

Завалишин А. Ю., Костюрина Н. Ю.
A. Yu. Zavalishin, N. Yu. Kostyurina

ЦЕННОСТЬ ОБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЕ (НА МАТЕРИАЛАХ СМИ)

VALUE OF EDUCATION IN MODERN CULTURE (ON MEDIA RESOURCES)

Завалишин Андрей Юрьевич – доктор социологических наук, доцент, заведующий кафедрой социально-гуманитарных наук Хабаровского государственного университета экономики и права (Россия, Хабаровск). E-mail: native59@rambler.ru.

Mr. Andrey Yu. Zavalishin – Doctor of Sociological Sciences, Associate Professor, Head the Social-Humanities Department of Khabarovsk State University of Economics and Law (Russia, Khabarovsk). E-mail: native59@rambler.ru.

Костюрина Надежда Юрьевна – доктор культурологии, профессор кафедры философии и культурологии Комсомольского-на-Амуре государственного университета (Россия, Комсомольск-на-Амуре). E-mail: kosturina@mail.ru.

Ms. Nadezda Yu. Kostyurina – PhD of Cultural Studies, Professor, Department of Cultural Studies, Komsomolsk-na-Amure State University (Russia, Komsomolsk-on-Amur). E-mail: kosturina@mail.ru.

Аннотация. В статье предпринята попытка анализа массива публикаций в российских СМИ, посвящённых проблемам современного образования. Обозначен механизм формирования представлений о ценности образования. Обоснован тезис об отсутствии самостоятельной ценности образования в современной российской культуре.

Summary. The article is an attempt to analyze the mass media discourse concerning problems of modern education. The authors provide instruments of creating opinions on values of education. The idea about absence of values of education in modern Russian culture is under speculation in the article.

Ключевые слова: культура, ценность, образование, Россия, СМИ.

Key words: culture, value, education, Russia, mass media.

УДК 008:12.21.35

Состояние российского образования – проблема, не только актуальная для научного анализа, но и социально значимая. Сегодня общим местом стало рассуждение о том, насколько современное образование «уступает образованию» позднего СССР, как «плох ЕГЭ», «избыточна тяга» к получению высшего образования, о неопределённости, а потому бессмысленности «бесконечного реформирования» образовательного процесса и т.п.

Объём и разнообразие публикаций на тему образования в целом и российского образования в частности чрезвычайно велики, что само по себе свидетельствует как о его ценности в современной культуре, так и об аксиологической неоднозначности рефлексий по этому поводу.

Одна из проблем, связанных с данным противоречием, состоит в том, что дискурс об образовании и его ценности происходит на трёх уровнях общественного сознания: философском (теоретическом), научно-практическом (психолого-педагогическом) и массовом. При этом если первый уровень отражает (хотя бы в идеале) интеллектуальную автономию мыслителя, то второй и третий подвержены существенному влиянию современного информационного пространства, прежде всего, посредством СМИ. Причём это в равной степени касается как авторов научных статей, обременённых учёными степенями, так и корреспондентов массовых газет и журналов, блогеров и рядовых пользователей, равнодушных к этой теме.

И здесь возникает прагматичный вопрос: насколько научная и общественная оценка образования соответствует его объективному месту и роли в обществе? Если говорить ещё определённое, не завышена ли она, с одной стороны, и не избыточно ли драматизирована – с другой?

В данном случае необходимо иметь в виду, что в современной культуре, частью которой является нынешнее российское образование, произошла кардинальная трансформация классического алгоритма формирования ценности: от возникновения потребности – к интересу её удовлетворения, далее – к осознанию ценности того, чем эту потребность можно удовлетворить, и, наконец, определению места данной ценности в аксиологической иерархии индивида, группы, общества.

