

рического времени и пространства способствует органичному включению школьника в ту национально-культурную среду, которая питает его духовное развитие, осознанию им себя носителем, выразителем и творцом национальной и общечеловеческой культуры;

– **как восхождение к Себе.** Это ракурс условий организации духовного воспитания. Самопознание выступает необходимым условием осуществления осознанного выбора в ситуациях «кризиса существования», а сам выбор и продвижение по избранному пути – единственным способом перехода на более высокую ступень духовной зрелости. С этой точки зрения рассматриваются регулятивы поведения человека – совесть, чувство долга и др.;

– **как восхождение к Другому.** Это ракурс технологий. Духовное воспитание основано на единстве человека и мира, на свободном принятии Другого и на открытости для Другого. Следовательно, основное свойство методов, форм, технологий духовного воспитания – их диалогичность, направленность на взаимное изменение участников процесса духовного воспитания. Другие их особенности – эмоциональность, соотнесенность с формами социокультурного бытия, включенность в целостную воспитывающую среду.

Специфический характер духовного воспитания определяет и специфический подход к его проектированию. Прежде чем проектировать процесс духовного воспитания школьников, педагогу необходимо спроектировать собственную позицию в этом процессе, без чего невозможно совместное с воспитанником продвижение по пути духовного совершенствования.

УДК 37.0+316.7+18

О. Д. Олейникова

СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ СРЕДА КАК ФАКТОР ВОСПИТАНИЯ

Кризис отечественного образования – часть современного социального системного кризиса. Сегодня становится очевидным снижение интеллектуального потенциала российского общества. Происходит деградация моральных качеств населения, без наличия которых не может существовать ни одна страна. Нынешнее поколение детей не восполняет поколение родителей ни в количественном, ни в качественном отношении.

Неэффективность образовательной и воспитательной деятельности общеобразовательных учреждений во многом связана с отсутствием целеполагающих приоритетов развития личности, что обусловлено неопределенностью ценностных ориентаций всего общества, неразработанностью программы преобразования России на ближайшую и дальнюю перспективы. Неолиберальные эксперименты в системе образования, называемые модернизацией, связаны, прежде всего, с введением рыночных принципов функционирования образовательного комплекса, имеющего изначально нерыночную природу. Необходимо определить образователь-

ную стратегию, наилучшим образом отвечающую человеческим ресурсам страны и ее культурным особенностям, четко обозначить социальный заказ системе образования.

Социальная роль образования ставится под сомнение, поскольку задачей образовательных реформ, проводимых в России, является приведение системы образования в соответствие с целями рыночной экономики, прежде всего, перевод ее на платную основу. Неприспособление образования к запросам рынка объективно приводит к квазиобразованности, поверхностности усваиваемых знаний, к примитивизации потребностей и утилитаризму, к разрушению эмоционально-ценностной сферы учащихся и учительства, что и обозначается как кризис духовности.

Кризисное состояние образования предопределено не только обстоятельствами недофинансирования, но и кризисом внешней для образования социокультурной среды, которая является носителем образцов для подражания как составных элементов самовоспитания личности, во многом определяющих мотивацию поведения и обучения человека. Речь идет о современных средствах массовой информации (СМИ), телевидении и рекламе, видео и книгоиздательстве, которые в совокупности, следуя установкам неолиберализма, отказались от главного принципа гуманистической культуры – ценностной иерархии. Идеалы нравственного совершенства, гражданского служения, патриотизма объявлены скучным анахронизмом, никто уже и не помышляет всерьез рассуждать «о доблести, о подвигах, о славе». Иначе, как пособничеством цинизму, нельзя не назвать большинство нынешних телешоу.

