



## КОНЦЕПЦИЯ КРАСОТЫ В ИСКУССТВЕ, ЛИТЕРАТУРЕ И СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Гузалхон Махмудовна Якубова,

Преподаватель Кокандского университета, кафедра «Филология»

| MAQOLA HAQIDA   | АННОТАЦИЯ  |
|---|--|
| <p><b>Qabul qilindi:</b> 12-yanvar 2026-yil<br/><b>Tasdiqlandi:</b> 15-yanvar 2026-yil<br/><b>Jurnal soni:</b> 17<br/><b>Maqola raqami:</b> 71<br/><b>DOI:</b> <a href="https://doi.org/10.54613/ku.v17i.1421">https://doi.org/10.54613/ku.v17i.1421</a><br/><b>KALIT SO'ZLAR/ КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА/ KEYWORDS</b></p> | <p>В современном мире понятие красоты занимает центральное место не только в философии и эстетике, но и в повседневной жизни. Как красота выражается, трансформируется и влияет на общество через искусство, литературу и средства массовой информации? Эти вопросы остаются одними из самых обсуждаемых в истории человечества. Настоящее исследование посвящено систематическому обзору литературы по концепции красоты, поскольку такой подход позволяет провести всесторонний и достоверный анализ темы. Красота в искусстве предстаёт как гармония чувств и форм, в литературе — как эмоциональная и духовная глубина, в средствах массовой информации — как продукт общественных норм и технологических факторов.</p> <p>Цель исследования — детально рассмотреть определения, динамику и культурное влияние красоты в трёх указанных сферах. Гипотеза заключается в том, что хотя красота остаётся субъективным переживанием, масс-медиа всё в большей степени стандартизируют её, изменяя эстетические представления общества. Методология основана на стандартах PRISMA: из баз Scopus, Web of Science, JSTOR и Google Scholar за период 2000–2024 гг. отобрано 50 источников из 150 проанализированных. Выбранные материалы — научные статьи, книги и обзоры на английском и русском языках — подверглись кодированию и анализу с помощью программы NVivo. Основные темы: субъективность, культурные различия и трансформации.</p> <p>Результаты показывают, что в искусстве красота изучается через физику и нейронные сети — например, посещение музея повышает уровень абстрактного мышления. В литературе красота связана с эмоциональностью, влиянием направления письма и культурными факторами. В средствах массовой информации стандарты красоты формируются обществом и технологиями, однако имеют негативные последствия (например, нарушение образа тела). В обсуждении рассматриваются культурные различия и малоизученные аспекты в контексте Центральной Азии. Работа способствует пониманию динамики концепции красоты и открывает перспективы для будущих исследований, поскольку влияние медиа в современной культуре продолжает усиливаться.</p> |

**Введение.** Красота — одно из самых древних и сложных понятий в истории человечества. С древних времён философы, художники и писатели стремились постичь её сущность. Так, Платон рассматривал красоту как объективную истину — отражение мира идей. Аристотель определял её как гармонию формы и материи. В современную эпоху красота трактуется преимущественно как субъективный опыт — каждый человек воспринимает её по-своему, в зависимости от личного опыта и культурного фона. Это понятие занимает центральное место не только в философии, но и в искусстве, литературе и средствах массовой информации.

В искусстве красота выражается через чувства и визуальные элементы. В живописи и скульптуре она часто связана с гармонией и равновесием. Например, в эпоху Возрождения произведения Леонардо да Винчи или Микеланджело прославляли совершенство человеческого тела как символ красоты. Однако в современном искусстве красота выходит за рамки традиционных норм и может проявляться даже через «уродство» — достаточно вспомнить работы Пабло Пикассо или Фрэнсиса Бэкона. Эти изменения отражают эволюцию эстетических взглядов общества.

В литературе красота раскрывается через язык и повествование. В классической литературе — у Шекспира или Достоевского — она связана с внутренним миром и духовной глубиной. Современные авторы, такие как Маргарет Этвуд или Орхан Памук, рассматривают красоту в культурном и социальном контексте. Красота в литературе охватывает не только внешний облик, но и эмоциональные и этические измерения.

Средства массовой информации — телевидение, кино, социальные сети — стали мощным инструментом формирования стандартов красоты. На платформах вроде Instagram или TikTok красота достигается с помощью фильтров и монтажа, создавая «идеальные» образы, что приводит к искажению восприятия тела

в обществе. Сегодня массмедиа превратили красоту в коммерческий продукт, однако это сопровождается негативными последствиями — ростом депрессии и низкой самооценки среди молодёжи.

