

Ирхен Ирина Игоревна

**ХУДОЖЕСТВЕННОЕ ПРОСВЕТИТЕЛЬСТВО КАК ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ФАКТОР В УСЛОВИЯХ  
МАССОВИЗАЦИИ РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА**

В статье предпринята попытка осмыслить художественное просветительство как образовательный фактор в условиях расширения ареала влияния массовой культуры. Конкретизируется содержание и механизм просветительского образования в контексте современной глобалистской массовизации.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/3/2011/7-1/12.html](http://www.gramota.net/materials/3/2011/7-1/12.html)

Источник

**Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и  
искусствоведение. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2011. № 7 (13): в 3-х ч. Ч. I. С. 46-50. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/3.html](http://www.gramota.net/editions/3.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/3/2011/7-1/](http://www.gramota.net/materials/3/2011/7-1/)

**© Издательство "Грамота"**

Информацию о том, как опубликовать статью в журнале, можно получить на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)  
Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [voprosy\\_hist@gramota.net](mailto:voprosy_hist@gramota.net)

8. Дмитриевская И. В., Портнов А. Н., Смирнов Г. С. Ноосферная динамика России: философские и культурологические проблемы. Иваново: Изд-во Иван. гос. ун-та, 2002. Ч. 1. 158 с.
9. Казначеев В. П. Учение В. И. Вернадского о биосфере и ноосфере. Новосибирск: Наука, 1989. 248 с.
10. Лосев А. Ф. История античной философии в конспективном изложении. М.: ЧеРо, 1998.
11. Матурана У. Р., Варела Ф. Древо познания. М.: Прогресс-Традиция, 2001. 223 с.
12. Моисеев Н. Н. Человек и ноосфера. М.: Молодая гвардия, 1990. 351 с.
13. Назаретян А. П. Интеллект во Вселенной: истоки, становление, перспективы: очерки междисциплинарной теории прогресса / Российский открытый университет. М.: Недра, 1991. 222 с.
14. Назаретян А. П., Новотный У. Русский космизм и прогностика постнеклассической науки [Электронный ресурс]. URL: <http://www.noogen.su/postneklass.htm> (дата обращения: 20.07.2011).
15. Радьяр Д. Планетаризация сознания. М.: Ваклер, 1995. 304 с.
16. Русский космизм: антология философской мысли / сост. С. Г. Семенова, А. Г. Гачева. М.: Педагогика-Пресс, 1993. 358 с.
17. Сиверц ван Рейзема Я. В. Философия планетаризма. Планетарный разум земной цивилизации. М.: Фонд «Новое тысячелетие», 2005. 592 с.
18. Смирнов Г. С. Ноосферное сознание и ноосферная реальность: философские проблемы ноосферного универсума. Иваново: Изд-во Иван. гос. ун-та, 1998. 244 с.
19. Смирнов Д. Г. Семисофия ноосферного универсума: ноосфера и семиосфера в глобальном дискурсе. Иваново: Изд-во Иван. гос. ун-та, 2008. 372 с.
20. Умов Н. А. Роль человека в познаваемом мире // Русский космизм: антология философской мысли / сост. С. Г. Семенова, А. Г. Гачева М.: Педагогика-Пресс, 1993. С. 114-128.
21. Урсул А. Д., Романович А. Л. Устойчивое будущее (глобализация, безопасность, ноосферогенез). М.: Жизнь, 2006. 512 с.
22. Федоров В. М. Ноосферная цивилизация // Реалии ноосферного развития. М., 2003. С. 155-162.
23. Франк С. Л. Духовные основы общества. М., 1992.
24. Циолковский К. Э. Монизм Вселенной // Циолковский К. Э. Космическая философия / под ред. акад. В. С. Авдеевского. М.: Эдиториал УРСС, 2001. С. 259-369.
25. Lovelock J. GAIA: a New Look at Life on Earth. Oxford Univ. Press, 1979. 157 p.