СМИ как часть культуры способны структурировать и организовывать социальную реальность. У телевидения, как одного из ведущих средств современной массовой информации, четыре функции – информационная, воспитательная, развлекательная и четвертая, являющаяся сверхзадачей любого СМИ – объединение аудитории. Подлинная культура призвана толпу, состоящую из разрозненных индивидов – социальных атомов, преобразовывать в народ с единым самосознанием. Значима роль системы СМИ и в формировании социальной солидарности и сплоченности, в воспитании патриотического духа общности и единства. Но нынешнее телевидение способствует, скорее, дезинтеграции, тем более что население объективно расколосось на тех, для кого показывают рекламу и на тех, кому то, что она показывает, недоступно. Возникший ныне экзистенциальный вакуум, т. е. ценностную и смысложизненную пустоту, современные СМИ заполняют продукцией, ведущей к прогрессирующему опустошению народного духа и обесмысливанию национального бытия. По-прежнему осуществляется дискредитация русских побед, русских героев, русской истории. СМИ постоянно демонстрируют поражающее бесчувствие к участи своих соплеменников – на телевидении, к примеру, информация о террористических актах перемежается рекламой прокладок.

Предлагается новый эталон жизненного успеха. Вопрос о выборе и обоснованности выбора в условиях, когда всеобщим критерием человеческого поведения становится личная выгода, решается в пользу принципа гедонизма: «стремись к удовольствию и избегай страданий». Происхо-

дит закабаление установкой на прибыль любой ценой. Провозглашается в качестве нормы положение о том, что в период первоначального накопления капитала успех сопутствует отпетым негодяям. Хочешь преуспеть в жизни, пополни их ряды. Цинизм отождествляется с толерантностью, т. е. терпимостью к любой подлости и готовности к любой мерзости, лишь бы она сулила удачу. На смену героям «без страха и упрека» – рыцарям чести – пришли антигерои – путаны, киллеры, братки, «звезды» шоу-бизнеса с нетрадиционной сексуальной ориентацией и ненормативной лексикой.

Современные СМИ объективно превратились в основного поставщика духовной пищи для широких масс. Но эта пища чаще всего не является доброкачественной, а некоторые ее порции можно обозначить как отраву. Восемьдесят лет назад русский ученый Владимир Кузьмич Зворыкин создал первый телевизор, но перед своей смертью – а прожил он 94 года – он проклял свое детище: «Я в ужасе от пошлости и сцен насилия, которые пришли в наши дома вместе с голубым экраном!». Действительно, телевидение прославляет и легализует преступное деяние, романтизирует зло, называя это прогрессом и свободой, провоцируя жестокость в повседневной жизни. Телевидение сегодня являет собой показательный пример аннигиляции культуры, поскольку именно оно способствует тому, что низменные качества человеческой души приобретают характер этической нормы.

Эстетизация насилия развращает сознание, приучая к мысли, что с его помощью можно решать многие проблемы. Насилие вирулентно, т. е. заразно, болезнетворно. Это подтвердили своими исследованиями многие зарубежные и отечественные психологи. Но даже чрезвычайно агрессивный фильм не спровоцирует усиливающуюся агрессию мысли и моторные реакции, если насилие в нем будет подано как нечто отвратительное и осуждаемое. К примеру, новости о казненном убийце способны привести к кратковременному спаду уровня убийств в стране. Ныне агрессия на телеэкране провоцирует реальную жестокость, поскольку преподносится без должного осуждения, хладнокровно, как норма жизни. Поэтому фиксируется прямая связь между насилием на телеэкране и ростом агрессивности и преступности в обществе. Многие, нарушая закон, подражают телевизионным персонажам, учатся самой технологии преступлений. Это доказано экспериментально. Современное российское телевидение культивирует мораль гедонизма, эгоизма и садизма. Подростки все увиденное на телеэкране воплощают на практике в подворотне.

Развитие духовной культуры в целом ставится на коммерческую основу, т. е. она рассматривается как фрагмент рыночного производства. По мнению директора НИИ комплексных социальных исследований В.Е. Семенова, сейчас наше «телевидение – опиум для народа». Героизация порока выступает в качестве неявной идеологии СМИ и ее информационной политики. Владимир Крупин на этот счет выразился весьма определенно: «Время атеизма сменилось на время сатанизма, а сатане главное – свергать людей в преступления». На смену прежним героям труда пришли сексуально раскрепощенные персонажи из «Большой стирки» и «Семьи», «Окон» и «Куша». Эти проекты приносят большие доходы

их создателям. К примеру, производство каждой программы «Большой стирки» обходится в \$20 тыс. Всего в «Стирке» три рекламных блока по четыре минуты. Стоимость одной минуты рекламы – \$96 тыс. «Большая стирка» выходит 20 раз в месяц. Таким образом, ежемесячно она приносит прибыль в \$ 11,6 млн.

