



УДК 316.6 (752)

© *О. Г. Огий, Д. С. Бурлаченко, 2010*

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КАТЕГОРИИ «ЦЕННОСТЬ» В ИССЛЕДОВАНИИ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЦЕССОВ

Огий О. Г. – канд. социол. наук, доц. кафедры «Менеджмент», e-mail: yldus78@mail.ru; *Бурлаченко Д. С.* – асп., e-mail: mailbox82@yandex.ru (КамчатГТУ)

Категория «ценность» длительное время разрабатывалась в рамках различных дисциплинарных подходов, научных течений, что затрудняет формирование единой позиции в ее изучении. В статье рассматриваются основные научные подходы к изучению категории «ценность», существующие трудности теоретического и инструментального характера. Целью работы является определение содержания категории «ценность», позволяющей эффективно использовать ее в практике исследования социальных процессов.

Over a long period of time the category of «value» has been developed in the context of different disciplinary approaches and scientific trends that causes difficulty in forming unified approach to its study. In the article the main scientific approaches to the category of «value» and the existing difficulties of theoretical and methodological types are considered. The purpose of this paper is to give a definition to the category of «value», which will allow using it effectively in practice of researching social processes.

Ключевые слова: ценности, ценностные представления, методологические подходы, социальные установки, рациональность, социальное поведение.

Понятие «ценность» в общеупотребительном смысле применимо ко всем сферам человеческой жизнедеятельности и занимает важное место в системе современного гуманитарного знания. Внимание к проблематике ценностей, в числе прочего, обусловлено предположением о наличии связи между доминирующими ценностями и экономическими успехами общества и разделяемыми в обществе ценностями, что находит свое отражение в принятых образцах поведения, мышления.

Использование категории «ценность» в практике социологических исследований сталкивается со сложностями интеграции и интерпретации накопленных знаний в рамках философских, социологических, экономических и психологических дисциплинарных традиций, что затрудняет формирование

единой теоретической и методологической платформы в изучении данной категории. Следует отметить, что степень взаимного влияния различных подходов, концепций, теорий можно оценить как незначительную, что приводит к снижению исследовательского интереса к данной категории.

Определение того, что есть ценность, является объектом внимания философской мысли с античных времен, что обусловлено ее всеопределяющим и всеохватывающим характером, абсолютностью. Традиция, берущая свое начало от Платона указывает на необходимость разделения понятия «ценность» и благо и одновременно указывает на непротиворечивость, но и не тождественность одного понятия другому.

В отношении всего многообразия существующих точек зрения, подходов к пониманию категории «ценность» могут быть определены некоторые, на наш взгляд, наиболее значимые основания классификации.

Так, с позиции аксиологии в существующей системе общественных наук могут быть выделены течения, представители которых так или иначе обращались в своих работах к категории «ценность»: утилитаризм, представителями которого были Дж. Бентам, Дж. Милль, Дж. С্মарт, Г. Сиджвик, Ричард Хэар; эволюционная этика, Г. Спенсер, К. Кесслер, П. А. Кропоткин, Дж. Хаксли; представители позитивистского направления У. Джеймс, Дж. Дьюи, Р. Рорти, Д. Дэвидсон, У. Куайн, Х. Патнэм; аксиологический трансцендентализм, представленный одним из основателей Г. Лотце, и нашедший свое продолжения в рамках Баденской школы неокантианства, в работах В. Виндельбанда и Г. Риккерта, а также в феноменологическом течении в работах М. Шелера, Н. Гартмана.

В соответствии с критерием происхождения теорий ценности могут быть выделены натуралистический, психологический, социологический подходы [1]. Основанием классификации также могут быть характерные черты переживания ценностей: эмотивизм или рационализм, на которых предпочитается акцентировать внимания в *указанных школах*. Помимо прочего, одним из оснований классификации может выступать признание природы ценностей либо как субъективных феноменов сознания, либо как объективизированных сущностей. Развитие обозначенных взглядов, подходов в разной степени нашло свое отражение в различных исследовательских концепциях, обращающихся к изучению *ценностей*.