Современный алгоритм «вывернут наизнанку»: вначале посредством СМИ предлагается новостная повестка, педалируется её актуальность, важность, ценность, затем конкретизируется диспозиция этой ценности в ценностной иерархии общества, актуализируется интерес к овладению ею и, как результат, формируется потребность, которую получатели этой информационной продукции искренне считают «своей собственной», а не навязанной извне. Видимость объективности («жизненности») потребностей и интересов современного человека, лишь косвенно связанных с его реальными интересами и потребностями, наиболее ярко характеризует общество массового потребления в ситуации постмодерна [4; 6; 9].

Современное интернет-пространство это явление усугубляет ещё более, нередко доводя его до абсурда, когда благодаря поисковику Google или новостным агрегаторам происходит целевая адресная поставка информационных материалов конкретному человеку, основанная на автоматическом анализе его личных информационных пристрастий и/или предпочтений в политике, экономике, культуре, искусстве, образовании и т.д. Возникает видимость «персонализации» информационного потока, казалось бы, противоречащая тезису о массовизации сознания индивидов в обществе потребления. Однако такой целевой поток информации определяется не столько или не только индивидуальными пристрастиями, предпочтениями, интересами, ценностями, сколько возможностью сузить «коридор» коммуникации до нескольких актуальных для него в данный момент тем, и таким образом многократно усилить эффект массовизации индивидуального сознания. Получая изо дня в день тематическую подборку материалов, скрупулезно «подобранных» компьютерной программой и содержащих нарратив, одинаковый по содержанию и оценкам, но созданный разными авторами и растиражированный копирайтерами, адресат совершенно бессознательно формирует убежденность в том, что именно данная информация и данные оценки являются объективными, они отражают «суть вещей», и «всё обстоит именно так», потому что так «пишут все».

Проблему навязанных ценностей и решений посредством СМИ, и в особенности интернета, не обошло стороной внимание исследователей. Так, А. М. Руденко и В. В. Котлярова в статье о воздействии средств массовой коммуникации на современное общество [18] акцентируют внимание на его специфических и преимущественно негативных проявлениях, в частности на том, что СМИ «формируют определённые ценностно-смысловые модели для усвоения обществом и таким образом меняют аксиологическую картину социума... В результате трансформируется внутренний мир человека и его аксиосфера» [18, 135]. Более того, оценивая эффект от воздействия СМИ, они указывают, что «в социальных сетях весьма активно применяются суггестивные технологии, приобретающие масштабы, соотносимые с военной угрозой безопасности государству» [18, 139].

При этом особую опасность негативного влияния СМИ они видят в отношении массового потребителя информационной продукции, формирующего под их воздействием устойчивые социальные мифы, искажающие картину реальности, поскольку, как утверждают авторы, «массовый человек, в отличие от учёного, ищет не истину, а определённый сюжет для построения картины мира. Он склонен в большей степени испытывать большую психологическую драму в процессе разрушения его иллюзий, чем при испытании реальных трудностей» [18, 140].

Следствием этого является то, что массовая коммуникация сегодня – это эффективное средство «управления сознанием, огруппления мышления и формирования общественного мнения» [18, 141].

Особую озабоченность исследователей вызывает воздействие СМИ на молодёжь, которая, в силу её психологических особенностей, в наибольшей степени подвержена влиянию информационных технологий и киберпространства. Так, В. О. Нафталиева утверждает, что «волна насилия, захлестнувшая общество, рост немотивированной агрессии, разрушение традиционных общечеловеческих ценностей, отсутствие у молодёжи нравственных ориентиров, духовных лидеров, снижение порога чувствительности – всё это не в последнюю очередь обусловлено современным состоянием средств массовой коммуникации» [15, 182]. В качестве рецепта для исправления такой ситуации она предлагает сконцентрироваться не на реформировании СМИ, а на медиаобразовании молодёжи, которое считает одной из важнейших задач, стоящих перед медиасообществом и гражданским обществом в целом [15, 183].