#### SYSTEM-SYNERGETIC AND ENERGY-INFORMATIONAL ASPECTS OF MIND AND NOOSPHERE EVOLUTION

Mikhail Vyacheslavovich Zhul'kov

Department of Philosophy

Ivanovo State University

mzh1@mail.ru

The author studies the energy-informational principles of biosphere-noosphere transition using systematic methodology and the basic noosphere law, shows the evolution of living substance in biosphere according to its energy potential by the material of Bauer-Vernadsky law, adds information component to these principles and suggests applying generalized energy-informational principles of living substance and mankind functioning to the process of biosphere-noosphere transition.

*Key words and phrases:* biosphere; noosphere; biogeochemical energy; cultural biogeochemical energy; basic noosphere law; basic semiotic law; circulation of substance, energy and information in biosphere and noosphere; collective mind; noosphere consciousness; Bauer-Vernadsky's law; generalized energy-informational principles of noosphere; social autotrophy.

УДК 008:316.33

*В статье предпринята попытка осмыслить художественное просветительство как образовательный фактор в условиях расширения ареала влияния массовой культуры. Конкретизируется содержание и механизм просветительского образования в контексте современной глобалистской массовизации.*

*Ключевые слова и фразы:* массовая культура; потребительское общество; художественное образование; художественное просветительство; просветительское образование.

**Ирина Игоревна Ирхен**, к. пед. н., доцент

Кафедра социально-культурной деятельности

Смоленский государственный институт искусств

yulianairk@mail.ru.

#### ХУДОЖЕСТВЕННОЕ ПРОСВЕТИТЕЛЬСТВО КАК ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ФАКТОР В УСЛОВИЯХ МАССОВИЗАЦИИ РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА<sup>©</sup>

Глобализация как основная метатенденция современности подвергает трансформации все социальные институты, включая образование. Функционируя по рыночной траектории, оно работает непосредственно на

заказ потребителя и использует внешнюю привлекательность своих услуг. При этом очевидно, что формирующийся рынок образовательных услуг, отражая платежеспособный спрос населения, генерирует появление его новых субъектов в виде негосударственного сектора. В этих условиях неизбежно возникает феномен «омассовления» образования, ибо его получение сегодня рассматривается молодежью как социальная норма, беспроигрышная жизненная стратегия. Более того, непоступление в вуз позиционирует неуспешность личности. Количество вузов в современной России, по сравнению с СССР, возросло более чем в четыре раза, а прием в вузы превышает выпуски школ. Данное явление, как отмечает профессор Б. Л. Вульфсон, присуще всем геополитическим регионам мира [2].

Неоднозначность и внутренняя противоречивость рыночных реформ в этой сфере очевидна. С одной стороны, система образования приобретает значение национального приоритета, утверждается регионализация образования и плюрализм его форм, расширяется автономия вузов, изменяется классификатор специальностей. С другой стороны, критически снижающийся статус образования, его тотальная коммерциализация повышают роль регуляции этой системы.

Последствиями реформ становятся переориентация образования на конъюнктурные интересы массы, изменение престижности профессий в глазах молодежи, ее уход из учительской профессии, снижение конкурса абитуриентов на специальности, связанные с художественной сферой. Не последнюю роль здесь играют отсутствие у студентов ясных перспектив социально-профессионального самоопределения после окончания вуза художественного профиля, а также слабая структурированность отрасли культуры в условиях свободного рынка труда. К тому же определяющее влияние рыночных приоритетов в сфере образования стимулирует крайний прагматизм, ведет к редукции и утрате его важнейших культурных функций, формированию «одномерного человека» (Г. Маркузе). С этой позиции, художественность становится неким феноменом – лишним для человека, в то же время она объективно выступает необходимым качеством современной личности, от степени духовно-культурного, эстетико-художественного развития которой зависит процветание страны.

