

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра теоретической и социальной философии

Ценностное бытие человека в постиндустриальном мире

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студента 4 курса 411 группы направления 47.03.01 Философия философского
факультета Ивановой Дины Дмитриевны

Научный руководитель
заведующий кафедрой
теоретической и социальной философии
доктор философских наук, профессор _____ В.Б. Устьянцев

Заведующий кафедрой
доктор философских наук, профессор _____ В.Б. Устьянцев

Саратов 2019

Введение. Феномен ценностей занимает особое положение в жизни, как отдельного человека, так и целого общества. Выступая в качестве ориентира, он направляет людей, наполняет их жизненный путь смыслом, формирует ценностное пространство. На различных этапах развития общества проблема ценностей обладала своей особенностью, поэтому любые их малейшие изменения выступали как отражение эпохи, мировоззрения людей. Современное постиндустриальное общество обладает также своей уникальностью, присущими ему проблемами, а значит тем набором ценностей, которые свойственны только ему.

Актуальность исследования проблемы ценностей современной эпохи связана с тем, что ценностные ориентиры, будучи средством для придания смысла жизни человека, поддержания устойчивости и стабильности общества, в настоящее время находятся в состоянии трансформации, которое делает их уязвимым предметом манипуляций. Данный процесс тесно взаимосвязан с переходом к постиндустриальному обществу. Ведь процессы, происходящие в нём, влияют на формирование новых ценностей. Одновременно провоцируется и конфликт с уже укоренившимися ценностями. В состоянии столкновения и состоит уникальность данного процесса. Оно наполнено различными оттенками, которые отмечаются в данном исследовании. В современном быстроразвивающемся мире крайне важно исследовать проблему ценностей постиндустриального мира, так как это то, что создает ценностное бытие, в котором пребывает человек. А стремясь к его познанию, возникает уникальная возможность приблизиться к самому себе. Таким образом, данная работа будет посвящена раскрытию проблемы ценностного бытия человека в современном мире.

Объектом изучения является пространственное измерение современного общества. **Предметом** выступают ценностные установки человека.

Цель работы состоит в исследовании ценностного мира личности в условиях переходной эпохи.

Для решения цели выдвинуты следующие **задачи**:

1. Проанализировать категорию «ценность» и её трансформацию в философском измерении.
2. Рассмотреть соотношение понятий ценности и моды, их степень влияния друг на друга.
3. Исследовать постиндустриальное общество, условия, в которых оно формируется, и его характерные черты.
4. Проанализировать ценностное бытие человека в эпоху постиндустриального общества.

Степень разработанности темы. Данный вопрос не обделен вниманием исследователей, вследствие этого существуют разнообразные взгляды и точки зрения касательно выбранной проблематики. Но так как общество пребывает в постоянно изменяющемся состоянии, то оно постоянно требует к себе неустанного внимания и осмысления. Исследование ориентируется как на философские работы, так и на труды социологов и психологов, что позволяет изучить проблему с разных сторон. В её разработку внесли свой вклад такие представители, как Л.В. Баева¹, З. Бауман², Ж. Бодрийяр³, Э. Гидденс⁴, Р. Инглхарт⁵, Ж. Липовецкий⁶, Э. Фромм⁷, А. Тоффлер⁸, М. Кастельс⁹, а также представители саратовской философской школы, одним из которых является В.Б. Устьянцев¹⁰.

Методология и методы исследования. В качестве методологической основы исследования используется социально-философский подход, позволяющий рассмотреть влияние постиндустриального общества на

¹ Баева, Л. В. Ценности изменяющегося мира: экзистенциальная аксиология истории. Монография. — Астрахань : издательство Астраханского государственного университета, 2004. — С.9.

² Бауман, З. Индивидуализированное общество / Пер. с англ. — М. : Логос, 2005. — С.281-285.

³ Бодрийяр, Ж. Прозрачность зла. — М. : Добросвет, 2000. — С.6.

⁴ Гидденс, Э. Трансформация интимности. Сексуальность, любовь и эротизм в современных обществах / Пер. с англ. — СПб. : Питер, 2004. — С.33.

⁵ Инглхарт, Р. Постмодерн: меняющиеся ценности и изменяющиеся общества // Полис. — 1997. — № 4. — С.6-33.

⁶ Липовецкий, Ж. Эра пустоты: эссе о современном индивидуализме / Перевод с французского В. В. Кузнецовым. — Санкт-Петербург «ВЛАДИМИР ДАЛЬ», 2001. — С.79-227.