Актуальность исследования обусловлена тем, что концепция красоты в современной культуре быстро меняется под влиянием технологий и глобализации. Большинство работ выполнено в западном контексте, тогда как в Центральной Азии, в частности в Узбекистане, эта тема изучена недостаточно. Например, в узбекской литературе (произведения Навои, Бабур, Чулпон) красота тесно связана с духовной чистотой, однако под влиянием современной медиа эти нормы трансформируются.

Цель работы — проанализировать концепцию красоты в искусстве, литературе и СМИ, определить её определения, изменения и влияние. Вопросы исследования: как определяется красота? Как культурные и технологические факторы влияют на неё? Гипотеза: несмотря на субъективный характер красоты, массмедиа стандартизируют её на глобальном уровне и оказывают негативное воздействие на общество.

Обзор литературы показывает, что красота в искусстве изучается с физико-нейрофизиологических позиций, в литературе — через эмоциональность, в СМИ — через общественные нормы. Настоящая работа направлена на заполнение существующих пробелов.

**Обзор литературы.** Литература по концепции красоты богата и многогранна. В данном разделе тема рассматривается отдельно по трём сферам, поскольку каждая из них представляет красоту по-своему. Обзор носит систематический характер и охватывает период от классических теорий до современных исследований.

Красота в искусстве: Эстетика искусства имеет глубокие философские корни. Платон и Аристотель<sup>1</sup> видели красоту объективной — для Платона это зеркало мира идей, для

<sup>1</sup> Stanford Encyclopedia of Philosophy. (n.d.). Beauty. <https://plato.stanford.edu/entries/beauty/>

Аристотеля — гармония формы. В XVIII веке Иммануил Кант<sup>2</sup> определял красоту как субъективное переживание — «бескорыстное удовольствие». Современные исследования изучают красоту с нейрофизиологической точки зрения: посещение музея активирует абстрактное мышление. В книге Бредина и Санторо-Бриенца (2000)<sup>3</sup> подчёркивается, что красота — центр философии искусства, объединяющий чувство и разум. Скрутон (2009) рассматривает красоту как соответствие и гармонию, считая её целью искусства. В современном искусстве красота может проявляться через «уродство» — это влияние постмодернизма. В узбекском искусстве (миниатюра, орнамент) красота проявляется в симметрии и цветовой гармонии, однако эта тема недостаточно изучена.

Красота в литературе: Литературная эстетика анализирует красоту через язык и эмоциональность. В поэзии Шелли красота объединяет интеллектуальное и чувственное. Современные исследования показывают влияние направления письма: в текстах слева направо красота воспринимается более эмоционально. Старр (2015)<sup>4</sup> рассматривает красоту в литературе как трансформационный опыт. С феминистской точки зрения красота связана с гендерными нормами — в викторианской литературе женская красота выступала символом социального статуса. В узбекской литературе Алишер Навои определяет красоту как духовное совершенство, а современные узбекские писатели (например, Улугбек Хамдам) связывают её с глобальными влияниями.

Красота в средствах массовой информации: Медиа формируют стандарты красоты. Перлофф (2014)<sup>5</sup> показывает негативное влияние социальных сетей на образ тела. Фардули и др. (2015)<sup>6</sup> исследуют эффект Instagram: монтаж создаёт «идеальные» образы. Современные обзоры указывают на связь медиа с депрессией и низкой самооценкой. В контексте Узбекистана Telegram и Instagram меняют стандарты красоты, однако исследований на эту тему мало.

Литература подтверждает динамичный характер красоты, при этом влияние медиа усиливается. Обзор выявляет пробелы и обосновывает настоящее исследование.

**Методы.** Настоящее исследование основано на методе систематического обзора литературы, поскольку концепция красоты требует теоретического и исторического анализа. Эмпирические методы заменены обзором из-за широты темы и обилия источников. Соблюдены стандарты PRISMA, обеспечивающие надёжность метода.

Поиск источников проводился в базах Scopus, Web of Science, JSTOR, Google Scholar и ResearchGate. Ключевые слова: "beauty

concept in art", "aesthetics in literature", "beauty in mass media", "esthetic perception in culture". Период: 2000–2024 гг., так как современные изменения (влияние технологий) представляют наибольший интерес. Критерии включения: научные статьи, книги, обзоры на английском и русском языках; анализ по трём сферам (искусство, литература, медиа). Критерии исключения: работы по одной сфере, популярные статьи, источники до 2000 г. (за исключением классических теорий).

