

Каспийский регион: политика, экономика, культура. 2022. № 2 (71). С. 145–152.
THE CASPIAN REGION: Politics, Economics, Culture. 2022. Vol. 2 (71). P. 145–152.

Научная статья
УДК 12
doi: 10.54398/1818510X_2022_2_145

ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЦЕННОСТИ: ВИДЫ ЦЕННОСТЕЙ КАК КРИТЕРИЕВ ВЫБОРА

Волобуев Ярослав Валерьевич

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия
yar.volobuev@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-8833-1888>

Аннотация. Двигаясь от самого общего понимания индивидуальной ценности к более частному, автором выделяется категория «ценностей как критериев», которые являются компонентами и факторами мотивации человека, а значит, обеспечивают основания для выбора. Несмотря на то, что такая концептуальная рамка разделяется многими современными учёными, по поводу её конкретного содержания имеются значительные разногласия. Причина такого положения дел кроется в существовании принципиально разных видов ценностей как критериев. Автором выделяются базовые ценности, нормативные ценности, пристрастия. Базовые ценности являются модусом, «оборотной стороной» потребностей и формируют основу ценностного отношения к действительности. Нормативные ценности являются идеальным конструктом, убеждением. Для раскрытия их специфики этот вид ценностей сравнивается с надобностью. Предмет надобности нужен всегда «для чего-то» и характеризуется соответствием средств и цели – это отношение выгоды, пользы. В случае же с нормативной ценностью такого сказать нельзя: она реализуется «ради самой себя» и является для каждого конкретного человека конечной субъективной целью. Наконец, пристрастия – это «встроенные», бессознательно формирующиеся критерии, которые касаются выбора между признаками и особенностями объектов и к которым неприменима гносеологическая апробация относительно «правильности» и эффективности выбора. Все перечисленные компоненты тесно взаимосвязаны и взаимодействуют друг с другом, образуя единую структуру, в которой основополагающее место занимают базовые ценности.

Ключевые слова: экспликация, ценность как критерий, концептуализация, базовые ценности, нормативные ценности, пристрастия, типологизация и классификация ценностей, мотивация, ценностные предпочтения

Для цитирования: Волобуев Я. В. Индивидуальные ценности: виды ценностей как критериев выбора // Каспийский регион: политика, экономика, культура. 2022. № 2 (71). С. 145–152. https://doi.org/10.54398/1818510X_2022_2_145.



Это произведение публикуется по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0 Всемирная.

INDIVIDUAL VALUES: TYPES OF VALUES AS CHOICE CRITERIA

Yaroslav V. Volobuev

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia
yar.volobuev@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-8833-1888>

Abstract. The author gradually moves from the most general understanding of value to a more specific one. On this path, the category of «values as criteria» is distinguished, which are a component and factor of human motivation, and, therefore, provide the basis for choice. This conceptual understanding is shared by many scientists, but there are significant differences within it. The reason for this state of affairs is in the fundamentally different types of values that belong to the category of values-criteria. The author identifies: basic values, normative values, preferences. Basic values are derived from needs and form the basis of a value-based attitude to reality. Normative values are an ideal construct, a belief. They are compared with the needful to highlight their specifics. The object of needful is always needed «for something», and is characterized by the correspondence of means to the goal. This is the relationship of benefit, profit. In the case of normative value this can not be said – it is realized «for its own sake» and is for each individual the ultimate subjective goal. Addictions are «built-in» criteria that are formed unconsciously and are not subject to direct conscious correction. They concern the choice between sorts, kinds and features of objects and to which epistemological approbation regarding their «correctness» and effectiveness of the choice is not applicable. All of these components are closely interrelated and interact with each other, forming a single structure in which the basic values occupy a fundamental place.

Keywords: explication, value as criterion, conceptualization, basic values, normative values, preferences, typology and classification of values, motivation, value preferences

For citation: Volobuev, Y. V. Individual values: types of values as choice criteria. *Kaspiyskiy region: politika, ekonomika, kultura* [The Caspian Region: Politics, Economics, Culture]. 2022, no. 2 (71), pp. 145–152. https://doi.org/10.54398/1818510X_2022_2_145.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

Введение

«Размышления о том, что такое ценность, отчего мы любим одно и оставляем в забвении другое, только на первый взгляд кажутся очевидными, но на самом деле часто оказываются самыми трудными» [1, с. 110]. Актуальность статьи обусловлена тем «методологическим хаосом», который «царит в дефинициях самого понятия ценности» [17, с. 11]. Разногласия признают как философы [18; 14; 13, с. 36], так и психологи [2–4]. «Психологи, – пишет Д. А. Леонтьев, – до сих пор не могут прийти к согласию относительно того, что такое ценность и нужно ли психологии вообще это понятие» [4, с. 35], «...отсутствует чёткое представление о том, к чему относится само слово "ценность". Оно используется разными авторами в совершенно разных, взаимоисключающих и несопоставимых смыслах...» [5, с. 5]. А. Маслоу писал: «...мы можем представлять себе понятие ценности в виде большого контейнера, содержащего разнообразных путаных и неясных вещи». «Семантическая путаница здесь настолько велика, что я убеждён, что мы вскоре откажемся от этого претендующего на всеохватность слова в пользу более точных и более операциональных определений...» [6]. Несмотря на эти проблемы, объём работ по ценностям явно не собирается уменьшаться, что указывает на особый интерес к ценностной проблематике, высокую актуальность подобных исследований.