⁷ Фромм, Э. Эссе «Человек одинок» / Перевод с английского Р. Облонской. «Иностранная литература». — 1966. — №1. — С.230-233.

⁸ Тоффлер, Э. Третья волна. — М. : ООО Фирма «Издательство АСТ», 2004. — С.14.

⁹ Кастельс, М. Информационная эпоха. Экономика, общество, культура. — М., 2000. — С.76.

¹⁰ Устьянцев, В. Б. Ценностное бытие человека. — Саратов : ООО Издательский центр «Наука», 2006. — С.14.

современного человека. В исследование также применяются сравнительно-исторический, системный, аналитический методы.

Научная новизна состоит в раскрытии бытийственности человека через ценностный дискурс. А также в рассмотрении определенных категорий в виде системы ценностных ориентаций, которые ранее не были соотнесены между собой.

Положения, вносимые на защиту:

1. Ценности – это особо значимые представления, вмещающие в себя формы идеального, чувственные переживания, социокультурные универсалии, которые передают мир как одной личности, так и состояние эпохи. Ценностные ориентиры пребывают в постоянном изменении. Отсюда определение универсальных ценностей – это лишь метафора, зависящая от времени и изменений сопутствующих ему.

2. Мода – это феномен, который выступает как самостоятельное явление, способное влиять на человека, но одновременно и как явление зависимое, направляемое человеком. В этом синтезе и состоит его сущность. В процессе формирования и усваивания определенных ценностных ориентаций играет особую роль модный феномен, который отражая особенности общественного и индивидуального сознания, влияет на поведение, выбор тех или иных идеалов, демонстрирует принадлежность к ценностям и даже передает о них информацию.

3. Постиндустриальное общество – это формирующееся пространство современной эпохи, которое не имеет строго фиксированного обозначения, но выражено в совокупности определенных изменений касательно различных областей жизнедеятельности человека. Наименование «постиндустриальное» допускается по отношению к современному обществу, но при условии признания не завершенности окончательного перехода.

4. Ценности личности в современном обществе трансформируются и приобретают черты, не свойственные им прежде. В таких условиях

постиндустриальной эпохи формируется новое ценностное бытие, которое можно представить через следующие характеристики:

- ❖ Потребление как ценность
- ❖ мода стала производителем искусственных образов, растворяя индивидуальность в толпе
- ❖ Формирование нового ценностного отношения к смерти
- ❖ Обретение сексуальностью независимого статуса
- ❖ Традиционная семья утрачивает своё значение
- ❖ Рост значения собственного Я
- ❖ Посткнижная культура как воплощение эпохи и её жизненных ориентиров

Критический анализ, выделенных феноменов, показывает процесс взаимодействия между потребностями индивида и изменениями, происходящими в современном пространстве. Совокупность, перечисленных ценностных изменений, имеет собирательный характер, отражающий внутренний мир не одного индивида, а ценностное состояние современной эпохи.

Основное содержание работы. Во «Введении» определяется актуальность исследования и степень разработанности темы. Формулируется объект, предмет, цель и задачи исследования. Обозначаются основные методы. Представляются научная новизна и положения, выносимые на защиту.

В первой главе «**Ценностное бытие человека: концептуальные и феноменологические основания**» обозначается многомерность понятия ценностей, разносторонность походов, сложности и необходимость формирования ценностного бытия. Исходя из этого, оно анализируется посредством феномена моды, который позволяет наилучшим образом раскрыть одну из сущностей данного понятия. Ценностное бытие человека постоянно вступает во взаимосвязь с модным феноменом. И это касается не только современного общества, но и всего исторического пути человечества. Эта взаимосвязь, берущая своё начало с обрядов, традиций, даёт возможность

отразить процессы формирования и приобщения к ценностям у индивидов, выбора тех или иных жизненных приоритетов, условия, влияющие на поведение человека.

В §1 первой главы «Категория «ценность», её отношение к человеку и обществу» определяется, что такое ценности через подходы к их определению, рассматриваются функции ценностных ориентаций и их классификации. За основу берётся три основных подхода, которые выражены через объективное, субъективное, субъективно-объективное понимание, а также две теории, включающие натуралистическую и антинатуралистическую. Отмечается также то, что процесс становления учения о ценностях имел долгий исторический путь. Это связано, прежде всего, с тем, что аксиологический аспект понимался иначе, он не имел собственного содержания, а рассматривался как часть основной проблемы.

