

ГОДИШНИК НА СОФИЙСКИЯ УНИВЕРСИТЕТ „СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ“

ФИЛОСОФСКИ ФАКУЛТЕТ

Библиотечно-информационни науки

Том 16, 2024

ANNUAL OF SOFIA UNIVERSITY “ST. KLIMENT OHRIDSKI”

FACULTY OF PHILOSOPHY

Library and Information Science

Volume 16, 2024

КАК ДА РАЗБИРАМЕ ЦЕННОСТИТЕ

ЦВЕТАН ДАВИДКОВ

Цветан Давидков. КАК ДА РАЗБИРАМЕ ЦЕННОСТИТЕ.

Ценностите играят ключова роля в човешкия живот – битие – дейност. Те са интегрална част от човешкия начин на овладяване на действителността. Изследването им е устойчива традиция – натрупани са множество резултати. В същото време изследванията – като правило – са дисциплинарно и контекстуално ограничени. В текста се прави опит да се обобщят резултатите от изследване на ценностите въз основа на различни изследователски оптики. Целта е да се постигне по-цялостно и систематично знание. Обобщението е представено чрез речник на термини, които насочват към богатство от възможни рефлексии върху ценностите.

Ключови думи: ценности; функции на ценностите; вграждане в модели и инструменти; ценности и култури; интерпретиране на ценностите

Tsvetan Davidkov. HOW TO UNDERSTAND VALUES.

Values play a key role in human life – being – activity. They are an integral part of the human way of mastering reality. Their research is a persevering tradition - many results have been accumulated. At the same time, researches are – as a rule – disciplinary and contextually limited. The text attempts to summarize the results of a study of values based on various research optics. The aim is to achieve a more comprehensive and systematic knowledge. The summary is presented through a glossary of terms that steer to a wealth of possible reflections on values.

Keywords: values; functions of values; embedding in models and tools; values and cultures; interpreting values

ПРЕДИСТОРИЯ

В сферата на културите и организационното поведение изследванията върху ценности са устойчива традиция. По силата на изследователските си интереси и професионалните си ангажименти група преподаватели/изследователи от Стопанския факултет систематично изследват ценностни аспекти на човешкото поведение¹. В посочените текстове са показани предимно изследвания върху ценности, свързани с труда – работното място – организацията.

УВОД

Познанието за ценностите е важно и полезно поради множество причини:

– Ценностите са интегрална част от познанието за човека / хората / групите / обществата / ... Изучаването им има значение както самостоятелно, така и в различни отнасяния (например ценности – удовлетвореност // ценности – мотивация // ценности – потребности – интереси // ценности – норми и т.н.). Ценностите се враждат в модели за изучаване на човешкото поведение в разнообразен контекст (в семейството – училището – трудовата организация – ...).

– Познанието за ценностите може да се *операционализира* в инструменти за диагностика. Работещите диагностични инструменти осигуряват конкретно приложимо знание – за нуждите на ръководителите и функционалните специалисти в организацията; в процеса на консултиране. Ценностното характеризирание на конкретни социални и професионални групи е полезно за вземащите решения, които влияят върху статуса и функционирането на тези групи; за органите, които обосновават политики и мерки за въздействие и др.

– Чрез изучаване на собствените ценности всеки от нас има ориентири за самопознание и (само)развитие – ние разбираме по-добре смисълът и мотивите на собственото си поведение.

Същевременно изучаването на ценностите, като правило, е *предметно и контекстуално ограничено*. Тази необходима рамка осигурява целенасоченост на научното дирене; същевременно тя (рамката) ограничава възможностите за по-цялостно и систематично познание. Друга причина да се обърне внимание на ценностите е фактът, че изследователите често не проблематизи-

¹ Давидков, Ц. *Изследвания върху културите*. В: *Културни ориентири на управлението*. София: Стопански факултет СУ „Св. Климент Охридски“, 2019; Davidkov, T., Vedar, O., Kanazireva, I., Gourbalova, I. Organizational Values: Procedures & Empirical Explanations. In: *Business Administration: Theory and Practice in Bulgaria II*. Sofia: “St. Kliment Ohridski” University Press, 2019, pp. 9–19; Давидков, Ц., Петкова, И. Изследвания върху трудови ценности. В: *Годишник на Софийския университет „Св. Климент Охридски“*. Стопански факултет, 2022, Т. 21, с. 27–46.

зират въпроса за интерпретацията на получените данни – какво ни „казват“ получените резултати? Как ги интерпретираме? Достатъчно ли е да констатираме, че за „лицето Х“ заплащането е по-важно от добрите физически условия на работното място? В състояние ли сме да „надникнем“ отвъд очевидността на подобно твърдение?

