

Аксиология — теория ценностей, философское учение о природе ценностей, их месте в социальной действительности и о структуре ценностного мира.

Согласно аксиологическому подходу, в каждой из этнических и национальных культур создаются ценности, имеющие общечеловеческое значение. Этот неоспоримый факт становится очевидным в диалоге культур, когда достижения одного этноса или нации, становясь известными другим, позитивно принимаются большими социальными общностями и начинают играть значительную роль в их социокультурном развитии.

Общечеловеческая составляющая присутствует в научных открытиях, изобретениях, произведениях художественной культуры и литературы, в выдающихся по своей эстетической ценности архитектурных памятниках. Так, изобретение радио и телевидения несомненно имеет общечеловеческое значение в развитии научно-технического прогресса и международного культурного обмена. А такие великие произведения русской национальной культуры, как романы «Война и мир» Л. Н. Толстого, «Преступление и наказание» и «Братья Карамазовы» Ф. М. Достоевского, ставшие известными далеко за пределами России, позволили миллионам людей во многих странах мира по-новому задать себе вопросы о смысле человеческой жизни, о нравственных ценностях – религиозных и светских, о совести и свободе воли.

Не меньший общечеловеческий вклад принадлежит и культурам, являющимся аналогами первобытности. В настоящее время, когда человечество осознало опасность бездумного покорения природы, ученые во всем мире по-новому оценили *экофильность* (неразрушительное отношение к окружающей среде), свойственную хозяйственной деятельности и образу жизни американских индейцев, народов Крайнего Севера (Приамурья, Восточной Сибири, Сахалина), аборигенов Австралии и других бесписьменных этносов.

В экофильных культурах «примитивных» народов были выработаны такие технологии ведения хозяйства и социокультурные образцы (паттерны) потребления, которые позволяют человеку жить в ладу с природой. Так, для обработки шкур животных в экофильных культурах применяются натуральные вещества, не отравляющие окружающую среду, при изготовлении одежды и строительстве жилищ природное сырье используется практически без отходов.

Любой этнос, принадлежащий к экофильному типу культуры (оседлой или кочевой), относится к территории своего расселения как к сакральной «земле предков», обеспечивающей выживание. Людям не приходит в голову вырубать и выставлять на продажу родные леса, планомерно истреблять пушных зверей или крокодилов ради наживы, осушать болота или распахать тундру, ибо действия, разрушающие среду обитания, приведут к гибели этноса. Сакрализация природы в культурах, являющихся аналогами первобытности, порождает эко-фильные алгоритмы социокультурного мышления.

Разумеется, общечеловеческое значение экофильных культур состоит не в том, чтобы предложить миру неолитический идеал в качестве «светлого» экологического будущего, а в их трансформирующем влиянии на ментальность «цивилизованных» народов. Знакомство с экофильным способом существования позволяет экономически развитым нациям иначе взглянуть на собственную культуру – увидеть свойственные ей *экоцидные* (убивающие природу) черты. Благодаря этому новому взгляду формируется и укрепляется экологическое сознание – понимание неприемлемости разрушения природы как невозполнимого ресурса выживания.

Повсеместно в мире среди обычных людей, и прежде всего молодежи, наметилась тенденция критического отношения к бездумному потреблению природных благ и загрязнению окружающей среды. Ученые-экологи в союзе с культурологами и социологами культуры разрабатывают и пропагандируют экофильные социокультурные модели жизнедеятельности, сочетающие в себе достижения научно-технического прогресса и развивающегося экологического сознания. Очень важным направлением экофильного социокультурного моделирования выступает проблема утилизации отходов.

Однако невозможно умолчать и о том, что сами экофильные культуры проиграли в историческом диалоге с развитыми цивилизациями. Недаром свою книгу о южноамериканских индейцах великий французский антрополог К. Леви-Стросс назвал «Печальные тропики»: культуры, аналогичные первобытным, не выдерживают того неуклонного давления, которое современная экономика оказывает на природную среду. Вырубаются леса Амазонии и Золотая тайга, в тундре и акватории Тихого океана близ Сахалина разрабатываются нефтяные месторождения. «Земли предков» сжимаются и сжимаются, подобно шагреновой коже. Разрушающая природу хозяйственно-экономическая деятельность ставит под угрозу существование экофильных культур.