К настоящему времени имеется значительное количество определений данной категории, но нет единого согласия между ними. В работе рассмотрены трактовки понятия «ценности» Р.Б. Перри, отмечавшего практическую их сторону¹, Гартмана и его онтологическую характеристику², Леонтьева со спиралевидной моделью³, а также нормативистскую теорию Т. Парсонса⁴ и Дюркгейма⁵. Исходя из исследования, под ценностью будут пониматься сформированные представления в виде идеального или вещественного воплощения, которые наполнены особыми смыслами, то есть отображают как внутренний мир личности, так и всего человечества, воплощают в себе состояние целой эпохи.

В параграфе рассматривается трансформация ценностных установок в сознании человека относительно исторического периода. То есть, обращаясь к

¹ См. : Соколов, Э. В. Основные идеи общей теории ценностей Р. Б. Перри // Проблема ценности в философии. — М. : Наука, 1966. — С.163-164.

² См. : Микешина, Л. А. Эпистемология ценностей. — М. : Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2007. — С.68-74.

³ Леонтьев, Д. А. Ценность как междисциплинарное понятие: опыт многомерной реконструкции // Вопросы философии. — 1996. — № 4. — С.15-26.

⁴ Парсонс, Т. О структуре социального действия. — М. : Академический Проект, 2000. — С.458-562.

⁵ Дюркгейм, Э. Социология. Её предмет, метод, предназначение. — М. : Канон, 1995. — С.287-295.

различным эпохам, нетрудно заметить, что в основе каждой из них лежит образование своего собственного отличного ценностного бытия. Ценности – это сложное явление, подверженное постоянным изменениям, которое поддается лишь условному систематизированию, где базовые ценности имеют лишь временный характер.

В исследовании отмечаются функции ценностей, среди которых регулятивная, познавательная, мотивационная, социализирующая. Происходит анализ данной категории посредством классификаций Апресяна¹, Бодрийера², Р.Б. Перри³, а также через уровни ценностного бытия В.Б. Устьянцева⁴.

В §2 первой главы «Понятия ценности и моды в жизненном пространстве человека» рассматривается проблема ценностей через феномен моды. Проводится анализ подходов к пониманию моды. Среди авторов, занимающихся данным вопросом, выделяются Г. Зиммель⁵, Чарльз Кинг⁶, В. Зомбарт⁷, которые уделяют внимание эстетическим, психологическим, социологическим, экономическим особенностям исследуемой проблемы. Отмечается, что данное явление связывается не только с атрибутами одежды, но и выражается как самостоятельный феномен. мода – это явление, обуславливающее особенности общественного и индивидуального сознания, формирующее эстетическое видение.

Отмечается, что исторически мода выросла из обычая. Оба этих явления представляют форму подражания, сохраняя культурную преемственность. При этом они выступают инструментами для формирования ценностей и способа бытия человека. Затем соотносятся понятия ценности и моды, где раскрывается их взаимная зависимость. Анализируя ценностное бытие через модный

¹ Апресян, Р. Г., Гусейнов, А. А. Этика. — М. : Гардарики, 2000. — С.177-178.

² Бодрийер, Ж. Прозрачность зла. — М. : Добросвет, 2000. — С.6.

³ См. : Соколов, Э В. Основные идеи общей теории ценностей Р. Б. Перри // Проблема ценности в философии. — М. : Наука, 1966. — С.166.

⁴ Устьянцев, В. Б. Ценностное бытие человека. — Саратов : ООО Издательский центр «Наука», 2006. — С.29-38.

⁵ Зиммель, Г. Психология моды: социологический этюд // Научное обозрение. — 1901. — № 5. — С.45–52.

⁶ См. : Пименов, П. А. Вижу-хочу! Мерчендайзинг в мире моды. — М. : Омега-Л, 2009. — С.10-53.

⁷ Зомбарт, В. Народное хозяйство и мода // Избранные работы. — М. : Издательский дом «Территория будущего», 2005. — С.343.

феномен, отмечаются такие процессы как демонстрация мотивов, ценностей, осуществление социализации индивида, то есть приобщение к существующим правилам и ценностям, приобретение культурного и социального опыта, передача информации о ценностных ориентирах.

