

## Сәннің қызметі және құрылымы

Сән – барлық әлеуметтік өзгерістер ішіндегі ең сезімтал «құрал», күрделі психологиялық құбылыс.

Өнертанушылар сәннің әлеуметтік құбылыс ретінде пайда болуын ежелгі орта ғасыр дәуірінен, дәлірек айтқанда, XIV ғасырдың соңы мен XV ғасырдың жарты жылдығының басынан басталады деп есептейді. “Сән” құбылысының шын мәнін түсіну үшін, оның пайда болуы мен қызметінің терең механизмін ашу үшін қоғамда сәнді зерттеуге әлеуметтік жағдай жасалынды. XIX-XX ғасыр аяғында сән зерттеушілері оның шығуы мен дамуының әлеуметтік себептерін, сән қолданысының экономикалық және мәдени салдарларын талдай келіп, оны әлеуметтік феномен ретінде қарастырды. Сәнді әр түрлі көзқарас тұрғысынан, атап айтқанда әлеуметтік психология, психологиялық талдау, нарық капитализмінің экономикасы және мәдениеттану тұрғысынан зерттеді. Қай тұрғыдан алып қарасақ та сән қоғам дамуын анықтайтын қозғалыс ретінде адамзат өмірінде маңызды рөл атқарушы компоненттердің бірі.

Көп бейнелілік, плюрализм, постмодерннің принциптік эклектизмі қазіргі сән үлгісінде бұрынғыдай жалпыға ортақ сән стандарттарының пайда болуына әсер етті. Әр түрлі әлеуметтік топтар үнемі өзгеріп отыратын әрі сансыз көп сән стандарттары мен құндылық жүйелерін пайдаланады. Осылайша, өмір салтына, белгілі бір әлеуметтік топтардың өзіндік ерекшеліктеріне байланысты «бір сән үлгісінің» орнын «көп сән үлгісі» иеленді.

Сонымен, сән құрылысы келесі элементтерден тұрады:

– қимыл-қозғалыс пен мінез-құлыққа үлгі немесе тәсіл болған *сәндік стандарттар*;

– эстетика, идея, сөз, олардың қасиеті сияқты материалдық және материалдық емес *сән объектілері*;

– сәндік стандарт немесе объектінің сәндік мағынасын жоғалтса «сәннен шығып қалатын» – *сән маңызы* немесе сәннің тұтастығы.;

– сәндік стандартқа, объекті мен құндылыққа бағытталған мінез-құлық – *сәнқойлардың мінез-құлқы*.

Қазіргі сән үлгілері бірқатар қызметтер атқарады:

- **инновациялық** – көптеген мәдени модельдердің ішінен белгілі бір уақыт талабына екшеленген, өмір салтына лайық, жаңа мінез-құлыққа сәйкес жаңа сәннің енуі;

- **регулятивтік** – сән үлгісі бұрынғы кезең мен жақын кезеңнің арасын бөліп, регулятивтік – таяу болашақтағы сән үлгісін дайындайды;

- **психологиялық** – сән адам қиялы мен өзіндік ойының, жаңашылдыққа ұмтылуының психологиялық қажетін өтейді. Сән жұртшылыққа эмоциялық күш береді, дайын сән үлгілерін жеке адам арқылы ұсына отырып, психологиялық әрекет жасайды;

- **әлеуметтік** – сән белгілі бір әлеуметтік ортада әлеуметтік норма мен құндылықты, әлеуметтік және мәдени мұраларды қабылдай білуге үйретеді. Сән әлеуметтік теңсіздікті әрі көрсете, әрі теңестіре отырып, қоғамдық шиеленісті реттейді;

- **мәртебелік** – сәндік стандартқа және жоғарғы әлеуметтік топтарға – бекзаттарға еліктей отырып өз бойындағы кемсіну сезімдерін жеңе білуі;

- **коммуникативтік** – сәннің қарым-қатынастық қызметінің көпшілік бұқаралық қарым-қатынасқа жол ашуы;

- **экономикалық** – тұтыну саласында сән адамның мінез-құлқына әсер етсе, белгілі бір тұтынушылық құрылымының қалыптасуына ықпал жасайды.

- **эстетикалық** – көпшіліктің эстетикалық талғамын, қажеттілігін қанағаттандыру, сәннің нәтижесінде эстетикалық бағаға ие болуы.