Феноменологический анализ, на наш взгляд, целесообразно начать с выделения субъективистской и объективистской позиций в понимании ценностей. Первый подход, характерный, прежде всего, для психологов, предполагает определения ценности как субъективного мнения, некоего атрибута, теряющего свой смысл безотносительно к объектам реального мира. В качестве примера могут служить работы Г. Олпорта [2]. Таким образом, ценность низводится до феномена субъективной реальности, которая формируется сознанием субъекта, его ответственным волевым выбором. Ценность в этом случае лишается своего концептуального наполнения, характерного как для философского понимания, так и для житейско-бытового общеупотребительного



значения.

Объективизация ценностной реальности, понимание ценности в качестве надындивидуальной сущности, нашло свое признание одновременно в нескольких течениях общественной мысли. Это позволило придать ценности самостоятельный статус и сделать полноценным объектом анализа. Теоретическая основа современных социологических исследований ценностной сферы в значительной степени была сформирована под влиянием идей представителей утилитаризма и прагматического течения, где достаточно широко представлены исследования социального и трудового поведения [3]. Результаты подобных исследования вновь остро поставили вопрос о роли и значимости ценностей в жизни человека и общества, а также вопросы об их целесообразности и практической применимости в социологических исследованиях.

Происхождение этих сложностей и перспективы их разрешения, на наш взгляд, могут быть обнаружены в рамках теоретической конструкции «личность-социум», отражающей представления о характере взаимодействия личного и социального. Анализ данной конструкции позволяет наиболее адекватно представить рассмотреть комплекс накопленных противоречий в изучении проблематики ценностей.

Исследуя данную проблематику, Д. А. Леонтьев [4], указывает, что формирование рассмотренных подходов, школ и теорий следует рассматривать, прежде всего, с позиции господствующих культурно-исторических парадигм: пансоциальности и асоциальности.

Асоциальность в западной научной традиции выражается в признании любых социальных воздействий на личности как чуждых и насильственных в отношении личности. Социальное давление приводит к необходимости приспособления со стороны индивида, успешность которого варьируется и зависит от множества переменных и проявляется в виде подчинения, адаптации, борьбы, консенсуса и т. п. Так, В. К. Вилюнас [5] отмечает, что личность непрерывно находится под непрерывным, тотальным давлением со стороны других людей и социальных институтов, преследующих цели воспитания и предписывающих принимать одни и отвергать другие ценности, нормы, идеалы и т. п. Такое давление по мере социализации становится все более разнообразным, сюда включаются все большее количество людей, институтов, более разнообразными становятся способы и каналы воздействия.

Напротив, парадигма пансоциальности основана на признании социальных матриц в качестве первичных факторов формирования личности [4]. При этом определяющее влияние социальной регуляции на поведение индивида также рассматривается как непосредственное и непрерывное на протяжении всей его жизни. Социальная регуляция в пансоциальной парадигме также воспринимается как чуждая личности внешняя сила, оказывающая манипулирующее воздействие на личность, но принимаемая личностью добровольно и некритично. На основании чего мы можем сделать заключение о сближении асоциальной и пансоциальной позиций в противопоставлении и призна-

нии отчуждения личности и социума.

Для конкретизации места и роли категории ценности в рассмотренных парадигмах уместны параллели с дискурсом, имеющем место в экономической социологии. Здесь противоречия взглядов локализованы в рамках оппозиции «недосоциализированный–сверхсоциализированный» индивид [6]. Последняя переносит акценты с характера восприятия и уровня рефлексии личностью социальных воздействий на направленность вектора ее интересов. Мы предполагаем, что определенная парадигмальная установка предопределяет выбор приоритетов в интересах и понимание векторов действия субъекта.

В случае дисфункциональной социализации мы сталкиваемся с индивидом, движимым исключительно рациональными эгоистическими мотивами, в чем и проявляется его асоциальность. Концептуально категория ценности в такой конструкции может присутствовать весьма ограничено и лишь в той мере, в которой она способна удовлетворять критерием полезности.