Любимова¹ отмечает, что мода – это также посредник между существующими ценностями и их реальным воплощением в социальное пространство человека, способствующий актуализации или изменения способа выражения того или иного жизненного ориентира. По мнению Гофмана², в моде преобладает ценностное начало, которое является рычагом влияния на поведение людей. При этом в исследовании не исключается восприятия самой моды как ценности, которая имеет специфический характер, так как включает в себя и одобрительный и порицающий оттенок. В работе уделяется внимание взаимосвязи, где мода имеет ядро, представляющее набор ценностей. Он состоит из трех уровней, которые включают стандарты, отражающиеся в поведении, внутренний, принимающиеся большинством, и внешний, связанные с религиозными, национальными, культурными, социальным группам. Таким образом, обнаруживается, что мода и ценности взаимосвязаны на более сложном и глубоком уровне, где открывается потребность данных явлений друг в друге.

Во второй главе **«Трансформация ценностного бытия личности в постиндустриальном обществе»** анализируется содержание ценностного бытия личности в современную эпоху, и рассматриваются теоретические подходы к феномену постиндустриального общества, также даётся их оценка. Уделяется внимание среде и условиям, в которых формируются индивид.

В §1 второй главы **«Проблемные поля постиндустриального общества»** делается акцент на том, что в современную эпоху формируется новое пространство под названием постиндустриальное общество, которое напрямую влияет на ценностное содержание бытия человека. Особое внимание

¹ Любимова, Т. Б. Мода и ценность // Мода: за и против. — М. : «Искусство», 1973. — С.7-39.

² Гофман, А. Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. — СПб. : Питер, 2004. — С.21-34.

обращается к Д. Беллу¹, Э. Тоффлеру², Кастельсу³, которые стали уже классиками касательно проблемы постиндустриального общества. Работы данных авторов рассматриваются с учетом выделения тех специфических черт, которые наилучшим образом будут характеризовать современное общество. К ним относятся трансформация профессиональной деятельности, рост сферы услуг, приоритет науки и теоретического знания, подразумевающий развитие интеллектуальных технологий, нацеленность на улучшение качества жизни, здравоохранения, образования, культурных развлечений, ориентация на решение экологических проблем, стремление к использованию альтернативных экологически чистых способов организации деятельности.

Особый акцент делается на роли информации, которая выступает в качестве основного ресурса. При этом возникают определенные сложности, среди которых непрерывный рост информации и манипуляция ею. Отмечается новая форма коммуникации Интернет, позволяющая преодолевать дистанционный барьер, но в то же время провоцирующий отчуждение.

Исследование ориентируется также на более современных авторов, среди которых Д. Иванов⁴, В.Л. Иноземцев⁵, Ф. Уэбстер⁶. Постиндустриальное общество порождает новую реальность – виртуальную, которая создает «зеркальные миры», замещая реальные социальные акты симуляторами. Информация же в таком обществе подразумевает коммуникацию. Отсюда меняются требования к навыкам личности. Например, необходимость постоянного совершенствования искусства диалога. В работе рассматривается соотношение формулировок «информационное» и «постиндустриальное», которое допускает употребление их как взаимозаменяющих в исследовании современного общества.

¹ Белл, Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / перевод с английского. Изд. 2-ое, испр. и доп. — М. : Academia, 2004. — С.171.

² Тоффлер, Э. Третья волна. — М. : ООО Фирма «Издательство АСТ», 2004. — С.14.

³ Кастельс, М. Информационная эпоха. Экономика, общество, культура. — М., 2000. — С.76.

⁴ Иванов, Д. Общество как виртуальная реальность // Информационное общество. — М. : ООО «Издательство АСТ», 2004. — С.357-358.

⁵ Иноземцев, В. Л. Современное постиндустриальное общество. — М., «Логос», 2000. — С.62-75.

⁶ Уэбстер, Ф. Теории информационного общества. — М. : Аспект-пресс, 2004. — С.23.

Отмечается, что современная эпоха может наименовать постиндустриальной с учетом некоторой незавершенности данного феномена. Что касается российского общества, то оно буквально находится в моменте перехода, требующего определенных усилий и решения многих проблем, необходимых для полноценной трансформации социального пространства.

В §2 второй главы «Ценностный мир человека в современную эпоху» отмечается формирование нового индивида, ценностные ориентации которого претерпевают изменения. С одной стороны такие трансформации связаны с процессами, происходящими в обществе, а с другой стороны это связано с потребностями самого человека, который нуждается в формировании нового ценностного бытия. Изменения ценностей личности выражается в нескольких направлениях. Одним из таких будет формирование общества потребления, в котором реальность подменяется псевдо-миром, а само потребление перерастает в товарный фетишизм. Рассматривается роль модного феномена, в условиях которого появляются модные профессии, модные виды спорта, модная еда, модный образ жизни. мода стала способом презентовать себя, но в тоже время и опустошить себя как личность.