И все же для их спасения предпринимаются определенные шаги: резервируются заповедные территории, создаются этнографические поселения, т. е. своеобразные социокультурные музеи. Посещая такие места, туристы со всего мира могут на время погрузиться в атмосферу законсервированной экофильной этнокультурной традиции, поразмыслить о жизни в гармонии с природой.

Некоторые антропологи и социологи культуры критически относятся к этническим резервациям и этнографическим поселениям, усматривая в них «инсценированную подлинность» – своеобразный социокультурный «антиквариат», выставленный на всеобщее обозрение. В определенной степени такая критика справедлива, но вместе с тем верно и другое: там, где государство не вкладывает средства в создание этнографических поселений, экофильные культуры прекращают свое существование и уходят в забвение.

В последние десятилетия стал очевидным и еще один аспект общечеловеческого вклада культур, являющихся аналогами первобытности, – экопсихологическая

компетентность, обеспечивающая выживание в условиях дикой природы. Дело в том, что вненаучные знания, которыми располагают и на которые опираются носители «примитивных» культур, не исчерпываются суммой практических сведений об окружающем мире. Мифологическая картина мира, свойственная таким культурам, включает в себя совокупность представлений о том, каким следует быть человеку в тех либо иных ситуациях, как должно «возделывать» свою психику, чтобы быть, например, удачливым в охоте или победить болезнь, не имея целебных снадобий, без жгута остановить кровотечение или одним возгласом отогнать стаю голодных хищников.

Подобное искусство управления психикой и телом, получившее известность благодаря этнологическим исследованиям, вызывает все больший интерес у жителей современных мегаполисов, где человеческие потребности обеспечиваются объемным научно-техническим ресурсом. Жилищные удобства, компьютеры, мобильная телефонная связь, автотранспорт, авиалинии, широкий ассортимент лекарств и медицинских услуг – все это и многое другое, казалось бы, стопроцентно гарантирует выживание. Но если внезапно отключается электричество или оказываются в дефиците другие энергоносители, может начаться хаос, ставящий под угрозу жизни людей. Именно поэтому людям особенно важны навыки выживания, известные материально бедным «примитивным» культурам.

Чем отчетливее современный горожанин осознает зависимость собственного выживания от технологического жизнеобеспечения, тем острее он ощущает собственную слабость и тем более важным и общезначимым представляется ему экопсихологический опыт культур, тысячелетиями обходившихся без чудес науки и техники. Об этом свидетельствуют такие явления, как растущая популярность книг, посвященных ученичеству у шаманов и колдунов (например, серия книг К. Кастанеды о мексиканском индейце – знатоке народной магии доне Хуане) и одиночным экспедициям исследователей бесписьменных культур.

Резюмируя сказанное, необходимо отметить, что аксиологический подход к выявлению соотношения общечеловеческого, национального и этнического в культуре тесно связан с проблемой взаимопознания народов, и именно в этой проблеме кроется слабость данного подхода. Насколько и для кого может сделаться очевидной общечеловеческая ценность музыки Моцарта, Бетховена, Чайковского, романов Бальзака и Р. Музиля, живописных полотен и офортов Гойи? Как понять людям, воспитанным в традиционной исламской культуре, общечеловеческую значимость византийской иконописи или буддийских культовых статуй Индии? Какие мысли о великих достижениях человеческого гения возникнут у обитателя лесов Амазонии при виде раритетного экземпляра первопечатной книги или новейшего образца компьютерной техники?

Пытаясь ответить на подобные вопросы, мы приходим к парадоксальному выводу: общечеловеческое в культуре может быть доступно только универсально образованным и просвещенным личностям, наделенным умением извлекать общечеловеческое из национального и этнического культурного достояния.

Разумеется, в определенной степени такой вывод верен, и именно культурологи и историки культуры являются теми, кто по роду своей профессиональной деятельности исследует и популяризирует достижения и ценности различных культур и способствует их освоению в процессе расширяющихся международных коммуникаций – внешних и внутренних культурных контактов. В этом и состоит просветительская роль культурологов как компетентных посредников в диалоге культур.

