своей аудитории во взаимодействие с полученной информацией. Поэтому цитируемость микроблога KremlinRussia в блогосфере неуклонно падает, в то время как у микроблога KermlinRussia относительно него растет, а в абсолютных значениях практически не меняется. В социальных медиа право на существование имеет только вторая стратегия, тогда как «информационная» в ближайшие годы, по нашему мнению, обречена на стагнацию и в конечном итоге на полный провал.

Список литературы

1. *Frost A.* Restoring faith in government: Transparency reform in the United States and the European Union // European Public Law. 2003. N 9(1).

2. *Grunig J. E., Hunt T.T.* Managing Public Relations. New York: Holt, Rinehart and Winston, 1984.

3. *Grunig, J. E.* Paradigms of global public relations in an age of digitalization // Prism. 2009. № 6(2).

4. *Hatcher M.* New corporate agendas // Journal of Public Affairs. 2003. № 3(1).

5. *Heise J. A.* Toward closing the confidence gap: An alternative approach to communication between public and government // Public Affairs Quarterly. 1985. № 9(2).

© Тютюнджи И.М., 2011

Я.В. Герчак

КАТЕГОРИЯ ЦЕННОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ СОЦИОЛОГИИ

ГЕРЧАК Яна Владимировна – аспирантка кафедры социологии РАНХиГС (e-mail: ymkg@yandex.ru).

Аннотация. *Анализируется возрастающий интерес к проблеме ценностей в современной отечественной и зарубежной социологической науке.*

Ключевые слова: *ценности, ценностные ориентации, аксиология, нравственное сознание.*

Практика преобразования российского общества ставит перед социологами множество вопросов, в том числе и вопрос о ценностном наполнении перехода социальной системы к новому качеству. С одной стороны, в массовом сознании россиян сохраняются советские ценности, а с другой – моделируется новая структура ценностного сознания «потреби-

тельского» общества (особенно у молодежи), снижается востребованность гуманистических ценностей и возрастает интерес к потребительски-гедонистическим ценностям. Существенные изменения в ценностных ориентациях российских граждан требуют социологического исследования и осмысления, разработки новой ценностной матрицы, соответствующей современным условиям развития общества.

Кроме практической актуальности проблемы ценностей существует актуальность теоретической разработки данной проблемы. Актуальность теоретической разработки проблемы ценностей в социологии вызвана обновлением парадигмы мирового социологического познания в связи с появлением неклассического, интерпретативного и постмодернистского направлений и их интереса к аксиологии. Обновление парадигмы обусловлено переходом мирового сообщества к состоянию целостности, глобализации, когда новые технологии меняют все общественные связи, инициируют переход от производства вещей к производству человека. Отсюда такая экспансия ценностного подхода в современных социологических школах и направлениях. Исследование ценностей становится для современных социологов не только потребностью, но и, в какой-то степени, модой. Сложившаяся в современной западной и становящаяся в отечественной социологии концепция постматериалистических ценностей требует историко-теоретического объяснения.

Российская социология не может оставаться безучастной к новым направлениям исследования проблемы ценностей за рубежом. Усвоение современной отечественной социологией достижений мировой аксиологии последних десятилетий является залогом ее интеграции в процессы, происходящие в мировом сообществе социологов. При этом следует отметить, что и в отечественной философии и социологии накоплен определенный опыт изучения аксиологической проблематики, который требует анализа и корреляции с зарубежным опытом.

Изучение ценностного отношения человека к окружающему миру имеет давнюю историю. Вопрос о ценном, значимом для человека нашел отражение в многочисленных памятниках литературы и искусства, в философских, религиозных, правовых и политических трактатах. Однако самого концепта «ценность» и аксиологического дискурса не было вплоть до середины XIX в. Философы стали первыми разрабатывать теорию ценностей как реакцию на засилье позитивистского подхода к рассмотрению явлений культуры.

Развитие аксиологии начинается в недрах неокантианства – фрайбургская школа, представители которой В. Виндельбанд и Г. Риккерт объявили понятие ценности главным предметом философии. Вслед за ними абсолютизировали понятие ценности как философскую категорию и обосновали теологическое учение о ценностях представители феноменологического направления М. Шеллер и Н. Гартман.

Для второй половины XIX в. характерно проникновение аксиологии во все социогуманитарные науки. XX век – это век экспансии аксиологического подхода в науках о человеке, культуре, обществе. В 20-е гг. XX в. М. Хайдеггер называл аксиологию «культурфилософией современности», С. Бунге в работе «Лекции по социологической истории ценностей» (1922) утверждал, что «философия ценностей стала модной».

В социологии понятие «ценность» в еще неотрефлексированном виде и аксиопроблематика появляются уже у ее классиков: О. Конта, Г. Спенсера, К. Маркса, Э. Дюркгейма, и М. Вебера. Первое социологическое определение ценности дают в начале XX в. У. Томас и Ф. Знанецкий в совместном труде «Польский крестьянин в Европе и Америке» (1918–1920). В XX столетии ценностная проблематика нашла свое место в трудах таких западных социологов, как Ф. Адлер, Г. Беккер, П. Блау, Р. Будон, П. Бурдье, Н. Луман, Р. Мертон, Дж. Мид, Т. Парсонс, П. Сорокин и др.

Что касается российской аксиологической мысли, то она пробила себе дорогу в конце XIX – начале XX в. в противостоянии идеалистической философии неокантианского и теологического направлений и идеологии марксизма. Это противостояние описано в статье А.И. Новикова «Из истории борьбы вокруг проблемы ценностей в России (конец XIX – начало XX в.)». Из работ этого периода, посвященных проблеме ценностей, отметим брошюры С.Л. Франка «Теория ценности Маркса и ее значение» (1909) и Д.И. Малеева «Идеальные ценности» (1906), статью А.В. Луначарского «К вопросу об оценке» (1922) и сочинение Н.О. Лосского «Ценность и бытие» (1931).