Очевидно, что сегодня доля художественно-эстетического начала снижена на всех уровнях образования. В массовой общеобразовательной практике искусство присутствует «на уровне биологического минимума» [8], что порождает отчужденность детей от искусства. Дополнительным художественным образованием охвачено лишь 9% детей, у большинства из них отсутствует стимул оканчивать школу искусств [10].

Проведенный контент-анализ учебных планов Российского портала открытого образования ряда экономических специальностей («Бухгалтерский учет, анализ и аудит», «Финансы и кредит»), технических («Биоэкология», «Геоэкология») и гуманитарных специальностей («История», «Иностранный язык», «Педагогика и методика начального образования») показывает, что из действующего ГОСа ВПО полностью исключена эстетика, хотя еще М. Горький провозглашал, что «эстетика – этика будущего» [4, с. 252]. Курс «Культурология» включен либо в национально-региональный (вузовский) компонент, либо в дисциплины по выбору. Соответственно, трудоемкость его освоения определяется самим вузом и колеблется от 52 часов (Открытый университет ДВГУ, Мичуринский государственный пединститут) до 130 часов (Московский государственный институт геодезии и картографии). Между тем, только гуманитарно-художественный цикл может держать в центре внимания человеческую душу, сохранять целостность личности. Исследования доказывают, что высокий уровень познавательной, творческой активности взрослых жителей крупных городов во многом зависит от внеурочных художественных занятий в школьные годы [14]. Такое понимание роли образовательной области «Искусство» учтено в Национальной образовательной инициативе «Наша новая школа».

В реальности, высшая школа, двигаясь по пути узкой профессионализации, все меньше заботится о формировании личности, ее гуманитарном основании, что снижает просветительскую функцию образования. Но семантика понятий «образованный человек» и «просвещенный человек» разнится. Еще два столетия назад просветительство воспринималось российской интеллигенцией в контексте христианских византийских традиций как «передача света», «душевное строение». Так, А. С. Пушкин пишет, что «... одно просвещение в состоянии удержать новые безумства и новые общественные бедствия» [9, с. 283]. Н. В. Гоголь уточняет: «Просветить – не значит научить, или наставить, или образовать, но насквозь высветлить человека, во всех его силах, а не в одном уме» [3, с. 285]. Аналогичную мысль проводит В. И. Даль, увязывая просвещение с нравственностью.

Генерация данных позиций приводит к мысли, что мерилom для просвещенного человека становится трансляция духовного опыта, культуры, понимание мира и себя. Можно формально числиться образованным человеком, но при этом оставаться невежественным, функционально неграмотным. Речь идет о том, что высшая школа призвана не только формировать фонд знаний во всей их полноте, но и воспроизводить новый образ человека как носителя культуры, «внутренне нацеленного на самосовершенствование и совершенствование людей вокруг себя, на формирование соответствующей культурной среды, на творческую инновационную деятельность» [1, с. 10]. Это актуализирует единство образования и просветительства.

В современных представлениях концептуализация просветительства в большей степени связана с «культурнической деятельностью» (по Д. Н. Ушакову), распространением знаний, направленных на расширение ценностно-мировоззренческой культуры личности. Действительно, многогранный эмпирический опыт известных просветителей, распространителей художественных знаний: М. А. Балакирева и Н. Г. Рубинштейна, С. И. Танеева и Б. Л. Яворского, Б. В. Асафьева и Д. Б. Кабалевского, Д. С. Лихачева и др. – доказывает признание просветительства особой системой, благодаря которой юные поколения включаются в существующую

культурную общность и становятся носителями определенной культуры. Это вытекает из субъектно-объектной природы художественного просветительства. Внешняя художественная предметность, «присваиваясь» человеком, становится его внутренним достоянием, «удваивает» реальную человеческую жизнь посредством излучаемого смысла, своеобразного генетического кода и таким путем связывает творчество автора с восприятием – сотворчеством других людей. Возникающая при этом общность представителей разных поколений и народов сплавливает людей как субъектов, творящих культуру.

