

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н. Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

кафедра истории, теории и прикладной социологии

**ЭСТЕТИЧЕСКАЯ СОЦИАЛИЗАЦИЯ СОВРЕМЕННЫХ ГОРОЖАН
(НА ПРИМЕРЕ Г. САРАТОВА)**

(автореферат бакалаврской работы)

студентки 4 курса 411 группы
направления 39.03.01 - Социология
социологического факультета
Кравченко Ольги Владимировны

Научный руководитель

доктор социологических наук, профессор _____ Е. Е. Немерюк

подпись, дата

Зав. кафедрой

доктор социологических наук, профессор _____ Д. В. Покатов

подпись, дата

Саратов 2017

Введение. Актуальность темы исследования. Социализация личности обеспечивает становление ее как самостоятельного социального субъекта. Этот чрезвычайно важный процесс обеспечивает развитие индивида, как на личностном, так и на общественном уровнях.

Социализация – сложный социокультурный психологический процесс, который характеризуется своей неоднородностью. Социализация отличается у каждой возрастной когорты, например, молодежь, как поколение людей, проходящих стадию социализации, усваивающих образовательные, культурные, социальные и др. функции, принимает активное участие в определении вектора дальнейшего развития социума.

Степень научной разработанности проблемы. Среди основополагающих теорий, которые раскрывают общие вопросы социализации можно выделить: концепции бихевиоризма и необихевиоризма (А. Бандура, Б. Скиннер, Э. Торндайк, В. Уолтер), с точки зрения которых социализация выступает как научение, приспособление индивида к жизни в четко определенном, стабильном социальном пространстве; концепцию структурного функционализма (Р. Мертон, Т. Парсонс, П. Сорокин), которая дает объективные, наиндивидуальные объяснения общества, существующего над отдельными индивидами.

В отечественной науке изучением социализации как двустороннего процесса «передачи-усвоения» человеком социокультурного опыта, социальной культуры, превращения его в социальный субъект занимались такие ученые как Г. М. Андреева, В. П. Андрущенко, И. С. Кон и др.

Объектом исследования выступает население крупного города как особая социально-демографическая общность.

Предметом являются музейные практики, как одно из важнейших проявлений эстетической социализации горожан.

Цель данной выпускной квалификационной работы - рассмотреть особенности, роль и значение эстетической социализации в условиях крупного города, как особой формы социализационного процесса.

Для достижения поставленной цели необходимо выполнить ряд **задач**:

- рассмотреть подходы к определению сущности социализации в условиях городской среды;
- дать характеристику эстетической социализации, ее базовых форм и практик;
- определить особенности эстетической социализации в условиях городской среды;
- рассмотреть музейные практики, реализуемые различными социальными субъектами в качестве элемента процесса эстетической социализации.

Методологическая база представлена теорией конструирования социальной реальности П. Бергера и Т. Лукмана, феноменологическим подходом, разработанным Э. Гуссерлем и А. Шюцем, ролевой теорией Дж. Мида и Р. Линтона.

Эмпирическую базу исследования составляют авторские исследования, проведенные количественным (анкетный опрос) и качественным (глубинное интервью) методами.

В рамках количественного исследования в январе – феврале 2015 года нами было опрошено 152 посетителя художественных музеев г. Саратова в возрасте от 14 и до 89 лет методом раздаточного анкетирования. В опросе принимали участие посетители Саратовского государственного художественного музея им. А. Н. Радищева, усадьбы В. Э. Борисова-Мусатова, дома-музея П. Кузнецова, государственного музея К. А. Федина.

В рамках качественного исследования, было проведено 10 глубинных интервью, общий массив транскриптов составил 100 страниц. В качестве основного метода мы использовали качественную теоретическую «восьмиоконную модель выборки исследовательского интервью».

Структура работы. Данная бакалаврская работа состоит из введения, двух разделов, заключения, списка использованных источников и приложения.