Или иными словами, понятие ценности здесь следует относить лишь к объектам и предметам окружающего мира, соответствующих прагматическим интересам использующих их субъектов. Ценность здесь не обладает ни побудительной силой, ни собственным концептуальным наполнением, находясь в зависимости и являясь экстерииоризированным продолжением потребностей и интересов.

Более характерным для социологической науки явилось развитие представлений о сверхсоциализированном человеке, чье поведение детерминировано в числе прочего и, прежде всего, мнением других людей, предпочтениями социального одобрения. Сверхсоциализированный человек успешно вписывается в рамки пансоциальной парадигмы, где он испытывает давление со стороны внешних институтов, руководствуясь этими воздействиями и выстраивая свои интересы в соответствии с ними. Это в свою очередь определяет направление вектора его интересов – с приобретения капитала экономического на капитал социальный.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что социологизация человека нашла свое отражение в социологизации ценностей, расширении их сферы. Для этого потребовалось расширить понимание ценности, включив в эту категорию не только материальные объекты реального мира, в позитивистской трактовке обретающие свою значимость в удовлетворения потребностей человека, но и идеальные объекты, которые в меньшей степени или не поддаются вовсе оценке с позиции обыкновенной полезности. Однако эти объекты обретают ее с позиции социального капитала.

В этом случае понятие «ценность» сближается с понятием «социальные установки» как усвоенные индивидом представления, предписывающие определенные социально-принятые способы поведения, следование которым ведет к накоплению социального капитала [7]. Однако такое расширенное понимание категории консервирует подчиненное положение ценностей по отношению к индивидуальным потребностям и интересам.



Таким образом, несмотря на оппозиционность рассмотренных парадигм и представлений о недосоциализированном и сверхсоциализированном человеке, в сути своей меняется лишь вектор прагматических устремлений и характер восприятия личностью внешних социальных воздействий.

В настоящее время такая расширенная трактовка является наиболее используемой социальными и экономическими науками в исследовании ценностной проблематики. Эмпирической основой исследований в этом случае являются представления, мнения и убеждения объектов, признаваемых в качестве ценностей, изучение и интерпретация которых позволяет получать данные о состоянии ценностной сферы.

В качестве примера инструментального использования категории «ценность» можно привести достаточно обширные исследования ценностной сферы, проводимые в 60–70-е гг. в США М. Рокичем. Согласно М. Рокичу, понятие «ценность» скорее следует понимать как представления в отношении предпочтительности определенных способов деятельности или целей существования, что в полной мере соответствует асоциальной парадигме [4]. Подобная позиция в понимании ценностей используется и в современных исследованиях [8].

При этом были существенно модифицированы и дополнены используемые методы сбора данных, техники и инструменты. Отправной точкой подобных исследований в отечественной социологии следует признать работы А. Г. Здравомыслова и В. А. Ядова [9], где ценности презентуются в качестве эманации потребностей и интересов личности, опосредованных социальными воздействиями. Превращение потребностей в ценности проходит несколько стадий: от потребностей к интересам актуальными становятся выгодные материальные условия существования и от интересов к ценностям, при котором происходит социальная адаптация интересов, «объектом которых являются моральные, нравственные и эстетические нормы» [10].

Таким образом, ценности в структуре личности полагаются как регулирующие и организующие концепты в отношении потребностей и интересов личности, что сближает их с понятием «социальные установки».

Схожей позиции придерживаются в своих исследованиях И. М. Попова, Г. П. Бессокирная [3]. Исследуя компоненты внутренней регуляции человека, они выделяют компоненты, образованные непосредственно-практическим опытом, потребности и интересы, а также образованный социальными воздействиями знаково-символический компонент. Последний понимается в качестве зафиксированных в сознании социально-ориентированных представлений о должном. Здесь происходит традиционное для рассмотренных научных подходов противопоставление интересов индивида и привнесенных извне, чуждых ему идеальных концептов – «ценностей», сформированных через усвоение культурных символов. Такого рода объекты не играют самостоятельной роли и не обладают побудительной силой в отношении поведенческой активности. Таким образом, мы можем говорить о фактической девальвации категории «ценность», превращения ее в способ перевода старых

научных категорий на новый язык. Такая трактовка ценностей приводит к возникновению целого ряда уже упомянутых затруднений как теоретического, так и методологического характера.