Современные СМИ – пропагандисты и агитаторы сексуальной революции. Телевизионные проекты «Окна» и «Семья» иначе как провокационными и назвать нельзя. Этический плюрализм и моральная вседозволенность не освобождают чувства, но выхолащивают и дегуманизируют их. Прежде традиционные культурные запреты на сексуальную распущенность способствовали одухотворению страсти, придавали ей дополнительную остроту и глубину, а в эпоху сексуальной революции немыслимы Ромео и Джульетта, Татьяна Ларина и Лиза Калитина.

Рекламируемая сексуальная свобода деморализует в равной мере и публику, и создателей потребительского искусства. Композитор Александр Журбин отмечал, что в шоу-бизнесе критерий сексуальной ориентации приравнивается к критерию профессионализма. В США, по его свидетельству, сферы моды и шоу-бизнеса заняты исключительно людьми нетрадиционной сексуальной ориентации. Человеку нормальной ориентации там просто не дают работать. Такого рода тенденция наметилась и у нас.

Шоу-бизнес, ставший крупномасштабным зрелищным промыслом, завораживает красивой жизнью и приучает зрителей к мысли, что цель оправдывает средства. Программы «Фабрика звезд» и «Как стать звездой» заражают вирусом, называемым «слабое звено», смысл которого хладнокровно озвучивает Мария Киселева. Телеведущая демонстрирует презрение к человеческому достоинству – и не только чужому, но и своему собственному. Нет просветляющей мысли о самоценности человеческой личности. Юный человек, не имеющий достаточного жизненного опыта, черпает свою поведенческую мотивацию из ТВ, порой путая реальность с действительностью.

Эскапизм современного телевидения – в его уходе от действительности. Поскольку нынешнее существование нацелено на успех, то молодое поколение искренне верит, что не труд – источник всякого богатства, а удача. Эталон жизненного успеха тиражирует реклама – «оттянись со вкусом!», формируя потребительско-приобретательское сознание.

В задачи рекламы входит, с одной стороны, постоянное стимулирование потребностей, задаваемых рынком, а с другой – формирование «стандартизированного» человека с конформистским сознанием, т. е. культивирование приобретательских потребностей в массовом масштабе. «Рекламная индустрия» формирует, как ей и положено, потребительские настроения, устремления, образы, которые переводятся на язык искусственно создаваемых социальных символов престижа, успеха, процветания. Эти символы превращают навязанные извне культурные стандарты во внутренние потребности и убеждения людей.

Реклама выполняет функции идеологии общества потребления, поскольку ее воздействие на сознание массового человека основывается на механизме социально-психологической сублимации сферы чисто ма-

териальных интересов в область идеологических установок. Коммерческая реклама не ограничивается воспитанием потребительских привычек, она активно вмешивается в духовную жизнь людей, становясь одним из основных средств формирования культурных стереотипов и ценностных ориентиров.

СМИ и реклама во многом определяют духовную атмосферу современного общества. Из нашей молодежи телевидение воссоздает подобие римской черни, которая работать решительно не желала. Поэтому будущее может оказаться в руках идейных тунеядцев, жаждущих дармового хлеба и кровавых зрелищ. Это опасно, поскольку деморализованная масса эпохи социального распада, «жадная, бездуховная, противогосударственная, не знающая родины или забывающая ее» [1] не способна на подвиг созидания. Происходит перестройка массового сознания, сопровождаемая определенной ломкой традиционных принципов поведения и морали и оформлением особого типа потребительской психологии, что являет собой неизбежную реакцию на изменившиеся условия жизнедеятельности людей в связи с развитием рыночных отношений. В основе ее лежит резкое падение престижа трудовой деятельности в глазах подрастающего поколения. Сфера общественно-полезного труда теряет свое первоначальное значение и прежнюю привлекательность, потому что для подавляющей массы молодых людей в современной России их производственная деятельность на полях, фермах и заводах не является больше поприщем, способным обеспечить им достойное существование.

