

УДК 378.147

**ВДОБРАЖЕННЯ МАСОВОЇ КУЛЬТУРИ В КОГНІТИВНОМУ КОМПОНЕНТІ
КУЛЬТУРОЛОГІЧНОЇ ПІДГОТОВКИ СТУДЕНТІВ ВНЗ**

Н.В.Саснко

***Анотація.** У статті обґрунтовано доцільність включення елементів масової культури до змісту культурологічної підготовки студентів технічних ВНЗ. Проаналізовано різні точки зору на феномен масової культури. Підкреслено важливість ознайомлення студентів з її кращими зразками для розширення їхнього кругозору й виховання смаку.*

***Ключові слова:** масова культура, культурологічна підготовка, субкультура, студенти технічних ВНЗ.*

***Аннотация.** В статье обоснована целесообразность включения элементов массовой культуры в содержание культурологической подготовки студентов технических вузов. Проанализированы различные точки зрения на феномен массовой культуры. Подчеркивается важность ознакомления студентов с ее лучшими образцами для расширения их кругозора и воспитания вкуса.*

***Ключевые слова:** массовая культура, культурологическая подготовка, субкультура, студенты технических вузов.*

***Summary.** In the article the expediency of including the elements of mass culture into the content of the technical university students' culturological training is grounded. Different points of view on the phenomenon of mass culture are analyzed. The importance of acquainting students with its best samples to widen their outlook and to improve their tastes are emphasized.*

***Key words:** mass culture, culturological training, technical university students.*

Постановка проблеми. У вищій технічній освіті на сьогодні представлені два основні підходи до освіти – технологічний і культурологічний. Технологічний історично сформувався першим (на етапі низького розвитку сил людини) і залишається базовим у матеріальному виробництві. Культурологічний підхід сприймається іноді як своєрідний напрям в освіті, наприклад антисциєнтизм, як протиставлення природничонауковим і технічним компонентам освіти. Він забезпечує не тільки виживання людства як виду на відміну від технологічного підходу, але й розвиток людини як удосконалення.

Головною метою технічного закладу освіти є створення сприятливих умов для формування особистості в процесі культурологічної підготовки, яку розглядаємо як систему теоретико-методологічного та організаційно-методичного забезпечення інтегрованого професійного, загальнокультурного й духовно-етичного розвитку майбутнього інженера. Навіть засвоєння технічних навичок має організовуватися викладачем як органічна частина процесу осмислення культурних явищ, інтеріоризації одержаних знань, включення їх у свій структурний особистісний план.

На сьогодні не існує чіткого переліку явищ культури, які мають бути включені в зміст культурологічної підготовки студентів, проте безперечним здається той факт, що масова культура, незважаючи на критичне ставлення до неї деяких дослідників (О. Лармін, В. Соловійов, Ф. Ніцше), є домінуючою складовою сучасної культурної картини світу, і її елементи мають посісти своє місце при формуванні змісту культурологічної підготовки студентів технічних ВНЗ.

Дослідженню впливу масової культури на свідомість сучасного людства присвячено багато праць (С.Браден, А.Горелов, А.Гофман, Б.Єрасов, С.Коннор, Д.Массей, Д.Мердок, О.Мудрик, Е.Сміт, М.Туровський, Д.Фіске, Р.Хоггард та інші). Проте питання включення її елементів до змісту підготовки студентів технічних ВНЗ потребує доробки.

Мета статті – обґрунтувати доцільність включення елементів масової культури до змісту культурологічної підготовки студентів технічних ВНЗ.

Загалом, визначення «масова культура» завжди мало трохи негативну конотацію, що пов'язано, по-перше, з походженням терміну, і, по-друге, з тим, що навіть сьогодні у масової культури є багато безкомпромісних критиків.