Уже давно не новость, что в социальных науках невозможно «окончательно» уточнить терминологию. Тем не менее, согласовать друг с другом разные содержания, найти связи и показать переходы между ними, на наш взгляд, вполне реально, с чем и связана одна из задач данной статьи. Для этого будет произведена экспликация и концептуализация понятия индивидуальной ценности от более широких её пониманий к более конкретным.

В последнее время большое распространение получила трактовка ценностей как критериев оценки и выбора. Автору она видится наиболее эвристичной и содержательно точной для характеристики индивидуальной ценности, что будет показано в процессе экспликации. Проблема заключается в том, что эта трактовка объединяет под собой принципиально разные виды феноменов, что не учитывается многими авторами. Поэтому основной задачей статьи ставится выделение необходимых видов ценностей как критериев. Делая это по сущностным (а не описательным) признакам, можно структурировать различные ценностные интерпретации, собрав их в единую картину.

В процессе реализации поставленных задач также будет произведена концептуализация и характеристика «нормативных ценностей», которые в силу своей специфики представляют наибольший интерес для обществоведческого знания.

В названии статьи обозначена категория индивидуальных ценностей. Это значит, что мы не будем рассматривать ценности как форму общественного сознания, не будем останавливаться на их социально-культурной обусловленности, не будем касаться ожиданий и стимулов («праймов»), с которыми люди встречаются, находясь в любой социальной среде. Последние явления можно также обозначить как социальное давление, «прессинг» со стороны общества (социальных институтов, повседневных практик, правил) которое может происходить в эксплицитной и имплицитной форме, осознаваться и не осознаваться человеком.

Д. А. Леонтьев на основе множества различных пониманий и определений ценностей выделил три группы явлений (формы существования ценностей), взаимопереходящих друг в друга «по бесконечной спирали»: «1) общественные идеалы – выработанные общественным сознанием и присутствующие в нем обобщённые представления о совершенстве в различных сферах общественной жизни, 2) предметное воплощение этих идеалов в деяниях или произведениях конкретных людей и 3) мотивационные структуры личности ("модели должного"), побуждающие её к предметному воплощению в своём поведении и деятельности общественных ценностных идеалов» [4, с. 38]. Соответственно, мы будем рассматривать именно последнюю группу (хотя, в ходе анализа, нам придётся также затронуть и вторую группу).

Рассмотрение исключительно индивидуальных (личностных) ценностей, с одной стороны, упростит нашу задачу, а с другой – сузит её, сделает более конкретной.

Основная часть

Ценность как значение

Не секрет, что «проблема ценностей имеет многоплановый и многоуровневый характер» [16, с. 84]. Поэтому для того, чтобы ничего не упустить в содержании ценностей, мы склонны начинать их рассмотрение с самого широкого их понимания, касаясь не только «высших» и «духовных» ценностей, но и всей палитры ценностных измерений, которая обуславливает выбор предметов, средств и способов поведения. И уже далее, если необходимо, отсекая «лишнее», выводим и уточняем содержание «собственно ценностей».

В самом широком смысле, ценностное отношение напрямую связано с избирательностью и интенциональностью нашего сознания. Например, по мнению В. Б. Ольшанского, ценности представляют собой «своеобразные маяки, помогающие заметить в потоке информации то, что наиболее важно для жизнедеятельности человека, для его поведения. Что противоречит ценностям, будет неизбежно игнорировано – либо невниманием, либо невосприятием, либо неразделением информации» [15, с. 471]. По мнению А. В. Петрова, «Ценностные предпочтения фиксируют акт избирательного отношения к окружающей

действительности» [16, с. 84]. Стоит только добавить, что это отношение может быть как положительно окрашено, так и отрицательно. К ценностям относится только первый вариант.

В связи с этим можно сказать, что ценность есть тогда, когда имеет место положительное значение чего-либо для субъекта. Отсюда ценность являет себя в акте положительной значимости объекта для субъекта. Мы выбрали именно слово «значение», потому что оно наиболее полно вбирает в себя все возможные смыслы, связанные с феноменом индивидуальных ценностей. Оно характеризуется наличием собственного содержания, определённой значимостью и возможностью иметь как сознательную, так и бессознательную форму (в отличие от довольно популярной дефиниции «ценность» – «отношение», которое касается, скорее, сознательного уровня и требует определённой мыслительной работы для того, чтобы составить это отношение).