Основное содержание работы. Прежде чем исследовать эстетическую социализацию, автор рассматривает основные подходы к определению сущности социализации. Советский ученый Г. М. Андреева определяет данное явление с учетом его объект-субъектного характера: «социализация – это двусторонний процесс, включающий в себя, с одной стороны, усвоение индивидом социального опыта путем вхождения в социальную среду, систему социальных связей, с другой стороны, процесс активного воспроизводства системы социальных связей индивидом за счет его активной деятельности, активного включения в социальную среду».¹

Автор приводит подход Н. В. Андреевской, в котором можно различить три фазы:

1. первичная социализация. На данной стадии, которая обычно совпадает с периодом детства, происходит усвоение человеком различных норм, ценностей и паттернов поведения. Основным агентом социализации на данном этапе выступает семья. По мере взросления ребенка базой социализации становится школа.

2. маргинальная социализация. На этой стадии, совпадающей с подростковым периодом жизни, происходит некоторое обособление индивида, уже усвоившего определенный набор культурных норм общества. Задача его главным образом сводится к самоактуализации и самоутверждению.

3. устойчивая, концептуальная социализация, знаменующая переход от юношества к зрелости (период от 17-18 до 23-25 лет)². Третий этап предполагает интеграцию субъекта в социум. Кроме того, индивид овладевает определенным статусом и набором разнообразных социальных ролей.

Среди достоинств этого подхода можно выделить детализированность рассмотрения вышеуказанных периодов жизни человека, однако, о дальнейшей социализации ничего не сказано.

¹ Андреева Г. М. Социальная психология. М.: Изд-во Моск. Ун-та, 1978. – С. 338.

² Андреевская Н. В. Проблема социализации личности // Социальные исследования – 1970. – Вып. 3. С. 57.

Одним из первых, кто попытался исправить этот недостаток, был Орвиль Г. Брим-младший. Он считал, что процесс социализации продолжается в течение всей жизни человека и социализация взрослых отличается от социализации детей несколькими ключевыми моментами:

1. социализация взрослых в большей мере изменяет их поведение доступное наблюдению посторонних, в то время как детская социализация корректирует базовые ценностные ориентации;

2. взрослые способны оценивать нормы; дети могут усваивать их лишь некритически;

3. социализация во взрослом возрасте часто строится, образно говоря, на понимании того, что между черным и белым существует множество оттенков серого.³

Очевидно, что эстетическая социализация каждой возрастной когорты будет иметь особенности. На этапе первичной социализации индивида будут закладываться основы восприятия прекрасного, во вторичной они будут претерпевать те или иные изменения. Это обуславливает тот факт, что музей нацелен, в первую очередь, на работу с молодежью, представление о прекрасном которых находится на стадии формирования.

Эстетика – изучение художественных оценок. Один из аспектов – степень, дающая понимание того, насколько наш опыт и оценка искусства отличны от опыта и понимания природы либо подобны им. Другой аспект – являются ли решающими для опыта свойственные воспринимаемым вещам качества или же созерцательный опыт существует сам по себе. В деятельности Франкфуртской школы, критической социологической теории или постмодернистов эстетический взгляд был смещен и радикально расширен, чтобы включить, по выражению Ф. Лаша, «эстетические значения обломков кораблекрушения повседневной жизни». Тем самым выражается все более «политический характер эстетики» и отказ воспринимать искусство как

³ Смелзер Н. Социология: пер. с англ. – М.: Феникс, 1994. С. 113.

отдельную сферу жизни. Это приводит к помещению эстетики в центр социологии массовой культуры.⁴

Эстетика – философская наука, изучающая два взаимосвязанных круга явлений: сферу эстетического как специфическое проявление ценностного отношения человека к миру и сферу художественной деятельности людей. В первом разделе рассматриваются такие вопросы, как природа и своеобразие эстетического в системе ценностных отношений; закономерности дифференциации эстетических ценностей, выступающих во множестве конкретных модификаций (прекрасное и безобразное, возвышенное и низменное, трагическое и комическое и т. п.); диалектическая связь эстетической ценности и эстетической оценки, эстетического восприятия и эстетически ориентированной практики; значение эстетической активности человека в социальной и индивидуальной жизни.

