

УДК 316.752

В. Н. Варич

канд. филос. наук, доц., доц. каф. гуманитарных наук
Брестского государственного технического университета
e-mail: vari61@list.ru

ЦЕННОСТИ В КУЛЬТУРНО-КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Проведен анализ ценностно-смысловых оснований социального действия исходя из его различных теоретических моделей. Рассмотрены взгляды на природу социального действия Э. Дюркгейма, М. Вебера, Ю. Хабермаса, Т. Парсонса и М. Шелера. Выделена общая для них идея о том, что ценности являются важнейшим компонентом социального действия. Межкультурная коммуникация во всех ее формах рассматривается как ценностно обусловленное социальное взаимодействие, в котором прослеживаются два взаимосвязанных уровня. Осознаваемая коммуникация затрагивает принятые в разных культурах установки, нормы и стереотипы поведения. ИмPLICITная коммуникация происходит во взаимодействии тех ценностей и норм, которые обуславливают поведение ее участников.

Введение

В первые десятилетия XXI в. вопрос о статусе ценностей как предпосылки, условия и смысловой основы взаимодействия культур приобрел особую значимость как в силу тех социальных и культурных процессов, которые происходят внутри отдельных социокультурных общностей, так и вследствие интенсификации межкультурного взаимодействия. Выявление их роли в культурно-коммуникативных процессах является актуальной проблемой современного социально-гуманитарного знания.

Ценностные аспекты социального действия

Между человеком и окружающим миром существуют разнообразные отношения: онтологические, познавательные, деятельностные, ценностные, коммуникационные. Содержание этих отношений определяется не только условиями природного и социального бытия человека, но и его собственными целями и стремлениями, которые, в свою очередь, формируются под влиянием различных факторов. Среди них особую роль играют коллективные формы сознания и деятельности, участником которых он является. По мысли Э. Дюркгейма, не существует общества, которое «не чувствовало бы потребности поддерживать и периодически обновлять коллективные чувства и коллективные идеи, создающие единство и индивидуальность этого общества» [1, с. 135]. Они возникают во время переживания социальной группой «коллективного экстаза», подчиняются собственным законам и не могут быть редуцированы ни к индивидуальному опыту, ни к материальным условиям человеческой жизни. Сам опыт переживания ценности также не является чисто субъективным. Субъект индивидуального опыта – это человек, который сформировался в социальном окружении и разделяет его ценности. Но вместе с тем его ценностное сознание не является некоей обобщенной характеристикой множества «средних» индивидов. Поэтому «существует огромная разница между тем, как в действительности оцениваются ценности обыкновенным индивидом, и этой объективной шкалой человеческих ценностей, на которой в принципе должны основываться наши суждения» [2, с. 288]. Данная объективная шкала не является результатом собственных усилий человека и не сводится к его личным ощущениям и переживаниям, однако те ценности, из которых она состоит, определяют мотивацию его действий. Таким образом, социальное действие (и взаимодействие) в интерпретации Дюркгейма всегда являет собой единство субъективно-личностного и объективно-социального, существующее благодаря коллективным идеалам и ценностям, возникаю-

щим в ходе переживания принадлежности к обществу как к такой реальности, которая онтологически и аксиологически превосходит любую индивидуальность.

М. Вебер также указывает на субъективно-объективный характер социального действия, отличительными признаками которого являются, с одной стороны, субъективный смысл, который мотивирует личность на совершение действия, а с другой стороны, «ожидание», т. е. ориентация на то, каким образом действие будет воспринято социальным окружением. Разрабатывая концепцию социального действия, Вебер выделил четыре типа социальных действий: традиционные, аффективные, ценностно-рациональные и целерациональные. Данные типы действия располагаются в порядке возрастания рациональности: традиционное и аффективное действия имеют субъективно-иррациональный характер, а ценностно ориентированное действие содержит рациональный момент – постольку, поскольку его субъект сознательно соотносит свою деятельность с какой-либо ценностью, которая понимается им как цель. Еще более рациональный характер имеет, безусловно, целерациональное действие, в котором индивид сознательно ставит практически значимую цель и предпринимает продуманные действия для ее реализации. Однако любая значимая для личности цель обладает для нее и ценностным статусом: «Мы ощущаем как нечто объективно ценностное именно те глубочайшие пласты “личности”, те высшие, последние, оценочные суждения, которые определяют наше поведение, придают смысл и значение нашей жизни» [3, с. 350].

