

<https://doi.org/10.30853/manuscript.2020.4.29>

Орлов Михаил Олегович

Религиозное образование как форма социализации: проблема влияния ценностей общества потребления на преподавание православной культуры

В статье проводится анализ влияния общества потребления на учащихся и педагогов. Принципиальной новизной работы является обращение автора к проблеме религиозного воспитания в контексте консьюмеризации образования. Задача изучения форм воздействия ценностей общества потребления на передачу православной духовной традиции является комплексной и включает в себя ряд концептуальных позиций: исследование влияния общества потребления на образовательную сферу общественной жизни; изучение того, как влияют потребительские ценности на церковную жизнь в наши дни; выявление воздействия, оказываемого потребителем обществом на преподавание модуля "Основы православной культуры" в рамках предметной области "Основы духовно-нравственной культуры народов России".

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/9/2020/4/29.html

Источник

Манускрипт

Тамбов: Грамота, 2020. Том 13. Выпуск 4. С. 140-143. ISSN 2618-9690.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/9.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/9/2020/4/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: hist@gramota.net

Философия религии и религиоведение

Philosophy of Religion and Religious Studies

УДК 141.4

Дата поступления рукописи: 11.03.2020

<https://doi.org/10.30853/manuscript.2020.4.29>

В статье проводится анализ влияния общества потребления на учащихся и педагогов. Принципиальной новизной работы является обращение автора к проблеме религиозного воспитания в контексте консьюмеризации образования. Задача изучения форм воздействия ценностей общества потребления на передачу православной духовной традиции является комплексной и включает в себя ряд концептуальных позиций: исследование влияния общества потребления на образовательную сферу общественной жизни; изучение того, как влияют потребительские ценности на церковную жизнь в наши дни; выявление воздействия, оказываемого потребительским обществом на преподавание модуля «Основы православной культуры» в рамках предметной области «Основы духовно-нравственной культуры народов России».

Ключевые слова и фразы: православная культура; религиозное образование; общество потребления; духовная традиция; социализация молодежи; социология образования; аксиология социальной жизни.

Орлов Михаил Олегович, д. филос. н., доц.

Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского
orok-saratov@mail.ru

Религиозное образование как форма социализации: проблема влияния ценностей общества потребления на преподавание православной культуры

*Публикация выполнена при финансовой поддержке Гранта РФФИ № 20-311-70023
«Религиозная социализация в постсекулярном мире: дискурсивные практики и социокультурные риски».*

Общество потребления как социальная реальность нашего времени ставит перед педагогами важную задачу адаптации изложения православной культуры к тому мировоззрению, которое складывается у детей и взрослых под влиянием ценностей потребления, а контексты реализации возможны в комплексном анализе философских и социологических подходов. Это обуславливает высокую **актуальность** настоящей статьи. Более того, в настоящее время в отечественной науке не представлены исследования, касающиеся того, как условия господства потребительских ценностей трансформируют восприятие религиозных традиций. **Научная новизна** исследования заключается в том, что данная работа является одной из первых попыток рассмотреть с позиции социальной философии проблему религиозного образования и воспитания в контексте общества потребления. **Целью** настоящей работы является изучение особенностей влияния консьюмеризации современного общества на традиционное религиозное воспитание детей. В ходе исследования выполняются следующие **задачи**: анализ особенностей современного общества потребления, изучение особенностей консьюмеризации образования в целом, рассмотрение проблем современного религиозного воспитания и образования.

Проблема консьюмеризации образования в целом раскрывается у Е. М. Николаевой и М. Д. Щелкунова. Консьюмеризация образования в первую очередь основывается на том элементе идеологии потребительства, который связан с желанием рационально использовать имеющиеся ресурсы, не вкладывая их в слишком долгосрочные проекты. «Потребительские установки ориентируют индивида на минимизацию его усилий в процессе освоения образовательных продуктов, на применение, так сказать, “ресурсосберегающих” технологий в этом отношении (речь, разумеется, идет об интеллектуальных, волевых и др. психических ресурсах личности)» [6, с. 138]. Нежелание «напрягаться», прикладывать усилия для освоения сложных интеллектоёмких фундаментальных знаний обуславливает падение интереса к естественным, математическим и техническим наукам и поступлению на соответствующие специальности, что приводит к обеднению кадрового потенциала страны, стоящей перед инновационным вызовом.