Ценности — регулятор человеческого поведения и высшая цель его деятельности. Именно ценностным свойством мир культуры отличается от мира природы. Такое понимание культуры получило название ценностного (аксиологического).

Согласно так называемому аксиологическому подходу каждый вид деятельности воспринимается как культурнозначимый, если он ценностно ориентирован, и т.д. М.С. Каган обращает внимание на то, что, несмотря на стремление выявить в культуре самое существенное, все подходы к ней, или «философии культуры», обладают односторонностью. В действительности культура — это и деятельность, и творчество, и совокупность ценностей, и система знаков или культурных кодов, смыслы которых составляют внутреннее содержание культуры, и еще многое другое. Поэтому, с его точки зрения, философия культуры как общая теория культуры должна строиться на основе системного, или структурно-системного, подхода, основанного на понимании культуры как сложной, динамично развивающейся системной целостности.

В XIX в. возникла особая философская дисциплина о ценностях — аксиология (от греч. *axia* — ценность и *logos* — слово, учение). Г. Лотце в 1860-х гг. стал рассматривать «благое», «прекрасное» и «справедливое» как основные ценности бытия. А философы-неокантианцы фрейбургской школы В. Виндельбанд и Г. Риккерт несколько позже впервые создали теорию ценностей, в которой представили их как феномены культуры. Риккерт писал, что ценности образуют «совершенно самостоятельное царство», которое лежит вне «царства бытия». Например, картина обладает бытием как нечто состоящее из полотна, краски, лака, но все это, взятое само по себе, не образует эстетической ценности. Из этого он делал вывод о необходимости различать два типа наук — науки о природе (бытии) и науки о культуре (ценностях).

Анализ различных подходов к пониманию ценностей увел бы нас слишком далеко. Не вдаваясь в него, будем исходить из следующих представлений. Ценность — это фиксированная в сознании человека характеристика его отношения к объекту. Ценность для человека имеют предметы, которые доставляют ему положительные эмоции: удовольствие, радость, наслаждение и т.п. Поэтому он желает их и стремится к ним. Ценностью могут обладать как материальные вещи или процессы, так и духовные явления (знания, представления, идеи и т.д.).

Предметы могут иметь ценность, но они сами по себе не являются ценностями. Ценность — не предмет, а особый вид смысла, который усматривает в нем человек. Особенность смысла другого вида (ценностного смысла) в том и состоит, что он выражается в отношении человека к предмету — в положительных эмоциях (это

отличает его от знания, которое представляет собой другой вид смысла — информацию о свойствах предмета). Ценностный смысл существует в голове человека, но он как бы выносится вовне ее, «объективируется» и принимает вид особого духовного образования — ценности как некоей сущности, заключенной в предмете.

Человек стремится к положительным эмоциям и считает возможным с помощью некоего предмета получить их. Благодаря этому предмет становится желанным, удовлетворяющим запросы, потребности, интересы личности, а потому доставляющим ей положительные эмоции. В результате он приобретает ценность (если же предмет представляется человеку не удовлетворяющим никаких желаний или мешающим их удовлетворять, то он не имеет ценности либо имеет отрицательную ценность — «антиценность»). Однако, по сути дела, ценность содержится не в самом предмете, а в тех особых («приятных», «дорогих», «возвышенных») чувствах и переживаниях, которые он вызывает у человека благодаря тому, что человек усматривает в нем их источник. Автомобиль имеет ценность не потому, что у него мощный мотор или высокая цена, а потому, что он обеспечивает комфорт, престиж, удовольствие от вождения и т.д. Что же касается мотора, цены и других его качеств, то они не ценности, а лишь условия, которые позволяют иметь ценность.

Ценность объекта в большей или меньшей мере зависит от его свойств. Но определяется она не столько его собственными свойствами, сколько отношением к нему человека. Решающее значение при этом имеют сложившиеся в культуре представления об объектах и о том, как и какими средствами люди должны удовлетворять свои желания, и потребности, а также то, в какой мере личность, воспринимающая предмет, освоила эти представления и разделяет их.