В теории коммуникативного действия Ю. Хабермаса представлена несколько иная типология социального действия. Он выделяет действия телеологические, нормативные, драматургические и коммуникативные, рационализация которых коррелирует с диалектическим взаимодействием двух составляющих современной социальной жизни – «системы» и «жизненного мира». Оставив за скобками содержательный анализ данных понятий, можно отметить, что типология Хабермаса отчасти перекликается с выделением социальных действий у Вебера: телеологическое действие соответствует целерациональному, нормативное – ценностно-рациональному. Драматургическое действие направлено на то, чтобы убедить возможного партнера в необходимости сотрудничества и завоевать его доверие, а коммуникативное действие имеет своей целью достижение согласия относительно той ситуации, в которой оно совершается. «Жизненный мир» как та социальная среда, в которой проходит частная жизнь человека и осуществляется взаимодействие участников гражданского общества, «всегда конституируется в форме глобального знания, intersubjectively разделенного между членами общества» [4, с. 135].

Хабермас показывает, что в обществе модерна, когда общественные идеологии утратили силу, да и сами попытки создать целостную идеологическую интерпретацию подавляются в зародыше, повседневное сознание людей «лишается своей способности к синтезированию, становится *фрагментированным*» [4, с. 135]. Если в традиционных обществах «мотивы и ценностные ориентации, ненасильственно сформированные в коллективных убеждениях, были защищены от влияния противоречащего им опыта и рационализма повседневной жизни», то в современном обществе эта связующая сила исчезает, по словам Хабермаса, «испаряется субстанция фундаментальных утверждений, которая была освящена культурой и не требовала объяснений» [4, с. 134]. Культурное обнищание и фрагментация повседневного сознания, о которых говорит немецкий философ, не означают вместе с тем, что в социальном действии отсутствует ценностная мотивация, – речь идет лишь о «механизмах» формирования ценностей и о степени их обоснованности в сознании действующего субъекта.

В интерпретации Т. Парсонса социальное действие представляет собой диалектическое единство действующего субъекта (актера), цели действия и социальной ситуации его совершения. К социальной ситуации Парсонс относит не только объективные

факторы, но и те ценности и нормы, исходя из которых актер выбирает цель действия и средства ее достижения. В качестве сложной динамичной системы социальное действие включает четыре взаимодействующие подсистемы: личностную, биологическую, социальную и культурную. Личностная подсистема определяется потребностями действующего субъекта и его ориентацией в ситуации; социальная подсистема представляет собой комплекс взаимных ожиданий акторов и норм, по которым они действуют; культурная подсистема включает ценностные ориентации личности и их символическую реализацию. Таким образом, в социальном действии органически переплетаются индивидуальные установки, взаимные ожидания и ценностно-нормативные эталоны.

Общество как коллективный субъект также содержит взаимосвязанные подсистемы, каждая из которых выполняет функцию, необходимую для его жизнедеятельности, – адаптацию (экономическая система), целеполагание (социетальное сообщество), интеграцию (политическая система) и латентность (система культуры). Все подсистемы, дополняя друг друга, позволяют участникам общественного процесса соизмерять свои действия с помощью символических «посредников». В подсистеме, обеспечивающей латентность, т. е. воспроизводство социальной структуры и снятие возможных напряжений, таким опосредующим звеном является, по Парсонсу, приверженность к определенным ценностям, которая обеспечивает и удовлетворение от собственной деятельности, и признание со стороны сообщества. «Культурная система, соотносясь с высшей реальностью, формирует ценностные ориентации, относящиеся к остальному окружению и системе действия, в том числе физическому миру, организмам, личностям и социальным системам» [5, с. 101].