Очевидно, что настолько общая концептуализация не может являться удовлетворительной для науки. Попробуем сузить концептуальное поле.

Ценность как мера и ценность как критерий

Вначале обратимся к языку, а именно словоупотреблению понятия «ценность». Существует два принципиально разных значения этого слова.

В первом варианте словоупотребления слово «ценность» является синонимом слов «важность», «значимость». Мы говорим: «X имеет для меня большую ценность», «X для меня ценно», где X – любой объект. В таком варианте ценность не имеет собственного содержания, ею называют факт наличия положительного отношения человека к какому-либо объекту. Такая трактовка имеет право на существование, но, очевидно, обладает малым эвристическим потенциалом для социальных наук. Тем не менее, понятие значимости необходимо. Им мы называем меру (величину, степень) актуальности чего-либо для субъекта. Значимость напрямую связана с процессом оценки, который, в свою очередь, может быть направлен как на реальные, так и воображаемые объекты, а также на наши представления и убеждения. В последнем случае можно говорить о так называемой «рефлексии».

В истории философии подобную трактовку ценности отстаивал австрийский философ Х. Эренфельс, согласно которому «ценность есть отношение между объектом и субъектом...». Он утверждал, что «ценность вещи есть её желательность» и «величина ценности пропорциональна желательности» [19, с. 53, 65].

Во втором значении за ценность принимается нечто, имеющее собственное содержание, – какой-либо предмет, качество, феномен, способ поведения, «организационная реалья», конечное состояние или идея. В данном случае мы говорим так: «X – моя ценность». Однако при таком понимании мы встаём перед проблемой определения «структурной прописки» ценностей, их принадлежности к той или иной из сторон субъект-объектного опосредования – заключены ли они в объектах или это «явление, присутствующее исключительно субъекту, имманентное его сознанию»? [12, с. 28]. Как и многие современные авторы, мы убеждены в верности последнего утверждения. «Понятно, – пишет Д. А. Леонтьев, – что суждения о ценности каких-либо объектов как их атрибуте, в отвлечении от субъекта оценочного суждения могли быть объектом философского дискурса в античные времена и даже во времена Дюркгейма, но сегодня это было бы некорректным» [5, с. 7]. Таким образом, в рамках этой ценностной диспозиции объектам ценностного предпочтения следует дать отдельное название. Мы их будем называть благами.

Стоит отметить, что в истории аксиологической мысли встречается и третий вариант «прописки». Одну из таких позиций, которую можно было бы назвать реляционной, отстаивал, в частности, немецкий философ И. Э. Гейде. Ценность, по Гейде, неверно искать только в объекте или субъекте, ведь она есть «особое отношение, “приуроченность” между объектом ценности и её чувством – особым состоянием субъекта ценности» [20, с. 172]. Ценность, по такой трактовке – постоянно меняющаяся субстанция, реляция между субъектом и объектом.

Исходя из этих соображений и мотивационного подхода, логично представить ценность как критерий, некий «стандарт» [23, с. 4] для осуществления выбора. Критерий, который задаёт и определяет значимость тех или иных объектов (благ), их «привлекательность» для субъекта. Ведь чтобы определить, что «лучше», а что «хуже» в окружающем мире, необходимы некие ориентиры, «точки отсчёта», исходя из которых производится оценка и делается выбор.

Многими современными учёными из разных дисциплин принимается именная такая трактовка. Пожалуй, самый цитируемый современный теоретик ценностей – Шалом Шварц – пишет: «Эти теоретики (М. Рокич, Р.М. Вильямс, К. Клакхон и др. – прим. авт.) рассматривают ценности как критерии, которые люди используют для выбора и обоснования действий, а также для оценки людей (включая себя) и событий. Мы тоже принимаем этот взгляд на ценности как на критерии, а не как на качества, присущие объектам» [22, с. 1].

Подобное понимание ценности создаёт важное разграничение между тем, исходя из чего мы оцениваем и делаем выбор, и тем, на что направлено наше внимание и действия. Также в значении критерия ценность автоматически превращается в компонент и фактор мотивации человека, что делает такой подход наиболее продуктивным и эвристически ценным для социальных исследований, так как отражает поведенческие особенности индивидов.

Несмотря на то, что приведенная трактовка действительно является неким консенсусом между многими современными учёными, внутри неё существуют разногласия. Всё дело в том, что ценности как критерии бывают нескольких видов.