Важнейшими из них являются расхождения между «истинными» потребностями и интересами и декларируемыми ценностями, в продолжение этого – расхождение между вербальным и невербальным поведением. Эти факты привели к необходимости пересмотра не только логики исследования, но и исходных теоретических позиций [7]. Несмотря на это, данная теоретическая конструкция активно применяется в современных социологических исследованиях, поскольку делает возможным использование эффективной логической схемы, некоего шаблона «потребность-интерес-ценность» по отдельным явлениям.

Вместе с тем, преодоление обозначенных трудностей возможно, если рассмотреть в качестве исходной иную теоретическую платформу, возможность существования которой указывается, в частности, в работах Д. А. Леонтьева [11], где социальное влияние – это не набор ограничений, но возможности, расширяющие свободу личности. Социальное окружение, социальные связи рассматриваются как строительный материал, из которого конструируется личность. Иными словами, конструкция «личность-социум» рассматривается не с позиции противоборства и конфликта, а с позиции их взаимопроникающего влияния.

Это позволяет выдвинуть тезис об обусловленной непротиворечивости социального и личностного, делает необходимым признания культуры и общества в качестве материала индивидуального развития, которое заключается в их усвоении, превращение в собственное достояние, элементы внутренней организации личности. В этой трактовке ценность приобретает значение особых идеальных концептов, зафиксированных в культурно-символических образцах, которые выступают строительными компонентами личности человека.

На этом основании мы можем предполагать, что люди, выросшие в одной и той же культурной традиции и воспитанные при помощи одних и тех же культурно-символических образцов, в схожих ситуациях будут воспроизводить усвоенные образцы поведения в соответствии с интериоризированными культурными образцами. В этом отношении ценности могут и не осознаваться индивидом, но определять образцы и формы поведения.

Следует отметить, что при указанной трактовке и обращении к культурным образцам как детерминантами поведения неизбежно возникает вопрос о рациональности поставленный теоретиками классической экономической теории. А в терминах мотивации – это вопрос о приоритете потребностей и интересов человека, его неизбежном разумном эгоистическом выборе, в котором ценностям отводится лишь место социально детерминированных объектов, с которыми индивид вынужден считаться в своем стремлении к максимизации прибыли социальной или экономической.

Для решения этого вопроса необходимо обратиться к проблеме совре-



менного понимания феномена рациональности. Исследованию рациональности как феномену человеческого сознания, общественной жизни посвящено не меньше работ, чем вопросам исследования ценностных аспектов поведения. Для нас представляется интересным те различия и сходства, которые были обнаружены в ходе исследования логики рациональности и этики. Ключевым фактом здесь становится наличие мыслящего субъекта, который действует и мыслит рационально от «чистого разума», оставаясь морализующим и рефлексирующим субъектом.

Таким образом, стратегия абсолютизации рациональности, как убедительно показывает В. Н. Порус [12], обречена на неудачу, в той же степени, в какой обречена на неудачу стратегия абсолютизации таких объектов, как ценности. Нам представляется более обоснованной релятивистская концепция рациональности, которая предполагает ограниченность рациональности, ее вариативность в зависимости от внешних детерминаций культурных, исторических, социальных.

Внешние влияние этих детерминаций переходит во внутреннее естество, логику рациональности, воспроизводимую субъектом. В этом отношении понятие рациональности оказывается тождественным понятию «целесообразности». По этому поводу Т. Парсонс [13] отмечает, что именно культурная система формирует символическую среду, которая направляет действия субъектов, социальных акторов, указывая, к каким целям следует стремиться и какие способы приемлемы в достижении целей. Следовательно, критерии рациональности определяются тем обществом, той социальной средой, в которую погружен субъект, а рациональность есть отражение ценностной системы человека. В этом смысле, следуя традиции Э. Дюркгейма, можно констатировать, что экономическое поведение есть частный случай социального [14].

