

# КУЛЬТУРА И ОБЩЕСТВО

DOI: 10.17805/zpu.2016.4.10

## Соотношение ценностей и потребностей личности в современном обществе\*

В. А. СИТАРОВ, Л. В. РОМАНИК

(МОСКОВСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ)

*В статье анализируется проблема соотношения ценностей и потребностей личности. В контексте социокультурных изменений современного общества показано, что ценности составляют вершинный слой личностной организации, при этом потребности относятся в большей степени к глубинным слоям.*

*В генетическом плане потребности имеют внутренний источник происхождения, отражая состояние нужды в чем-либо, личностные ценности имеют внешний источник, отражая коллективный опыт социальной общности. Важнейшие личностные образования как идеалы, смыслы, убеждения, принципы формируются на основе ценностей, усвоенных и воспринятых в культуре. Эти образования составляют внутренний духовный стержень личности, ее ментальную формацию.*

*Для молодежи переход жизненной мотивации от потребностей к ценностям составляет важный этап взросления. Детский период психологически находится под печатью действия различных потребностей, взрослый мир — это мир ценностей. По мере взросления человек все больше управляется ценностями. Взрослый как полноценный субъект означает такой статус, когда человек не только мотивируется ценностями, но и выступает в качестве их активного носителя, транслятора. В этом качестве он начинает влиять на других, становясь социально значимой фигурой, и уже входит в мир как целостная личность. Поэтому выход к ценностям есть важный рубеж на жизненном пути человека, когда он либо делает шаг в сторону взрослости, либо остается в инфантильной зависимой позиции. Ключевые слова: ценности; личностные ценности; потребности; современное общество*

### ВВЕДЕНИЕ

Современные философско-культурологические, психолого-педагогические исследования, раскрывая аксиологические проблемы, показывают, что ценности как эталон явлений действительности возникают в период кризисов, смены социальных ориентиров и отображают «дух» эпохи.

\* Статья подготовлена при поддержке РФНФ (проект "Международная научно-практическая конференция "Ценности и интересы современного общества", №16-02-14050г)

The article was written within the framework of the project supported by the Russian Foundation for the Humanities (International research conference "Values and interests of contemporary society", Grant No. 16-02-14050г)

Рассматривая дефиницию «ценность» как то, что лично значимо для человека и, по совершенно справедливому замечанию Н. О. Лосского, определяет смысл всего: личности, общества, поступка, события, то на современном этапе — это «мир должного», нравственные и эстетические идеалы; и феномены сознания из «мира сущего», имеющие ту или иную мировоззренческую значимость для субъекта и общества в целом (Лосский, 1991). Поэтому ценности являются своеобразным источником духовного производства, которое, в свою очередь, имеет решающее значение в деле воспитания подрастающего поколения. Целью настоящей статьи является анализ проблемы соотношения ценностей и потребностей личности.

### *ЦЕННОСТИ И СОВРЕМЕННЫЙ МИР*

Ценности задают одну из возможных предельных рамок социокультурной активности человека. С. Ф. Анисимов утверждает, что высшими ценностями являются человечество и человек, ценности материальной жизни — это природные ресурсы, орудия и продукты труда, ценности социальной жизни представлены семьей, нацией, государством, а ценности духовной жизни и культуры — научные, философские, нравственные идеалы (Анисимов, 2001). Современный польский ученый Т. Страва в качестве основного критерия значимости ценности для конкретной личности определяет ее отношением к общественной жизни, к другим людям, собственному развитию и в этой связи выделяет нравственные ценности; интеллектуальные ценности; общественные ценности; эстетические ценности (Страва, 1999).

В свою очередь, значимость для человека тех или иных ценностей является характеристикой их принятия или неприятия и связана с отношением, под которым следует понимать целостную систему индивидуальных избирательных, сознательных связей личности с различными сторонами объективной действительности (Мясищев, 2011).

Но осмысливая происходящие процессы, многие видные ученые и исследователи приходят к заключению, что в современном мире все имеет свою цену, но не имеет ценности. Мир сжался до узкоутилитарных, прагматических вещей, недолговечного пользования. Люди перестали мыслить вечными категориями, предпочитая различного рода условности и договоренности долговременным обязательствам и ответственности. Об этом писал И. М. Ильинский почти 15 лет назад в своей книге «Образовательная революция» (Ильинский, 2002). И сегодня еще более очевидно, что цивилизация достигла предела, поскольку человек и общество без ценностей жить не могут, они обречены на вымирание.

### *ОБЩЕСТВО ПОТРЕБЛЕНИЯ*

На макросоциальном уровне к концу XX века констатируется системная трансформация социальной структуры в логике перехода от модели «общества социального благосостояния» с крепким средним классом производителей к модели «общества потребления» с опорой на массового потребителя-пользователя. В личностном плане такой переход сопровождается изменениями во внутренней психологической структуре, в которой непомерно разрастается потребностная сфера за счет уменьшения вершинных ценностно-смысловых образований. Именно потребности являются основой для возникновения мотивов — непосредственных побудителей поведения.

