

политику относительно стран ядра, они то стремятся встроиться в созданную ядром мировую систему разделения труда, то разрывают с ядром сети неравного обмена и делают акцент на развитие собственных производств и внутреннего рынка. При этом смена направления каждый раз уничтожает накопленные ранее преимущества и порождает реформы, поглощающие ресурсы общества [8]. Именно процесс встраивания в мировую систему разделения труда россияне переживают уже более двадцати лет. Переход еще не закончен, но уже определена его главная тенденция – Россия превращается в поставщика ресурсов на мировой рынок. Множественные реформы, сопутствующие данному процессу и часто кажущиеся населению России излишними (например, переименование ГАИ в ГИБДД, милиции – в полицию), поглощают ресурсы страны, которых оказывается недостаточно, в том числе и для коренного изменения отечественной системы образования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Материалы XXVI съезда КПСС** (1981), июньского (1983 г.) и апрельского (1984 г.) пленумов ЦК КПСС. Важнейшим документом по реализации поставленных целей стал одобренный Постановлением ВС СССР от 12.04.1984 № 13 XI проект «Основные направления реформы общеобразовательной и профессиональной школы».
2. **Зиновьев А. А.** Русская трагедия (Гибель утопии). – М. : Алгоритм, 2002. – 77 с.
3. **Гловацкая Н. Г.** Развитие образования // Экономическая история СССР: очерки / рук. авт. колл. Л. И. Абалкин. – М. : ИНФА-М, – 2009 г. – 178 с.
4. **Alesina A., Spolaore E.** The size of nations. – Cambridge : The MIT Press, 2003. – 262 p.
5. **Прославленная физмат школа Новосибирска не вписалась в реформы** – [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.km.ru/v-rossii/2012/09/14/692249-proslavlennaya-fizmatshkola-novosibirska-ne-vpisalas-v-reformy>
6. **Дмитрий Медведев** утвердил инициативу «Наша новая школа» – [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.kremlin.ru/news/6683>
7. **В День знаний** Владимир Путин посетил московскую школу – [Электронный ресурс]. – URL: <http://special.kremlin.ru/news/16334> (дата обращения – 12.10.2012 г.).
8. **Arrighi G.** The developmentalist illusion: a reconceptualization of the semi-periphery // Semi-peripheral states in the world-economy / ds. Martin W.G., Wallerstein I. – N.Y. : American sociological association, Greenwood Press, 1990. – P. 11–44.

Принята редакцией: 17.08.2012

УДК 13 + 316.7 + 37.0

АКСИОЛОГИЧЕСКАЯ КОГЕРЕНТНОСТЬ РЫНОЧНОЙ ПАРАДИГМЫ ОБРАЗОВАНИЯ И ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ОБЩЕСТВА*

О. Д. Олейникова (Новосибирск)

В статье рассматриваются условия существования отечественного образования в обществе потребления. Представлен анализ работ Ж. Бодрийяра и Г. Дебора, в которых характеризуется влияние потребительского общества на культуру. Обосновано, что потребительское

общество заинтересовано в людях, сознанием которых можно легко манипулировать и поэтому навязывает систему инструментальных ценностей, способных надежно сориентировать на обретение материального достатка как критерия социальной успешности. Исследована когерентность аксиологических особенностей рыночной парадигмы российского образования и потребительского общества.

Ключевые слова: общество потребления, коньюмеризация образования, система ценностей, рыночная парадигма образования, аксиологическая когерентность.

THE AXIOLOGICAL COHERENCE OF THE FREE MARKET PARADIGM OF EDUCATION AND THE CONSUMER SOCIETY

O. D. Oleinikova (Novosibirsk)

The author considers the conditions in which domestic education operates in the consumer society. There is performed an analysis of the works by J. Baudrillard and G. E. Debord in which the influence of the consumer society on culture is discussed. The consumer society is shown to be interested in the people, who can be easily manipulated; that is why, it thrusts upon them a system of instrumental values capable of directing them firmly to material prosperity as a criterion of social success. The article investigates the coherence of the axiological features of the free market paradigm of Russian education and the consumer society.

