

О НЕКОТОРЫХ ТЕРМИНАХ, ОТРАЖАЮЩИХ ПРОЦЕСС ИЗМЕНЕНИЯ ЦЕННОСТЕЙ В СОВРЕМЕННОМ НЕМЕЦКОМ ОБЩЕСТВЕ

Всплески интереса к проблеме ценностных изменений замечались (и замечаются сейчас) в обществах, переживающих кризисные явления, вызванные либо исключительно высокой социально-экономической динамикой, либо, наоборот, ее почти полной утратой (стагнацией). Поэтому не случайно, что в настоящее время ценностная проблематика теснейшим образом связана с попытками всестороннего осмысления процессов модернизации, затронувших, хотя и в разной мере, все страны и регионы.

Следует отметить, что в каждой стране существуют свои традиции изучения ценностных изменений, что объясняется глубокой связью между системой ценностей населения той или иной страны и ее национальной историей.

Однако первоначально во всем мире изучение ценностей осуществлялось в рамках традиционной аксиологии. Только в середине семидесятых годов XX века в Федеративной Республике Германии появилась первая социологическая научная монография о процессах изменения ценностей. С этого момента в Германии, как и во многих других странах, изменение ценностей становится темой социологической науки. Начинается формирование нового подхода к изучению ценностных изменений, эмпирико-социологического, путь к которому шел через культурную антропологию 40–50-х годов. В основе этого подхода лежит отказ от изучения отдельных ценностей. Вместо этого осуществляется изучение сфер жизни населения и инвентаризация ценностей, существующих и преобладающих в этих сферах. Сегодня задачами немецкой социологии является установление, интерпретация и описание того, какие ценности действительно в настоящее время, в каком порядке и в какой иерархии они располагаются, какие функции они выполняют в обществе.

Уже несколько десятилетий изучение ценностей в Германии традиционно занимает одно из основных мест в социальных науках. Интересным является тот факт, что сильный всплеск интереса к проблеме ценностей наблюдался в этой стране дважды. Первая волна подъема интереса к проблеме ценностей наблюдалась в послевоенные годы, когда произошло разделение немецкого государства и на территории некогда единой страны началось формирование двух немецких наций, каждой — со своей системой ценностей, во многом отличной от системы ценностей соседнего государства. Этот факт признается большинством немецких социологов, некоторые из которых, изучая ценности в ГДР и ФРГ, в свое время полностью отвергали возможность воссоединения Германии (Г. Швайглер) [7]. Именно в этот период, как уже упоминалось выше, в Западной Германии началось формирование эмпирико-социологического подхода к изучению ценностей и их изменения. Кроме этого в Западной Германии сформировались собственные традиции изучения ценностей, что было связано с дискредитацией национальных символов и их объединительной силы в эпоху национал-социализма. Роль объединительной силы начинают играть единые для всей нации ценности, распределение которых происходит в рамках имплицитной (не зафиксирована в форме законов, она состоит из мнений и настроений членов общества, ее социальное местонахождение — не в своде законов, а в общественном мнении) и эксплицитной (существует в форме законов, но она не присутствует в повседневной жизни человека, у нее есть власть над человеком, но не в самом человеке) конституций. Вторая волна подъема интереса к изучению ценностей связана с объединением Германии. Объединение привело к тому, что страна оказалась в новом для себя состоянии, после первоначальной эйфории произошло осознание проблем и трудно-

стей, появились так называемые проблемы Восточных земель, ксенофобии и разницы менталитетов.

Анализ публикаций ведущих немецких социологов показывает, что с онтологической точки зрения ученых при изучении ценностей интересуют такие сферы, как экономика, политика и обыденная жизнь. Объясняется это тем, что именно в этих сферах и проявляются, прежде всего, происходящие в стране ценностные изменения, фиксируемые в большом количестве эмпирических исследований.

Показателем научной зрелости эмпирико-социологического подхода к изучению ценностей в Германии является наличие собственного понятийного аппарата с минимальным числом терминологических дублетов.

Рассмотрим, в каких терминах отражается процесс изменения ценностей в современном немецком обществе.

1. *Обыденная жизнь*. В этой сфере наибольший интерес вызывают термины, иллюстрирующие изменение отношения самих немцев к некоренному населению, а также термины, иллюстрирующие изменения, происходящие во внутрисемейных отношениях в современной Германии.

Что касается отношения к некоренному населению, то здесь мы можем наблюдать следующую картину: «*население, некоренное*» (в немецком языке для обозначения этого понятия используются такие слова, как «*Ausländer*» – иностранцы, «*Aussiedler*» – переселенцы, «*Fremde*» – чужие, «*Gastarbeiter*» – рабочие-иностранцы) [9]. Данным термином в основном обозначаются выходцы из Турции и других мусульманских стран, а также эмигранты из стран Восточной Европы и СНГ. Большинство исследований показывают, что враждебное отношение к некоренному населению не является следствием личных контактов с представителями некоренного населения. Наоборот, немецкие граждане с особенно ярко выраженной ксенофобией имеют, как правило, наименьшее количество личных контактов с не немцами. Интересным является тот факт, что в основе враждебного отношения к некоренному населению скрывается страх автохтонов проиграть в конкурентной борьбе представителю некоренного населения и лишиться своего потенциального или существующего рабочего места и хорошей карьеры, а также общественного признания и внимания представителей противоположного пола. Напротив, культурологические и поведенческие отличия некоренного населения не играют в данном случае особо важной роли.