Мы рассматриваем художественное просветительство в условиях доминирования в духовной сфере российского общества потоков массовой культуры. Согласно позиции А. Я. Флиера, эта особая, ничего не производящая культура, сосредоточена только на процессах потребления (вещей, информации, удовольствий) [13, с. 236]. Ее основными скрепами служат ориентация на однородную аудиторию; опора на эмоциональное, коллективное, бессознательное начало; эскейпизм; общедоступность; быстрозабываемость; занимательность. Особо акцентируется исключительная гибкость; способность трансформировать артефакты, созданные в рамках других культур, и превращать их в предметы массового потребления; коммерческий характер; использование клише при создании артефактов; связь со СМИ [7, с. 134].

Формируя свое семиотическое пространство и ориентируясь на «среднего» потребителя, массовая культура изменяет хронотоп, в котором разворачивается художественно-образовательный процесс. В обществе потребления значение произведения искусства определяется, в основном, его потенциальной продажей, поэтому качество культурного продукта менее важно, нежели его реклама. Это просматривается в рейтингах продаж книжных хитов и «кассовых» кинопремьер начала 2011 г., в размахе театральных провинциальных антреприз, почти еженедельных выступлениях артистов на корпоративных или частных вечеринках. Данную культурно-художественную картину обуславливают высокотехнологичные процессы, требующие от людей больших умственных и нервных усилий, а массовая культура служит здесь зоной рекреации, связанной с проблемой духовного потребления.

Современное общество, неотделимое от обилия информации, СМИ, системы быстрой связи, именуют «обществом потребления». Между тем, американский футуролог Э. Тоффлер усматривает в потребительстве достоинство культуры, а самого потребителя считает ее главным феноменом [12]. Однако единство потребляемой продукции и ее массовидность выявляет «разжижение творческого ядра культуры» [5, с. 586], непонимание населением значения искусства для себя и общества, неумение адекватно воспринимать художественные произведения. Современную публику, «включенную» в культурную жизнь общества, представляет внешне ангажированная «эстетическая толпа» (по Г. Тарду) [11, с. 281-282]. Именно она определяет ценность товара, руководствуясь законами рынка.

Таким образом, продукция массовой культуры, при всей неоднозначности и противоречивости ее восприятия и оценок, становится объективной реальностью современной эпохи, которую игнорировать невозможно. Представляется при этом, что, организуя и структурируя общественную среду, она в определенной степени заполняет лауну, возникшую вследствие модернизации системы художественного образования. И хотя эти влияния никак не учитываются, объективно они происходят, так или иначе выполняя образовательную функцию.

В массовом обществе художественно-потребительские предпочтения во многом формирует художественная сторона товарного знака. Обыденный факт становится художественным благодаря сравнению, аллегории, эпитету, метафоре, синестезии и др. Это наиболее выпукло просматривается в рекламных слоганах крупнейших торговых фирм и центров. Вот лишь некоторые из них: «Притяжение цвета» (губная помада *Oriflame*); «Когда океан встречается с небом» (*Gant Adventure*, туалетная вода для мужчин); «Прикосновение стила» (*Lacosta*, аромат для мужчин); «Октябрьская революция цен!» (Арбат-Престиж) и др.

Известно, что в литературе такие выразительные средства как тропы выступают «фигурами переосмысления», выполняющими декоративно-эстетическую функцию в тексте. Имеется и понятие «художественная тропа». Возможно допустить мысль о существовании художественной тропы по отношению ко всем художественным преобразованиям. Очевидно, что «тропа» имеет свои модели в разных видах искусства, модифицируя основные из них. В недрах массовой культуры складывается «потребительская художественная тропа». Благодаря двуплановости выражения, использования средств художественной образности в экспрессивных целях, просветительское образование привлекает красотой товара, форсирует эмоции восторга и любования, в конечном счете, вызывая наслаждение.

