї нової технічної форми із нетривіальною конструкцією, висотою, застосованими матеріалами.

А саме він й фіксується через емоційно-чуттєві реагування на кшталт огиди чи відрази, як своєрідних маркерів стикання з явищем потворного. Варто наголосити, що потворне, як естетичний феномен, засвідчує відсутність внутрішньому чуттєвому комфорту в людини через недомірність конкретного об'єкта людській тілесності, а не тільки відсутність очікуваної насолоди від споглядання. Наразі відкритість конструкції дратує, адже у скритій формі може асоціюватися не лише із чимось незакінченим або нестійким, але й ознакою нежиттєвості (відкрита конструкція – наче кістяк).

Крім того, треба зазначити, що художня практика ХХ – ХХІ століть давно вийшла за межі мистецтва та художньої творчості, як професійної, так і аматорської, як його діяльнісної основи. Тому в естетичній теорії фіксується потреба подальшого розвитку категоріально-понятійного апарату для адекватного аналізу й оцінювання багатолікості проявів цієї практики, її соціально-культурних спонук та особистісно-індивідуальних чинників стимулювання. Так, поряд з поняттям естетичного почуття маємо спроби опертя й на поняття «естетичне переживання», наприклад, у польських дослідників: Р. Інгарден, Г. Ельзенберг, С. Моравський, В. Татаркевич, та українських філософів, естетиків: О. Оніщенко, М. Попович, К. Шевчук та ін.

Зокрема, В. Татаркевичем поняттю «естетичне переживання» приділено значну увагу при спробі узагальнення художніх здобутків, історично напрацьованих цивілізацією та суспільством, і подальших тенденцій їх розвитку. Своєрідними віхами такого поступу виступають: «краса речей» за доби Античності, «внутрішнє чуття душі» при Середньовіччі, «душевна піддатливість» (Л. Б. Альберті) [9, с. 296-297]. Крім того, польський філософ та естетик зауважує й наступне: «Гравіна твердив, що переживання перед лицем прекрасного та мистецтва відзначаються власне тим, що ірраціональні почуття опановують розум споживача, вкидаючи його у піднесений стан і вибиваючи зі звичайної колії» [9, с. 297]. І ще В. Татаркевич звертає увагу на роль нудьги в людському житті у стимулюванні прагнення до естетичного переживання. При цьому він говорить про відмінності естетичних переживань при «спогляданні картини чи огляді будівлі» [9, с. 311].

В. Татаркевич розмірковує і ніби запрошує до дискусії: чи варто вважати, що при естетичному переживанні основну роль має «гармонійне поєднання різних почуттів та певна розумова позиція» [9, с. 315]. Звісно, відмінності у витоках таких переживань від споглядання природних чи рукотворних об'єктів зумовлені не однаковими чинниками, і стикання людей із самими штучними утвореннями з різних причин викликає дуже різноманітний внутрішній відгомін. Польським дослідником це помічено й актуалізовано для подальших естетичних розвідок.

Але у вітчизняній естетичній теорії, мистецтвознавстві, теорії дизайну найчастіше має місце використання поняття «естетичне почуття» без поглиблено вивчення причин появи цього явища і розрізнення його якостей, наприклад, у мистецькій практиці, дизайні, рекламістиці, естетиці спорту. Крім того, з позицій теоретико-методологічного потенціалу ужиток поняття «естетичне переживання» є, на наш погляд, більш плідним. Адже не кожне емоційно-почуттєве зрушення може бути віднесеним до естетичного та є усвідомленим й чітко зорієнтованим на конкретну якість об'єкта споглядання. До того ж поняття естетичного переживання фіксує зв'язок із уявою та уявленнями, що не можна сказати про поняття естетичного почуття.

При спробах аналізу художніх практик за межами сфери мистецтва, наприклад дизайну чи рекламістики, у сучасній естетичній теорії й надалі пропонується до них застосовувати, як

наріжні, категорії й поняття, зміст котрих формувався винятково на основі стикання лише із мистецькою практикою: прекрасне, потворне, піднесене, нище, героїчне, трагічне, комічне та ін. Це не сприяє глибокому аналізу багатьох естетичних феноменів, які мають місце в сучасних не мистецьких художніх видах діяльності як у особистісно-детермінованих аспектах, так і соціально-значущих результатах, продукції. Тож варто розрізняти естетичну й художню уяву. І, до того ж, зважати на можливість існування творчої, продуктивної чи конструктивної уяви та деструктивної уяви (за соціальними наслідками).

