



КОНЦЕПЦИИ И СИСТЕМЫ

## ВЛАСТИТЕЛИ ШКОЛЬНЫХ ДУМ

А. ЗАМОСТЬЯНОВ

### Фабрика фабрикует

Поколения старшекласников меняются быстро — пяти лет хватает, чтобы менялись характерные предпочтения, чтобы поменялся стиль. Существует общность юных и наиболее активных потребителей массовой культуры, в которую входят учащиеся, которым от четырнадцати до двадцати лет. В эти годы становления личности молодые люди неизбежно бравируют духом противоречия, конфликтуют со взрослым официозом, отрицают устоявшиеся консервативные ценности. «Кто в юности не был бунтарём — у того нет сердца; кто остался бунтарём в зрелости — у того нет головы» — многие подписались под этим справедливым афоризмом. Тем не менее, взрослые люди давно научились эффективно воздействовать на молодёжь, управлять юным радикализмом в своих интересах. Устоять перед массовой рекламой, перед пропагандой подчас не могут даже почти самостоятельно мыслящие подростки. А уж большинство — классические две трети — всегда готово идти за властителями дум, за броской упаковкой самых простых идей.

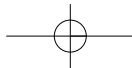
Какое влияние испытывали «юноши, обдумывавшие жизнь» двадцать и пятьдесят лет назад? «На идеологии мы не экономим», — говорил в те годы М.А.Суслов. Не экономили и на комсомоле, формируя в молодых людях то мировоззрение, которое казалось пригодным для тогдашнего — советского — государства. Путь пропаганды не был усеян триумфальными розами. Всё популярнее становилась западная молодёжная массовая культура — начиная со стиляг начала 50-х и битломании шестидесятых. Нередко (хотя далеко не всегда) увлечение западной поп-культурой воспитывало скепсис по отношению к родным осинам. Болезненный конфликт с содействительностью вызывало и приобщение к свидетельствам западной «сексуальной революции». Не случайно многие публицисты нашего времени (например, А.Митрофанов) говорят: «Битлз» и «Греческая смоквница» сделали для разрушения СССР куда больше, чем ЦРУ. Это, конечно, преувеличение, были победы и у официальной пропаганды. В наших людях сызмальства успешно воспитывали уважение к труду, к высокой, классической культуре, любознательность, корректное отношение к представителям иных культур и наций... Всё это выгодно отличало наших соотечественников до самых последних лет. И если сегодня мы порой с гордостью говорим о высоком уровне культуры русских людей, которые во многом выигрывают у ограниченных, склонных к примитивному схематизму американцев, то за это следует поблагодарить воспитательную стратегию недавнего прошлого.

Одна из примет той стратегии — воспитание «активной жизненной позиции». Она необходима и ныне — во все времена молодые силы ищут выхода, приложения. Что же предлагает современному молодому человеку наша массовая культура, заполонившая телевидение, радио, Интернет, журналы в ярких обложках?

[ 29 — 32 ]

Методология  
воспитания

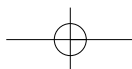
50



Массовая культура — как замена фольклору и противоположность высокой, классической культуры укрепились ещё в начале XX века, когда началась индустриальная, «фабричная» штамповка звёзд эстрады, кино, спорта, остросюжетной литературы. После недавней информационной революции она, в расчёте на самую юную аудиторию, стала заметно примитивнее, но ещё назойливее и агрессивнее в саморекламе. Изобретательная реклама бьёт в глаза, воздействует на подсознание, едва не порабощает.

С восьмидесятых годов радикализируется коммерческая молодёжная субкультура. Для влиятельных корпораций оказалось эффективным, выгодным работать уже не с молодёжной, а с подростковой аудиторией, которая с лёгкостью расстается с карманными деньгами — и с теми, что дают родители, и с первыми собственными заработками. Тогда-то и зародились в разных странах западного мира «поколения MTV». Установка на подростковые рефлексии оказалась успешной: за две-три недели насыщенной «раскрутки» удавалось зажечь новую поп-звезду, которая быстро становится самокупаемой и прибыльной. Юная публика восприимчива к новым веяниям моды — и полки школьников-«фанатов» нового властителя дум формируются удивительно быстро. В последние 15 лет с этой технологией столкнулась и российская аудитория. У нас уже давно имеется и свой канал MTV, и его отечественный «дженерик», канал МузТв. О популярности этих телеканалов в школьной среде нечего и говорить. Звёздам MTV подражают, перенимают их стиль поведения, юмор, сленг. Раньше молодёжный сленг появлялся «снизу», как результат коллективного творчества нового поколения. А школа, радио, кинематограф, напротив, за-