Происходящая в эпоху постмодернизма «артизация» общественной и личной жизни все больше строится по законам жанра (завязка, развитие событий, кризис, финал). Действие принципа художественной тропы обнаружимо, например, в политических брифингах, выборных кампаниях, телевизионных ток-шоу. В шоу превращаются даже новостные и аналитические передачи. Все это, в свою очередь, формирует артизированную личность.

Можно утверждать, что массовая культура, получая обширное распространение в условиях глобализации и функционируя в форме просвещения, определяет интенцию развития российского художественного образования. Процесс нащупывает стихийный выход между противоречиями. Парадоксальным является тот факт, что в глубинах товарного производства массовой культуры «прорастает» образовательный фактор. Сама жизнь вносит новые факторы в цепочку: образование → товар → просветительство. Здесь просматривается расширение инфраструктурного хронотопа художественного образования, который вовлекает через просветительство даже такие отрасли хозяйства, как торговлю и транспорт.

Так, в рыночной борьбе за целевого потребителя гипермаркеты, например, не только формируют широкий товарный ассортимент, но и предлагают культурно-художественные проекты. Это обеспечивает качественный скачок в приросте численности покупателей. Характерно, что сами управляющие гипермаркетами акцентируют целенаправленный маркетинг культурных услуг, сулящий покупателю праздник и удовольствие. В результате визит в гипермаркет все меньше напоминает обычный шопинг, становится самостоятельной формой времяпрепровождения, своеобразным праздником обретения и товара, и впечатлений, и образности, и знаний.

Проведенный контент-анализ Интернет-сайтов гипермаркетов показывает, что свыше 21% из них сочетают торговую деятельность с художественно-просветительской. Это присуще гипермаркетам типа «Мега», «Глобус», «Мосмарт», «Метро». Так, в ярославском гипермаркете немецкой сети «Глобус» только за март 2011 г. проведено 12 праздников и специальных акций: большой городской праздник на парковке, детские и семейные мероприятия, акции для деловой части населения и широких социальных слоев. Масленица, собрав на парковке свыше 1 тыс. зрителей, включала художественную программу и инициировала продажу более 700 блинчиков с красной икрой и медом.

Перечень культурно-художественных проектов «Глобуса» довольно просторен. Это концерты ВИА «Поющие гитары» и «Самоцветы», акция «Меткий стрелок» с гарантированным призом для каждого, конкурс детского рисунка и студия аква-грима, знакомство с фауной России в передвижном зоопарке на парковке, конкурсы в холле гипермаркета «Поздравь любимую», «Раскрась скворечник», аттракционы и катание детей на пони. Результативность массированного культурного «касада» выливается в возрастание численности покупателей на 67 тыс. человек по сравнению с предыдущим месяцем и, соответственно, большую прибыльность.

Ежемесячные культурно-художественные проекты типичны для гипермаркетов «Глобус» в других российских городах. Так, зимняя феерия праздников в рязанском «Глобусе» включает конкурс детского рисунка, встречи с Дедом Морозом и Снегурочкой, аква-грим и шоу воздушных шаров, отправку через почтовую службу гипермаркета писем Деду Морозу с вручением подарка автору лучшего послания. В итоге, гипермаркет оказывается средой, позволяющей родителям восхищаться своими детьми.

В семейном гипермаркете «Мега» функционирует цельная инфраструктура для просветительского образования: кинотеатр нового поколения «Kinostar De Lux» (с 12 кинозалами); детский клуб «Мега»; школа фигурного катания. Программа клуба друзей «Смешарики» включает катания с горки, занятия творчеством, просмотр мультфильмов, образовательные праздники и познавательные часы, освоение обучающих компьютерных программ. Привлечение опытных педагогов, аниматоров, ростовых кукол превращает каждое мероприятие в захватывающую интерактивную программу, нацеленную на развитие познавательной мотивации, творческих и интеллектуальных способностей. Это доказывает, что семейный центр потребительской торговли предоставляет целый комплекс услуг, сочетая игру с творчеством, развлечение с обучением.