Виды ценностей как критериев выбора

1. Базовые ценности

Если ценности являются фактором мотивации (а значит, и действий, поступков), то, задумываясь об их истоках, считаем необходимым задать вопрос: что является первоисточником действий людей? В науке для ответа на этот вопрос давно утвердилась категория потребности. Особенно бурно понятие потребности как постоянных глубинных источников поведения личности стала разрабатываться в середине XX в. (К. Хорни, Э. Фромм, А. Н. Леонтьев, Д. Н. Узнадзе, Ж. Нюттен и др.). «Потребности, – писал известный советский и российский психофизиолог П. В. Симонов, – есть основа, движущая сила, побуждение и цель человеческого поведения ... мотивы, стремления, желания, интересы, цели, установки, ценностные ориентации субъекта производны от его потребностей, порождаются ими...» [17, с. 43]. Под потребностью мы понимаем «интегральное (то есть присущее всему живому организму, а не отдельным его органам/компонентам. – прим. авт.) видоспецифическое свойство живых существ иметь надобность в конечных условиях жизни, без которых невозможно поддержание ее факта и обеспечение качества» [7, с. 5].

О связи ценностей с потребностями писали многие авторы – Дж. Дьюи, Ч. Моррис, Р. Б. Перри, А. Маслоу, В. П. Тугаринов, поэтому мы не будем на этом подробно останавливаться. Мы солидарны с авторами, которые ставят ценности в непреложную зависимость от потребностей.

Если потребности являются основанием нашей активности, тогда одновременно они являются и базовыми критериями, которые создают общую направленность ценностного отношения человека к действительности, определяют спектр «значимостей» к окружающему миру. Чтобы выделить эту особую роль потребностей, показать этот функциональный модус потребностей, выполняющий роль ценностей, введём понятие «базовых ценностей».

Один из подобных подходов предлагает философ К. Х. Момджян, который на основе своей классификации потребностей [8–11] выделил такие базовые ценности, как: жизнь, безопасность, здоровье, любовь, общение, самоуважение, самоутверждение, внутреннюю свободу, справедливость, самоактуализацию, познание и осознание (мира, жизни), красоту [12, с. 34–35]. Его классификация потребностей является переработанной версией известной схемы потребностей А. Маслоу. Основное отличие в том, что Момджяном дополнительно добавлены потребности в самоопределении (свободе) и справедливости, а также сделано различие между потребностями и интересами. Большая часть формулировок потребностей из классификации А. Маслоу сохранена.

К слову, справедливо будет включить в этот список ценности, основанные и на других, в том числе физиологических, потребностях. Исключением являются потребности, имеющие свойство актуализироваться рефлекторно и удовлетворяться в процессе физиологического гомеостаза без участия высшего отсека психики (в своём здоровом варианте). Например, это потребность в определённом объёме крови, необходимом гормональном уровне, оптимальных показателях давления и т. п. Безусловно, мышление человека способно вмешиваться в процесс удовлетворения даже таких, гомеостатических по своей природе, нужд. Однако нюанс здесь в том, что в этих случаях конечной целью человека является не факт удовлетворения данной соматической надобности, а, например, восстановление здоровья или гармонизация психоэмоционального состояния (как это бывает в случае приёма антидепрессантов).

В силу своей объективности базовые ценности не есть то, что тот или иной человек – носитель базовой ценности – понимает под их названиями. Совершенно разные вещи – что мы имеем в виду, подразумеваем под любовью, как понимаем данный феномен, и то, на получение чего «настроена» потребность в любви, в чём она заключена. С собственной интерпретацией связаны нормативные ценности, о которых мы скажем ниже.

Итак, первичными, наиболее глубокими компонентами мотивации, создающими значение окружающих объектов для человека, являются потребности, которые функционально несут роль личностных ценностей как источников мотивации. Они формируют основу ценностного отношения человека к действительности.

2. Нормативные ценности

Данный вид ценностей вполне можно было бы назвать «собственно ценностями» в силу того, что именно их имеют в виду (точнее было бы сказать – в первую очередь их), когда говорят и пишут о ценностях как в научных кругах, так и в разного рода публицистике. И именно они находятся в центре внимания при обсуждении различных общественных вопросов и проблем.

Нормативные ценности, хоть и фундируются потребностями, являются идеальными мыслительными конструктами, убеждениями (“belief” – М. Рокич, Ш. Шварц). Сюда же входят так называемые глубинные убеждения, в которых человек может не отдавать себе отчёт. Ш. Шварц в своих теоретических работах указывал, что ценности могут оказывать действие вне нашего осознания, «влияние ценностей на повседневные решения редко бывает осознанным» [24, с. 3].

Нормативные ценности являются достаточно устойчивыми элементами мотивации, которые «надситуативны» [23, с. 4], т. е. распространяются на множество жизненных ситуаций и не зависят от конкретных обстоятельств и событий (в данном случае мы не затрагиваем проблему влияния условий существования на ценности). К ним относится всё, что человек считает правильным / достойным (пристойным) / добрым / хорошим (не в смысле практической пользы) и имеет аспект долженствования. Соответственно, моральные-нравственные устремления также относятся к рассматриваемому виду ценностей. М. Рокич, когда писал о моральных ценностях, отмечал, что их нарушение вызывает угрызения совести или чувство вины за проступок [21, с. 8].