Отечественный психолог А. Н. Леонтьев, описывая феномен поведения человека, когда происходит сдвиг мотива на цель, а потребности становятся целью жизни чело-

века (Леонтьев, 1975). Подобно рода трансформации происходят с индивидом в обществе потребления, отмечается сдвиг ценностей на потребности. Человек становится зависимым от потребления различного рода «благ» на умело сфабрикованном рынке спроса и предложений. Другими словами, потребность — это нужда, необходимость в чем-либо. Индивид в обществе потребления чувствует свою значимость и самодостаточность, свое достоинство, если является носителем определенного потребительского поведения, а не знаний, умений, личных качеств или ценностей.

В психолого-педагогической литературе отмечается важное последствие общества потребления, связанное с деформацией ведущей деятельности, когда понятия «труд» и «творчество» подменяются понятием «услуги». Жизненный успех человека определяется не тем, сколько он сделал и произвел, а тем, сколько он потребил. Известно, что человек может мотивироваться как потребностями, так и личностными ценностями. И те и другие заставляют его быть активным, совершать какие-то действия. На первый взгляд большой разницы здесь нет. Вместе с тем представленный в литературе более тонкий психологический анализ вскрывает ряд важных различий (Леонтьев, 2002).

Феноменологически потребности действуют «здесь и теперь», выражая текущее состояние динамичных отношений человека с миром, их внутренняя значимость и побудительная сила постоянно меняются. Личностные ценности выражают «консервированные» отношения с миром, обобщенные и переработанные совокупным опытом социальной группы, и в своем функционировании они практически не зависят от ситуативных факторов. Таким образом, потребности являются ситуативными, а ценности — стабильны.

### *ЦЕННОСТИ И ПОТРЕБНОСТИ*

Как отмечает Д. А. Леонтьев, если через потребности человек переживает свои отношения с миром «один на один», то через ценности он переживает свою принадлежность к социальному целому. Если в своих потребностях человек всегда одинок, то в ценностях, напротив, он всегда не один (там же). По вектору своего действия можно также увидеть различия. Так, если потребности обращают человека на самого себя, на свои нужды и проблемы, то ценности обращают его вовне, на других, на социум, культуру и т. д.

В. Франкл, изучая смысловую природу человека, подметил, что потребности толкают нас, а ценности притягивают. Если потребности направляют человека на желательное состояние, то ценности направляют в желательном направлении (Frankl, 1969). Если ценности зовут, то потребности понуждают. Потребности человек субъективно воспринимает как нечто, находящееся внутри его и толкающее к чему-то «снаружи», ценности воспринимаются как нечто внешнее, относящееся к миру. Поэтому если свои потребности человек может скорректировать и как-то изменить, то ценности не поддаются изменению, их можно либо принять, либо отвергнуть.

По форме репрезентации потребности переживаются как желания, нужды, напряжения и т. д., ценности переживаются как идеалы, т. е. конечные ориентиры желательного состояния дел не только для самого себя, но и для других. При этом ценностные идеалы могут и не осознаваться субъектом, но от этого сила ценностного отношения не теряется. Кроме того, в структуре мотивирования эти идеалы, как правило, носят главенствующую роль, подчиняя потребности, регулируя их побудительным потенци-

алом, актуализируя те потребности, которые близки идеалу, и снижая действие других, не отвечающих идеалу.

Важно отметить момент соединения, «встречи» потребностей, способностей человека и отвечающих им ценностей в процессе деятельности, который носит сложный характер и ведет к образованию личностного смысла. Этот смысл во многом обуславливает жизненный путь личности, становится его судьбой.

Таким образом, полноценное мотивирование жизнедеятельности человека связано с побудительным действием как потребностей, так и ценностей. Если первые отражают природно-индивидуальный, во многом стихийный план мотивации, то вторые выражают социокультурные регуляторы и активаторы мотивации, более устойчивые и стабильные. Если человек заряжается потребностями, то живет он по своим ценностям. Такие важнейшие личностные образования, как идеалы, смыслы, убеждения, принципы и пр., формируются на почве ценностей, усвоенных и воспринятых в культуре. Эти образования составляют внутренний духовный стержень личности, ее ментальную формацию.

Современные исследователи В. А. Ситаров, В. В. Пустовойтов отмечают, что активность как центральная составляющая поведения человека детерминирована определенными состояниями человека как организма, социального индивида и личности, выражающими зависимость его от окружающей среды: материальной, социальной, духовной. В современных исследованиях по психологии, социологии, экономике существует масса самых различных классификаций, пытающихся сколь-либо полно описать человеческие потребности. Однако пока это никому не удавалось. И такая ситуация объяснима. Дело в том, что поведение человека многообразно, практически любой «объект» может стимулировать возникновение той или иной потребности (Ситаров, Пустовойтов, 2013).

