

УДК 316.7

## СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДЕФИНИЦИИ «ЦЕННОСТИ»

Легостаева И.В.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>ФГБОУ ВО «Тюменский Государственный нефтегазовый университет», [legostaeva.i.v@mail.ru](mailto:legostaeva.i.v@mail.ru)

В статье представлены результаты теоретического анализа дефиниции «ценности» в рамках социокультурного контекста. Выявлено место и роль ценностей в формировании культурного фундамента личности; отражена сущностная трансформация категории «ценности» методом ретроспективного анализа. Проведено исследование теоретических способов ценностной категоризации, применяемых в социологии; рассмотрены бихевиористический подход, марксистско-ленинская концепция, эмпирическая концепция, эстетическая парадигма в понимании ценностей. В результате анализа изучаемой категории, предложена авторская классификация ценностей на основании дифференциации типологии мировоззрения индивида. Автором осуществлена систематизация понятия «ценности», выделены четыре группы дефиниций, отражающих взаимосвязь ценностей (ценностных ориентаций, системы ценностей) с представлениями индивида о предпочитаемых благах, идеологией определенной социально-экономической формации, степенью значимости предмета (явления) для индивида.

Ключевые слова: ценность, определения ценности, ценностное отношение, социальные ценности, системы ценностей.

## SOCIO-CULTURAL CONTENTS OF THE DEFINITIONS OF "VALUE"

Legostaeva I.V.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Federal State Government-financed Educational High Institution "Tyumen State Oil and Gas University", [legostaeva.i.v@mail.ru](mailto:legostaeva.i.v@mail.ru)

The article presents the results of the theoretical analysis of the definition of "value" in the socio-cultural context. The place and role of values in shaping the cultural identity of the personality has been revealed. It reflected the essential transformation of the category of "values" by a retrospective analysis. The study of the value of the theoretical methods of categorization used in the sociology was conducted; behaviorist approaches, the Marxist-Leninist concept, the empirical concept, the aesthetic paradigm in the understanding of values were considered. As the result of the analysis of the studied categories, the author proposed a classification of values based on the differentiation of the typology of the individual outlook. The author carried out the systematization of the concept of "value", four groups definitions, reflecting the relationship of values (value orientations, system of values) with views of the preferred individual benefits, the ideology of a particular socio-economic formation, the degree of importance of the object (phenomenon) to the individual.

Keywords: value, valuation, value attitude, social values, system of values.

Слово «ценность» появилось в древнейшие времена для обозначения особого рода отношения человека к вопросам мироздания, для характеристики степени значимости, присущей тому или иному предмету в его отношении к человеку.

Первые теоретические попытки осмысления и истолкования данной категории были предприняты в древнеиндийском трактате «Артхашастра», в котором ценности рассматриваются преимущественно в экономическом и политическом аспекте, однако дается упоминание об их духовной и эстетической составляющей [3].

Необходимо отметить, что все понятия, обозначающие ценностное отношение человека к экономическим, политическим, эстетическим, этическим, социальным аспектам

жизнедеятельности интерпретируются по-разному в зависимости от того, решению каких философских проблем они призваны служить. Исторически понятие «ценность» подводилось либо под категории научного знания, либо под категории философии. Еще немецкий философ Г. Лотце выделил ценности в качестве третьей сферы мироздания, определив ее как «мир ценностных представлений, идей Добра, Красоты и Священного», таким образом, он отделил мир ценностей от истины и действительности.

Идеалистическая эстетика подводит категорию «ценность» под понятие прекрасного, при этом обращение к этой категории часто служит интерпретацией эстетического. М. Рейде, составитель антологии буржуазной эстетики, утверждает: «Ценности в противовес истинам являются просто воображаемыми...Тогда как факты имеют единый характер для группы наблюдателей, ценность обладает различным характером в зависимости от субъективного предпочтения отдельного ценителя» [9].

В советской научной литературе в 60-70 гг. понятие «ценность» трактовалась в двух категориях:

1. Ценности как ценностные характеристики предмета ценностного отношения («предметная ценность», «ценностная предметность») и характеристики субъекта данного отношения («ценностные представления»; «субъективные ценности»).