Консьюмеризм в образовательной сфере также выражается в тенденции к избыточному упрощению и облегчению образовательных программ, их насыщению образной составляющей в ущерб развитию абстрактного мышления, которое требует усилий со стороны учащихся. Развитие «игрового подхода», «деловых игр», призывы сделать образование «интересным» и «жизненным» отражают потребительские настроения, для которых все сферы жизни человека должны приносить удовольствие.

Н. Е. Покровский приводит в пример практику работы университетов США, которые постепенно лишаются особого статуса центров науки и образования и приравниваются к субъектам рыночных отношений по принципу «то, что не продается, просто не производится». Под воздействием консьюмеристских запросов к университетскому образованию учебный процесс приобретает маркетинговый развлекательный характер, где удовлетворение покупателя зависит от того, насколько красиво упакован товар, что применительно к преподаваемым предметам означает обязательное наличие мультимедийных презентаций, на смену поточным лекциям приходят дискуссии типа «ток-шоу», семинары для публики, консультирование фирм [8, с. 150]. Е. А. Соколова связывает консьюмеризацию образования с тенденцией развития современного образования как социального института, выражающейся в трансформации образования из сферы духовного производства в сферу производства и предоставления услуг. Это обуславливает, в частности, тот факт, что в развитых странах студенты всё чаще ведут себя как рациональные потребители, принимающие решение о выборе вуза и специальностей на основании предварительного изучения рейтингов вузов, отзывов выпускников и т.д. [11, с. 25].

Анализируя школьное образование в обществе потребления, Д. В. Григорьев признает, что школа сама стала институтом консьюмеризации, говоря с родителями и учениками на языке образовательных услуг, что вызывает у этого автора возмущение: «Образование для нас – это обучение и воспитание. Воспитательная услуга – это нечто невозможное, противоречащее самому духу воспитания как выращивания всечеловеческого в человеке. Услужливый воспитатель – это противоестественно и даже мерзко! Смердяковщина какая-то» [2, с. 51]. В качестве альтернативы Григорьев предлагает использовать такие выражения, как предоставление образовательных возможностей, образовательных ресурсов. Единственной школой, способной противостоять вызову консьюмеризации, по мнению автора, является та, которая будет следовать педагогическим традициям А. С. Макаренко, культивировать созидательную деятельность, товарищество и взаимопомощь. Эта школа должна забыть про морализаторство, потому что морализаторство против потребления – часть дискурса общества потребления. Требуется осознание педагогами своей социальной миссии, что будет выражаться в исключении потребительских ценностей из преподавательского обихода (каким образом это можно сделать, Григорьев не раскрывает). Воспитание личности должно строиться на созидательном труде, что в условиях современного уровня НТР означает наукоемкий высокотехнологичный труд (экономическую сторону этого предложения Григорьев не затрагивает).

М. Д. Щелкунов и Е. М. Николаева раскрывают специфику потребления образовательных услуг: они требуют от получателя не меньших усилий, чем от «продавца» знаний, а в случае отсутствия желаемого результата – усвоенных знаний – деньги за оказанную услугу не возвращаются. Развитие рынка многообразных образовательных услуг ведет к тому, что образование принимает товарную форму, распадается на ряд конкретных прагматически ориентированных курсов, когда получатель услуги знает, что именно он получит по итогам прохождения курса. На этой ориентации на конечный результат построена современная российская система образования, в которой все учебные предметы должны вести к усвоению тех или иных компетенций. Культивируется не «образованность» как общественное благо, а «обученность» как личное благо, приносящее непосредственную прибыль [14, с. 103].

Если говорить о влиянии общества потребления на духовную сферу, то можно увидеть процессы, связанные с акцентом на «получении», «приобретении», а также индивидуализации религиозной жизни, в которой на первое место выступает не следование догматам, а личный духовный комфорт и рост. Об этом говорит прот. Алексей Уминский, приводя стандартную ситуацию из церковной практики. В церковь пришла семья с детьми, и родители стараются отделиться от детей, чтобы те не мешали им внимательно и сосредоточенно помолиться – в том числе за этих же детей, чтобы они получили от Бога здоровье, благополучие, охрану от всякого зла. В это время предоставленные самим себе дети ходят по храму, действительно мешают окружающим, но родителей это не интересует – они молятся. По мнению о. Алексея, в этот момент происходит поругание самого воспитания, потому что час спустя набежавшихся, уставших, соскучившихся детей родители поведут к Причастию, к которому дети не готовы и воспринимают его формально. «А родители уверены, что они делают очень хорошее дело, потому что дети в храме с Богом» [12].