Крупнейший представитель философской антропологии XX в. М. Шелер считает, что отношение между личностью и ценностями возникает еще до того, как человек начинает действовать. По замечанию Х. Йоаса, даже в неосознанных стремлениях Шелер видит определенную ориентацию на ценности, которая предшествует целевым представлениям и конкретным волевым целям [6, с. 135]. Их дорефлексивный характер никоим образом не исключает того, что эмоциональная жизнь человека открывает доступ к целому классу идеальных объектов – миру ценностей, по отношению к которому у него есть не только «чувство ценности», но и чувство их иерархии – «чувство предпочтения», позволяющее ранжировать их по высоте. Ценности занимают тем более высокое положение в иерархии, чем они долговечнее, чем менее делимы, чем менее обоснованы другими ценностями, чем более глубокое удовлетворение связано с их переживанием и чем менее они «привязаны» к определенным носителям [7, с. 308].

По отношению к высшим ценностям все остальные их виды образуют определенный порядок, в котором Шелер выделяет группы взаимосвязанных ценностей. К ним относятся: личностные и предметные ценности; собственные и чужие ценности; ценности актов, функций и реакций; ценности убеждения, действий и успеха; ценности интенции и состояния; ценности оснований, форм и отношений; индивидуальные и коллективные ценности; самостоятельные и производные ценности. Носителем ценностей, по Шелеру, является не только сама личность, но и форма ее связи с другими, а также переживаемое отношение в рамках этой формы, – будь то семья, община или народ. Находящиеся в отношениях личности образуют некоторое сообщество, воспринимаемое ими как целое и ценностно значимое. От ценностей сообщества отличаются коллективные ценности, которые не образуют целостность, переживаемую всеми членами коллектива, а относятся к фактически существующему объединению людей, взаимодействующих друг с другом, и соответственно имеют менее высокий статус. В обоих случаях социально значимые ценности могут сохранять свой характер независимо от остальных ценностей либо быть таковыми лишь в соотносительности с ними. Производные ценности Шелер подразделяет на «технические» и «символические». Так, денеж-

ные купюры, помимо обозначения номинала валюты не имеют никакой ценности, но знамя полка как символ его истории и доблести является ценностью для всех служащих этого полка.

Резюмируя, можно отметить, что во взглядах на природу социального действия Дюркгейма, Вебера, Хабермаса, Парсонса и Шелера прослеживается идея, что ценности составляют его неотъемлемый компонент: не только придают смысл действию, определяют его цель и влияют на средства ее реализации, но образуют духовную основу коммуникации субъектов социального взаимодействия.

Ценности в культурной коммуникации

Понятие культуры полисеманлично, в силу чего дать ее единственное определение не представляется возможным. Однако очевидно, что данное понятие можно рассматривать в узком и в широком смысле. Л. В. Куликова, ссылаясь на современных немецких исследователей в области этнологии и межкультурной коммуникации, определяет культуру в широком смысле как «совокупность субъективаций (*Subjektivationen*) – ценностей, норм, представлений, мировоззренческих установок – и объективаций (*Objektivationen*) – деятельности, способов поведения, языка, артефактов, которые люди усваивают в процессе инкультурации и которые используются ими для освоения жизненного пространства и повседневной ориентации в нем» [8, с. 12]. В широком понимании культура включает в себя все то, что было создано и создается людьми, т. е. она представляет собой и процесс человеческой деятельности и коммуникации, и их способы и формы, и получаемые в этом процессе результаты – от материальных артефактов до ценностей, смыслов, норм поведения и убеждений. Все это не может быть передано генетическим путем, но усваивается человеком по мере его воспитания и образования в определенной культурной среде. Культурные программы играют в жизни человека еще большую роль, нежели генетические программы поведения у животных, поскольку в своих социальных действиях и в общении с другими людьми человек реализует усвоенные программы познания, поведения и деятельности, зачастую даже не осознавая этого обстоятельства. Вместе с тем культурная обусловленность социального поведения личности не является жесткой детерминацией, подобной реализации инстинктивных образцов поведения у животных. Каждый человек в неповторимом личностном бытии воспроизводит культурные образцы индивидуальным образом, опираясь на разделяемые группой (обществом) ценности, нормы и регулятивы.