давали тон правильной русской речи. То есть короли сленга имели возможность почувствовать себя в контексте классической культуры. Сегодня интонации и лексика подросткового сленга звучат из уст диджеев и виджеев, на радио и ТВ. Школьники теперь знакомятся с жаргоном не на улице, а на диване, перед телевизором. Таким образом, исчезает творческий импульс, исчезает столь важное ощущение культурной иерархии. Но дело не ограничивается специализированными подростковыми и молодёжными телеканалами. Ещё более популярны разрекламированные проекты самых влиятельных центральных каналов, на них равняются с ещё большим пылом. Пожалуй, наиболее успешным из таких проектов является «Фабрика звёзд» на Первом канале. О популярности этого шоу можно судить хотя бы по количеству продолжений: в 2007-м году перед зрителями плясали и пели питомцы уже седьмой (!) «Фабрики». В известной степени на этом проекте формируется феномен «новой русской мечты» — сценарий счастливой судьбы, на которую надеются миллионы зрителей-подростков. Проще всего было бы обвинить хозяев «Фабрики» в оболванивании юной аудитории. На наш взгляд, ситуация сложнее. «Фабрика» — это лишь один из проектов в системе перестройки массовой психологии. Если раньше секретом одобряемого обществом успеха была активность в профессии (при этом существовали, разумеется, и представления об успехе криминальном, но его, по известным причинам, никогда не пропагандировали и не будут пропагандировать государственные телеканалы), то теперь мерилom успеха считается публичность, мелькание на телеэкранах, позиционирование себя в тусовке. Какими блеклыми, унылыми смотрятся на этом фоне непубличные





## КОНЦЕПЦИИ И СИСТЕМЫ

профессии! Само слово «фабрика» когда-то обозначало индустриальное предприятие, выдающее продукт. По словарю Ожегова, «фабрика — промышленное предприятие с промышленным способом производства». Сегодня это слово прежде всего ассоциируется с развлекательной передачей, с конвейером новых «звёзд», на сезон-другой входящих в моду. А промышленным способом пытаются производить новых властителей школьных дум — поп-исполнителей, похожих друг на дружку, как пепси-кола на кока-колу. Такое смещение смыслов как будто символизирует капитуляцию всего и вся перед индустрией развлечений. Человек труда давно перестал быть героем телеэкранов. Теперь там царит его величество тусовщик — его «раскручивают» реалти-шоу, на нём делают деньги, его внешне беззаботная и материально благополучная жизнь становится примером для школьников, да каким привлекательным! С конвейера телевизионной «фабрики» выходят люди нового стандарта — преданные, нередко — зомбированные потребители телевизионных зрелищ. «Фабрика» фабрикует своих приверженцев со всей мощью главного телеканала страны.

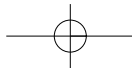
Можно долго рассуждать, почему насаждение подобной этики выгодно современной правящей элите. Очевидно, что рука об руку с индустрией молодёжной и подростковой моды всегда шли производители пива и крепких алкогольных напитков, наркоторговцы, владельцы казино, дискотек, всяческих развлекательных комплексов. Для нихто и формируется рынок сбыта — молодые приверженцы тусовочного стиля жизни, которые легко расстаются с деньгами и готовы плыть по течению моды. Это первый фактор — экономический. Но можно предположить и существование второго. Когда-то мы в

«Народном образовании» уже писали о любопытном противоречии: принято считать советскую систему тоталитарной, но ведь ключевой признак тоталитаризма — формирование невежественной и управляемой человеческой массы, о которой Пушкин писал: «Бессмысленная чернь... мгновенному внушению послушна». В то же время в СССР поддерживался высокий уровень доступного образования, пропагандировалась классическая культура... Формировались люди мыслящие и сомневающиеся — многие из которых, собственно говоря, и стали критиками, а затем и удачливыми противниками советской системы. Может быть, современная политическая элита, учитывая оплошности своих советских предшественников, решила обезопасить себя от интеллектуализма граждан и осознанно ведёт дело к деградации масс? Наверное, безвольными любителями развлечений легче управлять, чем гражданами со своими принципами и ценностями. Их легче купить яркой погремушкой, самоварным золотом, их легче сделать послушными. Но успешной, передовой страны с таким обществом не построишь. Королёвы и Гагарины (назовём только эти две фамилии, символизирующие технический прорыв нашей цивилизации) появляются только, когда открыта дорога для развития творческого потенциала широких масс. Не случайно просвещение в нашей стране было важнейшей функцией, смыслом государства и при Ярославе Мудром, и при Петре Великом, и при ЦК КПСС. *Установка на просвещение органически присуща нашей государственности.* Много лет назад и, конечно, совсем по другому поводу Демьян Бедный написал: «На фабрике — отрав...». Оказалось, что телевизионная «фабрика» — самое вредное производство с огромным отравляющим воздействием на окружающую среду...