Организацию художественно-просветительской деятельности в гипермаркетах можно считать формирующейся тенденцией не только в России, но и в Республике Беларусь. Столичные гипермаркеты «Гиппо», «ProStore» организуют праздничные концерты звезд белорусской эстрады, вручение ценных призов победителям лотереи, сюрпризы для всех пришедших.

В современных реалиях центры потребительской торговли практикуют концерты-презентации новых музыкальных альбомов под названием «Ближе к звездам», «живые» акустические концерты. Причем и популярные, и совсем молодые исполнители видят в этом неожиданном формате выступлений возможность смелого творческого эксперимента, апробации на массовой аудитории своих новых композиций.

Следовательно, сам рынок раздвигает рамки образовательной системы, стремясь проложить новые пути, открыть новые возможности художественно-просветительского образования в России. Согласно данным международной аналитической компании *Nielsen*, количество гипермаркетов в России за последние шесть лет увеличилось более чем в пять раз [15]. На конец 2010 г. в стране функционируют 318 магазинов формата гипермаркета (по другим данным – 477), без учета 39 магазинов *Metro Cash&Carry*. По прогнозам, их количество будет неустанно расти за счет освоения новых региональных рынков в городах с населением 50-100 тыс. человек.

Целый ряд возникающих массовых художественных феноменов связан с московским метрополитеном, который благодаря арт-проектам обрел имидж «музея под землей». Свои истоки художественное просветительство здесь берет с фотовыставки «Города мира в московском метро» (2004 г.). Несколько позже утверждает себя другой феномен – «поезд художественного просвещения» [6]. В 2007 г. на Арбатско-Покровскую линию метро впервые вышел поезд «Акварель» с выставкой работ известного художника-акварелиста С. Андрияки и его учеников. Затем в поезд стали помещать репродукции картин из коллекции знаменитых музеев страны – петербургского Русского музея и московского Музея изобразительных искусств им. А. С. Пушкина. Этот художественный проект не единичен, его логическим продолжением служит формирование поездов другой жанровой направленности. В 2010 г. стартовал арт-проект «Поэзия в метро». В вагонах на русском и испанском языках были представлены стихи и биографии Нобелевских лауреатов П. Неруды и Г. Мистраль, авангардистов В. Уидобро и Г. Рохаса и др. Характерно, что реакция пассажиров на художественные проекты метрополитена стабильно положительная.

Художественное просветительство столичного метрополитена просматривается и в феномене устройства выставок. Речь идет о совместном некоммерческом проекте компании «Олимп» и Центра фотографии им. братьев Люмьер. На протяжении трех месяцев 2010 г. самые интересные работы действующей выставки «Советское фотоискусство 60-70-х» представлены более чем на 4 тыс. рекламных поверхностях метрополитена.

В 2011 г. проект находит свое продолжение в выставке «Московские истории. XX век», уникальные архивные фотографии которой знакомят с прошлым столицы 1900-1960-х годов.

Практика показывает, что людям нравятся «островки красоты» в суетной повседневности. Недаром на станции «Воробьевы горы» практически создан художественный музейный зал с периодически меняющимися экспонатами. В ноябре 2010 г. здесь установлены 10 огромных цилиндров-витрин, внутри которых движущиеся конструкции с музейными экспонатами из фарфора.

Таким образом, массовизация российского общества неизбежно порождает ряд противоречий. Это противоречия между «массовостью» высшего образования и снижением его статуса; между коммерциализацией образования и утратой им культурных функций; между снижением доли гуманитарно-художественного цикла на всех уровнях образования и его значимостью для сохранения целостной личности, формирования просвещенного человека. Художественное просветительство как духовный феномен русской традиции в реалиях массовой культуры обретает новые формы, новые способы воздействия на аудиторию. Реализуемое посредством театрализованных представлений, концертов, выставок, презентаций «просветительское образование» базируется на механизме активной «включенности» населения, его художественного реагирования. Снижение подвижности учительства и интеллигенции в целом, в условиях рынка восполняется другими субъектами просвещения народа. Предлагаемое с их стороны «просветительское образование» носит в основном негэнтропийный характер.