Този текст е опит да се покаже, че изучаването на ценностите може да надхвърля предметните и контекстуални ограничения и с това да осигури възможности за по-обхватно и систематично познание. Същевременно – в интерпретацията на резултатите не трябва да се блазим от лесните (и опростени) обяснителни схеми; винаги е полезно да се стремим да *преминем отвъд* непосредствено очевидното. За да постигнем заявеното, ние ще „атакуваме“ предметното поле на ценностите през различни изследователски оптики и ще се опитаем да вградим резултатите в една по-цялостна изследователска парадигма.

ЦЕННОСТИТЕ ПРЕЗ ПРИЗМАТА НА ОСНОВНИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ

Ценностите са:

– „Идеи на групите за това, което е желателно, уместно, добро или зло. Различията в ценностите представляват ключови аспекти от разнообразието на човешката култура. Това, което хората ценят, силно се влияе от конкретната култура, в която се е случило да живеят.“²

– „... ценностите са групи убеждения за определен обект или процес.“³

– „Ценностите са трайни убеждения, че конкретен начин на поведение или крайно състояние на съществуването са лично или социално за предпочитане пред противоположния начин на поведение или крайно състояние на съществуването“ – тази дефиниция е предложена от Милтън Рокич⁴.

– „... ценностите ... представляват масова обществена нагласа за предпочитане на едно състояние на нещата пред други. Ценностите са емоционални оценки, снабдени с указание за положително и отрицателно.“⁵

– „Ценностите в психологията и ОП [организационното поведение – Ц.Д.] са фундаментално понятие, обозначава познавателна структура, която осигурява критериите за избор измежду алтернативни поведения. Става дума за

² Гидънс, А. *Социология*. Прев. К. Симеонов, И. Парчев. София: Унив. изд. „Св. Климент Охридски“, 2004, с. 824.

³ Фърнам, Е. *Индивидуалните различия на работното място*. София: Изток – Запад, 2013, с. 416.

⁴ Rokeach, M. *The Nature of Human Values*. New York: Free Press, 1973, цит. по: Нелсън, Д. Л., Куик, Д. К. *Организационно поведение: Науката, реалният свят и ние*. София: Изток – Запад, 2017, с. 190.

⁵ Хофстеде, Х., Хофстеде, Х. Я., Минков, М. *Култури и организации (софтуер на ума)*. 3. прераб. и доп. изд. София: „Класика и стил“, 2020, с. 23.

това, което ориентира избираността на нашето поведение, активността ни в социална среда.^{6,7}

В приведените определения ценностите се подвеждат под разбиранята за *идеи, убеждения, нагласи*, въз основа на които се *избира/предпочита поведение* (измежду различни възможности). Те са *емоционална оценка*; специфична *познавателна структура*. Горните определения дават начална представа за ценностите – да направим крачка напред:

– В качеството си на идеи – убеждения – вярвания – нагласи и пр., субект („носител“) на ценностите може да бъде както *отделен индивид*, така и *група хора*; може да се говори за ценности на обществото (обществата); за национални ценности; за общочовешки ценности и т.н.

– Ценностите са свързани с процеса на *оценяване* – *приписване на значимост* (важност, смисъл). Те имат определен смисъл (значимост, стойност) именно за оценяващия субект. Същевременно е налице „нещо“, което се оценява (явление, предмет, процес, взаимоотношение и т.н.). Има основания ценностите да се мислят като *субект – обектно отношение*. Ако се приеме тази гледна точка, в процеса на изучаване на ценностите могат да се „легитимират“ като подходящи следните въпроси: какво се оценява – кой оценява – кои са характерните особености на процеса на оценяване?

– Оценяването предполага *категории*, чрез които се оценява и *скала*, въз основа на която се оценява*. Когато се наблюдава начинът, по който даден човек (или група хора) описва/т (обяснява/т) даден обект (предмет – явление – поведение – събитие – ...), изследователят може да разбере какво в характеризирания обект е интересно за наблюдателя (евентуално – защо именно това предизвиква интерес). Картината е по-пълна и цялостна ако има възможност да се наблюдава практическото поведение на описващия (обясняващия) към дадения обект**.

⁶ Паунов, М., Паунова, М., Паунов, А. *Организационно поведение*. София: Сиела, 2013, с. 98.