В то время как второй включает изучение возникновения эстетики в филогенезе и онтогенезе; ее структурного и функционального разнообразия, ее места в культуре; связи процесса художественного творчества, структуры, воплощающих его произведений искусства и характера их восприятия человеком; законов, порождающих разнообразие конкретных форм художественной деятельности (видов, родов, жанров искусства) и ее исторических модификаций (направлений, стилей, методов); особенностей современного этапа художественного развития и исторических перспектив развития искусства.⁵

Прекрасное – категория эстетики, характеризующая явления, обладающие высшей эстетической ценностью. Как эстетическая ценность прекрасное отличается от нравственных и теоретических ценностей (добра, истины) тем, что оно связано с определенной чувственной формой и

⁴Большой толковый социологический словарь (Collins). Том 2 (П – Я): Пер. с англ. – М.: Вече, АСТ, 2001. С. 492.

⁵Философский энциклопедический словарь / Гл. редакция: Л. Ф. Ильичев, П. Н. Федосеев, С. М. Ковалев, В. Г. Панов, - М.: Сов. Энциклопедия, 1983. – 840 с. С. 805.

обращается к созерцанию или воображению; в отличие от утилитарно – полезного, отношение к прекрасному носит бескорыстный характер.⁶

Поскольку социологический подход к художественной деятельности устанавливает конкретную социальную детерминированность духовного мира всех личностей, участвующих в «художественном диалоге», - личности художника, личности героя художественного произведения, личности зрителя, - постольку воздействие искусства на человеческие души оказывается формой общественного воспитания личности, инструментом ее социализации.⁷

Помимо этого, на эстетическую социализацию влияет цивилизационный тип развития. В различных культурах представления о прекрасном различаются, восприятие индивидами уникально и зависит от многих факторов: от географического положения, от исторического и социального аспектов. Например, в Китае вплоть до начала XX-го века было распространено бинтование ног, так как в китайской культуре деформированные маленькие ступни считались образцом красоты и символом аристократического положения. В африканском племени Мурси круглый диск, вставленный в нижнюю губу, считается наилучшим женским украшением, причем он также отражает социальный статус обладательницы. Среди падаунгов, народа группы каренов, проживающих в Таиланде, распространен обычай вытягивания шеи женщины посредством надевания медных колец. В их обществе данная традиция воспринимается как самоидентификация племени.

Особый интерес представляет собой историческая ретроспектива представлений о прекрасном. Например, высокий лоб считался обязательным атрибутом женской красоты позднего Средневековья в аристократических кругах Италии, Франции и Нидерландов. Известно, что мода на чернение зубов среди зажиточных слоев населения в России (дворян, купцов и крестьян) просуществовала с XVII-го по начало XIX-го века.

⁶Там же. С. 527.

⁷Там же.С. 808.

Крупнейший нидерландский художник XVII-го века Питер Пауль Рубенс в своих барочных полотнах воспроизводит пышнотелых красавиц, прославляя их красоту. Здесь мы обнаруживаем уже социальную детерминированность определения эталонов прекрасного. В измученной постоянными войнами и голодом Европе пышные формы воспринимались в первую очередь как свидетельство физического здоровья и внутреннего величия, разумеется, кроме того, полнота также говорила об определенном материальном достатке индивида.

Одна из последних и наиболее важных тенденций для сферы культуры вообще и эстетической социализации индивида в том числе – глобализация. В рамках данного процесса в настоящее время происходит унификация образцов прекрасного. Под влиянием СМИ, технологических новшеств, таких как Интернет, диффузия, взаимопроникновение различных элементов культур происходит чрезвычайно быстро, что в конечном итоге приводит к стандартизации эталонов прекрасного. В данной ситуации музей играет уникальную роль посредника между прошлым, настоящим и будущим. Он одновременно сохраняет национальное культурное своеобразие и в то же время способствуют созданию некой глобальной наднациональной и надэтнической мировой культуры.