[ 29 — 32 ]

Методология  
воспитания

52



А. ЗАМОСТЬЯНОВ  
ВЛАСТИТЕЛИ ШКОЛЬНЫХ ДУМ



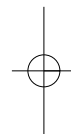
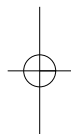
## Ален Даллес у чёрных рыцарей

Разговор о политической изнанке событий требует небольшого исторического экскурса.

«Над Россией сияет ореол спасителя человечества от фашизма. Этот ореол мы должны развеять. Мы заплатим немецким генералам десятки, сотни, тысячи долларов, и они создадут нам мемуары по истории Второй мировой войны в нужном нам аспекте. Докажут, что не на Востоке, а в Африке, в Италии и на Тихом океане ковалась победа, апофеозом которой стало открытие второго фронта... Надежда каждой нации — её молодёжь! Мы обязаны сделать так, чтобы эта надежда обманула большевиков. Молодёжь склонна увлекаться, и это надо помнить, подбирая ключи к её умам. Отравляйте душу молодёжи неверием в смысл жизни, пробуждайте интерес к сексуальным проблемам, заманивайте такими приманками свободного мира, как модные танцы, красивые тряпки, специального характера пластинки, стихи, песни... Дети всегда найдут, в чём упрекнуть родителей. Воспользуйтесь этим! Поссорьте молодых со старшим поколением...» — этот монолог американского генерала Думбрайта писатель Юрий Дольд-Михайлик написал в 1963-м году. А многие из нас помнят аналогичный набор тезисов по многочисленным газетным публикациям последних лет — как «выступление Алена Даллеса», шефа и главного идеолога ЦРУ на первом и самом опасном этапе «холодной войны». А ведь этот монолог, немного переиначенный, попал и в роман Анатолия Иванова «Вечный зов» (и в телефильм, снятый по мотивам романа) — там его произносит демонический контрразведчик

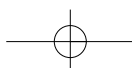
Лахновский, бывший царский офицер, надевший гитлеровские погоны. Тогда же, в начале восьмидесятых, академик Николай Яковлев в своих статьях и книгах о кознях ЦРУ опубликовал несколько цитат «из Даллеса», напоминавших сочинения Дольд-Михайлика и Иванова... История происхождения этого документа по-прежнему туманна. Легче всего предположить, что это — плод фантазии связанного со спецслужбами писателя и педагога Дольд-Михайлика, а позднейшие авторы лишь перифразировали оригинал. На мой взгляд, более вероятно другая версия — существовал некий засекреченный англоязычный документ, добытый из недр ЦРУ, либо намеренно, в провокационных целях, подсунутый нашим органам. И из Кремля, со Старой площади или с соседней площади Дзержинского писателям предоставляли различные русскоязычные переводы этого документа. Вполне обоснованный, с точки зрения контрпропаганды, шаг. Впрочем, аналогичных признаний со стороны наших противников по «холодной войне» было немало и во вполне открытых источниках — вплоть до речей президентов США. Развращение общества, раздувание вражды между поколениями, уничтожение духа трудового энтузиазма и лояльности по отношению к государственной власти — всё это было в арсенале противников нашей державы. Эпохи меняются, а некоторые приёмы политической борьбы остаются неизменными со времён Одиссея и Приама. Мы были ленивы и нелюбопытны, когда, обессилив от экономического кризиса, уступили напору зарубежной пропаганды.

Что же мы видим теперь? Контекст воспитания подростков определяют созданные по образу и подо-



53

Управление  
и проектирование  
[ 57 — 72 ]





## КОНЦЕПЦИИ И СИСТЕМЫ

бию западных аналогов глянецовые журналы, телепередачи и целые телеканалы, также пришедшие к нам из-за рубежа. Купить лицензию — и сделать кальку с успешного на западе проекта для хозяев российского ТВ выгоднее, чем рискованные эксперименты с собственными творческими задумками. Мы привыкли жить заёмным умом, привыкли вывозить сырьё, и ввозить не только импортную продукцию, но и идеи, технологию. Креативное иждивенчество — явление постыдное. В обществе создана атмосфера снисходительного, а то и презрительного отношения к людям труда с их серыми буднями. Среди них есть блестящие специалисты, профессионалы высокого класса, мастера своего дела — но они чужие на «празднике жизни», наши же старшеклассники относятся к ним как к неудачникам... Куда эффективнее смотрится светская жизнь, пустоту которой раскрывал Лев Толстой, но где нынче моралисты толстовского масштаба?.. Ещё одна немаловажная особенность глянцевого мира «фабрик» — его антигероичность. В этой системе ценностей нет места патетике. А в 15 — 20 лет инъекции героики просто необходимы — и тут в дело включается романтика криминала. Наиболее популярные среди юношей отечественные кинокартины последнего десятилетия — «Брат», «Бумер», «Жмурки». Бандитская героика на фоне розовых снов телевизионной «фабрики» выглядит выигрышно, привлекательно. А героика труда давно уже всерьёз не интересует ни кинематографистов, ни телевизионщиков. Попрыгунья-стрекоза громко посмеивается над муравьём, весело и напоказ прожигая жизнь на тусовках и танцах. И, кажется, не видно путей к поучительному финалу известной басни.