Висновки. Уява, як антропологічний феномен, спрямовує індивіда на активний пошук чогось нового, невідомого через вихід за шаблони наявного досвіду, а творча уява – на створення, появу нових образів як чогось нетипового, нестандартного у формоутворенні уявлень предметів, речей, способів поведінки тощо. Коли мова йде про творчу уяву, як чинник появи інноваційного продукту в не мистецькій художній діяльності, можна розглядати її як естетичну уяву, за витоками. Стосовно мистецької практики та її витоків видається доцільним ужиток поняття художньої уяви. Варто продовжити дослідження естетичної уяви та її результатів, втілених в естетичні характеристики споживчих товарів, продуктів креативних індустрій, на основі поглиблення уявлень про теоретико-методологічний потенціал поняття потворного (можливо навіть увести поняття бридкого чи огидного як його різновиду в практиці, наприклад, дизайну, адже семантично в українській мові слово «потвора» відноситься до істоти, а не до неживого утворення, речі, виробу чи, скажімо, функціональної системи в урбанізованому просторі).

Чуттєвий дискомфорт має місце й при стиканні із іншим естетичним явищем – піднесеним. Але при зустрічі з останнім реагування зводиться до інших виявів чуттєвого реагування й досвіду людей, а саме: здивування, замилювання чи зачудування, як слабких негативних реакцій на новизну. Відтак об'єкт дійсності, який спричиняє їх появу, значно виділяється чимось з-поміж інших, викликаючи значне привернення уваги до нього. Він є чимось нетиповим серед багатьох елементів дійсності з точки зору споглядального досвіду, тож розцінюється спостерігачем/спостерігачами як потенційно небезпечний хоча б протягом деякого часу. Це й привертає до нього значну увагу, різко виділяє. Тоді як стосовно носія потворного таке не спостерігається, він просто дійсно чи уявно не є людинодомірним чи людиноподібним з точки зору того, хто стикається із таким об'єктом дійсності, коли його споглядає або використовує.

«Масштабування світу» з позицій людинодомірності кожним із нас робиться на основі власного досвіду, як чуттєвого, так і інтелектуально-творчого, та тілесності при організації взаємодій, стосунків з елементами дійсності. Естетичний досвід формується, як видається, на їх перетині, активно при цьому долучаючи й подібні напрацювання колективного плану (до того ж вартісних з культурно-антропологічних позицій через орієнтацію на вітафілію, «підтримку життя»). Однак у виробника художньо-мистецьких, художніх не мистецьких чи художньо-технічних інновацій та їх споживачів він достатньо відрізняється. Тож помилковою теоретико-методологічною настановою, як видається, є ототожнення витоків появи двох останніх різновидів інноваційних продуктів завдяки уяві, суто пов'язаній із художнім досвідом, тим паче сформованим унаслідок мистецької освіти. Сучасна дизайн-освіта теж спрямована на її формування, особливо у графічному дизайні. Але при цьому не варто нехтувати цінністю естетичного досвіду для розвитку особистості та напрацюваннями класичної та некласичної естетичної теорії, як і потребою її подальшого розвитку, щоб сприяти адекватному опису й оцінкам явищ та продуктів сучасних художніх практик.

Список використаних джерел та літератури

1. Адорно Т. Теорія естетики / пер. з нім. П. Тарашук. Київ: Видавництво Соломії Павличко «Основи», 2002. 518 с.
2. Говорун Д. І. Уява як єдність чуттєвого і раціонального. *Актуальні проблеми розвитку суспільства: соціально-гуманітарний вимір*: зб. наук. праць. Черкаси: Черкаський національний ун-т імені Богдана Хмельницького, 2007. С. 132–138.

3. Говорун Д. І. Творча уява в естетичній теорії Канта. *Вісник Черкаського університету*. Серія «Філософія». 2011. Вип. 200. С. 4–10.
4. Йолон П. Уява. *Філософський енциклопедичний словник*. Київ: Абрис, 2002. С. 660.
5. Йолон П. Уявлення. *Філософський енциклопедичний словник*. Київ: Абрис, 2002. С. 660.
6. Макаренко М. Феномен критичного мислення у контексті філософії для дітей: трансцендентальний вимір. *Грані*. 2024. Т. 27, № 4. С. 59–67. <https://doi.org/10.15421/172477>
7. Менцвель А. Антропологічна уява / пер. з пол. О. М. Вознюк. Київ: Юніверс, 2012. 380 с.
8. Сільченко Т. І. Художня виразність, уява і фантазія як цільові установки розвитку пластики рук у навчальному процесі. *Науковий вісник Київського національного університету театру, кіно і телебачення ім. І.К. Карпенка-Карого*. 2023. № 32. С. 43–49 <https://doi.org/10.34026/1997-4264.32.2023.281321>
9. Татаркевич В. Історія шести понять: Мистецтво. Прекрасне. Форма. Творчість. Відтворництво. Естетичне переживання / пер. з пол. В. Корнієнка. Київ: Юніверс, 2001. 368 с.
10. Ansal V., Shruthi M., Dmello G., et all. (2020). Product Design Using Virtual Reality. *International Conference on Computer Networks and Communication technologies. ICCNCT*. Vol 44. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-37051-0_104
11. Hakila J. Colley, A. Yliharju A. (2018). Introducing Virtual Reality Technologies to Design Education, in: *International journal of media, technology, and lifelong learning*. <https://doi.org/10.7577/seminar.2584>
12. Mohamed T. I., Sicklinger A. An integrated curriculum of virtual/augmented reality for multiple design students. *Education and Information Technologies*. 2022. Vol. 27. P. 11137–11159. <https://doi.org/10.1007/s10639-022-11069-6>