2. Понятие «ценность» как значение, которое явление приобретает для человека и общества в процессе их деятельности [5].

Введение в обиход категории «ценность» связывают с неокантианской традицией, в рамках которой рассматривались активность сознания, духовного начала, трансцендентного царства ценностей. Смысл «ценностной концепции» неокантианцев в уяснении природы общественных идеалов, их роли в жизни общества и влиянии на человеческую деятельность.

Ценности в совокупности образуют систему ценностей, как внутренний стержень культуры, она согласует потребности и интересы индивидов и социума, помогает первым сделать выбор желаемой формы поведения в значимых ситуациях. Ценности и системы ценностей носят двойственный характер, субъективный в самом индивиде и объективный в социокультурной системе. Двойственный характер ценностной сферы подтверждает Э. Шпрангер, подчеркивая, что только субъективные ценности не могут в полной мере отразить содержание человеческой души, существует вторая сторона – объективные ценности, возникшие в историческом контексте и выходящие за пределы индивидуальной жизни, которые он назвал «духовной жизнью или объективной культурой» [12].

Ценности проявляются в ценностных ориентациях, содержание последних сопоставимо содержанию интересов и потребностей личности, общества. Соответствие содержания ценностных ориентаций содержанию потребностей обусловлено общественно-экономической формацией, диктующей идеологию, содержание социальной, трудовой деятельности общества. Ценностные ориентации определяют вектор мировоззрения личности, направленность личности в сторону тех или иных ценностей формируется обществом. С точки зрения Л.И. Анцыферовой, именно обществом продиктована система ценностей, впитываемая в процессе становления индивидуально-личностных характеристик человека [2]. Ценностные ориентации, по мнению В.Г. Алексеевой, это основополагающая форма включения социальных ценностей в механизм поведения личности, они являются ступенью перехода общественных ценностей в субъективные [1].

Проанализировав видение авторов (Г. Олпорт, Ф. Вернон, М. Рокич, Г. Линдзи, Н.И. Лаинн и др.) по вопросу о систематизации ценностей, можно составить следующую их классификацию с точки зрения дифференциации мировоззренческих аспектов индивида:

1. Высшие ценности, разделяемые членами общества: человек и человечество;
2. Ценности, детерминированные материальной составляющей жизни человека: природные ресурсы, трудовая деятельность, орудия и продукты труда, необходимые для существования человечества и его воспроизводства;
3. Ценности, детерминированные социальной жизнью индивида: государство, нация, семья, общественные образования;
4. Ценности культурной и духовной жизни индивида: научные знания, философские, нравственные, эстетические и другие представления, идеи, нормы и идеалы, призванные удовлетворять духовные потребности людей.

Наиболее интересными в рамках статьи представляются теоретические способы ценностной категоризации, применяемые в социологии.

Первая в социологии структурированная дефиниция ценности представлена американскими социологами У. Томасом и Ф. Знанецким. «Под социальной ценностью мы понимаем любой предмет, обладающий эмпирическим содержанием, доступный членам социальной группы, а также значением, вследствие которого он является или может быть объектом действия». По мнению авторов, наибольший интерес среди социальных ценностей представляют социальные нормы поведения, определяемые «как более или менее точные и формальные правила, с помощью которых группа старается удержать, регулировать, а также сделать более распространенными и чистыми соответствующие типы действий среди своих

членов». В данном контексте социальными ценностями являются обряды, обычаи, традиции, убеждения, цели, моральные и этические нормы и т.д.

Таким образом, рассматриваемая концепция представляется отправной точкой в смещении акцентов в определении понятия «ценность» с предметно-субъектной категории к категории нормативной.