Історично склалися дві форми культури: висока (елітарна) і народна (фольклорна). Елітарна включала, насамперед, класичні музику, живопис, літературу, які створювали професіонали високого рівня. Народна культура включала фольклор, пісні, танці, казки, міфи, які виникали у процесі повсякденного життя. Як правило, елітарна культура споживалася небагатьма, народна ж була пов'язана з життям широких народних мас. У сучасному суспільстві у зв'язку з розвитком засобів масової інформації виникає ще одна форма – масова культура, яка апелює до всіх і розрахована на масове споживання, і до феномену якої простежуються два протилежних ставлення. Згідно з точкою зору однієї групи авторів, для масової культури характерне зведення дійсно високої культури до усередненого поверхового змісту, потурання нерозвиненим смакам. Масова культура пов'язана з уніфікацією, стандартизацією духовного в особистості, у суспільстві. Автори, які відрізняються найконсервативнішим ставленням до культури, коли підкреслюють абсолютний розподіл між низькою більшістю й рафінованою меншістю, наводять такі аргументи. Ф.Ніцше поділяв усе людське суспільство на три категорії – на тих, хто відрізняється піднесеною духовністю, на тих, хто виділяється силою м'язів і характеру, і на тих, тобто третя категорія, хто не виділяється ні в першому, ні в другому відношенні, категорія посередностей. Остання категорія – це переважна більшість, перша – це еліта [10].

Різно критикує масову культуру О.Лармін, який зазначає, що стандартизована продукція адептів масової культури, яка отрує людську свідомість, грає на низьких, тваринних інстинктах, утробному, міщанському індивідуалізмі й гедонізмі, у жодних параметрах не може змагатися з вільним мистецтвом. Незважаючи на те, що в цій продукції все дозволено – будь-яка порнографія, збочення, огидні сцени насильства, зображення моральних виродків, параноя і шизофренія в їхніх найбільш розбещених проявах, – це не свобода творчості, а художнє свавілля, з повністю атрофованим почуттям відповідальності перед майбутнім, перед справжніми інтересами суспільного прогресу. Але це не просто індивідуалістичне свавілля, а налагоджена машина естетичного ошукання мас [1, с. 173].

З іншого боку, масова культура є те, що здатне врятувати маси від монотонного повсякденного життя, і не виключає високого рівня окремих її проявів, вважає друга група авторів. С.Браден пише, що так звана «культурна спадщина», яка зробила Європу великою, зараз уже нічого не повідомляє більшій частині населення Європи, і що найбільшою художньою помилкою ХХ століття є настирне навіювання всім людям, що це їхня культура [6]. Звичайні люди, пише Д.Фіске, настирливо уникають будь-якого тиску і прагнуть звільнитися від нього через споживача. Тому торгові центри, відеопасажі, пляж, телешоу, джинси і багато інших продуктів «білого патріархального буржуазного капіталізму» стають місцем і засобом отримання задоволення [7, с.73].

Д.Массей поділяє сучасне суспільство на декілька груп, які знаходяться на перетині багатьох культур. Деякі групи відповідають за переміщення у просторі: це еліта, вершки суспільства, ті, хто посилає і приймає факси та електронні повідомлення, запрошує на міжнародні конференції, поширює фільми, контролює новини, спрямовує капіталовкладення й здійснює міжнародні валютні операції. Інша група змушена пересуватися, як наприклад, біженці у пошуках неба над головою. І є треті, які просто їдять рибу й чіпси – їжу британського робітничого класу, купуючи її в китайському ресторанчику, дивляться американський фільм по японському телевізору й не наважуються виходити на вулицю, коли стемніє. Вони саме і є основними споживачами масової культури [8, с. 26].

Загалом, у своєму ставленні до масової культури погоджуємося з точкою зору А.Флієра на витоки та сутність цього феномену [5, с. 380-383]. Автор вважає, що сучасна людина, навіть будучи високоосвіченою, залишається вузьким фахівцем у якійсь одній галузі, і рівень її професійності із століття в століття підвищується. У решті галузей їй потрібен постійний «штат» коментаторів, інтерпретаторів, учителів, журналістів, рекламних агентів та іншого роду «гідів», які ведуть її безбережним морем інформації про товари, послуги, політичні події, художні новації, соціальні колізії. Не можна сказати, що сучасна людина стала дурнішою або більш інфантильною, ніж її предки. Просто психіка людини, мабуть, не може обробити таку кількість інформації, провести багатогранний аналіз такої кількості проблем, які виникають одночасно, із належною оперативністю використовувати свій соціальний досвід тощо. Крім того, людям потрібен якийсь засіб, що знімає надмірну психічну напругу від інформаційних потоків, які обрушуються на них, редукуючи складні інтелектуальні проблеми до примітивних дуальних опозицій («хороше – погане», «наші – чужі»), даючи індивіду можливість «відпочити» від соціальної відповідальності, від постійного особистого вибору, розчинити його в натовпі глядачів «мільних опер» або механічних споживачів рекламаних товарів, ідей, гасел і таке інше. Реалізатором такого роду потреб і стала масова культура.