Key words: consumer society, consumerization of education, value system, free market paradigm of education, axiological coherence.

Переживаемый страной социальный эксперимент связан с вхождением ее населения в состояние, которое Ж. Бодрийяр назвал «обществом потребления». Е. И. Сапожников дает следующее определение этого понятия: «Общество потребления представляет собой систему, организующую совместную жизнедеятельность людей таким образом, что манипулирование культурными кодами, инициирующими потребительские психологические установки, становится ее доминирующим содержанием. Эта система характеризуется массовым манипулированием культурными символами и формированием соответствующей иерархии ценностей, на вершине которой – перманентный выбор, покупка и регулярное обновление вещей» [1, с. 54].

Общество потребления не может стать обществом всеобщего счастья и благоденствия, поскольку искусственно создаваемые потребности множатся, а ненасытная жажда потребления в принципе не насыщаема и неутолима. Бодрийяр констатирует: потребление в условиях сверхизобилия

* *Статья подготовлена в рамках реализации Программы стратегического развития ФГБОУ ВПО «НГПУ» на 2012–2016 гг., проект № 2.3.1.*

© Олейникова О. Д., 2012

Олейникова Ольга Дмитриевна – кандидат философских наук, профессор, заведующая кафедрой философии, Новосибирский государственный педагогический университет.

E-mail: olgaos47@mail.ru

приводит к утрате трансцендентных смыслов, консолидирующих население в народ, поскольку приводит к расточительству и прямому злоупотреблению, порождающему параллельно богатству немногих нищету большинства. Таким образом, общий экономический рост идет на пользу не всему обществу, а лишь тем немногим, которые являются основными держателями акций благосостояния. Равенство желаний охранительно маскирует реальную дискриминацию и не соответствует равенству возможностей. Опережающий рост потребностей обеспечивается существующим социальным неравенством, которое необходимо для порождения и обновления потребительских appetites. Социальное неравенство прогрессирует, постоянно воспроизводя отношения господства и подчинения, привилегий и аутсайдерства. По Бодрийяру, общество потребления есть общество «социального сговора» [2, с. 125], когда все довольны по-своему и живут по принципу: «Заботься о себе!». Самодовольство конформистов – оплот благополучия потребительского общества и основа его стабильности. Это общество симулирует заботу о своих агентах с помощью рекламы: «*Tefal* думает о вас, *L'Orealz* вас любит, *Electrolux* сделает жизнь легче».

От потребителя не требуется ни оригинальности и глубины мышления, ни широты интересов и эрудиции. Потребительское общество заинтересовано в людях, сознанием которых можно легко манипулировать и поэтому навязывает систему инструментальных ценностей, способных надежно сориентировать на обретение материального достатка как критерия социальной успешности.

Потребительские интенции современного постиндустриального общества воплощаются в бесконечном расширении консьюмеризма посредством включения в сферу рыночных отношений всех социальных институтов, в том числе и тех, кто имел принципиально нерыночную природу – систему образования. Говоря об образовательной системе, сегодня используют термин «рынок образовательных услуг», поскольку образование становится товаром, а предоставление образовательных услуг, соответственно, – доходным бизнесом. Школа и высшие учебные заведения сегодня, включенные в рыночные отношения потребительского общества, позиционируют себя не в качестве храмов науки, а в ипостаси социальных институтов, упрощенно прагматически позволяющих реализовать программу приспособления к жизни. Образование становится инструментальной ценностью, вписываясь в контекст общества потребления.