Американский социолог Адлер полагал, что ценности могут быть познаны только посредством действий и, изучая внешнее наблюдаемое поведение, можно обойтись без понятия «ценность» в социологии, все дефиниции ценности в зависимости от рода явлений, с которыми они идентифицируются, автор сводил к четырем типам:

- 1) абсолютные ценности (вера в Бога, принципы справедливости, вечные идеи и пр.);
- 2) ценности, заключенные в материальных и нематериальных предметах и неразрывно связанных с ними качества, атрибутах, способных удовлетворять потребности;
- 3) ценности заключаются в самом человеке и его биологических потребностях;
- 4) ценности, отождествляемые с действиями, вербальным и невербальным поведением [13].

Данная точка зрения представляется не совсем корректной, так как отождествлять ценности с поведением, значит существенно сужать их содержательную сторону, включающую природный компонент и особенности ценностного сознания индивида.

Бихевиористский подход к толкованию ценности можно проследить в позиции американского исследователя Ч. Морриса, различающего три рода ценностей. Оперативные ценности проявляются в поведении видимыми предпочтениями индивида в зависимости от исходной ситуации; мыслимые ценности представлены в поведении предпочтением символических объектов и, наконец, объективные ценности, связанные с предпочитаемым поведением.

Переориентация акцентов в трактовании дефиниций ценности завершается в 60-х годах концепцией К. Клакхона и Т. Парсонса. В рамках этой концепции К. Клакхоном была сформулирована классическая дефиниция ценности: «Ценность есть эксплицитная или имплицитная концепция того, что желательно, характерна для индивида или группы и оказывающая влияние на выбор доступных способов, средств и целей действия» В определении четко просматриваются три существенных для понимания природы ценности элемента: когнитивный («концепция»), аффективный («то, что желательно»), волютативный («выбор») [15].

Акцент на внутриличностном характере понятия «ценность» ставит автор методики эмпирического исследования ценностей М. Рокич, в его понимании ценности своего рода порождение индивидуального сознания, которое есть, определенная форма поведения индивида является предпочтительной из альтернативных форм поведения. Рокичем выделены терминальные ценности – убеждения в том, что конечная цель существования индивида с личной (общественной) точки зрения обладает достаточной значимостью, чтобы к ней стремиться; и инструментальные ценности – убеждения в том, что определенный образ действий является предпочтительным в любых ситуациях с личной и общественной точек зрения [14].

Сама дефиниция «ценность» и проблема ценности были широко освещены в конце 50-х – начале 60-х годов в рамках марксистско-ленинской социологической литературы. Марксистско-ленинская концепция ценности базируется на двух основополагающих моментах: производстве и потреблении, которыми и обуславливаются сами ценности. Производство охватывает область генезиса ценностей и ценностных ориентиров, а потребление детерминирует процесс их реализации. По мнению К. Маркса, источником любой ценности выступает труд, именно в процессе общественного производства, порождающего продукты для потребления, явления и предметы наделяются статусом ценности.

Сторонником марксистско-ленинского толкования ценности выступал венгерский социолог И. Витаньи, сформулировавший дефиницию ценности: «В общей форме ценность можно определить как объективацию, упорядоченную в соответствие с заключенным в ней общественно необходимым трудом и мерой удовлетворения общественной потребности». Витаньи вводит понятие «объективация» для обозначения всех продуктов общественного производства, их упорядоченность по мере удовлетворения ими потребностей и количеству затраченного на них труда, позволяет говорить об их ценности [4].

Изучив теоретические способы ценностной категоризации, попытаемся систематизировать их в группы, оценив полноту выражения наиболее существенных качеств данного феномена.

Первая группа дефиниций в своей основе содержит утверждение о том, что ценности, как часть общественного и индивидуального сознания, дают представление индивиду о предпочитаемых благах. Так под ценностями И.М. Попова, В.Б. Моин, М.Б. Кунявский, понимают «обобщенные представления, выступающие в качестве общественных идеалов, стереотипов общественного и индивидуального сознания, функционирующих как идейные критерии оценки и ориентации личности и общества» [7].

«Ценности – это обобщенные, устойчивые представления о предпочитаемых благах и приемлемых способах их получения, в которых сконцентрирован предшествующий опыт субъекта и на основе которого принимаются решения и его дальнейшем поведении».