О серьезности проблемы ксенофобии в современной Германии может говорить тот факт, что в публикациях последних лет мы все реже встречаем такие словосочетания, как «*немецкое население*» или «*немецкая молодежь*». Вместо этого получили распространение такие словосочетания, как «*германское население*» и «*германская молодежь*» [9]. С одной стороны, подобные «эвфемизмы» свидетельствуют о большом количестве не немцев, проживающих в Германии, а с другой стороны – о влиянии американской политкорректности и толерантности, входящих в немецкое общество через научную элиту.

Об изменении внутрисемейных отношений в Германии свидетельствует появление в немецком языке таких терминов, как «*sozialer Robinson*» – человек, не имеющий семьи, поддерживающий минимальное количество контактов с друзьями и родственниками; англицизмов, таких как «*Single*», – холостяк, единолично ведущий домашнее хозяйство, и «*Living-apart-together*» – вид сожительства, причем не только у молодежи, при котором у двух встречающихся людей не происходит объединения домашних хозяйств [9]. Появление подобных жизненных стилей свидетельствует о том, что в настоящее время исчезают некоторые формы и черты семейной жизни, характерные для индустриального общества. В их числе можно назвать такие черты, как четкое разделение между домашним и профессиональным трудом, тип брака, где один из супругов обеспечивает другого. Связано это с тем, что в индустриальном обществе глава семьи имел, как правило, постоянное рабочее место, обеспечивающее

стабильный доход. Что же касается постиндустриального общества, то рынок труда является в нем очень нестабильным, предъявляющим высокие требования к мобильности человека, что не способствует сохранению той модели семьи, где один из супругов обеспечивает другого.

Эмпирические исследования последних лет четко формируют портрет преуспевающего современного западноевропейского человека, внутренне свободного от традиционных связей, пренебрегающего культурными ценностями и отдающего всю свою энергию постоянному профессиональному росту. В научной литературе данное явление носит название индивидуализации, следствием которой является замена традиционной стратегии, предусматривающей выбор брачного партнера на всю жизнь, на брачного партнера на определенную жизненную фазу.

2. *Экономика*. Среди терминов, отражающих изменения в экономическом поведении немецких граждан, в первую очередь хотелось бы упомянуть такой термин, как «*производительность, личная (Leistung)*»[9]. Долгое время считалось, что в Германии в области труда и экономики центральное место занимает такая ценность, как личная производительность. Личная производительность — это масштаб качества, который не обязательно определяется лично человеком, но становится частью его сущности, возникает желание достичь его личным напряжением; достигнутая цель отличает затем личность от других людей. Личная производительность является только ценностью, а не основным правом; она не приводится в основном законе, так как она ставит личность не в противоречие к государству, а к другим людям. Однако в настоящее время большинство немецких социологов отмечает крах данной ценности. На ее место пришла ценность гедонизма (или даже постматериалистического ☐ Адонизма), выражающаяся в американском девизе «*Fun Now*». Это не означает, что немцы стали намного меньше работать, просто отношение к труду и ☐ А ☐ ивация стали в корне другими.

Другим интересным термином, о котором стоит упомянуть, является термин «*ценности рынка/ ценности, производимые рынком*» (в немецком языке используется словосочетание «*wertbildende Wirkung des Marktes*»)[9]. Следует различать понимание ценностей рынка в русскоязычной и немецкоязычной социологической литературе. Дело в том, что мнения немецких социологов расходятся по поводу того, какие именно ценности производит рынок. Если возвратиться к английской классической экономике, то со стороны предпринимателей называются такие ценности и нормы, как добродетель, инициатива, предпринимательский дух, эффективность собственной работы, открытость, гибкость. Со стороны потребителей назывались такие ценности, как способность принимать решение, уметь думать в категориях соотношения цена — ☐ Ачество — производительность, способность к самоопределению. В настоящее время к многообразным ценностям рынка относятся: относительная открытость мира, наслаждение, доступное для каждого без соответствующего напряжения всех своих духовных и физических сил, чувство индивидуальной субъективности потребителя, собственной значимости и исключительности.

3. *Политика*. В работах немецких социологов, описывающих политическую систему и политическую ситуацию в Германии, часто используется термин «*элита (Elite)*»[9]. К элите относятся ученые, писатели и т. д., то есть культурная верхушка нации. Данный термин в чем-то близок русскому слову «интеллигенция». Для обозначения политической активности граждан в немецкой социологической литературе используется термин «*партисипация (Partizipation)*»[9]. Данным термином обозначается активное публично-политическое участие граждан в жизни страны и общества. Одним из самых распространенных видов партисипации является активное участие граждан в выборах.