#### *Список литературы*

1. Абдулатипов Р. Г. Ресурсы культуры и проектирование будущего. М.: МГУКИ, 2011. 212 с.
2. Вульфсон Б. Л. Образовательное пространство на рубеже веков. М.: Моск. психол.-социал. ин-т, 2006. 235 с.
3. Гоголь Н. В. Просвещение (письмо к В. А. Ж.....му) // Гоголь Н. В. Полное собрание сочинений. М.: Изд-во Акад. наук СССР, 1952. Т. 8. С. 283-286.
4. Горький А. М. Об Анатоле Франсе // Горький А. М. Собрание сочинений: в 30-ти т. М.: Гос. изд-во худож. лит., 1953. Т. 24. С. 249-254.
5. Зиновьев А. А. На пути к сверхобществу. М.: Центрполиграф, 2000. 637 с.
6. Катится, катится расписной вагон [Электронный ресурс]. URL: [http://www.sobesednik.ru/publications/sobesednik/2007/03/13/underground\\_art\\_education](http://www.sobesednik.ru/publications/sobesednik/2007/03/13/underground_art_education) (дата обращения: 20.04.2010).
7. Костина А. В. Массовая культура как феномен постиндустриального общества. Изд-е 5-е. М.: URSS, 2011. 352 с.
8. Мелик-Пашаев А. А. О состоянии и возможностях художественного образования // Искусство в школе. 2008. № 1. С. 4-9.
9. Пушкин А. С. О народном воспитании // Пушкин А. С. Собр. соч.: в 6-ти т. М.: Правда, 1969. Т. 5. С. 282-286.
10. Стенограмма совместного заседания коллегий Министерства культуры Российской Федерации и Министерства образования и науки Российской Федерации 20 января 2011 г. [Электронный ресурс]. URL: [http://www.mkrf.ru/upload/mkrf/mkdocs2011/14\\_02\\_2011\\_1.doc](http://www.mkrf.ru/upload/mkrf/mkdocs2011/14_02_2011_1.doc) (дата обращения: 20.02.2011).
11. Тард Г. Мнение и толпа // Психология толп / пер. с франц. М.: Ин-т психологии РАН, 1998. С. 257-408.
12. Тоффлер Э. Третья волна / пер. с англ. М.: АСТ, 2004. 795 с.
13. Флиер А. Я. Культурология для культурологов. М.: Согласие, 2010. 672 с.
14. Фохт-Бабушкин Ю. У. Искусство в жизни молодых поколений России: достигнутые эффекты, упущенные возможности и сохраняющиеся надежды. СПб.: Алетейя, 2005. 320 с.
15. Nielsen прогнозирует рост числа гипермаркетов [Электронный ресурс]. URL: <http://www.foodset.ru/news/672> (дата обращения: 25.04.2011).

#### **ARTISTIC ENLIGHTENMENT AS EDUCATIONAL FACTOR UNDER THE CONDITIONS OF RUSSIAN SOCIETY MASSIVE INVOLVEMENT**

**Irina Igorevna Irkhen**, Ph. D. in Pedagogy, Associate Professor  
*Department of Social and Cultural Activity*  
*Smolensk State Institute of Art*  
*yulianairk@mail.ru*

The author undertakes the attempt to interpret artistic enlightenment as educational factor under the expansion of popular culture influence and specifies the content and mechanism of enlightenment education in the context of modern globalist massive involvement.

*Key words and phrases:* popular culture; consumer society; artistic education; artistic enlightenment; enlightenment education.