В этой связи понятно, что значит для человека, и особенно для молодого человека, остаться жить без ценностей, остаться один на один со своими потребностями, когда путь к ценностям оказывается перекрытым различными постмодернистскими вторжениями, а традиционные институты их передачи выводятся из строя. Учеными уже описывается одинокий, отчужденный, безучастный, рефлектирующий, ни во что не верящий индивид, живущий под страхом потерять кусок благ со «стола» общества потребления.

Человек без ценностей превращается в «беспозвоночное существо», вынужденное каждый раз приспосабливаться под натиском различных потребностей, которые умело «подкачиваются» обществом потребления. Сознание ввергается в бесконечный круговорот удовлетворения желаний, из которого нет выхода, поскольку «окно ценностей» в таком обществе закрыто витриной предложений различных благ и услуг по определенной цене. Между тем ценности цены не имеют.

Для молодежи переход жизненной мотивации от потребностей к ценностям составляет важный этап взросления. Детский период психологически находится под печатью действия различных потребностей, взрослый мир — это мир ценностей. По мере взросления человек все больше управляется ценностями. Взрослый как полноценный субъект означает такой статус, когда человек не только мотивируется ценностями, но и выступает в качестве их активного носителя, транслятора. В этом качестве он начинает влиять на других, становясь социально значимой фигурой, и уже входит в мир как целостная личность. Поэтому выход к ценностям есть важный рубеж на жизненном пути человека, когда он либо делает шаг в сторону взрослости, либо остается в инфантильной зависимой позиции.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В этой связи задача общества — помочь молодым людям сделать этот шаг, открыть для них мир ценностей и смыслов. Однако в обществе потребления такой «вид услуг» не предусмотрен, и новые поколения вынуждены самостоятельно искать способы перешагнуть порог взросления, пытаясь на свой страх и риск пробиться к ценностям сквозь толщу потребительской ментальности. При этом надо признать, что для многих такой шаг оказывается сегодня нежелательным, поскольку сопряжен с массой проблем и риском ответственности, а в обществе потребления можно прожить и так без забот, не занимаясь трудом. В итоге значительная часть современной молодежи не может (и не желает) перейти Рубикон взрослости, оставаясь в инфантильном состоянии. Социум все больше наполняется седеющими юношами и девушками, не знающими долга и ответственности, но платящими за это высокую цену, а именно неполноценностью своей личности. Так постепенно из современности стирается личностное начало в культуре, уходит социальная база возобновления ценностей.

В целом нужно признать, что для человека жить только по потребностям — это значит обречь себя на природно-животный план бытия. Известно, что у животных нет ценностей, они живут различными инстинктами и потребностями, но у них нет и сознания. В обществе потребления особенно молодым людям легко сбиться и соскользнуть в бездну манящих желаний, для которых уже готов в данной ситуации проект по расчеловечиванию и движению в деэволюционном направлении.

Таким образом, необходимо отметить, что именно через личность возобновляется ценностный поток в культуре. Ценности, попавшие во внутренний мир человека и образуя его личностный смысл, как бы начинают жить новой жизнью. Человек как субъект уже сам транслирует эти ценности в своих поступках и отношениях, наполняя их новым содержанием, которое он придает им как носитель данных ценностей. Тем самым ценности, проникая в личность, продолжают свой ход в культуре, а человек как носитель ценностей остается в истории, преодолевая смерть и продолжая жить в социальной памяти.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Анисимов, С. Ф. (2001) Введение в аксиологию. М. : Современные тетради. 128 с.  
Ильинский, И. М. (2002) Образовательная революция. М. : МГСА, 592 с.  
Леонтьев, А. Н. (1975) Деятельность, сознание, личность. М. : Политиздат. 304 с.  
Леонтьев, Д. А. (2002) От инстинктов — к выбору, смыслу и соморегуляции: психология мотивации вчера, сегодня и завтра // Современная психология мотивации / под ред. Д. А. Леонтьева. М. : Смысл. 343 с. С. 4–12.  
Лосский, Н. О. (1991) История русской философии. М. : Высшая школа. 559 с.  
Мясищев, В. Н. (2011) Психология отношений: Избранные психологические труды / под ред. А. А. Бодалева. 4-е изд. М. : Воронеж : Модэк ; МПСИ. 398, [1] с.  
Ситаров, В. А. Пустовойтов, В. В. (2013) Социальная экология : учебник для бакалавров. 2-е изд. М. : Издательство «Юрайт». 517 с.  
Страва, Т. (1999) Академическая зрелость как интегральная ценность и показатель готовности студентов к профессиональной деятельности : дис. ... д-ра пед. наук. М. : Щецин. 323 с.  
Frankl, V. E. (1969) The will to meaning. N. Y. : New American Library.