Для раскрытия специфики нормативных ценностей и соответствующей им мотивации сравним их с личной надобностью в предмете интереса, которая характеризуется прагматической (утилитарной) мотивацией и целеполаганием. При этом следует различать предмет интереса и потребности. Под интересом мы понимаем «...свойство человека испытывать надобность в объектах-медиаторах, необходимых для создания (получения, видоизменения. – Я. В.), хранения и использования предметов потребности» [7, с. 8]. В отличие от предметов интереса, последние удовлетворяют наши «конечные» нужды напрямую, безо всяких опосредующих звеньев. Таким предметом является, например, еда, которая непосредственно удовлетворяет пищевую потребность, переводя её из состояния нужды в удовлетворённое состояние.

Источником мотивации в случае с надобностью в предмете интереса выступает, во-первых, первичная цель, приводящая к «поисковой активности» и отличная от самого предмета, а во-вторых, соответствие найденного средства этой цели. Тот или иной объект видится субъекту средством (инструментом), способным помочь ему реализовать его цель (первичную задачу), и поэтому имеет место надобность в этом объекте. Подобная мотивация характеризуется отношением пользы, выгоды.

В случае же с нормативно-ценностной мотивацией, источником выступает сама ценность ввиду того, что она является для человека конечной субъективной целью (за объективные цели мы принимаем поддержание факта жизни, а также сохранение и улучшение её качества, что находит своё конкретное выражение в видоспецифичных потребностях человека), «тем, ради чего». В частности, «спусковым крючком» активности субъекта является сам факт несоответствия (пусть и потенциальный, прогнозируемый) того, что «должно быть» и наличной ситуации (проблема должного и сущего).

Р. Инглхарт и К. Вельцель приводят в своей книге пример, наглядно демонстрирующий эту разницу в мотивациях, сравнивая поддержку демократии в развитых процветающих странах и не столь экономически успешных странах: «...зачастую массовая поддержка демократии основана не на внутренней убежденности, а на утилитарной мотивации – например, надеждах, что этот строй обеспечит населению такое же экономическое благосостояние, как в традиционно демократических странах. Подлинная поддержка демократии возникает тогда, когда люди высоко ценят и считают самоцелью гражданские и политические права, которые она несёт с собой. Такую подлинную мотивацию обеспечивают ценности самовыражения... Как результат, «Подобная “прагматическая” поддержка теряет устойчивость, если результаты перехода к демократии вызывают разочарование» [3, с. 179–180]. Этот пример ещё раз доказывает неоднозначность человеческого поведения: ничто не мешает образу действий, выражающему ценность, приобретать характер инструмента для реализации надобности.

Стоит отметить, что в реальной ситуации ценности и интересы чаще всего сложно переплетены и дополняют друг друга – не только ценности мотивируют наши интересы, создают почву для появления определённых надобностей, но и интересы способны актуализировать и «подкреплять» ценности, делать их более «значимыми», приоритетными (и распространёнными в случае общих или групповых интересов). Можно предположить, что девушка, яро отстаивающая феминистические взгляды, испытывает(-ла) на себе проявления сексизма. Сотрудник заповедника может заботиться о животных из чувства долга, эмпатии, ответственности перед ними, ценя жизнь животного как самоценное, как само собой разумеющееся. При этом он может понимать, что, охраняя животный мир, мы сохраняем природную среду красивой и разнообразной, поддерживаем устойчивость экосистем, предоставляем возможность для научных исследований и пр.

3. Пристрастия

Говоря о ценностях как критериях, обуславливающих наши выборы, мы никак не можем обойти стороной ещё один их вид, который мы будем именовать *пристрастиями*.

Выделить данную группу нас вынудило то обстоятельство, что базовые и нормативные ценности объясняют не весь спектр возможных выборов, с которыми сталкивается человек в своей жизни. Например, мы не можем объяснить предпочтение блондинок брюнеткам или нереальную любовь к жанру детектива.

Пристрастия являются критерием относительно выбора признаков, отличительных черт и своеобразия объектов. Они не связаны с нормативной, моральной составляющей, а также практической (утилитарной) целесообразностью. В этом смысле к предпочтению не относится выбор свойств, качеств и характеристик, соответствующих определённым целям и задачам (всего того, что основано на рациональном мышлении). Подбор конфигураций и параметров машины для езды по бездорожью не связан с *пристрастиями*, а выбор элементов салона – может быть связан.

В выборе, обусловленном исключительно пристрастием, не задействованы расчёт (польза, выгода), какие-либо аргументы, «смыслы» и долженствования. Такой выбор основан исключительно на личном пристрастном отношении, некоей интуиции, рефлексии внутреннего состояния – «нравится мне это или нет?», «приятно или неприятно?» Т. е. действие в пользу объекта пристрастия ведёт к эмоциональному удовольствию.