Образование невозможно без ориентации на определенную систему ценностей, которая структурирует духовную жизнь человека. М. Хайдеггер в работе «Учение Платона об истине», анализируя платоновскую притчу о пещере, поясняет суть процесса образования. Все образованные люди ее хорошо помнят. Переход из пещеры в дневной свет, от незнания к знанию, по Хайдеггеру, должен быть неторопливым, основательным, постепенным и медленным, поскольку перемена «бытия человека и происходит в основе его существа. Это значит: определяющая установка, должествующая возникнуть благодаря перемене, подлежит развертыванию из уже заложенной в человеческом существе отнесенности в устойчивое поведение» [3, с. 350]. Суть этого процесса Платон называет «пайдейя». Хайдеггер пишет, что слово это не поддается переводу, и дает свою ин-

терпретацию: «Пайдейя означает... руководство к изменению всего человека в его существе» [3, с. 350]. Ближе всего, по Хайдеггеру, к понятию «пайдейя» подходит слово «образование». Подлинное образование захватывает и изменяет саму душу. То есть, для Хайдеггера, как и для Платона, идеал подлинного образования связан с целостным развитием личности с учетом неисчерпаемости ее творческих потенций, направленных на познание и обновление мира, на собственное самосовершенствование в траектории нравственного роста. М. Хайдеггер, следуя за Платоном, представляет свою концепцию образования: «Образование, во-первых, – это образование в смысле развертывающегося формирования. Такое “образование“, с другой стороны, “образует“ (формирует), исходя все время из предвосхищающего соразмерения с неким определяющим видом, который называется поэтому прообразом. “Образование“ есть вместе и формирование, и руководство определенным образцом. Противоположное пайдейе – апайдеусия – необразованность. В последней и не пробуждено развертывание основополагающей установки, и не выставлен определяющий прообраз» [3, с. 350]. Следовательно, образование есть деятельность человека, имеющая своим основанием потребность в развитии с установкой на достижение некоего совершенства.

Сегодня происходит консьюмеризация образования – превращение его в элемент системы общества потребления. Бодрийяр уточняет: объект не интересен потребителю в его культурной ценности, он позиционируется как знак статусной иерархии, как средство возможности вхождения в определенную, значимую для потребителя, социальную группу. Сфера образования задает определенные потребительские модели. Мерой качества системы образования является его функциональная пригодность для системы.

П. Бурдьё и Ж.-К. Пассрон показали, что сложившиеся буржуазные отношения диктуют потребность в той системе образования, которая формировала бы законопослушных и трудолюбивых граждан, отмеченных отсутствием переизбытка культуры, так как «в области культуры полное ее отсутствие исключает осознание того, чего тебя лишили» [4, с. 220]. Снижение уровня культуры рассматривается в данном случае как благо, поскольку отсутствие интеллектуальных амбиций примиряет с обстоятельствами, и люди счастливы: «...скромные, которые по их скромности не надеются, по существу, ни на что другое, кроме того, что имеют, и благословен “социальный порядок“, который не пытается сделать их несчастными, уготавливая для них слишком амбициозные судьбы, плохо приспособленные и к их способностям, и к их ожиданиям» [4, с. 216]. Следовательно, образование обязано выполнять функцию не социального лифта, а социальный заказ «воспроизводства социальных иерархий». В этом случае основной становится «функция социального сохранения, причем с тем большей эффективностью, чем лучше она сокрыта» [4, с. 202]. По мнению авторов, любая система образования детерминирована структурой классовых отношений, обслуживая интересы господствующих классов. Более того, «системе образования удастся в таком совершенстве выполнять свою идеологическую функцию легитимации установленного порядка, поскольку этот шедевр социальной механики удачно прячет (как если бы использовал ящик с двойным дном) отношения, которые в классовом обществе

связывают функцию обучения, то есть функцию интеллектуальной и моральной интеграции, с функцией сохранения структуры классовых отношений, характерных для этого общества» [4, с. 206].

Снижение реального качества отечественного образования является следствием экспансии потребительской идеологии в эту сферу, имеющую принципиально нерыночную природу. Общество потребления диктует свои требования к системе образования, которое обязано давать как можно больше полезных знаний, способствующих формированию навыков социальной успешности, поскольку лишь состоятельный, успешный индивид может быть подлинным потребителем. Идеалом такого образования является узкий специалист, которому свойственнее, если вспомнить К. Маркса «профессиональный кретинизм». Подобная аксиологическая установка приводит к примитивизации образования.