Опыт Саратовской области демонстрирует позитивный пример использования гастрономического потребления для укрепления межнационального согласия в регионе. «Дегустация блюд национальной кухни» стала объединяющей ценностью и неотъемлемым атрибутом проводимых под эгидой правительства Саратовской области различных национальных и религиозных праздников, например, «Лезгинка – танец дружбы», конкурсы национальной красоты, этнофестивали. Российским государством еще с советских времен на всех уровнях ведется работа по организации досуга граждан, и предлагаемые обществом потребления технологии и ценности не отрицаются, а используются в конструктивных целях, в том числе в качестве инструмента государственной политики.

Например, одним из современных элементов досуга в обществе потребления стало использование средств виртуальной реальности – нетрадиционных генераторов ощущений. По мнению А. А. Гришиной, «свободное времяпрепровождение как основа образа жизни переходит в виртуальное пространство... Насыщенный виртуальный мир и погоня за достижением высшего удовольствия способствуют поглощенности индивида компьютером» [3, с. 77]. Однако в ответ можно привести инициированный митр. Тихоном (Шевкуновым) проект создания в регионах страны исторических парков «Россия – моя история», которые содержат мультимедийные исторические выставки, выполненные по технологии 3D и дополненной реальности. Таким образом, технологии виртуальной реальности, соответствующие такой ценности общества потребления, как погружение в виртуальные миры, создающие «эффект присутствия» и отвлекающие от обыденности, могут служить задачам патриотического воспитания личности, ознакомления гражданина с историей родной страны, проведения школьных экскурсий, которые оставят глубокие эмоциональные переживания от «эффекта присутствия» исторических персонажей прошлых эпох рядом с их потомками [Там же]. Сама А. А. Гришина приводит примеры позитивного использования технологий досуга, предлагаемых обществом потребления. Это использование

интернет-технологий в музейной и концертной деятельности, позволяющее приобщить к серьезному искусству максимально возможное число зрителей и слушателей вне зависимости от социального статуса и материального положения. Социальные сети используются учреждениями культуры, творческими сообществами, студенческими научными группами для общения и обмена идеями. Наконец, важным элементом потребительской инфраструктуры стало расширение возможностей для туризма, благодаря чему, в частности, тысячи верующих получили возможность совершать паломничество как к отечественным святыням, так и к святыням в других православных странах, обогатив свой духовный опыт и укрепив себя в вере.

Двойственное значение досуга в обществе потребления раскрыто у О. В. Понукалиной. По её словам, развлекательные услуги, несмотря на отсутствие в них глубокого интеллектуального содержания, оказывают положительное влияние тем, что отвлекают от антикультурных и асоциальных форм досуга – пьянства, наркомании, являются средством профилактики депрессии, фрустрации, суицидальных мыслей. «Индустрия досуга, ориентированная на развлечения, дает возможность человеку отвлечься от рутинной повседневности, получить заряд положительных эмоций и ощущений; услуги индустрии досуга широко рекламируются в СМИ, как правило, стоят дорого и приносят доход ее организаторам» [9, с. 25].

Образ различных аспектов общества потребления показывает его сложную структуру, в связи с чем нельзя однозначно ассоциировать эту форму общества с образом бездумного поглощения товаров и услуг. Влияние общества потребления на поведение человека нельзя назвать линейным и однозначно негативным, зачастую оно связано с побуждением к более осмысленному и рациональному поведению. Призывая человека к приобретению новых товаров и услуг, рынок вынуждает человека больше работать, сокращая время его досуга и тем самым траты его на потребление развлекательных услуг. Важным уроком, который дает изучение влияния зависимости потребительских практик от социальных норм той социальной группы, принадлежать к которой стремится человек, является то, что стремление к увеличению потребления может быть ограничено инструментами самого общества потребления.

Верующие привыкли относиться к храму как к «месту отправления религиозных потребностей», привыкли все время получать и ничего не отдавать. Привыкли приходить в храм для того, чтобы взять что-то хорошее, правильное – благодать, умиротворение, и уверены, что раз совершили подвиг – пришли в храм, то выйдут оттуда «с полными сумками», непременно что-то полезное возьмут. И вместо того, чтобы позаниматься с ребенком, потратить на него свое время и силы, родители часто хотят то, что можно назвать «заказать духовные услуги по воспитанию ребенка у святых». Плохо учиться? Не сесть рядом и вместе сделать уроки, потому что ребенку скучно сидеть одному, а заказать молебен Сергию Радонежскому, вот и пускай воспитывает.