В данном контексте уместно вспомнить поговорки: «На вкус и цвет товарища нет», «О вкусах не спорят», которые, видимо, именно в силу своей справедливости так широко известны. Ведь действительно, у выбора «вкуса» и «цвета» нет каких-либо оснований (критериев), кроме внутреннего пристрастия.

Задатки для таких склонностей и предпочтений существуют уже с рождения и вместе с другими предрасположенностями заключены в генотипе. Однако основное своё содержание и конкретную форму пристрастия приобретают в онтогенезе, когда мы начинаем взаимодействовать с окружающим миром. В процессе воспитания и социализации, получения жизненного опыта, пристрастия, во-первых, формируются, а, во-вторых, способны сменяться и видоизменяться. Их формирование зависит от доступных человеку благ и жёстко привязано к наличному окружающему миру.

При принятии решений пристрастия сложно взаимодействуют с нормативными ценностями и интересами, которые могут как согласовываться друг с другом (и, как следствие, подкреплять друг друга), так и идти в конфликте, разладе. Нам может эстетически нравиться белый цвет одежды (пристрастие), что особенно практично в жаркую погоду (аспект личного интереса). При этом белый цвет может олицетворять что-то светлое, чистое (читай – «правильное»; нормативно-ценностный аспект). Молодому человеку могут нравиться импульсивные, эксцентричные девушки; таковой, к примеру, была его мама, что помогло сформироваться этим пристрастиям и, вероятно, согласованным с этими качествами нормативным ценностям. В то же время совместная жизнь с таким типажом у него не получается. Мужчина может стесняться купить фруктовое мороженое по причине «несерьёзности» и даже «детскости» такого выбора (конфликт пристрастия с нормативными ценностями).

Выводы

В представленной экспликации понятия «ценность» пройден путь от определения области поиска индивидуальной ценности до классификации видов ценностей как критериев выбора.

Мы начали с того, что очертили концептуальную область, к которой вообще может относиться понятие индивидуальной ценности. Потом, указав на принципиальную дихотомию слова ценность в языке, мы выделили категорию «ценностей как критериев», обосновав, почему именно эта категория заслуживает внимания для обозначения ценностей в социальных науках. Тем не менее, мы не обошли стороной и трактовку ценностей как объекта и как положительной значимости (отношения), и как особой «реляции» между субъектом и объектом.

Ценности-критерии создают и задают значимость объектов для человека, «окрашивают» его субъективную реальность, создают мотивацию для действий. Мы выяснили, что под эту категорию попадают совершенно разные по своей природе компоненты мотивации, среди которых мы выделили базовые ценности, нормативные ценности и пристрастия. Каждый такой компонент обладает особыми характеристиками и играет характерную для него функциональную роль. При этом все компоненты находятся в тесном взаимодействии друг с другом, образуя единую структуру. Основание этой структуры занимают базовые ценности, наличествующие у человека с самого рождения, влияние которых распространяется на любой человеческий выбор. Пристрастия занимают промежуточное место в этой иерархии, и, сознательно или бессознательно, влияют на наши решения, определяя «оттенки» выбираемых объектов. Наконец, «над» этими компонентами располагаются нормативные ценности (или «собственно ценности»), являющиеся достоянием человека как свободного и разумного социального существа.

Список литературы

1. Абрамова, Н. Т. Практическое сознание / Н. Т. Абрамова // Философия науки. – Москва : ИФ РАН, 2006. – Вып. 12: Феномен сознания. – С. 110–133.
2. Алишев, Б. С. К вопросу о психологической сущности ценностей / Б. С. Алишев // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Акмеология образования. Психология развития. – 2011. – № 1. – С. 3–14.
3. Инглхарт, Р. Модернизация, культурные изменения и демократия: Последовательность человеческого развития. / Р. Инглхарт, К. Вельцель. – Москва : Новое издательство, 2011. – 464 с.
4. Леонтьев, Д. А. От социальных ценностей к личностным: социогенез и феноменология ценностной регуляции деятельности / Д. А. Леонтьев // Вестник Московского университета. Серия 14: Психология. – 1996. – № 4. – С. 35–44.
5. Леонтьев, Д. А. Ценность как междисциплинарное понятие: опыт многомерной реконструкции / Д. А. Леонтьев // Современный социо-анализ: сборник работ авторов, получивших гранты Московского отделения Российского научного фонда и Фонда Форда. – Москва : Российский научный фонд, 1996. – Вып. 4. – С. 5–23.
6. Маслоу, А. Новые рубежи человеческой природы / А. Маслоу. – Москва : Смысл, 1999. – 425 с.
7. Момджян, К. Х. Универсальные потребности и родовая сущность человека / К. Х. Момджян // Вопросы философии. – 2015. – № 2. – С. 3–14.
8. Момджян, К. Х. К типологии человеческих потребностей. Статья 1 / К. Х. Момджян // Вестник Московского государственного университета. Серия 7: Философия. – 2015. – № 4. – С. 78–95.
9. Момджян, К. Х. К типологии человеческих потребностей. Статья 2 / К. Х. Момджян // Вестник Московского государственного университета. Серия 7: Философия. – 2015. – № 5. – С. 77–90.