Отмечается изменение ценностного отношения к теме смерти через молчание и нежелание говорить о ней. В тоже время она обрела конечный статус, порождает внимание к земной жизни, а не к бессмертию. Особую ценность приобретает сексуальность, где тело занимает место души, которое нужно любить, холить и выставлять напоказ. Сексуальность стала формой самовыражения личности, не связанной с репродуктивной функцией. На смену любви приходит эротизм, в котором сексуальные удовольствия направлены на себя. В постиндустриальном обществе происходит уход от традиционных ценностей. Изменяется форма семьи, которая больше походит на форму духовной близости, не связанной с обязательствами, нормами или продолжением рода. Семья будущего – виртуальная семья. В таких условиях, производится разделение общества на материалистов и постматериалистов.

Уделяется также внимание проблемам кризиса идентичности, стремления к индивидуальности и возрастания собственного Я, утрачивая связь с прошлым и будущим. В настоящее время формируется новый тип личности, который не готов к реальности и нетерпим к неудовлетворенным желаниям.

В параграфе отмечается особая роль книжной культуры, где меняется ценностное отношение к книге. Даже изменяя форму своего существования, книга продолжает транслировать и воплощать через себя ценностные установки. Происходит соотношение книжной и посткнижной эпохи, где выявляются сильные и слабые стороны каждой. В исследовании ценностного бытия личности в современную эпоху использовались работы таких авторов как Ж. Липовецкого¹, Э. Гидденса², З. Баумана³, Р. Инглхарт⁴.

Заключение. Категория ценности требует к себе особого внимания, так как она не просто косвенно затрагивает каждого индивида, но и определяет его бытие, придает смысл его жизни. В работе были преодолены трудности определения данного понятия. Было выявлено, что ценности – это особо значимые представления, вмещающие в себя образы идеального, чувственные переживания, социокультурные универсалии определенного исторического периода, которые служат отражением целой эпохи, но и в тот же момент содержат в себе мир одного «маленького» человека. Мир ценностей – это многообразие культурных, религиозных, социальных установок, которые не могут быть статичны. Ценностям свойственна изменчивость, направление которой задает человек и то пространство, в котором он обитает.

В ходе исследования рассмотрено соотношение категорий ценностей и феномена моды, которое отмечает их особую связь. мода, выступая в роли инструмента в руках человека, влияет на формирование ценностного бытия, выбор и усваивание определенных жизненных ориентиров, соответствующего

¹ Липовецкий, Ж. Эра пустоты: эссе о современном индивидуализме / Перевод с французского В. В. Кузнецовым. — Санкт-Петербург «ВЛАДИМИР ДАЛЬ», 2001. — С.52.

² Гидденс, Э. Трансформация интимности. Сексуальность, любовь и эротизм в современных обществах / Пер. с англ. — СПб. : Питер, 2004. — С.33.

³ Бауман, З. Индивидуализированное общество / Пер. с англ. — М. : Логос, 2005. — С.281-285.

⁴ Инглхарт, Р. Постмодерн: меняющиеся ценности и изменяющиеся общества // Полис. — 1997. — № 4. — С.6-33.

им образа жизни. Это осуществляется посредством приобретения культурного и социального опыта, формирования эстетического видения мира и вкуса, придания актуальности или «перезагрузки значимости» какой-либо ценности.

В новых формирующихся условиях происходит процесс становления постиндустриального общества. Выявлены его характерные черты. Но при этом современное пространство находится лишь в процессе становления, а не окончательного и полноценного перехода.

В эпоху постиндустриального общества человек сталкивается с кризисом прежней системой ценностей. Во-первых, это связано с формированием нового пространства. Во-вторых, сама личность, не желая подчиняться прежним нормам, ищет другие ценностные формы, которые будут его удовлетворять. Анализ ценностного бытия постиндустриального общества, углубляясь в категории сексуальности, книжной и посткнижной культуры, семьи, общества потребления, моды, смерти, позволил сформировать такую ценностную систему, которая ранее не была отражена. Предложенная система не является окончательной, но она показывает направление, в котором движется современный человек.