«Под ценностями, с нашей точки зрения, целесообразно понимать обобщенные представления («ценностные представления»), выступающие в качестве общественных идеалов, стереотипов общественного и индивидуального сознания, функционирующих как идеальные критерии оценки и ориентации личности и общества» [7].

По мнению Нарского И.С., ценности – «это главным образом идеалы общественной, а на этой основе – и личной деятельности».

Данная группа дефиниций отождествляет ценности с представлениями, потребностями, интересами, однако, практически можно говорить о том, что содержание ценностей не всегда адекватно содержанию интересов и потребностей.

В рамках второй группы дефиниций акцентом выступает рассмотрение ценности в контексте взаимосвязи объект-субъект. Ведущий представитель школы неокантианства Генрих Риккерт рассматривает ценности в контексте объект-субъект, констатируя тот факт, что ценности обнаруживаются в объектах. Ценность также связана с субъектом, который оценивает объекты. «...сами ценности, таким образом, не относятся ни к области объектов, ни к области субъектов. Они образуют совершенно самостоятельное царство, лежащее по ту сторону субъекта и объекта» [8].

«Ценность – это своеобразная форма проявления отношения между субъектом и объектом, при котором свойства объекта подвергаются оценке в соответствии с тем, как они удовлетворяют потребности субъекта» [11].

Для того чтобы то или иное явление действительности стало ценностью, оно должно обладать определенными свойствами, способными быть полезными для человека и в этом смысловом ключе ценность – объективна. Ценность определяет степень значимости предмета для человека, вне человека, вне отношения к человеку категория ценности лишена смысла.

Таким образом, дефиниции данной группы отражают значимость объектов для субъектов, а также отношение между субъектом и объектом, выражаемое через оценочный компонент сознания индивида.

Третья группа дефиниций объединяет их авторов в акцентировании внимания на значимости, степени значимости предметов, явлений, вещей, поступков и т.д., а также выделение двух форм значимости – положительной и отрицательной.

«Ценности – это все значимые для человека реальные или воображаемые предметы и явления (в том числе сам человек как высшая ценность), которые данный субъект оценивает, избирает и использует для прогресса общества и развития человеческой личности».

Коршунов А.М. подчеркивает, что только положительно значимые явления можно возводить в ранг ценности: «Ценность – это не всякая значимость, а лишь та, которая играет положительную роль в развитии общества: она в конечном счете связана с социальным прогрессом» [6].

Исключение ценностей, имеющих отрицательную значимость из категории «ценность» не является целесообразным, так как ценности с различной окраской значимости на практике имеют схожее действие.

Интересной является точка зрения на проблему ценности О.Г. Дробницкого, считающего, что «ценность – философское и социологическое понятие, обозначающее, во-первых, положительную или отрицательную значимость какого-либо объекта, в отличие от его экзистенциальных и качественных характеристик (предметные ценности); во-вторых, нормативную, предписательно-оценочную сторону явлений общественного сознания (субъективные ценности или ценности сознания)».

Еще одно определение автора, которое несет одновременно и положительную и отрицательную степень значимости ценности: «...ценность выполняет роль посредника между предметом и человеком, который еще не раскрыл природу предмета во всем его богатстве. В этом отношении ценность может компенсировать недостаток знания общества или индивида, выступая как знак, символ скрытого пока содержания предмета». Таким образом, Дробницкий считает ценности показателем незрелости сознания человека, отражением стадии обыденного сознания (ценность в отрицательном значении), в то же время, ценность носит положительную окраску, указывая на компенсаторную ее функцию [5].

Четвертая группа дефиниций содержит определения, в которых ценность выступает как элемент идеологии, поддерживают связь ее с экономической основой через осознание материальных средств, необходимых для создания условий, в которых эти ценности могут быть реализованы.