10. Момджян, К. Х. К типологии человеческих потребностей. Статья 3. Часть 1 / К. Х. Момджян // Вестник Московского государственного университета. Серия 7: Философия. – 2017. – № 1. – С. 97–116.
11. Момджян, К. Х. К типологии человеческих потребностей. Статья 3. Часть 2 / К. Х. Момджян // Вестник Московского государственного университета. Серия 7: Философия. – 2017. – № 2. – С. 99–112.
12. Момджян, К. Х. О проблеме общечеловеческих ценностей / К. Х. Момджян // Вопросы философии. – 2020. – № 3. – С. 25–41. – DOI: 10.21146/0042-8744-2020-3-25-41.
13. Момджян, К. Х. Возвращаясь к поиску истин: еще раз о состоянии современной социальной философии / К. Х. Момджян // Вопросы философии. – 2021. – № 2. – С. 29–41. – DOI: 10.21146/0042-8744-2021-2-29-41.
14. Овчарова, Т. Н. О природе ценностей / Т. Н. Овчарова // Вестник Нижегородского университета имени Н. И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. – 2004. – № 1. – С. 477–494.
15. Ольшанский, В. Б. Личность и социальные ценности / В. Б. Ольшанский // Социология в СССР : в 2 т. – Москва : Мысль, 1966. – Т. 1. – С. 470–530.
16. Петров, А. В. Ценностные предпочтения молодежи: диагностика и тенденции изменений / А. В. Петров // Социологические исследования – 2008. – № 2. – С. 83–90.
17. Симонов, П. В. Мотивированный мозг / П. В. Симонов. – Москва : Наука, 1987. – 266 с.
18. Шохин, В. К. Философия ценностей и ранняя аксиологическая мысль. / В. К. Шохин. – Москва : РУДН, 2006. – 457 с.
19. Ehrenfels, Ch. von. System der Werttheorie / Ch. von Ehrenfels. – Leipzig : O. R. Reiland, 1897. – 277 p.
20. Heyde, J. E. Wert. Eine philosophische Grundlegung / J. E. Heyde. – Erfurt : Stenger, 1926. – 210 p.
21. Rokeach, M. The Nature of Human Values / M. Rokeach. – New York : Free Press, 1973. – 438 p.
22. Schwartz, S. H. Universals in the structure and content of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries / S. H. Schwartz // Advances in Experimental Social Psychology. – 1992. – Vol. 25. – P. 1–65.
23. Schwartz, S. H. An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values / S. H. Schwartz // Online Readings in Psychology and Culture. – 2012. – Vol. 2 (1). – P. 1–20. – DOI: 10.9707/2307-0919.1116.
24. Schwartz, S. H. Individual Values across Cultures / S. H. Schwartz // Personality across Cultures. – Santa Barbara : Praeger, 2017. – P. 121–152.