Тем не менее, мы не можем исключить из этой теоретической конструкции прагматических составляющих поведения, к которым апеллируют представители вышеозначенных теорий, исследующих потребности и интересы.

Так, на индивидуальном уровне ценности осуществляют регулирующую и организующую функцию в отношении потребностей и интересов, но одновременно выступают в качестве своеобразных идеальных ориентиров, побуждающих человека к действию. Ценности способствуют актуализации тех потребностей, которые оказываются социально востребованными и деактуализации остальных.

Важнейшей функцией ценностей является их способность выступать в качестве априорных инструментов познания реального мира, ориентируя человека в нем, приобщая к социальному опыту, опосредуя и приближая социальное наследие, запечатленное в ценностях. Помимо когнитивных аспектов такого рода, процесс включает в себя чувственное познание, при котором ценности выступают стандартами должного, эмоционально-привлекательными ориентирами.

В продолжение ориентирующей функции может быть выделена прогно-

стическая функция, так как на их основе осуществляется выработка жизненной позиции и программ жизнедеятельности, создание образа будущего, перспективы развития личности. Следовательно, ценности определяют как текущее, так и будущее состояние личности, через принципы должного, цели, идеалы. В этом отношении ценности, обеспечивая временную преемственность, позволяют разделить ситуативную данность с ее ресурсными ограничениями и должное, независимое от ресурсных ограничений и текущих обстоятельств.

Предполагается, что ценности обладают побудительной силой, и выступают имманентными регуляторами поведения субъекта. На макро-социальном уровне ценности выполняют интегративную функцию, благодаря которой в социальном пространстве достигается согласованность относительно степеней значимости тех или событий, процессов, явлений. Общая система ценностей позволяет интегрироваться различным частям социального пространства, выстраивать общие системы оценок, формирования единой системы значимости и понимания, оценки объектов реального мира.

Помимо этого, в силу своей социальной природы, ценности позволяют интегрироваться в систему социальных связей и культурное пространство, позволяют осуществиться социализации личности. В этом смысле ценности выступают в качестве стандартов, усвоение которых характеризует степень успешности социализации, позволяющей индивиду стать полноправным членом общества. Будучи включенным в систему социальных связей и культурное пространство, личность усваивает ценности посредством научения. При этом генезис ценности должен рассматриваться в контексте социального наследия, характерных черт общества, его институтов.

Можно сделать вывод о том, что с функциональной точки зрения ценности на индивидуальном уровне неразличимы с потребностями, которые также выступают источниками побуждений, но в социальных координатах в полной мере проявляется их различие. Как отмечает Д. А. Леонтьев [4], потребности обнаруживают себя в динамике ситуативных связей субъекта и окружающего мира, отражая все многообразие аспектов жизнедеятельности.

В отличие от них ценности представляют собой относительно устойчивые структуры, характеризующиеся неизменной значимостью, образованные сконцентрированным и ассимилированным социальным опытом. Эти объекты могут в течение довольно длительного времени не затрагиваться изменениями, выступая в качестве своеобразных доминирующих констант человеческого мироощущения. Однако вневременной характер ценностей, относителен, поскольку в пределах длительных исторических периодов ценности могут меняться, что и было рассмотрено в работе Даниеля Белла «Культурные противоречия капитализма», где проиллюстрированы радикальные изменения ценностей: от протестантской этики до модерна в западноевропейской истории капитализма [15].

Устойчивость этих объектов, нечувствительность к изменениям ситуационных факторов связаны с тем что, ценности оказываются локализованы



как бы вне субъекта, они отнесены по другую сторону от текущих, обусловленных ситуацией рационально-поисковых актов индивида, его потребностей. Последние проявляют себя в стремлении к достижению желаемого состояния, в то время как ценности ориентируют в желаемом направлении, в соответствии с требованиями должного. В связи с чем насыщение и деактуализация ценностей невозможны.