⁷ Съвременните разбираня за ценностите имат *история и предшественици* – вж. напр.: Allport, G.W. *The person in psychology: Selected essays*. Boston: Beacon, 1968; Rokeach, M. *The Nature of Human Values*. New York: Free Press, 1973; Schwartz, S. H. Universals in the content and structure of values: theoretical advances and empirical tests in 20 countries. In: Zanna, M. (ed.). *Advances in experimental social psychology*, 1992, Vol. 25.

* При изследване, посветено на значимостта на факторите на трудовата ситуация за служителите, може да се използва следния индикатор: „В каква степен за Вас е важно работата, с която се захващате, да Ви предлага: „ – следва изброяване на факторите. Тук възможни категории на оценката са: много важно / по-скоро е важно / колкото важно, толкова и неважно / по-скоро не е важно / изобщо не е важно; скалата на оценяване е 5-степенна.

** Тук е заложена идеята, че ценностното отношение към даден обект се идентифицира по-точно, ако се наблюдават в единство вербалните (или писани) оценки и практическото поведение.

– В контекста на съвкупността („системата“) от цели, ценностите могат да се класират като ценности – цели и ценности – средства. Статутът на ценностите като цели и средства може да се проследи в различните вериги за създаване на стойност.

– При насочване на вниманието към ценностите като „значимо за...“ логично възниква и следният въпрос: кое в обкръжението на човека е обект на оценяване (и защо); има ли елементи на средата, които не са обект на оценяване (защо)? Една възможност да се отговори на тези въпроси е разбирането за системата на човешките потребности⁸.

– Поради характера на човешката психика (единство на рационално, емоционално и дейностно-волево), трудно може се приеме, че ценностите са единствено и само емоционална оценка – в процеса на оценяване (приписване на значимост) могат да се открият и рационални, и емоционални, и дейностно-волеви елементи.

– Поради характера на човешките потребности и осмислянето им с помощта на ценностите, за субекта ценностите са организирани в *ценностни системи*. Ценностните системи (в определен смисъл) следват системите на човешките потребности. Последните влияят върху съдържанието, обхватът и организацията на ценностните системи. Между отделните ценности (и групи ценности) в ценностните системи могат да са налице разнообразни връзки⁹.

– Някои автори обръщат внимание върху факта, че ценностите могат да бъдат осъзнати в различна степен¹⁰. В поведението на хората се наблюдават действия и епизоди, които те (хората) не проблематизират и не си дават сметка за тяхната ценностна обусловеност*. Разбира се може да се проследи и поведение/действия, за които човек има ясно съзнание за тяхната ценностна обусловеност.

– В качеството си на идеи (убеждения, вярвания, възгледи) ценностите могат да имат различна *устойчивост*. В литературата обикновено се обръща внимание на тяхната устойчивост – такъв подход има основание, но не бива да се абсолютизира.

⁸ Към темата за човешките потребности е налице постоянен и неотслабващ интерес. Това е обяснимо предвид факта, че понятието за потребности неизменно „присъства“ в моделите за описване, обяснение и прогнозиране на човешкото поведение – вж. напр.: **Маслоу**, Е. *Мотивация и личност (в търсене на човешката същност)*. София: Кибеа, 2010.

⁹ Ценностите могат да са съпосочни, но така също взаимно да се отричат (или ограничават). Те могат да се „конкурират“ – вж. **Камерън**, К. С., **Куин**, Р. Е. *Диагностика и промяна на организационната култура*. София: „Класика и Стил“, 2012.

¹⁰ **Байчинска**, К. *Ценности. Ценностен стрес... ценностна криза*. София: Акад. изд. „Марин Дринов“, 1994.

* Някои автори поддържат тезата, че една от трудностите при изследването на ценности е свързана със следния факт: в ранните години на социализацията ценностите се усвояват по-скоро несъзнателно; те се превръщат в основания и ориентири на нашето поведение без да ги обосноваваме и проблематизираме.

ФУНКЦИИ НА ЦЕННОСТИТЕ

Същността и смисълът на ценностите могат да бъдат разбрани по-добре въз основа на идентифициране на техните *функции и предназначение*.

– Ценностните системи имат *предписващ характер* – показват какво (не) трябва да се прави. На този фон хората проверяват актуалния си опит¹¹.

– „... ценностите са *мотивационен* конструкт.“¹² Те се отнасят към „желани, предпочитани цели, които се преследват от носителите им.“¹³ „Ценностите действат като общи мотиви“.¹⁴

– „Представлявайки критерии за оценка, ценностите са и *критерии за избор*, стандарти при избора между алтернативни поведения, хора и събития.“¹⁵ Ценностите са регулатор на човешката поведение¹⁶.

– В друго свое проявление ценностите функционират като *основания* – те са аргументи/те при защита или опровергаване на теза (позиция); на преценките и вземането на решения.