В.П. Тугаринов констатирует: «Ценности – суть предметы, явления и их свойства, которые нужны (необходимы, полезны, приятны и пр.) людям определенного общества или класса и отдельной личности в качестве средств удовлетворения их потребностей и интересов, а также – идеи и побуждения в качестве нормы, цели или идеала» [10]. Этой же точки зрения

придерживаются Василенко В.О., Мшвениерадзе В.В., Попов С.И. и другие, отождествляя «ценности» с «соответствующим классовому интересу».

Проведенный автором теоретический анализ в рамках социокультурного подхода, позволяет сделать вывод о том, что дефиниция «ценность» была сформирована исторически для обозначения особого рода отношения человека к вопросам мироздания, выражения отношения человека к предметному миру. В своей совокупности ценности образуют систему ценностей, как внутренний стержень культуры, она согласует потребности и интересы индивидов и социума, помогает первым сделать выбор желаемой формы поведения в значимых ситуациях. Ценности и системы ценностей носят двойственный характер, субъективный в самом индивиде и объективный в социокультурной системе. Ценности создаются определенной социально-экономической формацией, общественно-исторической практикой, используются в целях развития личности и достижения общественного прогресса, имеют первостепенное значение в процессе интеграции социокультурной системы и личности. Жизнь индивида требует ценностных стандартов, которые выступают в качестве ориентиров личностного развития, общественная жизнь, несомненно, нуждается в ценностной ориентации, так как в отсутствие ценностей не сможет реализовать групповые интересы, цели. Таким образом, понятие ценности можно отнести к фундаментальным в рамках социокультурной системы.

### **Список литературы**

1. Алексеева В.Г. Ценностные ориентации как фактор жизнедеятельности и развития личности // Психол. журн. – 1984. – Т. 5, №5. – С. 64
2. Анцыферова Л.И. Психология формирования и развития личности // Человек в системе наук. – М., 1989. – С. 426-430.
3. Артхашастра, или Наука политики. М. – Л., 1959. - 798 с.
4. Витаньи И. Общество, культура, социология. – М.: Прогресс, 1984. – 287 с.
5. Дробницкий О.Г. Мир оживших предметов. – М.: Политиздат, 1967. – 451 с.
6. Коршунов А.М. Отражение, деятельность, познание. – М.: Политиздат, 1979. – 216 с.
7. Попова И.М. Ценности и ценностный аспект сознания. Ценностные представления и потребности// Сознание и трудовая деятельность: (Ценност.аспекты сознания, вербал. И факт.поведение в сфере труда). – Киев; Одесса: Вища шк., 1985. – С. 23-56.



8. Риккерт Г. Науки о природе и науки о культуре: Пер. с нем./ Общ. ред. и предисл. А.Ф. Зотова; Сост. А.П. Полякова, М.М. Беляева; Подгот. текста и прим. Р.К. Медведевой. – М.: Республика, 1998. – 413 с.
9. Современная книга по эстетике. Антология. М., 1957.
10. Тугаринов. В.П. Теория ценностей в марксизме. Л., 1969.
11. Фролов И.Т. Наука – ценности – гуманизм// Вопр. философии. – 1981. - №3. – С. 27-41.
12. Шпрангер Э. Два вида психологии // История психологии (10-е – 30-е гг. Период открытого кризиса). – 2-е изд. / под. ред. П.Я. Гальперина, А.Н. Ждан. – М.: Изд-во Моск. Ун-та, 1992. – С. 355-356.
13. Adler F. The Value concept in sociology// Amer. J. Soc. – 1956. – 62, N 3. – P. 272-279.
14. Rokeach. M. The nature of human values. – N.Y.: Free Press, 1973. – P. 5.
15. Kluckhohn C. Value and value-orientation in the theory of action// Toward a general theory of action. – New York: Harper, 1962. – P. 388-433.

**Рецензенты:**

Белоножко М.Л., д.соц.н., профессор, зав. кафедрой Маркетинга и муниципального управления института Менеджмента и бизнеса Тюменского государственного нефтегазового университета, г. Тюмень.

Толмачева С.В., д.соц.н., профессор кафедры Маркетинга и муниципального управления института Менеджмента и бизнеса Тюменского государственного нефтегазового университета, г. Тюмень.