Процесс приобщения ребенка к ценностям и нормам своей культуры, происходящий в ходе его первичной социализации, а затем и в процессе накопления и обогащения собственного жизненного опыта, называется инкультурацией. В результате инкультурации человек усваивает культурно обусловленные модели поведения и мышления своей культурной группы, которые могут оказаться неприемлемыми для представителей другой культуры. В ходе межкультурной коммуникации обнаруживается специфичность собственных ценностных ориентаций или (как вариант) несовпадение иерархии ценностей у партнеров по коммуникации. Культурная идентичность формируется в ходе множественной межличностной коммуникации и нормативно поддерживается социальными системами, выполняющими функции целеполагания, интеграции и латентности: «Ценности как “имплицитные теории” и нормы как конкретные поведенческие рекомендации по реализации определенных принципов представляют собой базис, ядро культурной общности людей» [8, с. 16].

При рассмотрении культуры в широком смысле слова оказывается, таким образом, что наглядные проявления межкультурного взаимодействия могут получить репрезентативное понимание только в том случае, если соотносить их с культурно обусловленными ценностями и нормами. В таком случае и анализ межкультурной коммуника-

ции как таковой невозможен без включения в него понятий аксиологии. Само словосочетание «межкультурная коммуникация» в настоящее время применяется в различных научных дисциплинах, в научно-публицистической литературе, в политических дискуссиях и в сообщениях СМИ. Все это свидетельствует о том, что понятие межкультурной коммуникации не только не имеет однозначной дефиниции, но и имеет множество родственных наименований. Так, для анализа взаимоотношений между различными этническими или расовыми группами внутри одного общества применяется понятие «межэтническая» или «межрасовая коммуникация»; при изучении контактов между этническими или национальными культурами в сфере политики применяется термин «интернациональная коммуникация». И в том, и в другом случае коммуникация осуществляется между представителями разных национальностей, в то время как межкультурная коммуникация осуществляется между представителями культур, которые не обязательно различаются именно по национальному признаку.

Если рассматривать межкультурное взаимодействие не на уровне межличностных контактов, а в плане информационно-технической коммуникации, то можно применять также термин «транскультурная коммуникация» [8, с. 21]. П. Н. Донец указывает еще целый ряд терминов, различающихся приставкой перед словосочетанием «культурная коммуникация»: не только меж- и интер-, но и мультикультурная, панкультурная, транскультурная, кросс-культурная и контракультурная коммуникация [9, с. 26]. Межкультурная (интеркультурная в зарубежной литературе) коммуникация – это понятие, в объем которого входят не только перечисленные виды культурных контактов, но и вообще все возможные варианты культурного взаимодействия. Любой из них означает общение конкретных людей как представителей двух культур, в ходе которого возникает единое культурное пространство – своего рода «межкультура», или «интеркультура». Участники культурного контакта с обеих сторон ориентируются на ценности и нормы, принятые в их родной культуре, но сталкиваются с ценностями и нормами, принятыми в другой культуре. При этом межкультурной коммуникацией являются и контакты с представителями «чужих» культур (иностранных, национальных, религиозных), и контакты между субкультурами в рамках одного общества, и взаимодействие между культурами и обществами.

Согласно модели Г. Хофстеде, любая культура – это целостность символов, героев, ритуалов и ценностей. Поверхностный слой культуры составляют символы, значение и смысл которых воспринимаются сходным образом только в рамках определенной социальной группы. Герои представляют в культуре те качества, которые большинством ее носителей считаются достойными уважения и подражания.