References

1. Abramova, N. T. Prakticheskoe soznanie [Practical consciousness]. *Filosofiya nauki* [Philosophy of Science]. Moscow: IF RAS Publ. house; 2006, iss. 12, pp. 110–133.
2. Alishev, B. S. K voprosu o psikhologicheskoy sushchnosti tsennostey [On the question of the psychological essence of values]. *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya seriya. Seriya "Akmeologiya obrazovaniya. Psikhologiya razvitiya"* [Izvestiya Saratov University. New series. Series "Acmeology of education. Psychology of development"]. 2011, no. 1, pp. 3–14.
3. Inglehart, R., Welzel, C. *Modernizatsiya, kulturnye izmeneniya i demokratiya: Posledovatel'nost' chelovecheskogo razvitiya* [Modernization, Cultural Change, and Democracy: The Human Development Sequence]. Moscow: Novoe izdatel'stvo Publ. house; 2011, 464 p.
4. Leontev, D. A. Ot sotsialnykh tsennostey k lichnostnym: sotsiogenez i fenomenologiya tsennostnoy regulyatsii deyatel'nosti [From social values to personal values: sociogenesis and phenomenology of value regulation of activity]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 14 :Psikhologiya* [Bulletin of the Moscow University. Series 14 "Psychology"]. 1996, no. 4, pp. 35–44.
5. Leontev, D. A. Tsennost kak mezhdistsiplinarnoe ponyatie: opyt mnogomernoy rekonstruktsii [Value as an interdisciplinary concept: the experience of multidimensional reconstruction]. *Sovremennyy sotsio-analiz: sbornik rabot avtorov, poluchivshikh granty Moskovskogo otdeleniya Rossiyskogo nauchnogo fonda i Fonda Forda* [Modern Socio-analysis: a collection of works by authors who received grants from the Moscow Branch of the Russian Science Foundation and the Ford Foundation.]. Moscow: Rossiyskiy nauchnyy fond Publ. house; 1996, pp. 5–23.
6. Maslou, A. *Novye rubezhi chelovecheskoy prirody* [The Farther Reaches of Human Nature]. Moscow: Smysl Publ. house; 1999, 425 p.
7. Momdzhyan, K. Kh. Universalnye potrebnosti i rodovaya sushchnost cheloveka [Universal needs and the generic essence of man]. *Voprosy filosofii* [Questions of philosophy]. 2015, no. 2, pp. 3–14.
8. Momdzhyan, K. Kh. K tipologii chelovecheskikh potrebnostey. Statya 1 [To the typology of human needs. Article 1]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 7 "Filosofiya"* [Bulletin of the Moscow State University. Series 7 "Philosophy"]. 2015, no. 4, pp. 78–95.
9. Momdzhyan, K. Kh. K tipologii chelovecheskikh potrebnostey. Statya 2 [To the typology of human needs. Article 2]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 7 "Filosofiya"* [Bulletin of the Moscow State University. Series 7 "Philosophy"]. 2015, no. 5, pp. 77–90.
10. Momdzhyan, K. Kh. K tipologii chelovecheskikh potrebnostey. Statya 3. Chast 1 [To the typology of human needs. Article 3. Part 1]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 7 "Filosofiya"* [Bulletin of the Moscow State University. Series 7 "Philosophy"]. 2017, no. 1, pp. 97–116.
11. Momdzhyan, K. Kh. K tipologii chelovecheskikh potrebnostey. Statya 3. Chast 2 [To the typology of human needs. Article 3. Part 2]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 7 "Filosofiya"* [Bulletin of the Moscow State University. Series 7 "Philosophy"]. 2017, no. 2, pp. 99–112.
12. Momdzhyan, K. Kh. O probleme obshchechelovecheskikh tsennostey [About the problem of universal values]. *Voprosy filosofii* [Questions of philosophy]. 2020, no. 3, pp. 25–41.
13. Momdzhyan, K. Kh. Vozvrashchayas k poisku istin: eshche raz o sostoyanii sovremennoy sotsialnoy filosofii [Returning to the search for truths: once again about the state of modern social philosophy]. *Voprosy filosofii* [Questions of philosophy]. 2021, no. 2, pp. 29–41.

14. Ovcharova, T. N. O prirode tsennostey [About the nature of values]. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta imeni N. I. Lobachevskogo. Seriya "Sotsialnye nauki"* [Bulletin of the Nizhny Novgorod University named after N. I. Lobachevsky. Series "Social Sciences"]. 2004, no. 1, pp. 477–494.
15. Olshanskiy, V. B. *Lichnost i sotsialnye tsennosti. Sotsiologiya v SSSR* [Personality and social values. Sociology in the USSR]. Moscow: Mysl Publ. house; 1966, vol. 1, 532 p.
16. Petrov, A. V. Tsennostnye predpochteniya molodezhi: diagnostika i tendentsii izmeneniy [Value preferences of young people: diagnostics and trends of changes]. *Sotsiologicheskie issledovaniya* [Sociological research]. 2008, no. 2, pp. 83–90.
17. Simonov, P. V. *Motivirovanny mozg* [Motivated brain]. Moscow: Nauka Publ. house; 1987, 266 p.
18. Shokhin, V. K. *Filosofiya tsennostey i rannaya aksiologicheskaya mysl* [Philosophy of values and early axiological thought]. Moscow: RUDN Publ. house; 2006, 457 p.
19. Ehrenfels, Ch. von. *System der Werttheorie*. Leipzig: O. R. Reisland Publ. house; 1897, 277 p.
20. Heyde, J. E. *Wert. Eine philosophische Grundlegung*. Erfurt: Stenger Publ. house; 1926, 210 p.
21. Rokeach, M. *The Nature of Human Values*. New York: Free Press Publ. house; 1973, 438 p.
22. Schwartz, S. H. Universals in the structure and content of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. *Advances in Experimental Social Psychology*. 1992, vol. 25, pp. 1–65.
23. Schwartz, S. H. An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values. *Online Readings in Psychology and Culture*. 2012, vol. 2 (1), pp. 1–20. DOI: 10.9707/2307-0919.1116.
24. Schwartz, S. H. *Individual Values across Cultures*. The Praeger Handbook of Personality across Cultures. Santa Barbara: Praeger Publ. house; 2017, pp. 121–152.

Информация об авторе

Волобуев Я. В. – аспирант.

Information about the author

Volobuev Y. V. – postgraduate student.

Статья поступила в редакцию 05.02.2022; одобрена после рецензирования 02.03.2022; принята к публикации 28.03.2022.

The article was submitted 05.02.2022; approved after reviewing 02.03.2022; accepted for publication 28.03.2022.