Откровенным примером идеологии «получательства», о которой пишет прот. А. Уминский, может служить автор нашумевшей книги «Исповедь бывшей послушницы». На вопрос, ходит ли она в церковь, она ответила честно: «Я не знаю, зачем мне туда возвращаться. Я не чувствую ни желаний, ни какой-то потребности... вообще сейчас уже не понимаю, что это может мне дать и чем помочь» [7]. В то же время нужно отметить, что схожие обороты встречаются и у пастырей. Например, игумен Филипп (Симонов) говорит о том, что сегодня церковь стремится шире открыться для всякого, кто начинает испытывать религиозную потребность [13].

Своими наблюдениями за влиянием общества потребления на духовный строй новоначальных верующих, готовящихся к принятию таинства Крещения, делится игумен Нектарий (Морозов). По его словам, ранее существовало доверие к системе образования: если что-то преподается, значит, это нужно и пригодится, не сейчас, так потом (или, как иногда говорят, «для общего развития»). Человек общества потребления, напротив, будет внимательно слушать только то, в чем он уверен, что это ему нужно. Абстрактное мышление уходит из общества, и человек не понимает важные элементы христианского вероучения. «Современный человек понимает, что такое спасение из-под колес автомобиля, от бандитов, от налоговой инспекции. Но вечное спасение... И вечность – что-то непонятное, и спасение в ней тем более» [5].

Главным фактором, определяющим специфику положения религии в современном обществе, является тот факт, что никакая религия или идеология в развитых странах больше не является обязательной, и религии существуют в условиях конкуренции религиозных и внерелигиозных духовных практик. Изменилось положение человека внутри религии: он становится добровольным членом общины, которого никто в общине насильно не удерживает, и отказ от церковной жизни не влечет никаких социальных и репутационных последствий [10, с. 242]. Более того: на рынок религиозных традиций выступают коммерческие бренды, отношение к которым часто напоминает религиозное поклонение. Это связано с тем, что потребление продукта нагружено, как указывалось, символами и значениями, в результате чего человек не просто ест пищу в ресторане «Макдональдс», а приобщается американскому образу жизни. Противостояние в интернет-форумах между сторонниками продукции компании «Apple» и мобильных устройств с операционной системой «Android» напоминает А. Н. Ильину «крайне критическое восприятие других религий преданно верующими представителями экстремистских религиозных течений» [4, с. 59].

Радикальный взгляд на влияние ценностей общества потребления на западное христианство предлагают О. А. Богданова и Т. В. Плотникова [1, с. 30]. Указанные авторы считают, что христианство полностью отрицает собственность и особенно богатство (что больше напоминает не традиционные христианские конфессии, а различные сектантские изводы наподобие монтанизма), искажается мысль М. Вебера, в результате чего происходит смешение догматических установок протестантизма с этическими следствиями роста имущества участников протестантских общин, а половина статьи посвящена проблеме гомосексуализма, при этом игнорируются мельком обозначенные темы расширения религиозного выбора человека, синкретизм, институциональные аспекты передачи духовных традиций, социальное служение западно-христианских общин, имеющее не только позитивное, но и негативные проявления (например, создание атмосферы безнаказанности для мигрантов).

Как проявляется влияние общества потребления на преподавании православной культуры? В качестве примера можно привести конкретный пример из Тамбовской области. В ходе принятия решений о выборе модулей предметной области «Основы духовно-нравственной культуры народов России» социологи наблюдали повторяющуюся картину. После рассказа классного руководителя о том, что в определенный период будет преподаваться предмет о религиях, главным и типичным вопросом родителей было: «Зачем он нужен?». Сознание человека в обществе потребления настроено на мгновенную оценку нужности и полезности того, на что будет тратиться время, а предметная область «ОДНКНР» – наиболее далекая от того, чтобы быть знанием, способным принести учащемуся практическую пользу в его будущей профессии. Вопрос о нужности курса «ОДНКНР» не вызывал мировоззренческие споры, не было дискуссий о том, какое мировоззрение более правильное – теоцентрическое или антропоцентрическое, речь шла только о том, зачем тратить время детей на данный предмет – «что это даст?».