Недавно увійшов у вжиток термін «глобальна культура», який передбачає ще більш високий ступінь універсальності масової культури. Е.Сміт у праці «Національна ідентичність» наголошує: «... мабуть, найбільш всеохоплюючим чинником є швидке зростання масштабів і можливостей масових телекомунікаційних систем і значне розширення комп'ютеризованих інформаційних мереж. Розміри й складність цих систем такі великі, що створеним інформаційним мережам годі вміститись навіть у найбільшому з національних утворень; водночас вони стають матеріальною основою злиття національних культур у регіональні й навіть сприяють формуванню глобальної культури» [3, с. 161].

Разом із загальнолюдською культурою виділяються субкультури – моделі переконань, цінностей, норм, зразків поведінки, характерних для тієї або іншої соціальної спільноти. Відомий фахівець у галузі соціальної педагогіки О.Мудрик [2] характеризує субкультуру як сукупність специфічних соціально-психологічних ознак, які впливають на стиль життя й мислення певних номінальних і реальних груп людей, дозволяють їм усвідомити і затвердити себе в якості «ми», відмінного від «вони» (решти представників соціуму). Як приклад: інтереси сучасних юнаків, як відомо, багатоманітні й диференційовані. Нерідко вони ретельно оберігають їх від уваги і впливу дорослих. Ці інтереси для них – ті цінності, якими вони обмінюються. І саме ці цінності стають основою виникнення численних груп із специфічними субкультурами – «металістів», «скейтістів», «брейкістів», які далеко не завжди мають позитивну соціальну спрямованість, а деколи прямо антисоціальні (наприклад, расизм бритоголових скінхедів). Здійснюючи соціальне виховання, педагогам необхідно, як мінімум, мати уявлення про особливості тих субкультур, з якими стикаються їхні вихованці, і характерні риси підлітково-юнацької субкультури. Знання й урахування субкультурних особливостей передбачають необхідність для педагогів знову і знову освоювати «марсіанську мову нового покоління» для того, щоб мати змогу вести діалог зі своїми вихованцями. Д.Мердок, простежуючи витоки виникнення безкласової молодіжної субкультури, пише про те, що вона ґрунтується на трьох передумовах: по-перше, люди, які народилися після Другої світової війни, не пам'ятають і не бояться економічної депресії і соціальних негараздів, оскільки їм не довелося їх пережити; по-друге, у молоді розвивається свідомість покоління замість класової свідомості через зменшення матеріальної нерівності між класами; по-третє, нова свідомість покоління визначена символами, стилем і знаками молодіжно-орієнтованої споживацької культури й популярної музики [9].

Відзначимо, що приналежність до тієї або іншої субкультури особливо помітна серед студентів молодших курсів технічних ВНЗ, частіше за все це юнаки, які приєднуються до угруповань, створених за якимись загальними, наприклад музичними, уподобаннями. Причому досить часто це достатньо успішні студенти з хорошим знанням англійської мови, причому не тільки в її стандартному варіанті, але й із знанням молодіжного сленгу, з яким знайомі далеко не всі викладачі. Але беручи до уваги той факт, що студенти, які належать до певної субкультури, часто навмисно демонструють свою

байдужість до всього традиційного, викладачам слід час від часу включати у зміст культурологічної підготовки також зразки молодіжної субкультури. Масова культура, включаючи елементи молодіжної субкультури, яким би не було наше до них ставлення, це та неминучість, з якою вже неможливо не погоджуватися, і яку (як найважливішу складову сучасної культури) не можна ігнорувати при формуванні змісту культурологічної підготовки. Інше питання, що це мають бути найкращі зразки масової культури, які треба ретельно та відповідально відібрати. Результати анкетування, проведеного серед студентів різних курсів технічного ВНЗ (63 особи), дозволили виділити ті пласти масової культури, які найбільше цікавлять сучасну молодь. Такими пластами виявилися сучасна музика, спорт, мода, кінематограф, засоби масової інформації. Студенти, на відміну від дорослих, не бояться скомпрометувати себе інтересом і до таких тем, як світські плітки, поради психолога, гороскопи; якщо йдеться про молодіжні програми по телебаченню – то реаліті-шоу, передачі про НЛЮ, Discovery тощо.