*Дата поступления: 20.11.2016 г.*

*THE CORRELATION OF PERSONAL VALUES  
AND INTERESTS IN CONTEMPORARY SOCIETY*

*V.A. SITAROV, L.V. ROMANYUK  
(MOSCOW UNIVERSITY FOR THE HUMANITIES)*

The article examines the issue of correlation between the values and needs of a person. By placing this problem within the context of sociocultural change in contemporary society, we show that values reside at the top level of personality structure, while needs refer to its deeper layers.

Genetically, needs have an internal origin as a reflection of specific requirements, while personal values as an extension of collective experience of social community originate externally. Such crucial entities as ideals, meanings, principles and convictions stem from values perceived and adopted via culture, thus forming the core of the personality profile and its mental shape.

For adolescents, the motivational transition from needs to values forms an important stage of coming of age. Psychologically, childhood is dominated by a variety of needs, while the adult world is that of values. Further advancing towards maturity, people are increasingly motivated by values. A fully-fledged adulthood is a status when they become propagandists of these values, thus influencing others, struggling for a position of social importance and breaking into the world as a fully shaped personality. Transition to value motivation is therefore a crucial boundary to cross, when people choose either to progress towards adulthood or remain infantile and dependent. The society should help adolescents to take the right direction and step into the world of values and meanings. Keywords: values; personality values; needs; contemporary society

*REFERENCES*

- Anisimov, S. F. (2001) *Vvedenie v aksiologiiu*. Moscow, Sovremennyyetetradi. 128 p. (In Russ.)
- Ilinский, I. M. (2002) *Obrazovatel'naiarevoliutsiia*. Moscow, MGSA. 592 p. (In Russ.)
- Leont'ev, A. N. (1975) *Deiatel'nost', soznanie, lichnost'*. Moscow, Politizdat. 304 p. (In Russ.)
- Leont'ev, D. A. (2002) *Otinstinktov — k vyboru, smysluisomoregulatsii: psikhologii amotivatsiivchera, segodnia i zavtra*. In: *Sovremennaiia psikhologii amotivatsii*, ed. D. A. Leont'ev. Moscow, Smysl. 343 p. Pp. 4–12. (In Russ.)
- Losskii, N. O. (1991) *Istoriia russkoi filosofii*. Moscow, Vysshiaia shkola. 559 p. (In Russ.)
- Miasishchev, V. N. (2011) *Psikhologiiia otnoshenii: Izbrannye psikhologicheskie trudy*, ed. A. A. Bodaev. 4th ed. Moscow, Voronezh, Modek, MPSI. 398 p. (In Russ.)
- Sitarov, V. A. and Pustovoitov, V. V. (2013) *Sotsial'naia ekologiia: uchebnik dlia bakalavrov*. 2-e ed. Moscow, Iurait Publ. 517 p. (In Russ.)
- Strava, T. (1999) *Akademicheskaiia zrelost' kak integral'naia tsennost' i pokazatel' gotovnosti studentov k professional'noi deiatel'nosti* : Diss. ... Doctor of Pedagogy. Moscow, Shchetsin. 323 p. (In Russ.)
- Frankl, V. E. (1969) *The will to meaning*. N. Y., New American Library.

*Submission date: 20.11.2016.*

Ситаров Вячеслав Алексеевич — доктор педагогических наук, профессор, заведующий кафедрой педагогики и психологии высшей школы Московского гуманитарного университета. Адрес: 111395, Россия, г. Москва, ул. Юности, д. 5. Тел.: +7 (495) 374-74-59. Эл. адрес: sitarov@mail.ru

Романюк Лариса Валерьевна — доктор педагогических наук, профессор, проректор по научной работе Московского гуманитарного университета. Адрес 111395, Россия, г. Москва, ул. Юности, д. 5. Тел.: +7 (495) 374-58-81. Эл. адрес: lromanyuk@mosgu.ru

Sitarov Viacheslav Alekseevich, Doctor of Pedagogy, Professor and Chair, Department of Pedagogy and Psychology of Higher School, Moscow University for the Humanities. Postal address: 5 Yunosti St., 111395 Moscow, Russian Federation. Tel.: +7 (495) 374-74-59. E-mail: sitarov@mail.ru

---

Romaniuk Larisa Valer'evna, Doctor of Pedagogy, Professor, Vice-rector for research, Moscow University for the Humanities. Postal address: 5 Yunosti St., 111395 Moscow, Russian Federation. Tel.: +7 (495) 374-58-81. E-mail: [lromanyuk@mosgu.ru](mailto:lromanyuk@mosgu.ru)