Таким образом, рассмотренные выше процессы коньюмеризации образования, выражающиеся в выдвигании на первое место прикладных дисциплин в ущерб фундаментальным, влияет на отношение родителей к преподаванию религиозных культур, которые, несомненно, относятся к разряду фундаментальных, смыслообразующих и мировоззренческих дисциплин. Подтверждением ориентации на ценности общества потребления является сложившаяся в некоторых школах практика, когда акцент в презентации модулей «ОДНКНР» делается не на ознакомление с традициями своего народа, а на нравственное воспитание, ознакомление с основными этическими ценностями и требованиями, родители начинают видеть конкретный «смысл» в изучении их детьми основ религиозных культур. Таким образом, через преподавание «ОПК» школа оказывает «услугу» по нравственному воспитанию ребенка, снимая это «бремя» с родителей.

Список источников

1. Богданова О. А., Плотникова Т. В. Трансформация нравственных ценностей западного христианства в обществе потребления // Научная мысль Кавказа. 2017. № 2. С. 27-32.
2. Григорьев Д. В. Преодоление общества потребления: что может школа? // Вестник Костромского государственного университета. Т. 14. № 4. С. 50-52.
3. Гришина А. А. Досуг в обществе потребления: основные тенденции восприятия // Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры. 2013. Т. 195. С. 75-79.
4. Ильин А. Н. Наше потребительское настоящее: монография. Омск: ОмГПУ, 2016. 332 с.
5. Нектарий (Морозов), игум. Миссия в обществе потребления [Электронный ресурс] // Православие.RU. 2012. 6 августа. URL: <http://www.pravoslavie.ru/55322.html> (дата обращения: 07.12.2018).
6. Николаева Е. М. Идентификация личности в условиях коньюмеризации образования // Ученые записки Казанского государственного университета. 2010. Т. 152. Кн. 1. С. 135-144.
7. Плужников А. Мария Кикоть: Мне искренне жаль игуменью Николаю – она тоже жертва системы [Электронный ресурс] // Ахилла. 2017. 20 февраля. URL: <https://ahilla.ru/mariya-kikot-mne-iskrenne-zhal-igumenyu-nikolayu-ona-tozhezher-tva-sistemy/> (дата обращения: 07.12.2018).
8. Покровский Н. Е. Побочный продукт глобализации: университеты перед лицом радикальных изменений // Общественные науки и современность. 2005. № 4. С. 148-154.
9. Понукалина О. В. Досуг в обществе массового потребления: концептуальные рамки исследования // Известия Саратовского университета. 2009. Т. 9. Вып. 1. С. 23-28.
10. Ситников А. Религиозная традиция в современном обществе: опыт теоретического анализа // Государство, религия, церковь в России и за рубежом. 2017. № 4. С. 233-254.
11. Соколова Е. А. Потребительские практики современного высшего образования в условиях информационной открытости вузов // Вестник Рязанского государственного университета им. С. А. Есенина. 2015. № 4. С. 18-32.
12. Уминский А., прот. Православное воспитание детей. Как не вырастить ребенка атеистом? [Электронный ресурс] // Православие и мир. 2010. 12 января. URL: <https://www.pravmir.ru/pravoslavnoe-vozpitanie-detej-kak-ne-vyrastit-rebenka-ateistom/> (дата обращения: 07.12.2018).
13. Филипп (Симонов), игум. Путь к спасению в обществе потребления. Часть 1 [Электронный ресурс] // Православие.RU. 2006. 29 марта. URL: <http://www.pravoslavie.ru/4660.html> (дата обращения: 07.12.2018).
14. Щелкунов М. Д., Николаева Е. М. Потребление. Образование. Личность // Вестник экономики, права и социологии. 2009. № 1. С. 97-105.

Religious Education as a Form of Socialization: Problem of Influence of Consumer Society's Values on Teaching Orthodox Culture

Orlov Mikhail Olegovich, Doctor in Philosophy, Associate Professor
Saratov State University
orok-saratov@mail.ru

The article analyses the influence of consumer society on students and teachers. Originality of the study lies in the fact that the problem of religious education is considered in the context of consumerization of education. The research objective is to trace the influence of consumer society's values on continuity of the Orthodox spiritual tradition. This comprehensive objective includes the following conceptual tasks: studying the influence of consumer society on educational sphere; studying the influence of consumer values on contemporary parochial life; identifying the influence of consumer society on teaching the basics of Orthodox culture within the subject area "The Basics of Spiritual and Moral Culture of the Peoples of Russia".

Key words and phrases: Orthodox culture; religious education; consumer society; spiritual tradition; socialization of young people; sociology of education; axiology of social life.