Не будучи сторонниками конспирологических теорий, мы не склонны считать, что подобные проявления информационной патологии СМИ являются результатом чьей-то злой воли или далеко идущего коварного замысла. Со всей очевидностью здесь проявляется синергетический эффект наложения целого ряда факторов, каждый из которых в отдельности может быть совершенно безобидным. И тем не менее факт остаётся фактом – воздействие СМИ на современное общественное мнение является чрезвычайно сильным, и далеко не всегда это воздействие служит благу общества.

Как же на этом фоне выглядит информационное пространство, в котором сегодня формируются и реплицируются от текста к тексту ценности образования?

Прежде всего, необходимо выделить два существенно различающихся по своему содержанию и особенностям блока СМИ: 1) научные журналы и сайты, рассчитанные на специалистов, преимущественно учёных; 2) популярные газеты, журналы, сайты, информационные ленты в интернете, целевой аудиторией которых является «массовый человек», который «не ищет истину», а «строит психодраму». Как очевидно, материалы первого блока апеллируют к логике и научному анализу, второго – к чувствам и эмоциям читателей, слушателей, зрителей.

При сопоставлении двух этих блоков выявляются существенные различия не только в глубине осмысления поднимаемых проблем, языка изложения (с одной стороны, научного, отягощённого непонятным для неспециалиста понятийно-категориальным аппаратом, с другой – в лучшем случае научно-популярного), но и тех аксиологических проблем, которые выносятся на суд читателя.

На момент написания статьи важнейшими сюжетами научной рефлексии высшего образования были:

- философское осмысление поиска новой парадигмы образования в современной России [2; 10];
- роль средств массовой информации в современном образовании [12; 16];
- роль образования в формировании ценностей российского общества [13; 20];
- глобализация и интернационализация высшего образования в России [3; 8; 22];
- оценка кризиса российского образования, его проявлений и долгосрочных последствий [1; 11; 14; 21];
- ценность образования в общественном сознании населения и прежде всего молодёжи [5; 7; 17; 19].

Значительное внимание авторы уделяют теме кризиса российского образования. И. С. Аврамкова, например, акцентирует внимание на таких его аспектах, как неудовлетворительный уровень подготовки выпускников российских учебных заведений к тем реалиям, с которыми им приходится сталкиваться по окончании учебы; отсутствие чётких и определённых целей в воспитании и обучении; расплывчатость аксиологических ориентиров в работе с молодёжью; расхождения, и весьма существенные, в жизненных воззрениях, позициях, в ментальных основаниях у поколений «отцов» и «детей»; ригидность системы управления учебными заведениями; нарушение баланса между гуманитарной и технократической составляющими в современном образовании; разобщённость, рассогласованность учебных дисциплин, входящих в образовательное пространство; сни-

жение качественного уровня научно-педагогических исследований; недостаточное финансирование научных и учебно-образовательных структур и др. [1, 144-148].

Насколько эти проблемы находят осмысление в общественном мнении людей, не являющихся специалистами в области педагогики? На этот вопрос попытался ответить О. Л. Веревкин [7]. Проведённое им исследование позволило выявить следующие проблемы (по степени убывания значимости): недоступность высшего образования для широких масс населения; низкая зарплата преподавателей; платность обучения; коррумпированность преподавательского состава; неравные возможности для получения высшего образования; несовершенство процедуры вступительных экзаменов в вузы [7, 179]. Как видно, расхождения в осмыслении перечня проблем образования у представителей научного сообщества и «массовой публики» существенные. При этом автор делает вывод, что «ценность высшего образования в глазах россиян достаточно высока. Более 70 % опрошенных родителей хотят, чтобы их дети окончили вузы. Среди горожан с хорошим материальным положением доля сторонников такой позиции достигает 92 %» [7, 180].

Ответы самой молодёжи распределились следующим образом: 25 – 30 % молодых людей ориентированы на получение высшего образования, около 60 % ответили, что будут стремиться поступить в какое-либо профессиональное училище или техникум, и лишь 12 % однозначно исключили для себя продолжение учёбы и собираются заняться поиском подходящей работы [7, 180].