Таким образом, стандарты красоты крайне изменчивы, подвержены влиянию географических и исторических факторов, восприятие красоты социально детерминировано. Разнообразие эстетической социализации огромно, хотя в данный момент мы вынуждены констатировать унификацию и стандартизацию представлений о прекрасном.

Каким же образом происходит эстетическая социализация и каковы её особенности в условиях городской среды?

В роли агентов эстетической социализации выступает семья, школа, вузы, СМИ, в том числе и музей. Мы исследуем музей, как один из наиболее важных агентов социализации, так как он способствует моральному, духовному и

социальному усовершенствованию индивида, тем самым формируя целостную личность.

Прежде всего, необходимо выяснить частоту посещения музея представителями различных поколений. По результатам проведенного нами опроса наиболее многочисленной группой посетителей (44,7%) музея оказалась молодежь в возрасте от 14 до 29 лет. Анализируя частоту посещения респондентами музея, можно отметить, что молодое поколение является частым гостем музея: треть опрошенных (30,2%) приходят 1 раз в 3 месяца, четверть (24,5%) и треть (32,1%) 1 раз год. Причем, большую часть респондентов (54,7%), приходящих в музей не менее 1 раза в год, можно назвать постоянными посетителями. Изучая взаимосвязь между возрастом респондентов и целью посещения музея, нами было выявлено, что подавляющее большинство респондентов практически во всех возрастных категориях, в том числе и молодежь (60,3%), посещают музей с целью повышения культурного уровня. Четверть (25,4%) опрошенных молодого поколения приходят, чтобы посмотреть конкретную выставку. Необходимо отметить, что в данном исследовании использовался целевой вид выборочной совокупности, то есть людям предлагалось ответить на вопросы анкеты непосредственно в музее, поэтому мы имеем дело со специфической частью населения – с активными посетителями музеев и описываем только их.

Музей находится в постоянном поиске новых форм работы со зрителем, одна из таких форм – акция «Ночь музеев», рассмотрим степень осведомленности молодежи о существовании данного мероприятия. Данные, полученные в ходе количественного исследования, соответствуют описанию целевой аудитории акции, которое нам предложили сотрудники музея. Так, проанализировав взаимосвязь между возрастом респондентов и их осведомленностью о существовании акции «Ночь музеев», мы выявили, что половина опрошенных молодого поколения (48,4%) слышали о данном мероприятии, но не посещали его. Треть респондентов (32,8%) знают о проведении акции и посещали ее. Характерно, что наиболее высокий процент

посещения акции демонстрируют представители младшего и старшего поколения, которые обладают большим количеством свободного времени и, как следствие, могут тратить его и на культурный досуг в том числе

В ходе исследования мы также выяснили, насколько респондентам понравилась акция. Более половины опрошенных, принадлежащих к молодому поколению (57,1%) оценили «Ночь музеев» на 5 баллов. Более того, подавляющее большинство (57,1%) опрошенных той же возрастной категории выразили желание принять участие в акции повторно

Мы видим, что количество респондентов, которые оценили акцию на пять баллов и хотели бы посетить ее повторно, совпадает. Однако, это вовсе не свидетельствует о том, что данная группа будет посещать акцию в будущем.

В ходе качественного исследования нами было выявлено, что постоянный посетитель, человек, подготовленный к восприятию искусства, посещает музей вне зависимости от влияния акции. В то время как на обывателя акция не оказывает влияние по той причине, что ему не интересно искусство как таковое, его привлекает само событие. Следовательно, в случае, если акции удалось привлечь внимание посетителя, в лучшем случае он посетит акцию в следующем году. Именно поэтому, нам представляется принципиально важным разграничение посещения акции и похода в музей. Мы можем прийти к выводу, что акция носит преимущественно развлекательный характер и в большинстве случаев не способствует эстетической социализации индивида.