К системе образования потребитель образовательных услуг имеет особое требование: получить эти услуги за минимальное количество затраченных усилий, прежде всего духовных. Инновации в образовании должны помочь состояться процессу комфортного усвоения знаний при культивировании всего нового: меняются образовательные стандарты, вводятся скоростные образовательные технологии, сокращаются «духовнозатратные» предметы, литература, к примеру. Убираются блок за блоком, добираясь до того фундамента отечественного образования, каким является универсализм.

Система образования уже не способствует гомогенизации общества, поскольку потребление в этой сфере определяется уровнем материального достатка. Социальный характер потребления в сфере образования воплощается в понятиях престижа и социальной дифференциации, иерархии и статуса. Начинает господствовать мораль исторически безответственного, потребительски ориентированного человека, чуждого самоотверженной духовности, поскольку торжествует принцип «все имеет свою цену, следовательно, все продается и все покупается». А коли так, то обесмысливаются и вовсе утрачивают право на существование все иные подлинно гуманистические ценности, все то, что в принципе не поддается измерению в денежном эквиваленте. Осуществляется аксиологическое оправдание эгоизма и консюмеризма как единственно достойной жизненной стратегии. Носители ее, ее живое олицетворение – все те, кто не совестится собственной корысти и стяжания, а наглядно демонстрирует свой жизненный успех, воплощаемый в приобретенных футбольных командах, яхтах, замках, островах. З. Бауман человека как продукта общества потребления называет «негативным индивидом», поскольку его устремления эгоистичны, лишены чувства солидарности, социальной ответственности [5, с. 129]. Аксиологический каркас его жизнедеятельности – принципиальный отказ от любых моральных ограничений и норм при ярко выраженной консюмеристской ориентации.

Значима роль системы образования в формировании социальной солидарности и сплоченности, в воспитании духа общности и единства. Всеобщее образование – фактор устойчивого развития, доступ к нему должен стать реальной возможностью для каждого. Сегодня уровень официальной платности высшего образования превысил 50%. Школа должна, по

крайней мере, оставаться островом справедливости в рыночном океане неравенства, конкуренции и выживания на основе естественного отбора, в ней должно быть психологически комфортно, морально безопасно и физически уютно.

Э. Фромм, проанализировав жизненные стратегии «иметь» и «быть», пришел к выводу, что современное ему общество, отвергая подлинно человеческое бытие, отдает предпочтение обладанию. Стремление к обладанию оборачивается утратой личностной самобытности, уникальности, делает человека податливым на совращение. Г. Э. Дебор идет дальше, полагая, что общество потребления, как и в любом спектакле, создает у потребителя иллюзию обладания. Драматургия общества спектакля требует от зрителей пассивного вчувствования, полной отдачи и послушного следования в супермаркеты и бутики, шоу и рекламные акции. Зритель становится унифицированным агентом спектакля, который организуют искусные режиссеры. «Спектакль подчиняет себе живых людей в той мере, в какой их уже всецело подчинила экономика» [6, с. 158]. Современное общество потребления – общество спектакля поглотило бытие масс: «Спектакль есть дурной сон закабаленного общества, который, в конечном счете, выражает лишь только желание спать. И спектакль – страж этого сна» [6, с. 114]. Зрелищность стала неотъемлемым антуражем повседневности. Если классический театр в буквальном смысле локализован в социальном пространстве-времени, то в обществе спектакля квазитеатрализованное действие тоталитарно, то есть пронизывает все сферы жизни. Героем или антигероем с помощью видеокамеры мобильного телефона может стать любой, выложив свидетельство своего подвига или своей низости в Интернет.