– Ценностите изпълняват *стабилизираща* роля – в качеството си на „указатели“ за това кое е важно и значимо, кое има (и кое няма) смисъл, те осигуряват основанията на ИЗБОРА (множеството от всекидневни избори – същността на нашия живот). Тази стабилизираща роля понякога се подчертава чрез израза *ценностни котви*.

– В зависимост от категориите и начина на оценяване, те задават същността на различните нормативни системи, които *ориентират* човешкото поведение. Добро – зло – дължимо – възвишено – (система на нравствеността). Красиво – грозно – изящно – ... (система на естетическото) и др. Тъй като част от ценностите се усвояват неосъзнато (обикновено в ранна детска възраст), ние – като правило – трудно можем да изградим цялостно ценностния си портрет (като себепознание). В отношението си към заобикалящия ни свят по-лесно откриваме онези нагласи, които сме възприели осъзнато.

– Обобщено, ценностите са фактор на нашата *идентичност*. Чрез тях хората разбират отношението си към заобикалящия ги свят и към себе си; чрез тях осмисляме изискванията на другите към нас (какво се очаква от нас)*.

¹¹ **Фърнам**, Е. *Цит. съч.*, с. 431.

¹² **Паунов**, М., **Паунова**, М., **Паунов**, А. *Цит. съч.*, с. 98.

¹³ **Фърнам**, Е. *Цит. съч.*, с. 431.

¹⁴ **Davidkov**, Ts., **Vedar**, O., **Petkova-Gourbalova**, L. **Mihaylova**, I. Motivation of the Workplace (aggregate motivational profile – Bulgaria 2021). In: *Conference Proceedings XIX International Scientific Conference „Management and Engineering’21“ „Science Days – 2021“ Sozopol*, pp. 220–224.

¹⁵ **Паунов**, М., **Паунова**, М., **Паунов**, А. *Цит. съч.*, с. 98.

¹⁶ **Байчинска**, К. *Цит. съч.*

* За изследователите изучаването на ценностното отношение към действителността в различни времеви точки дава възможност да се търсят обосновани отговори на въпроса: защо нещо е важно (по-важно, по-малко важно) за ... в даден „момент“? Отговорът на този въпрос „отключва“ други изследователски въпроси, свързани с потребностите и интересите на хората (към даден „момент“, период); с техните цели и т.н.

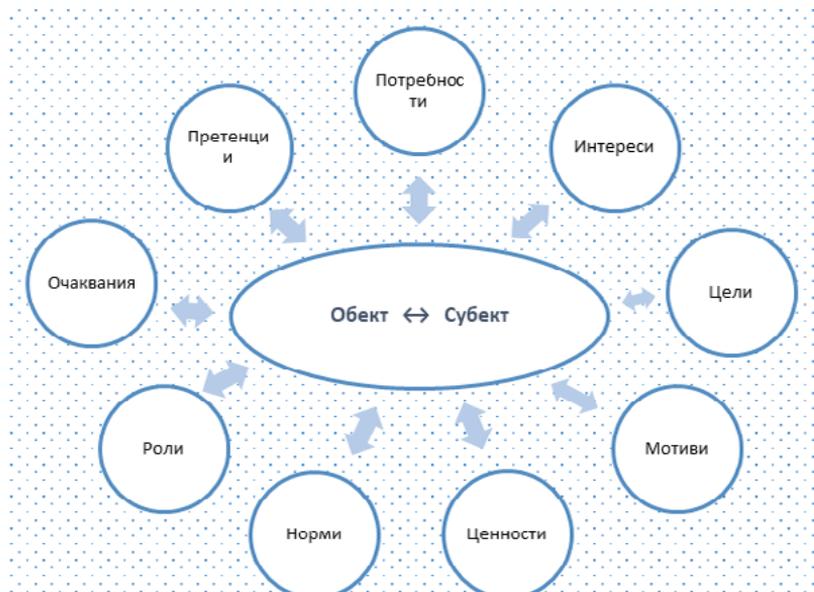
Споменатото за *функциите и предназначението* на ценностите дава частично отговор на въпросите: как действат – за какво служат (в качеството им на познавателна структура). Същевременно – доколкото обект на изследване са конкретни хора – „носители“ на конкретни ценности, последните са характеристика (отличителен белег), въз основа на която отделните хора (и колективните субекти) могат да бъдат групирани и/или разграничавани. Ако се приеме, че *индивидуализъм* и *колективизъм* са обобщаващи ценности с конкретно съдържание, въз основа на проучване може да се установи кой е „носител“ на по-скоро индивидуалистични ценности и кой на колективистични.

