

УДК 378.1.036

ФОРМИРОВАНИЕ ЭСТЕТИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ СТУДЕНТОВ КАК ЗАДАЧА ВЫСШЕГО ГУМАНИТАРНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Ю. В. Аленькова

(Учреждение образования «Могилевский государственный университет имени А. А. Кулешова»,
кафедра музыки и эстетического образования)

В статье рассматривается вопрос о формировании эстетической культуры современных молодых людей и проблемы, которые связаны с распространением и влиянием на их эстетическое сознание массовой культуры.

Эстетическая культура – очень сложный феномен, который трудно поддается рационализации и концептуализации, но его наличие или отсутствие в личности человека очевидно. Эстетическая культура во многом является предпосылкой нравственной и интеллектуальной культуры, от степени ее развития в личности зависит не только способность человека понимать прекрасное, но и его отношение к миру, другим людям, к многообразным явлениям действительности. Сфера эстетического включает в себя такие понятия, как эстетический вкус, эстетическая оценка, эстетический опыт, эстетические ценности. Эстетическая культура связана с потребностью и способностью человека к переживанию чувства прекрасного, гармонии мира, она выводит нас за пределы сугубо утилитарного и прагматического отношения к миру.

Эстетические предпочтения современных студентов во многом сформированы массовой культурой [1]. Ее внедрение в повседневную жизнь и в сферу образования заставляют актуализировать проблему эстетического воспитания. Выделим те тенденции, анализ которых нам кажется наиболее значимым для понимания задач преподавания гуманитарных дисциплин, призванных формировать не только интеллектуальные способности, но и эстетическую культуру студентов.

Эстетическое сознание современного молодого человека во многом сформировано эпохой всепроникающего шоу (на телевидении, в Интернете, в школе, университете). Шоу (от англ. *show* – показ, представление) – зрелищное постановочное мероприятие развлекательного характера, демонстрирующееся широкой публике, задачей которого является развлечение потребителя и получение прибыли. Яркое, броское, громкое, «звездное», эпатажное – атрибуты шоу. Важно отметить, что зрелищность сопровождает культурное существование человечества на протяжении всей истории (древневосточные мистерии, донисийские мистерии, средневековый карнавал и др.) Но не всякое зрелище – шоу. Шоу рассчитано на эксплуатацию человеческих инстинктов, и одной из его характеристик является *гедонистичность*, направленность на удовольствие. Однако шоу замыкает удовольствия в чувственной стихии, не заботясь о духовном содержании. Гедонистическое начало не чуждо и искусству. Но это удовольствие иного рода и иного порядка. Как писал Ю. Борев, «*есть удовольствие от самого процесса понимания, созерцания как наблюдения и осмысления предмета искусства. Это удовольствие с древних времен считалось высшим наслаждением и на Востоке, и на Западе. Способность глубоко понимать художественное произведение, восхищаться им – есть способность на самом высоком уровне ощущать гедонистическую функцию искусства*» [3, с. 164–168]. Способность получать удовольствие от подлинного искусства утрачивает современный человек в процессе шоуизации жизни.

Опасность этого процесса видится также в формировании отношения к жизни как постоянному празднику (точнее – праздности). Шоу упраздняет ценность труда (эстетическую и этическую), что сказывается и в системе образования. Не случайно сегодня возникло понятие шоу-образования, характеризующее отношение к учебному процессу, как к чему-то яркому, легкому, не напрягающему студента и стимулирующему его познавательный интерес через некие внешние эффекты [5].

На формирование эстетической культуры современного студента влияет также характерная для массовой культуры гламуризация культуры. Гламур, в свою очередь, породил феномен глянцевого, атрибутом которой является идеально гладкая поверхность, свойственная не живой природе, а синтетическим материалам. Гламур опасен для неразвитого эстетического сознания, поскольку трансформирует собой категорию прекрасного, не позволяя развиваться эстетическому вкусу, формируя утилитарное отношение к бытию, подменяя прекрасное симулякрот красоты. Одним из примеров гламуризации эстетического вкуса является распространение в массовой культуре категорий милого, умильного («няшного»). Эти образы пришли из японской поп-культуры (культуры кawaii). Кошечки, ушки, хвостики, Hello Kitty, Pikachu, герои анимации и пр. В западной культуре для обозначения этих категорий используются термины «cute»,

«cuteness». Гипертрофия милого – одно из проявлений общей тенденции *инфантилизации* культуры, ориентации ее на детскость как визуальный образ и модель социального поведения [2]. В массовом сознании милое ассоциируется с детскими чертами. Его антиподом является старость. В современной массовой культуре укоренился образ пожилого человека, принимающего на себя модель тинэйджерского поведения, заменив собой классические образы пожилых людей, созданные в мировом искусстве (например, «Портрет старика в красном» или «Портрет старухи» Рембрандта). Это одно из проявлений эйджизма, дискриминации по возрасту, вытеснения старости из ценностного пространства, из символического и социального поля современной культуры, некий «шантаж молодостью», который осуществляет современная культура над человеком.

Из вышесказанного вытекают задачи, которые должны решать специалисты, работающие в сфере образования. Главная из них – преодоление чисто утилитарного отношения к сфере эстетического, которое формирует у человека массовая культура. Как справедливо отмечает В. В. Бычков, в современном массовом сознании все чаще наблюдается *«обывательское пренебрежение к эстетическому опыту, его повсеместная недооценка, точнее – непонимание его сущности, когда он воспринимается в качестве приятной приправы к тяжелой, но якобы главной для человека утилитарно полезной жизни и практической деятельности»* [4, с. 84].

Важнейшая задача педагогов – развитие у студентов эстетического вкуса, умения отличить художественные произведения от подделок, а также формирование эстетических потребностей – потребностей в соприкосновении с подлинным искусством, которое веками было наиболее ярким выразителем эстетического опыта человечества. Человек с эстетическим вкусом отличит спектакль от шоу, иронию и сарказм от шутки «ниже пояса», подлинную поэзию от графоманства, не впустит в свою жизнь пошлость и подлость. Недооценка значимости эстетического воспитания молодого поколения может иметь печальные социальные последствия, поскольку эстетическая культура личности тесным образом связана с нравственной и интеллектуальной культурой, является частью духовного багажа человека.

Литература

1. Аленькова, Ю. В. Проблемы развития высшего образования в контексте аксиосферы массовой культуры // София : электронный научно-просветительский журнал. – 2017. – № 2. – С. 3–8. [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/175011> – Дата доступа: 28.03.2020.
2. Аленькова, Ю. В. Номо infantilis в антропологической модели современной культуры / Ю. В. Аленькова // Веснік МДУ імя А. А. Куляшова. Сер. А. Гуманітарныя навукі: гісторыя, філасофія, філалогія. – 2018. – № 1. – С. 51–54.
3. Борев, Ю. Эстетика / Ю. Борев. – М. : Высшая школа, 2002. – 511 с.
4. Бычков, В. В. Эстетика : учебник / В. В. Бычков. – М. : КНОРУС, 2012. – 528 с.
5. Щелкунов, М. Д. Образование в объятиях глэм-культуры / М. Д. Щелкунов // Философские перекрестки : Московско-Казанский сборник / под ред. М. Д. Щелкунова. – Казань : Казан. ун-т, 2012. – С. 5–16.