Интервью с экспертом-культурологом в определенной степени проясняет ситуацию. Характерной спецификой акции является то, что при ее организации используется метод двойного кодирования. То есть, акция рассчитана одновременно и на специалиста, человека, который превосходно разбирается в искусстве, и на обывателя, которого привлекает событийность и массовость праздника. Приведем в подтверждение цитату: *«человек, живущий жизнью музея, и специалист знает, что там будет, что-то такое, вынужденное из запасников или какая-то необычная выставка, или что-то привезут единичное. Но это будет фишка интеллектуальная, исследовательская, научная. А*

обыкновенный человек, ему просто интересно попасть в музей ночью, попасть в музей бесплатно, походить, поделаться в музее что-то, что обычно не разрешают делать, например. И вот это привлекает с двух сторон» (жен., 53 года, ключевой эксперт). Итак, мы видим попытку музеев адаптироваться к ситуации, когда привычные традиционные формы транслирования искусства и передачи знания постепенно устаревают и становятся все менее актуальными.

Заключение. Таким образом, мы рассмотрели особенности, роль и значение эстетической социализации в условиях крупного города, как особой формы социализационного процесса.

Под эстетической социализацией мы понимаем одну из форм социализации, процесс освоения индивидом образцов и идеалов прекрасного.

В роли агентов эстетической социализации выступает семья, школа, вузы, СМИ, в том числе и музей. Мы исследуем музей, как один из наиболее важных агентов социализации, так как он способствует моральному, духовному и социальному совершенствованию индивида, тем самым формируя целостную личность.

Социализацию в условиях города во многом определяют следующие характеристики: преобладание кратковременных, частичных и поверхностных контактов в межличностном общении; слабые соседские связи; многообразие культурных стереотипов, ценностных ориентаций и стилей жизни; ослабление влияния традиций в регулировании поведения человека; слабый социальный контроль. Городская среда, по сравнению с сельской, предлагает большие возможности в сфере образования, досуга и приобщения к культурным ценностям.

Однако, влияние общественных изменений, связанных с технологическим прогрессом, на эстетическую социализацию не всегда оказывается положительным. Так, появление Интернета, хотя и позволяет моментально получить доступ к оцифрованным произведениям искусства, не может заменить поход в «реальный» музей. В результате уровень посещаемости многих музеев падает или находится на стабильно низком уровне.

В этих условиях возникает феномен акции «Ночь музеев», которая привлекает в музеи сотни тысячи людей. В ходе исследования, мы выяснили, что в организационном плане данное мероприятие представляет собой удачную попытку музеев адаптироваться к ситуации, когда привычные традиционные формы транслирования искусства и передачи знания постепенно устаревают и становятся все менее актуальными.

Однако, результаты исследования свидетельствуют о том, что основную свою роль - привлечение посетителей, приобщение к музею слоев населения далеких от искусства, акция не выполняет. Так, на постоянных посетителей музея – людей, которые любят искусство и разбираются в нем – акция не влияет никоим образом, а «разовых» посетителей - тех, кто в рамках стереотипа воспринимает музей как «пыльное и скучное место» - акция не мотивирует ни изменить свое отношение к музею, ни посещать его чаще.

Для молодежи – основного объекта и субъекта эстетической социализации – посещение «Ночи музеев» является одним из способов увеличить свой культурный и социальный капитал, продемонстрировать своему окружению, что «ты в тренде». Вполне логично, что в этих условиях речь не идет об эстетической социализации.

Итак, мы можем заключить, что музей остается одним из наиболее важных агентов эстетической социализации индивидов, но, для того, чтобы продолжать успешно функционировать, он должен изменить подход к работе с посетителем. Одним из наиболее ярких примеров «нового» взаимодействия индивида и музея является акция «Ночь музеев». Однако, несмотря на то, что данное мероприятие способствует популяризации искусства и привлекает внимание к музеям, со своей основной функцией эстетической социализации в полной мере оно не справляется, так как нацелено в первую очередь на событийный праздничный аспект.