Важливим завданням є відібрати з величезного обсягу інформації факти про історію розвитку даного напрямку, про його кращих представників, про його сучасний стан, і познайомити студентів з кращими зразками масової культури в рамках даного напрямку. Робота з такого роду інформацією показує, що це значною мірою розширює світогляд студентів, збільшує коло дискусійних тем, виховує смак, задовольняє пізнавальний інтерес студентів, істотно підвищуючи, таким чином, мотивацію до загальнокультурної освіти. Наприклад, кінематограф представляє особливий інтерес для молодого покоління, для якого характерна «екранна культура». Хочемо ми того чи ні, але велику частину дозвілля молодь проводить перед екранами комп'ютерів, телевізорів, у кінотеатрах. Кінематограф – це та лавина художньої продукції, яка заповнює дозвілля більшості людей у всьому світі й представлена як тонкими психологічними й гострими соціально-політичними роботами видатних майстрів, так і низькопробними фільмами подільників від кіно. Задача викладача – правильно зорієнтувати студентів, стати для них путівником у світі кіно, яке зараз займає найміцніші позиції в художніх уподобаннях молоді. Звернемо увагу на думку Р.Тельчарової, що для розвитку глядацького сприйняття, розширення контактів молодіжної аудиторії зі складними експериментальними й соціальними стрічками необхідний спеціальний кіноогляд, і місце йому треба знайти і на блакитному екрані, і в інших засобах масової інформації. Необхідно формувати художні смаки молоді загалом, підняти рівень їхнього естетичного розвитку, від якого врешті решт залежать критерії вибору того або іншого фільму, книги, концерту [4, с. 155]. Враховуючи популярність кіномистецтва, такі спеціальні кіноогляди можуть бути частиною позанавчальної діяльності ВНЗ – вони розширюють кругозір, виховують смак та вибірковість.

Висновки. У статті підкреслено, що масова культура є домінуючою складовою сучасної культури, тому її елементи мають бути включені у зміст культурологічної підготовки студентів ВНЗ. Проаналізовані дві протилежні точки зору на масову культуру: згідно з однією з них, масова культура уніфікує духовне в особистості, потурає нерозвиненим смакам. Поділяємо другу точку зору на масову культуру: вона знімає надмірну психічну напругу, дає індивіду можливість «відпочити» від соціальної відповідальності, отримати задоволення від якісних її зразків. Акцентується увага на необхідності знання і врахування особливостей молодіжних субкультур під час формування змісту культурологічної підготовки. Важливим завданням навчально-виховної роботи у технічному ВНЗ, яке потребує подальшої доробки, є ретельний відбір кращих зразків масової культури, знайомство з якими розширює кругозір студентів та виховує їхній смак.

Література

1. Лармин О.В. Искусство и молодежь: Эстетические очерки / О. В. Лармин. – М. : Мол. гвардия, 1980. – 191 с.
2. Мудрик А.В. Социальная педагогика: Учеб. для студ. пед. вузов / Под ред. В.А. Сластенина. – М.: Издательский центр «Академия», 2000. – 200 с.
3. Сміт Е. Національна ідентичність / Пер. з англ. П. Тарашука / Е. Сміт. – К.:Основи, 1994. – 223 с.
4. Тельчарова Р.А. Музыка и культура / Р.А. Тельчарова. – М.: Знание, 1986. – 64с.
5. Флиер А.Я. Культурология для культурологов: Учебное пособие для магистрантов и аспирантов, докторантов и соискателей, а также для преподавателей культурологи / А.Я. Флиер. – М.: Академический проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2002. – 492 с.
6. Braden S. Artist and People / S. Braden. – London: Routledge, 1978. – 319 p.
7. Fiske J. Understanding Popular Culture / J. Fiske. – London: Unwin Hyman, 1989. – 176 p.
8. Massey D. A Global Sense of Place, Marxism Today (June) / D. Massey. - 1991. – 288 p.
9. Murdock G. Education, Culture and the Myth of Classlessness / G. Murdock. In: J. Howarth and M. Smith (eds.) Work and Leisure, London: Lepus Books. – 1975. – pp. 73-81.
10. Nietzsche F. The Antichrist / F. Nietzsche, in W. Kaufman (ed.) The Portable Nietzsche, New York: Viking, 1968. – 156 p.