М.С. Каган, размышляя о судьбах аксиологии в истории отечественной философии, ставит вопрос: «Почему русская философия не знала теории ценности?» По его мнению, в теории ценности не нуждались как представители религиозной философии (В. Соловьев, Н. Бердяев, С. Франк, И. Ильин, Е. Трубецкий.), так и представители марксизма (Г.В. Плеханов, В.И. Ленин). Оба направления считали свою концепцию ценности единственно верной, апеллируя либо к Божественному откровению, либо к столь же непререкаемому авторитету социально-экономической науки[1].

Начиная с 30-х гг. XX в. в Советском Союзе аксиология квалифицировалась как буржуазная наука. Однако после долгого периода замалчивания в 1960 г. советское обществоведение пережило «аксиологический прорыв» в связи с выходом книги В.П. Тугаринова «О ценностях жизни и культуры». Сегодня эту работу некоторые авторы рассматривают как научный подвиг В.П. Тугаринова[2].

Последнее время в отечественной социологии аксиологическая проблематика получает все большее распространение в публикациях, осве-

[1] См.: *Каган М.С.* Философская теория ценностей. СПб., 1997. С. 31.

[2] См.: *Синютин В.И.* Развитие В.П. Тугариновым аксиологии. Вестник ЛГУ. Серия 6. 1988. Вып. 4.

щающих результаты эмпирических исследований ценностных ориентаций россиян. Особый интерес к эмпирическим исследованиям проблемы ценностей в России проявляют Социологический центр Российской академии государственной службы при Президенте Российской Федерации, Институт социологии РАН, Институт социально-политических исследований РАН, компания ROMIR Monitoring, которая под эгидой ЮНЕСКО, участвуя в проекте «Мировые ценности», исследует жизненные ценности россиян и др.

Большой исследовательский интерес отечественных социологов вызывает проблема нравственных ценностей, нравственного сознания российского населения, его состояние и тенденции трансформации в ходе реформирования российского общества. Выявление и социологический анализ доминирующих в массовом сознании россиян нравственных ценностей, в которых концентрируются смысложизненные идеалы и цели людей, позволил бы прояснить духовно-нравственную картину общества, получить представление о социальной структуре, экономических и духовных приоритетах складывающихся социальных групп, их жизненных устремлениях.

Нравственные ценности включают в себя представления граждан о социальной справедливости, социальном порядке, свободе личности, безопасности, правах и обязанностях граждан, вере в Бога (включая все библейские заповеди).

Социальное поведение индивида и группы на основе исповедуемых нравственных ценностей предполагает избирательное отношение к материальным и духовным благам, следование определенным традициям и нормам, сложившимся в обществе. Здесь имеются в виду следующие ценности: добро, справедливость, здоровье, семья, безопасность, трудолюбие, социальное положение, общественное признание, свобода творчества и самовыражения, любовь к Отечеству, веротерпимость, взаимопомощь и др.

Социологическим центром РАГС при Президенте РФ проведены исследования «Духовная культура российского общества: состояние и тенденции развития» (май – июнь 2004 г.), «Социально-политические ценности в массовом сознании российского общества, их влияние на протестные настроения и возможности диалога между субъектами политических отношений» (август – сентябрь 2009 г.). Целью исследований было выявление доминирующих нравственных ценностей в массовом сознании и поведении населения и определение степени их влияния на экономическую и политическую активность, а также изучение возможностей консолидации населения с целью углубления реформ и укрепления государственности.

В результате были выявлены доминирующие нравственные ценности, экономические, духовно-культурные факторы ценностно-нравственных ориентаций различных социальных групп и слоев, а также отдельных ин-

дивидов российского общества; проанализированы взаимосвязи новых и традиционно исторически сохраняющихся нравственных ценностей в массовом сознании россиян, отражающих их отношение к происходящим в стране переменам; обоснованы ориентиры целенаправленного воздействия органов государственной власти на политическое и нравственное сознание и поведение населения в целях консолидации общества.

Анализ данных показал, что нравственное сознание современного российского общества характеризуется амбивалентностью – оно весьма противоречиво. Например, с одной стороны, две трети опрашиваемого населения не видят ничего зазорного в уклонении от уплаты налогов, более того – 36,7 % респондентов вообще убеждены в том, что такого рода обман государства морально оправдан. И с другой стороны – у большинства населения вызывает возрастающее беспокойство рост аморальности и правового нигилизма. В этом люди резонно усматривают подрыв общечеловеческих принципов моральных взаимоотношений, что создает угрозу как личному существованию, так и жизнеспособности социума.

Существует твердая нравственная установка массового сознания на наведение в нашей стране порядка в целом. Стремление большинства населения к моральному, правовому и социальному порядку является защитной реакцией общества на давно царящую хаотичность в государственном управлении, административный произвол чиновников. Люди ждут от государства реального обеспечения возможностей практической реализации их конституционных прав (их универсальных нравственных ценностей) на жизнь, безопасность, труд, охрану здоровья, образование, собственность, свободу слова и совести.

Думается, что историко-теоретическое и эмпирическое исследование ценностей, доминирующих в массовом сознании российского общества, с каждым годом будет привлекать все большее внимание российских социологов.

Список литературы

1. *Микешина Л.А.* Ценностные предпосылки в структуре научного познания. М., 1990.

2. *Орлов Б.В., Эйнгорн Н.К.* Духовные ценности: проблема отчуждения. М., 1993.

3. *Бойков В.Э.* Народ и власть М., 2006.

4. *Старостин Б.А.* Ценности и ценностный мир. М., 2002.

© Герчак Я.В., 2011