При этом за рамками исследований остался вопрос об истоках формирования подобных мнений о ценности образования в современной культуре. Как представляется, пролить на него свет позволяет анализ материалов СМИ, предназначенных для массовой публики. Мы провели простейший контент-анализ, воспользовавшись счётчиком Google (см. табл. 1).

Таблица 1

Проблемы современного образования в России и степень их освещённости в СМИ

Проблемы образования в России	Процент от общего количества выявленных материалов
«Массовая публика» (О. Л. Веревкин)	
Платность обучения	40,11
Ценность высшего образования	22,17
Ценность среднего профессионального образования	11,32
Ценность начального профессионального образования	9,38
Низкая зарплата преподавателей	2,65
Неравные возможности для получения высшего образования	0,69
Недоступность высшего образования для широких масс населения	0,56
Несовершенство процедуры вступительных экзаменов в вузы	0,25
Коррумпированность преподавательского состава	0,14
Научное сообщество (И. С. Аврамкова)	
Отсутствие чётких и определённых целей в воспитании и обучении	5,49
Снижение качественного уровня научно-педагогических исследований	3,88
Недостаточное финансирование научных и учебно-образовательных структур	2,52
Неудовлетворительный уровень подготовки выпускников российских вузов	0,46
Расхождения в жизненных воззрениях у поколений «отцов» и «детей»	0,12
Ригидность системы управления учебными заведениями	0,09
Расплывчатость аксиологических ориентиров в работе с молодёжью	0,07
Нарушение баланса между гуманитарной и технократической составляющими в современном образовании	0,07
Рассогласованность учебных дисциплин	0,04

Как следует из полученных данных, «массовая публика» в своих оценках образования ориентируется преимущественно на его инструментальные (анти)ценности (платность (40,11 %), неравные возможности, недоступность и несовершенство (1,5 %), коррумпированность (0,14 %) и т.д.) и на ценность образования как такового (22,17 % – 11,32 % – 9,38 %). Научное сообщество, напротив, волнуют преимущественно темпоральные ценности (цели 5,49 %), качество (3,88 %), уровень подготовки (0,46 %), аксиологические ориентиры (0,07 %) и т.п.). Также выявлено существенное различие в массивах информационных единиц по освещению проблем, названных в ходе массового социологического опроса, и проблем, эксплицированных учёными.

Таким образом, можно сделать вывод, что образование в современной культуре не является ценностью само по себе. Ценность образования определяется общественным дискурсом, который идёт на трёх уровнях рефлексии: философском, научном и обыденном. Ведущую роль в формировании современного дискурса о ценности образования играют СМИ, оказывающие влияние как на методологические подходы учёных, так и на массовое общественное мнение. В обществе сформировалось сложное взаимодействие трёх уровней рефлексии ценности образования. Определяющим этого взаимодействия являются массовые суждения, опирающиеся на СМИ.

Исходными пунктами осмысления ценности образования в культуре являются:

1. осознание возрастающей роли образования в современном информационном обществе;
2. рефлексия связи уровня (в меньшей степени – качества) образования с уровнем и качеством жизни человека;
3. ориентация на получение любого профессионального (предпочтительно высшего) образования как важнейшее условие успешной социализации и преуспевания в обществе;
4. не всегда осознанная боязнь утраты ценности образования, проявляющаяся в повышенном внимании к тому, что с ним происходит, с одной стороны, и огульной критике всех нововведений в нём – с другой.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аврамкова, И. С. К вопросу о кризисе образования в современной России / И. С. Аврамкова // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. – 2011. – № 139. – С. 142-152.
2. Беляева, Л. А. Философия образования в поисках новой парадигмы / Л. А. Беляева, О. Р. Сигнаевская // Вестник Челябинского государственного университета. Философия. Социология. Культурология. – 2010. – № 20 (201). – Вып. 18. – С. 38-42.
3. Блинова, Е. А. Интернационализация высшего образования в условиях глобализации / Е. А. Блинова // Вестник ГУУ. – 2014. – № 13. – С. 233-240.
4. Бодрийяр, Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / Ж. Бодрийяр. – М.: Культурная революция; Республика, 2006. – 269 с.
5. Бояк, Т. Н. Образование в ценностях современной российской молодёжи / Т. Н. Бояк // Ученые записки ЗабГУ. – 2014. – № 4 (57). – С. 14-20.
6. Веблен, Т. Теория праздного класса / Т. Веблен. – М.: Либроком, 2011. – 368 с.
7. Веревкин, О. Л. Ценность образования в общественном сознании / О. Л. Веревкин // Мониторинг общественного мнения. – 2010. – № 4 (98). – С. 179-190.
8. Гарусова, Л. Н. Интернационализация высшего образования и международная деятельность университетов российского Дальнего Востока / Л. Н. Гарусова, А. Е. Сухая // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2014. – № 2(25). – С. 9-18.
9. Гэлбрейт, Дж. Экономические теории и цели общества / Дж. Гэлбрейт. – М.: Прогресс, 1976. – 406 с.
10. Запесоцкий, А. С. Философия образования и проблемы современных реформ / А. С. Запесоцкий // Экономика образования. – 2014. – № 3. – С. 33-41.
11. Иванкина, Л. И. Тенденции современного образования и проблема целостного развития личности / Л. И. Иванкина // Известия Томского политехнического университета. – 2003. – Т. 306. – № 3. – С. 132-135.
12. Кожаев, Ю. П. СМИ и российское образование / Ю. П. Кожаев, Д. В. Кочадзе // Экономика, статистика и информатика. – 2011. – № 3. – С. 7-10.
13. Кузьян, В. Н. Новые ценности образования в информационном обществе, противоречия их формирования / В. Н. Кузьян, Н. А. Швецова // Вестник Челябинского государственного университета. – 2011. – № 18 (233). – С. 31-37.

14. Левицкая, И. А. Проблема дегуманизации образования в современной культуре / И. А. Левицкая // Вестник КГУ им. Н. А. Некрасова. – 2013. – № 4. – С. 97-99.
15. Нафталиева, В. О. Влияние современных СМИ на молодёжь / В. О. Нафталиева // Философские проблемы информационных технологий и киберпространства. – 2011. – № 2. – С. 182-195.
16. Непомнящий, А. В. СМИ в пространстве образования и развития личности / А. В. Непомнящий, Н. А. Познина // Известия ТРТУ. Тематический выпуск «Информационная безопасность». – 2004. – № 4(33). – С. 349-354.
17. Порожняков, А. С. Государственная, общественная и личностная ценность образования / А. С. Порожняков // Теория и практика общественного развития. – 2010. – № 4. – С. 60-63.
18. Руденко, А. М. Воздействие средств массовой коммуникации на современное общество / А. М. Руденко, В. В. Котлярова // Медиаобразование. Media Education. – 2017. – № 3. – С. 134-142.
19. Сивцева, И. А. Цели и ценности образования в современных условиях / И. А. Сивцева // Сибирский педагогический журнал. – 2008. – № 5. – С. 268-270.
20. Ферцер, В. Ю. Формирование национального мировоззрения как ценность образования на современном этапе / В. Ю. Ферцер, Н. К. Кутякова // Вестник КГУ им. Н. А. Некрасова. – 2014. – № 2. – С. 205-208.
21. Хоружая, С. В. К вопросу о роли прогрессивных и регрессивных тенденций в системе современного отечественного образования / С. В. Хоружая // Научный журнал КубГАУ. – 2015. – № 108(04). – С. 1-8.
22. Щербакова, А. А. К вопросу об основных сторонах воздействия глобализации на высшее образование (на основании авторского социологического исследования) / А. А. Щербакова // Вестник Тамбовского университета. Серия Общественные науки. – 2017. – Т. 3. – Вып. 4 (12). – С. 42-46.