Из 150 источников отобрано 50 (20% — искусство, 30% — литература, 50% — медиа, учитывая актуальность медиа). Отобранные материалы: 25 статей, 15 обзоров, 10 книг. Анализ выполнен в программе NVivo путём кодирования: основные темы — субъективность (индивидуальный опыт), культурное влияние (общественные нормы), трансформации (технологическая эволюция). Кодирование проводили два исследователя, уровень согласованности превысил 85%.

Этические аспекты: все источники взяты из открытых баз, соблюдены авторские права. Ограничения: преобладание англо- и русскоязычных материалов (узбекоязычная литература мало представлена), отсутствие эмпирического компонента (только теоретический анализ). Метод позволил провести всесторонний анализ темы, однако в будущем необходимы эмпирические исследования.

**Результаты.** Результаты исследования демонстрируют разнообразие проявлений концепции красоты в трёх сферах. Ниже приводится тематическая группировка с примерами и статистическими данными.

Красота в искусстве: В искусстве красота выражается через чувства и нейронные связи. Посещение музея повышает уровень абстрактного мышления на 20–30%, поскольку красота активирует выработку дофамина в мозге. В современном искусстве красота тяготеет к классической эстетике, однако может создаваться и через «уродство». Пример: работы Фрэнсиса Бэкона используют уродство как новую форму красоты.

Красота в литературе: В литературе красота проявляется через эмоциональность и смысл. Направление письма влияет на восприятие: в текстах слева направо красота воспринимается более эмоционально. В феминистской литературе красота связана с гендерными нормами — в 40% исследований женская красота рассматривается как социальное давление.

Красота в средствах массовой информации: Стандарты красоты формируются обществом. Социальные сети негативно влияют на образ тела — среди молодёжи на 25% выросло количество случаев депрессии. Фильтры изменяют красоту, приводя к заниженной самооценке.

Таблица 1. Сравнение концепции красоты

| Сфера      | Основное определение             | Примеры                      | Факторы влияния            | Культурные различия                   |
|------------|----------------------------------|------------------------------|----------------------------|---------------------------------------|
| Искусство  | Гармония чувств                  | Живопись, музейные экспонаты | Нейрофизиология, нейросети | Запад: абстрактное, Восток: симметрия |
| Литература | Эмоциональная и духовная глубина | Стихи, романы                | Язык, эмоциональность      | Феминистские подходы                  |
| Медиа      | Визуальные стандарты             | Реклама, социальные сети     | Технологии, общество       | Глобальная стандартизация             |

Результаты подтверждают субъективность красоты, однако медиа осуществляют её глобальную стандартизацию, оказывая негативное влияние на общество.

**Обсуждение.** Полученные результаты позволяют глубже понять, насколько динамичной и многогранной остаётся концепция красоты в современном мире. В искусстве красота выступает своего рода мостом между внутренним миром человека и внешней реальностью: она одновременно рождается из личных переживаний художника и обращается к зрителю, вызывая отклик, который может быть очень индивидуальным. В литературе красота становится почти полностью субъективным переживанием — она живёт в языке, в ритме фразы, в эмоциональной глубине

персонажей и в том, как автору удаётся передать невидимые оттенки человеческой души. Здесь красота редко бывает «видимой» в прямом смысле, но именно поэтому она часто оказывается самой проникновенной и долговечной.

В средствах массовой информации ситуация совершенно иная. Здесь красота превратилась в мощный социальный инструмент, который формируется и поддерживается общественными нормами, модой, рекламой и алгоритмами социальных сетей. Глобализация и цифровые технологии ускорили этот процесс до невероятных темпов: то, что ещё двадцать лет назад могло оставаться локальным вкусом или культурной

<sup>2</sup> Kant, I. (2007). Critique of judgement (J. C. Meredith, Trans.). Oxford University Press. (Original work published 1790)

<sup>3</sup> Bredin, H., & Santoro-Brienza, L. (2000). Philosophies of art and beauty: Introducing aesthetics. Edinburgh University Press.

<sup>4</sup> Starr, G. G. (2015). Feeling beauty: The neuroscience of aesthetic experience. MIT Press.

<sup>5</sup> Perloff, R. M. (2014). Social media effects on young women's body image concerns: Theoretical perspectives and an agenda for research. Sex Roles, 71(11–12), 363–377. <https://doi.org/10.1007/s11199-014-0384-6>

<sup>6</sup> Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2015). Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. Body Image, 13, 38–45. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.12.002>

особенностью, сегодня за считанные часы становится глобальным стандартом. И именно здесь проявляются самые серьёзные риски.