Ритуалы – это культурно-исторически закрепленные последовательности символических действий, благодаря которым возможно физическое существование и трансляция культуры. Символы, герои и ритуалы образуют те слои культуры, которые наглядно обнаруживаются в процессе коммуникации и могут оцениваться (позитивно, негативно или нейтрально) представителями другой культуры. Однако внутреннее обоснование культуры, ее ценности и нормы, определяющие реальное поведение людей, остаются скрытыми от внешнего наблюдателя. Именно ценности и нормы обнаруживают себя в символах, героях и ритуалах культуры, образующих ее эксплицитную часть [10, с. 73–74]. Взаимодействие с ней происходит осознанно, в то время как коммуникация на уровне специфических для каждой культуры ценностей и норм (ее имплицитной части) происходит, как правило, неосознанно, но именно взаимодействие на этом уровне обуславливает принятие (непринятие) иной культуры, возникновение общего культурного пространства или межкультурный конфликт.

Заклучение

Социальные действия (взаимодействия) образуют живую «ткань» социального и личностного бытия. Каждое из них обусловлено как ценностными ориентациями конкретного человека, так и ценностями того общества, в котором произошло формирование его личности. Разновидностью социального действия является коммуникация, в том числе и межкультурная, к ходе которой взаимодействуют личности с ценностно обусловленными установками общения и поведения. Рассматриваемая и на микроуровне (как межличностное взаимодействие), и на макроуровне (как взаимодействие народов и культур), она протекает и как непосредственное общение представителей двух культур, и как сложный и зачастую неосознаваемый процесс восприятия ценностей и норм иной культуры.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Дюркгейм, Э. Элементарные формы религиозной жизни / Э. Дюркгейм. – М. : Дело, 2018. – 736 с.
2. Дюркгейм, Э. Социология. Ее предмет, метод, предназначение / Э. Дюркгейм. – М. : ТЕТРА, 2008. – С. 288.
3. Вебер, М. Избранные произведения / М. Вебер. – М. : Прогресс, 1990. – 808 с.
4. Хабермас, Ю. Отношения между системой и жизненным миром в условиях позднего капитализма / Ю. Хабермас // THESIS. – 1993. – Т. 1, вып. 2. – С. 122–136.
5. Парсонс, Т. Понятие общества: компоненты и их взаимоотношения / Т. Парсонс // THESIS. – 1993. – Т. 1, вып. 2. – С. 94–122.
6. Йоас, Х. Возникновение ценностей / Х. Йоас. – СПб. : Алетейя, 2013. – 312 с.
7. Шелер, М. Формализм в этике и материальная этика ценностей / М. Шелер // Избр. произведения. – М. : Гнозис, 1994. – С. 259–339.
8. Куликова, Л. В. Межкультурная коммуникация: теоретические и прикладные аспекты. На материале русской и немецкой лингвокультур / Л. В. Куликова. – Красноярск : РИО КГПУ, 2004. – 196 с.
9. Донец, П. Н. Теория межкультурной коммуникации: специфика культурных смыслов и языковых форм : дис. ... д-ра филол. наук / П. Н. Донец. – Харьков : Харьков. нац. ун-т им. В. Н. Каразина, 2003. – 368 л.
10. Куликова, Л. В. Коммуникация. Стиль. Интеркультура: прагмалингвистические и культурно-антропологические подходы к межкультурному общению / Л. В. Куликова. – Красноярск : СФУ, 2011. – 268 с.

Рукапіс паступіў у рэдакцыю 17.10.2019

Varich V. N. Values in Cultural and Communicative Space

The article analyzes the value-semantic foundations of social action based on its various theoretical models. The views on the nature of the social action of Durkheim, Weber, Habermas, Parsons and Scheler are examined. The general idea for them that values are the most important component of social action is highlighted. Intercultural communication in all its forms is seen as a value-based social interaction in which two interrelated levels are traced. Conscious communication affects the attitudes, norms and stereotypes of behavior accepted in both cultures. Implicit communication occurs in the interaction of those values and norms that determine the behavior of its participants.