Ценность не такое качество, которое присуще объекту независимо от того, знает или не знает о том человек. Когда человеку ничего не известно о ценности объекта, этот объект для него ценности не имеет. Даже если объект обладает свойствами, позволяющими удовлетворять какую-то человеческую потребность, это еще не значит, что он обладает ценностью, — необходимо, чтобы человек осознавал наличие в нем таких свойств. Например, земное тяготение, воздух, витамины, общение с другими людьми необходимы человеку, он без них не может существовать; но если он не сознает этого, то и они для него ценности иметь не будут.

«Ценность» в культурологии не следует путать с экономическим понятием стоимости. Стоимость является лишь денежным выражением ценности, при этом величина стоимости совсем не обязательно соответствует ценности объекта. Для человека могут представлять большую ценность какой-нибудь грошовый памятный сувенир или старая фотография, хотя их денежная стоимость равна нулю. Ценность вообще далеко не всегда может быть выражена в деньгах. Например, такие ценности, как воспоминания, чувства, радость творчества и т.п., нельзя ни продать, ни купить ни за какие деньги.

Ценность надо отличать от полезности. Ценная вещь может быть совершенно бесполезной (Г. Флобер как-то сказал: «Искусство — это поиски бесполезного»), а

полезная — не иметь ценности (например, утренняя зарядка). Польза есть объективный результат воздействия вещи на человека, возникающий даже тогда, когда человек не знает и не догадывается о нем. Если человек осознает пользу чего-либо, он обычно «ценит» то, что ему полезно. Но ценность пользы (как и вещи, ее приносящей) — это характеристика не самой пользы* а опять же отношения человека к ней.

Точно так же ценность отличается от истины. «Истина может быть носителем ценности, но в отличие от добра и красоты она не является самой ценностью. Истина может иметь ценность, а может и не иметь». В известном изречении Аристотеля «Платон мне друг, но истина дороже», очевидно, утверждается высшая ценность истины. Но для кого-то, наоборот, «Платон» может быть дороже истины, т.е. дружба выступает как более высокая ценность, чем истина. Бывает, что ценностью представляется не истина, а ложь. У Пушкина есть строки:

Тьмы низких истин мне дороже

Нас возвышающий обман.

Мир ценностей сложен и трудноописуем. Ценности разнообразны и неоднородны. В аксиологии предложены различные варианты их классификации.

Г. Риккерт, один из родоначальников аксиологии, разделял все ценности на шесть классов: логические (в научных достижениях), эстетические (в произведениях искусства), мистические (в культах), религиозные, нравственные, личностные.

Философ и психолог Г. Мюнстерберг в начале XX в. предложил различать два типа ценностей — жизненные (например, любовь, счастье) и культурные (например, поэзию, музыку), а в каждом из этих типов — логические, эстетические, этические и метафизические ценности.

Один из видных немецких философов XX в. М. Шелер выстраивал ценности в иерархию: на низшей ее ступени находились ценности чувственные («приятное»), над ними — жизненные, или витальные («благородное»), еще выше — духовные, в том числе эстетические («прекрасное»), морально-правовые («справедливое»), гносеологические («истинное»), а на верхней ступени — религиозные («святое»).

Французский аксиолог И. Гобри выделил в качестве основных четыре ценности: пользу, красоту, истину и добро.

В современной отечественной литературе по культурологии свой вариант классификации ценностей предлагает Б. Ерасов:

1. витальные — жизнь, здоровье, безопасность, благосостояние и т.д.;
2. социальные — семья, дисциплина, трудолюбие, предприимчивость, богатство,

равенство, патриотизм и пр.;

3. политические — гражданские свободы, законность, конституция, мир и др.;
4. моральные — добро, любовь, честь, порядочность, уважение к старшим, любовь к детям и т.п.
5. религиозные — Бог, Священное Писание, вера и пр.;
6. эстетические — красота, стиль, гармония и др.

В книге Г. Выжлецова выделяются четыре класса ценностей:

1. духовные (в религии, нравственности, искусстве),
2. социальные (политические, правовые, моральные),
3. экономические,
4. материальные.