«Работа избавляет нас от трех великих зол: скуки, порока, нужды», – заметил мудрый Вольтер. У нас в России иная социальная ситуация. Даже сверхнапряженный труд уборщицы, медсестры, библиотекаря, учителя, работающих на две с лишним ставки, от нужды не избавляет. А наша заработная плата в промышленности в пять-семь раз ниже пособия по безработице, выплачиваемого в западных странах.

Сейчас профессионализм и трудолюбие сами по себе не гарантируют в гуманитарной сфере ничего, даже простого физического выживания, не говоря уже о социальной престижности. Высокая социальная и моральная роль педагога ставится под сомнение его мизерной оплатой труда. «Как показал недавний социологический опрос преподавателей, проводившийся в вашей стране, – пишет в предисловии к русскому изданию книги «Вклад в будущее: приоритет образования» Жак Аллак, директор Международного института планирования образования ЮНЕСКО, – 24,95 процента респондентов заявили о готовности поменять специальность или место работы при первой возможности, а 75,7 процента недовольны низкой зарплатой». Основной причиной осуществившейся феминизации отрасли является низкая заработная плата школьных педагогов, ибо она может быть только вспомогательной, так как не обеспечивает прожиточный минимум семьи. В результате сегодня доля мужчин среди учителей – 15 процентов. И это при том, что в развитых странах профессия учителя, ввиду ее высоких психологических и физических энергозатрат, считается и является традиционно мужской.

Прослеживается насаждение убежденности в абсолютной ценности индивидуальных проблем по сравнению с коллективными, убежден-

ности, базирующейся на том, что в условиях доминирования рыночных отношений коллективизм есть лицемерие. Но важно осознание того, что возможен не только эгоистический индивидуализм, но также индивидуализм, ориентирующийся на альтруистические и гуманистические ценности. Такой индивидуалист, скорее, стоик, утверждающий идеал духовного сопротивления враждебным ему внешним обстоятельствам всеобщего растления, рвачества и моральной деградации. Он способен оставаться праведником в атмосфере продажности и всеобщего бесчестия. Такой человек создает одним фактом своего присутствия в мире новые ценностные ориентиры на его гуманизацию. Сегодня таких людей нужно назвать поименно. Это писатель Валентин Распутин, философ Александр Корольков, детский врач Рошаль, ректор МГУ В. Садовничий и другие, которых, к сожалению, мы не видим на телевизионном экране.

Русский философ И.А. Ильин отмечал, что сущностной характеристикой смутного времени является «продажность». И «чем больше эта смута углубляется и укореняется, тем более люди отвыкают от служения и тем чаще и беззастенчивее они помышляют о добыче», интересуются «своим материальным прибытком или иным лично-житейским выигрышем» и важнейшим вопросом жизни становится «свое преуспеяние» [2]. Современная социокультурная среда агрессивна, поскольку ориентирует именно на «продажность». Альтернативой ей может стать образование, ориентированное на формирование патриотических ценностей «служения» своему народу и своему Отечеству. Именно «служение делает человека непродажным», – утверждает И.А. Ильин.

Образование и НТП – главные двигатели современной цивилизации. Национальная доктрина образования является одной из составляющих концепции национальной безопасности. Наибольших технологических прорывов и экономических успехов удалось достичь тем странам, в которых вложения в человеческий капитал происходили по линии целевых инвестиций, когда обучение, переобучение, повышение квалификации осуществляются в самом процессе непрерывной модернизации производства. В этом случае формируются инициативные и высокоспециализированные кадры, обеспечивающие лидерство на определенных направлениях научно-технического прогресса. Образование, таким образом, понимается как инструмент и результат социально-политической модернизации. Ныне в центре производственного, предельно информатизированного, процесса находится высококвалифицированный творческий человек, заинтересованный не только в своем профессиональном росте, но и в личностном вкладе в процветание Родины, в служении ее благу. Создания условий формирования такого человека – главная задача системы образования.

Литература

1. **Ильин, И.А.** Собр. соч.: в 10 т. / И.А. Ильин; сост., вступ. ст. и комм. Ю.Т. Лисицы. – М.: Русская книга, 1996. – Т.1. – С.189.
2. **Ильин, И.А.** Собр. соч.: в 10 т. / И.А. Ильин ; сост., вступ. ст. и комм. Ю.Т. Лисицы. – М.: Русская книга, 1997. – Т.6, кн.3. – С. 259.