Характеристика ценностей может быть дополнена такой особенностью, как множественность, свойством, связанным с наличием в структуре личности не одной, но множества ценностей. Множественность ценностей, тем не менее, предполагает, что их число конечно.

Как особые объекты ценности в своей бытийности однородны, при этом одни субъекты приближаются к ним в большей степени, другие – в меньшей.

Ориентируясь на практики социологических исследований, следует выделить такую характеристику ценностей, как упорядоченность, что проявляется в системном характере их организации. Это свойство может проявляться в иерархичности, взаимодополняемости [4]. Ценности интегрируются в структуру личности в течение времени, под воздействием разных факторов, что определяет их множественность, уровневость и одновременно фрагментарность ценностной структуры личности. Это свойство проявляется не только в структуре личности, но и в системе ценностей коллективного субъекта, общества. Преобладание определенных ценностей позволяет говорить о доминирующем типе культуры.

Ценностям свойственна высказанная во множестве взглядов и подходов дихотомия эмотивного и рационального начал. Интегрированные в структуру личности, ценности включают когнитивный элемент, связанный с рациональным аспектом ценностного бытия, и эмотивный, связанный с эмоциональным, чувственным переживанием ценности, значимости чего-либо.

Таким образом, ценности являют собой идеальные конструкции, которые фиксируются и раскрываются через комплекс идей. При этом ценности не являются идеями в полном смысле, поскольку не удовлетворяют критериальным признакам, присущим идеям, в числе которых истинность или ложность, научная верифицируемость, соотносимость с той или иной сферой человеческой деятельности (религиозной, научной или философской).

Библиографические ссылки

1. Борзенков В. Г. Жизнь и ценности. К обоснованию современного натурализма // Жизнь как ценность / отв. ред. Л. В. Фесенкова. М., 2000.
2. Олпорт Г. Становление личности. Избранные труды. М., 2002.
3. Попова И. М., Бессокирная Г. П. Изменилась ли мотивация труда рабочих в 1990-е годы? // Мир России. 2005. № 4.
4. Леонтьев Д. А. От социальных ценностей к личностным: социогенез и феноменология ценностной регуляции деятельности (статья первая) // Вестник Моск. ун-та. Сер. 14. Психология. 1996. № 4.



5. *Вилюнас В. К.* Психологические механизмы мотивации человека. М., 1990.
6. *Глебовская Н. В.* Новая экономическая социология: по ту сторону экономического интереса // Журнал социологии и социальной антропологии. 2002. Т. 5. № 2.
7. *Шихирев П. Н.* Современная социальная психология США. М., 1979.
8. *Базовые ценности россиян: Социальные установки. Жизненные стратегии. Символы. Мифы* / отв. ред. А. В. Рябов, Е. Ш. Курбангалеева. М., 2003.
9. *Здравомыслов А. Г., Ядов В. А., Рожин В. П.* Человек и его работа (социологическое исследование) / под ред. А. Г. Здравомыслова, В. П. Рожина, В. А. Ядова. М., 1967.
10. *Здравомыслов А. Г.* Потребности, интересы, ценности. М., 1986.
11. *Леонтьев Д. А.* Ценностные представления в индивидуальном и групповом сознании: виды, детерминанты и изменения во времени // Психологическое обозрение. 1998. № 1.
12. *Порус В. Н.* Рациональность. Наука. Культура М., 2002.
13. *Парсонс Т.* Понятие общества: компоненты и их взаимоотношения // Американская социологическая мысль. М., 1996.
14. *Дюркгейм Э.* О разделении общественного труда // Западно-европейская социология XIX–начала XX веков. М., 1996.
15. *Белл Д.* Культурные противоречия капитализма // Этическая мысль: науч.-публицист. чтения. М., 1990.