Г. Клагес [5] отмечает две тенденции, существующие в настоящее время в Германии: с одной стороны, теряет свое значение такая ценность, как производительность (о чем уже говорилось выше), с другой стороны, усиливается

ценность партисипации. Последняя тенденция становится видимой прежде всего в увеличении политического интереса и в повышении ценностных требований к политике. Совпадение обеих тенденций было понято как результат развития социального государства, но одновременно с этим и как опасность для социального государства. Грубо говоря, Клагес выражает сожаление по поводу того, что граждане все меньше делают и все больше хотят. «Инфляция требований» перегрузила фискальные и законодательные ресурсы государства; очевидно, что совершенно невыполнимыми являются личностные ожидания, которые связаны с повышением ценностных требований к государству. «Недовольные граждане» и «перегруженное государство» стоят напротив друг друга.

Г. Гильдебрандт и Р. Далтон [4] ввели в обиход термин «политика, новая (*neue Politik*)». Данное понятие отражает новую форму партисипации. В 1977 году старые социал-демократические цели, такие как равенство и благосостояние, считались отрицанием централистской политики правительства и поэтому какое-то время назывались новыми.

Карл-Вернер Бранд [1] первый начал использовать термин «движение, социальное, новое (*neue soziale Bewegung*)». Данный термин интересен тем, что К. В. Бранд поставил социальные движения в один ряд с жизненными стилями, настроениями граждан и их действиями в условиях конфликта. Данное понятие отражает новую форму партисипации.

Таким образом, серьезный научный интерес к проблеме ценностей и их изменения в Германии не случаен и имеет исторический характер. Важным является тот факт, что после объединения ФРГ и ГДР интерес к проблеме ценностей только усилился. Объясняется это тем, что в Германии, в отличие от других европейских стран, универсальные ценности находятся в резком противоречии с национальной историей, на которой лежит груз ответственности за преступления национал-социалистов, дискредитирующий новейшую историю немецкой нации. После второй мировой войны каждое из обоих государств (ГДР и ФРГ) поступало с общей национальной историей по-своему. ГДР выступало как антифашистское государство, а ФРГ – как постнациональное. Не немецкая история, а конституция, в которой были зафиксированы такие ценности, как свобода, равенство, плюрализм и партисипация, стала основой национальной идентичности ФРГ. Это привело к тому, что национальная идентичность стала сопоставляться в ФРГ не с национальными символами (имевшими печать преступлений фашизма), а с общими для всех жителей Германии ценностями. Таким образом, особенностью исследования ценностей в Германии является интерес социологов к тому, насколько важными для населения являются, например, равенство и личная производительность, но не насколько важна Германия для немцев. После объединения с особой остротой встал вопрос о сходстве и различии ценностных ориентаций жителей старых и новых федеральных земель, что вызвало новый всплеск интереса к исследованию ценностей населения теперь уже объединенной Германии.

В рамках эмпирико-социологического подхода к изучению ценностей в Германии можно констатировать наличие собственного терминологического аппарата, что свидетельствует о серьезной разработанности проблемы ценностей германскими социологами. В российской науке подобный терминологический аппарат только начинает складываться, имея своей основой уже существующий терминологический аппарат аксиологии и социальной философии.

ЛИТЕРАТУРА

1. Brand, Karl-Werner (Hrsg.), 1985: Neue soziale Bewegungen in Westeuropa und in den USA. Frankfurt.
2. Eder, K., 1982: A New Social Movement? Telos 52: 5-20.
3. Eder, K., 1986: Soziale Bewegungen und kulturelle Evolution. Überlegungen zur Rolle der neuen sozialen Bewegungen in der kulturellen Evolution der Moderne. S. 335-357 in: J. Berger (Hrsg.), Die Moderne — Kontinuitäten und Zäsuren. Soziale Welt. Sonderband 4. Göttingen: Schwartz.

4. Hildebrandt, Kai/Dalton, Russel J., 1977: Die neue Politik. Politische Vierteljahresschrift 18: 230-256.
5. Klages, Helmut. Werte und Wertewandel. 726-738 in: Handwörterbuch zur Gesellschaft Deutschlands. Bernhard Schäfers/Wolfgang Zapf (Hrsg.), 2001 Leske+Budrich, Opladen.
6. Mohler, Peter Ph., 1989. Wertkonflikt oder Wertdiffusion. Ein Vergleich von Ergebnissen aus Bevölkerungsumfragen und einer Inhaltsanalyse von Leitartikeln der FAZ. Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 41: 95-122.
7. Schweigler, Gebhard, 1975. National Consciousness in Divided Germany. London: Sage.
8. Meulemann, Heiner: Werte und Wertewandel: zur Identität einer geteilten und wieder vereinten Nation. Weinheim; München: Juventa-Verl., 1996.
9. Шпилев Д. А. Россия и Германия: проблема ценностей в процессах трансформации общества. / Диссертация на соискание ученой степени кандидата социологических наук. – Н. Новгород, 2002.