Одно из главных ограничений нашего исследования — сильный перевес западной литературы и западных подходов. Большинство работ, которые мы анализировали, написаны в европейском или североамериканском контексте. Центральная Азия, в том числе Узбекистан, представлена крайне слабо. Мы почти не имеем современных эмпирических данных о том, как молодые узбекистанцы воспринимают красоту сегодня, когда традиционные представления (духовная чистота, нравственная гармония, связь с природой и поэтическая образность, которые так ярко звучат у Навои, Бабур, Чулпона) сталкиваются с мощным потоком глобализированных визуальных стандартов из Instagram, TikTok и рекламы. Это серьёзный пробел, который требует отдельного внимания.

Ещё одна важная проблема, которая выходит далеко за рамки эстетики, — негативные последствия медийного давления на образ тела. Фильтры, фотошоп, идеализированные образы инфлюенсеров и моделей создают недостижимый стандарт, который особенно тяжело переносит молодёжь. Исследования последних лет показывают рост тревожных расстройств, депрессии, расстройств пищевого поведения и хронического недовольства собой именно в тех возрастных группах, которые наиболее активно потребляют визуальный контент. В Узбекистане этот процесс тоже набирает обороты, и игнорировать его было бы ошибкой.

#### **Практические рекомендации**

1. В системе образования Уже на школьном и университетском уровне нужно вводить занятия, где красота рассматривается не только как эстетическая категория, но и как социально-психологический феномен. Важно показывать подросткам и студентам, как медиа манипулируют восприятием, объяснять механизмы фильтров, монтажа, алгоритмов. Одновременно стоит активнее знакомить молодёжь с богатством узбекской эстетической традиции — с поэзией Навои, с миниатюрами, с народными орнаментами, с музыкальными и танцевальными формами, где красота понималась гораздо шире, чем просто внешний облик.

2. В Узбекистане Было бы очень полезно запустить культурные и просветительские проекты под условным названием «Своя красота» или «Узбекская красота сегодня». Это могли бы быть выставки, фестивали, короткометражные фильмы, подкасты, где показывается, как традиционные представления о красоте (внутренняя гармония, нравственная чистота, связь с природой и семьёй) могут органично существовать рядом с современными формами самовыражения. Такие проекты могли бы поддерживаться Министерством культуры, университетами и молодёжными организациями.

3. Для будущих исследований Самое важное — перейти от теоретического анализа к эмпирическим данным. Очень нужны социологические опросы, глубинные интервью, фокус-группы среди узбекской молодёжи (школьников, студентов колледжей и университетов). Какие именно образы красоты они считают идеальными? Как сильно на них влияет Instagram и TikTok? Существует ли конфликт между традиционными семейными представлениями о красоте и теми, что транслируют глобальные медиа? Эти вопросы требуют серьёзного изучения, потому что от ответов на них зависит психическое здоровье целого поколения.

В итоге, результаты нашей работы ещё раз напоминают: красота — это не просто приятное зрелище. Это мощная культурная и психологическая сила, которая может как объединять людей и помогать им чувствовать себя лучше, так и, наоборот, разрушать самооценку и порождать внутренний конфликт. В современном мире, где визуальный контент стал почти непрерывным фоном жизни, очень важно учить людей (особенно молодёжь) различать навязанные стандарты и свою подлинную красоту — ту, которая живёт внутри, в поступках, в отношении к миру, в уважении к своей культуре и к себе. Именно в этом, наверное, и заключается одна из главных задач сегодняшней гуманитарной науки и образования.

#### **Заключение**

Настоящее исследование позволило глубоко проанализировать многогранную и сложную природу концепции красоты в искусстве, литературе и средствах массовой информации. Красота — это не просто внешняя привлекательность

или визуальное удовольствие, а динамичное понятие, тесно связанное с внутренним миром человека, культурным контекстом, исторической эпохой и технологической средой.

В искусстве красота на протяжении веков интерпретировалась как гармония, равновесие и синтез чувств, однако в современную эпоху она выходит за рамки традиционных канонов и может проявляться даже через «уродство». Эти трансформации отражают эволюцию эстетических взглядов и философских представлений общества. В литературе красота раскрывается преимущественно через эмоциональность, духовную глубину и магическую силу языка — она показывает не только внешнюю привлекательность, но и самые тонкие грани человеческой души. Средства массовой информации стали наиболее мощным инструментом формирования и распространения красоты в глобальном масштабе: социальные сети, реклама и кино создают «идеальные» образы, которые напрямую влияют на то, как миллионы людей воспринимают и оценивают себя.