«Общество спектакля» сконструировано потребительской цивилизацией и массовыми коммуникациями. Создаваемый мир иллюзий определяет жизненные стратегии современного индивида, превратившегося в «машину желаний» (Ф. Гваттари, Ж. Делез), в объект маркетинга. Желания искусственно моделируются и интенсивно навязываются. В частности, визуальная коммуникация подростков активизируется и тематически организуется вокруг телепроекта «Дом 1, 2» и т. п. Эта интерактивная модель иллюзии реальности имеет свой круг единомышленников-фанатов, создающих свой сленг, свои средства идентификации и стиль поведения.

Тотальное, всепронизывающее отчуждение, «повсеместное расцепление, производимое спектаклем, неотделимо от современного государства, то есть от обобществленной формы социального расслоения, продукта общественного разделения труда и орудия классового господства» [6, с. 207]. Псевдоценности порождают псевдопотребности. Избыточность товарной массы пробуждает нездоровые аппетиты консюмеризма (потребительства). Основным типом свободы становится свобода потребительского выбора. Мерой достоинства человека объявляется количество и качество потребления, которое оказывается зримым воплощением социальной дифференциации. Потребление должно быть показателем роскошно-праздного образа жизни, демонстрацией материального сверхблагополучия, престижа, успеха, власти.

При том состоянии капитализма, которое подвергалось критике со стороны Маркса, Лукача и экзистенциалистов, отчуждению подвергались

продукты труда, но сам производитель, оставаясь хозяином своего свободного времени, которое он мог посвящать, например, самообразованию. В обществе потребления у производителя отсутствует возможность свободного выбора, поскольку он становится потребителем. Антагонизм труда и капитала сохраняется, но теперь он закамуфлирован обществом потребления, поскольку свободное время отведено потреблению товарных фетишей, продукции СМИ весьма сомнительного качества. Установка на творческую активность сменяется на ненасыщаемую жажду обладания.

Потребление в сфере культуры и образования приводит к девальвации обеих, поскольку превращаются в знаки престижа и углубляют социальную иерархию. Высшее образование рассматривается как знак статуса и будущей карьеры. Становится значимым не столько качество и количество усвоенных знаний, закрепленных умений и навыков, сколько их знаковое оформление – диплом. Чем больше знаков-дипломов, тем шире возможность статусной мобильности. Знаки знаний подменили ценность образования как такового.

Высшее, как и любое иное образование, рассматривается и становится сферой услуг. Таким образом, его покупают по рыночным правилам. Став товаром, образование старается обрести эффективную упаковку как важную характеристику своего товарного качества. Без этих внешних атрибутов-брендов сложно обрести видимость рыночного успеха. Образование принимает форму маркетинга, и вузы обзаводятся специалистами из области рекламы и PR. Абитуриент становится потребителем образовательных услуг, а система образования превращается в форму бизнеса. Инвестиции в собственное образование обеспечивают конструирование социальной идентичности как возможности вхождения в ближайшем будущем в круг успешных людей, которые могут позволить воспроизводство потребительской стратегии жизни, рекламируемой СМИ как единственно достойной. Общество потребления не заинтересовано в образовании, направленном на формирование всесторонне развитого, глубоко культурного, высокоморального человека, поскольку он наверняка не будет свой досуг заполнять исключительно «шопингом». Таким образом, можно констатировать когерентность аксиологических особенностей рыночной парадигмы российского образования и потребительского общества.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Сапожников Е. И. Общество потребления в странах Запада // Вопросы философии. – 2007. – № 10. – С. 53–63.
2. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. – М. : Культурная революция, Республика, 2006. – 269 с.
3. Хайдеггер М. Время и бытие: статьи и выступления / пер. с нем. – М. : Республика, 1993. – 447 с.
4. Бурдьё П., Пассрон Ж.-К. Воспроизводство: элементы теории системы образования. – М. : Просвещение, 2007. – 267 с.
5. Бауман З. Индивидуализированное общество / под ред. В. Л. Иноземцева : пер. с англ. – М. : Логос, 2002. – 390 с.
6. Дебор Г. Общество спектакля / пер. с фр. С. Офертаса, М. Якубович. – М. : Логос, 1999. – 224 с.

Принята редакцией: 17.09.2012