### Можно ли противостоять потоку?

В прежние годы наши педагоги часто и резко атаковали молодёжную моду с позиций советской морали. Тем же самым занимались педагоги и на Западе — только их почвой в те годы были остатки религиозного сознания и буржуазное пуританство. И те, и другие проиграли. А в памяти осталась тщетная борьба то с узкими, то с широкими брюками, то с длинными волосами, то с бритыми макушками. Вмешательства взрослых в молодёжную моду со времён Цицерона пользы не приносили.

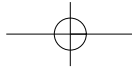
Наверное, не создан ещё тонкий скальпель, которым наставник мог бы снимать с души подростка вредную накипь моды. Так, может быть, правы те, кто готов отпустить школьников в плаванье без руля и без ветрил, по воле волн, управляемых, как мы определили, финансовыми и политическими интересами хозяев жизни? Кто умеет примиряться с действительностью — тому легче адаптироваться в меняющемся мире. Глупо противостоять такой мощной стихии, как ветер времени — плетью обуха не перешибёшь. Глянцевый поток поп-культуры всё сметает со своего пути — и сегодняшние старшеклассники, воспитанные на телевизионных «фабриках», неминуемо станут и учебный материал адаптировать под клише «мира развлечений». В новом духе будут восприниматься и законы, например, физики («Сложноваты? Да кому они нужны! Достаточно немного покривляться, одеться поярче — и вся физика с геометрией будет у наших ног!»).

Есть период в юности, когда библейский постулат «Не сотвори себе кумира» мы нарушаем легко. Во все времена многие девушки влюблялись в цветные портреты из журналов, старались подражать киношным дивам.

[ 29 — 32 ]

Методология  
воспитания

54



А. ЗАМОСТЬЯНОВ  
В Л А С Т И Т Е Л И Ш К О Л Ь Н Ы Х Д У М



В юности нужно и бунтовать, и хулиганить — даже самые строгие учителя старой школы в глубине души с пониманием относились к этим возрастным проявлениям. И лёгкий жанр необходим, об этом даже и спорить глупо. Но тотальное наступление коммерческой антикультуры, которая пропагандирует бездумное, эйфорическое существование — это вызов. И относиться к нему нужно серьёзно. Слишком велик рекламный вал, воздействующий на школьника. Молодёжное телевидение пропагандирует иллюзорные ценности, любитесь дутыми авторитетами, пустотой в яркой упаковке.

Есть рубежи, которые нельзя переступить. За ними — деградация. А процесс просвещения не терпит отступлений, здесь возможно только поступательное движение вперёд. Мы любим говорить о перегруженности школьников, об излишней научной сложности школьной программы. Но при этом мы снизили требования к развитию личности, к воспитанию, и платить за это придётся тройную цену. И поэтому нужно пытаться противостоять потоку разлагающей массовой культуры, нужно искать инструменты для такого противостояния.

За последние годы мы выслушали немало споров о целесообразности изучения в школе основ православной культуры — в той или иной форме. Появилось даже целое общественное движение против клерикализации образования — учёные, политики снова борются с религиозным созна-

нием, с влиянием РПЦ, которая у нас конституционно отделена и от государства, и от школы. А ведь высокая христианская этика могла бы стать для школы существенным подспорьем в борьбе с теми самыми опасными проявлениями современной коммерческой поп-культуры. Но одними факультативными часами православной культуры дела не исправишь. Нужны и другие инструменты. В программах и гуманитарных, и технических дисциплин должен содержаться впечатляющий эмоциональный посыл о красоте науки, о том, что познавать мир — это занятие не только полезное, но и увлекательное. Нужно показывать на примерах ярких биографий, как изучение химии, литературы, истории формировало людей высокого полёта, становилось фундаментом и смыслом состоявшихся, успешных судеб. Если видеть в этом основную задачу курса, тема будет преподноситься неформально, и заинтересует многих школьников. Нужно противопоставлять «глянцевой мечте» — созидательную, основанную на уважении к традиционной культуре, к профессионально состоявшимся людям труда. Впрочем, одного уважения мало, необходима более эмоциональная подача — вплоть до восхищения!.. В последнее время мы стали стесняться патетики, а зря. Повод для обоснованного восторга, как и для оптимизма, всегда найдётся, если глядеть на мир не пресыщенным, не равнодушным и не ехидным взором.

55

Управление  
и проектирование  
[ 57 — 72 ]