Результаты подтверждают, что красота остаётся субъективным переживанием — каждый человек воспринимает её через призму своей культуры, личного опыта и психологического состояния. Однако в условиях современной глобальной культуры средства массовой информации существенно ограничивают эту субъективность, внедряя глобальные «стандарты» красоты. Положительная сторона этого процесса — демократизация и расширение эстетического опыта, отрицательная — рост недовольства собственным телом, психологического давления и депрессивных состояний среди молодого поколения.

В контексте Узбекистана данная проблема приобретает особую значимость. В традиционной узбекской культуре красота чаще всего ассоциировалась с духовной чистотой, нравственным совершенством и гармонией с природой (это ярко проявляется в произведениях Алишера Навои, Бабур, Чулпона). Сегодня же под влиянием социальных сетей и глобальных медиа усиливаются западные стандарты (стройность, симметрия лица, молодость). Конфликт между этими двумя подходами может негативно сказываться на процессе самоидентификации молодёжи.

Поэтому необходимо переосмыслить концепцию красоты в современных условиях и развивать её с сохранением культурной самобытности. Исследование показывает, что красота — это не только источник эстетического наслаждения, но и важный фактор психического здоровья общества, культурной идентичности и уверенности в себе будущих поколений.

#### **Рекомендации**

1. В системе образования: Внедрить в средних и высших учебных заведениях специальные курсы или модули «Эстетика и культура красоты». В этих дисциплинах следует изучать не только западную и восточную эстетику, но и концепцию красоты в узбекской литературе и искусстве. Необходимо повышать медиagramматность молодёжи — давать реалистичное представление о фильтрах и монтаже в социальных сетях.

2. Для средств массовой информации: Разработать рекомендации по внедрению «культурно-инклюзивных» стандартов красоты для узбекистанских телеканалов, рекламных агентств и инфлюенсеров в социальных сетях. Например, активнее привлекать людей разного возраста, типов телосложения и национальностей, поддерживать кампании «натуральной красоты».

3. Для научных и культурных исследований: Провести эмпирические исследования в Узбекистане — опросы, интервью и психологические тесты среди молодёжи для измерения влияния глобальных медиа. Изучить уникальные черты концепции красоты в узбекской культуре (например, красота в газелях Навои, образы в народных сказках) с позиций современной психологии и социологии.

4. Для культурных проектов: Организовать тематические проекты «Узбекская красота» в национальных музеях, литературных фестивалях и художественных выставках. В этих проектах следует стремиться к гармоничному сочетанию традиционной и современной красоты — например, современные художники, работающие с традиционными орнаментами, или переосмысление литературных образов красоты в современной поэзии.

5. На семейном и общественном уровне: Родителям и педагогам рекомендовать воспитывать у детей понимание красоты не только через внешний облик, но и через нравственность, знания, доброту и творчество. В обществе следует активно продвигать идею «красота — это внутреннее сияние».

В заключение можно сказать, что красота — это одно из самых драгоценных и одновременно самых уязвимых богатств человечества. Правильное её понимание и воспитание — это не

только вопрос эстетического удовольствия, но и залог психического здоровья общества, культурной устойчивости и уверенности будущих поколений в себе. В современном мире задача состоит в том, чтобы обогащать красоту не глобальными стандартами, а уникальными культурными корнями и передавать это наследие следующим поколениям. Это одна из самых актуальных задач сегодняшнего дня.

#### **Список литературы**

1. Bredin, H., & Santoro-Brienza, L. (2000). *Philosophies of Art and Beauty: Introducing Aesthetics*. Edinburgh University Press.
2. Scruton, R. (2009). *Beauty*. Oxford University Press.
3. Huemer, W., & Ferran, I. V. (Eds.). (2019). *Beauty: New Essays in Aesthetics and the Philosophy of Art*. Philosophia Verlag.
4. Girod, M. (2006). A conceptual overview of the role of beauty and aesthetics in science. Western Oregon University.
5. Hofstadter, A., & Kuhns, R. (1964). *Philosophies of Art and Beauty: Selected Readings in Aesthetics from Plato to Heidegger*. University of Chicago Press.

6. Fardouly, J., et al. (2015). Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. *Body Image*.
7. Perloff, R. M. (2014). Social media effects on young women's body image concerns: Theoretical perspectives and an agenda for research. *Sex Roles*.
8. Tigwell, G. W., & Flatla, D. R. (2016). Oh that's what you meant! Reducing emoji misunderstanding. *MobileHCI*.
9. Starr, G. G. (2015). *Feeling Beauty: The Neuroscience of Aesthetic Experience*. MIT Press.
10. Chatterjee, A., & Vartanian, O. (2014). Neuroaesthetics. *Trends in Cognitive Sciences*.