References (translated&transliterated)

1. Adorno, T. (2002). Teoriia estetyky [Theory of aesthetics] / per. znim. P. Tarashchuk. Kyiv: Vydavnytstvo Solomii Pavlychko «Osnovy». [in Ukrainian]
2. Hovorun, D. I. (2007). Uiaa yak yednist chuttyevoho i ratsionalnoho. *Aktualni problemy rozvytku suspilstva: sotsialno-humanitarnyi vymir: zb. nauk. prats*[Imagination as the unity of the sensual and the rational]. Cherkasy: Cherkaskyi natsionalnyi un-t imeni Bohdana Khmelnytskoho. S. 132–138. [in Ukrainian]
3. Hovorun, D. I. (2011) Tvorchia uiava v estetychnii teorii Kanta [Creative imagination in Kant's aesthetic theory]. *Visnyk Cherkaskoho universytetu. Serii «Filosofii»*. Vyp. 200. S. 4–10. [in Ukrainian]
4. Yolon, P. (2002). Uiaa [Imagination]. *Filosofskiy entsyklopedychnyi slovnyk*. Kyiv: Abrys. S. 660. [in Ukrainian]
5. Yolon, P. (2002). Uiavlennia [Idea]. *Filosofskiy entsyklopedychnyi slovnyk*. Kyiv: Abrys, S. 660. [in Ukrainian]
6. Makarenko, M. (2024). Fenomen krytychnoho myslennia u konteksti filosofii dla ditei: transtsendentalnyi vymir [The phenomenon of critical thinking in the context of philosophy for children: the transcendental dimension]. *Hrani*. T. 27, № 4. S. 59–67. <https://doi.org/10.15421/172477>[in Ukrainian]
7. Mentsvel, A. (2012).Antropolohichna uiava [Anthropological imagination] / per. z pol. O. M. Vozniuk. Kyiv: Yunivers. 380 s. [in Ukrainian]
8. Silchenko, T. I. (2023). Khudozhnia vyraznist, uiava i fantaziia yak tsilovi ustanovky rozvytku plastyky ruk u navchalnomu protsesi [Artistic expression, imagination and fantasy as target settings for the development of hand plasticity in the educational process]. *Naukovyi visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu teatru, kino i telebachennia im. I.K. Karpenka-Karoho*. № 32. S. 43–49. <https://doi.org/10.34026/1997-4264.32.2023.281321>[in Ukrainian]
9. Tatarkevych, V.(2001). Istoriia shesty poniat: Mystetstvo. Prekrasne. Forma. Tvorchist. Vidtvornytstvo. Estetychne perezhyvannia [The history of six concepts: Art. Beauty. Form. Creativity. Reproduction. Aesthetic experience] / per. z pol. V. Kornienka. Kyiv: Yunivers, 368 s. [in Ukrainian]
10. Ansal, V., Shruthi, M., Dmello, G., et all. (2020). Product Design Using Virtual Reality. *International Conference on Computer Networks and Communication technologies. ICCNCT*. Vol 44. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-37051-0_104 [in English].
11. Hakila, J. Colley, A. Yliharju, A. (2018). Introducing Virtual Reality Technologies to Design Education, in: *International journal of media, technology, and lifelong learning*. <https://doi.org/10.7577/seminar.2584> [in English].
12. Mohamed, T. I., Sicklinger, A. (2022). An integrated curriculum of virtual/augmented reality for multiple design students. *Education and Information Technologies*. Vol. 27,p. 11137–11159. <https://doi.org/10.1007/s10639-022-11069-6> [in English].

Статтю отримано 21.09.2025 року.

Прийнято до друку 10.11.2025 року.