Възможност за осмисляне на същността и характерните особености на ценностите е тяхното разглеждане в отношението им към други (свързани) явления. Какво научаваме за ценностите ако ги разгледаме в отношението им към *нормите* (правилата)? В общия случай когато хората възприемат нещо като *ценно и важно за тях*, те се стремят към поведение, което има за цел да създава – запазва – умножава това „ценно и важно“. Ако се приеме, че нормите са мярка на нашето практическо поведение, в посочения случай е налице ценностно обосноваване – начинът, по който приписваме значимост е в основата на правилата, които ръководят практическото ни поведение*. Такава обусловеност може да се проследи и в случаите, когато дадено явление се оценява (обобщено) със знак минус – например като опасно за нашето здраве. Това оценяване също обуславя определени правила за практическо поведение.

За да бъде разбрана по-добре същността и ролята на ценностите в процеса на опознаване на хората и човешкото поведение, изследователят може да ги мисли като интегрална част на модел за описание и обяснение на човешкото поведение (фиг. 1)¹⁷.

* От това твърдение не следва, че ценностите еднозначно са условие или причина на правилата на практическото поведение. Може да се защити твърдението, че ценностите и правилата са свързани функционално – всяко от относимите (ценности – правила) е едновременно и обусловено, и обуславящо.

¹⁷ Давидков, Ц. *Управление на организацията*. София: СУ „Св. Климент Охридски“ – Стопански факултет, 2021.



Фиг. 1. Модел за описание и обяснение на поведението

В центъра е изобразен субектът в отношението му към заобикалящия го свят (човешкият начин на съществуване предполага такова изучаване на човека в многообразните му отнасяния и проявления). Околвърът са обозначени различни гледни точки, чрез които се характеризира отношението субект – обект. Тези гледни точки ни дават представа за основни понятия*, чрез които се описва и обяснява човешкото поведение. Конфигурацията на този модел предполага следното:

– Между понятията, посочени в големия контур, *съществува общо* – то се дължи на факта, че това са различни гледни точки към *една и съща изучавана действителност* – отношението субект – обект; ако се приеме тази предпоставка, изследователят има право да си задава въпроси – например кое е общото между потребностите и интересите; а между потребностите, интересите и целите; а между мотивите и ценностите; а между интересите, ценностите и нормите... Изследователят може да изяви общото както при разглеждането на двойка избрани понятия, така и при съотнасянето на три и повече понятия.

– Понятията от външния контур са *различни гледни точки* към изучаваното – поради това всяко от тези понятия ни „дава“ и нещо различно, уникално. В своето единство тези понятия изграждат цялостно и систематично познание за човека и човешкото поведение.

* В зависимост от характера на изучаване на човешкото поведение, „списъкът“ от понятия може да бъде попълван или редуциран.

– Този модел е възможност да се изследва човешкото поведение чрез набор от свързани явления (понятия / категории). Същевременно не бива да се забравя, че в моделите действителността са опростява („огрубява“) – моделът е абстракция; непрекъснато трябва да се държи сметка за ограниченията, свързани с избора на конкретен модел като средство за изследване и познание.

– Ценностите са органична част от националните и организационните култури. Когато се разглежда „архитектурата“ на една култура, ценностите обикновено се отнасят към „сърцевината на културата“¹⁸. На различни равнища на културата те имат друго лице (проекция) и проявление – в ритуалите, организационните герои, символите, практиките¹⁹.

– Връзката *ценности – култура* се проблематизира в широко обсъжданото управленско поле *управление на организационната промяна*. „Макар необходимите инструменти и техники да са налице, а стратегията за промяна да се провежда енергично, множество подобни инициативи [за промяна – бел. Ц,Д.] пропадат, тъй като фундаменталната култура на организацията – ценности, начин на мислене, стил на мениджмънт, парадигми, подходи към разрешаване на проблеми – си остават същите²⁰. Ценности – начин на мислене – стил на мениджмънт – водещи концепции (парадигми) – подходи към... – всички те, поотделно и заедно, съставляват „фундаменталната култура на организацията“²¹. В изследванията върху опитите за организационна промяна често се стига до извода, че основен препъникачък е невъзможността за (бърза) промяна на културата. Предвид определящата роля на ценностите спрямо всички равнища и елементи на културата, този резултат изглежда предизвестен.

– Организациите „... прилагат уникален сбор от ценности, които се отнасят до натрупването на състояние. Тези ценности характеризират както организацията, която ги използва, така и продуктите и услугите, които предприятието създава... Продуктите не могат да бъдат по-добри от самия човешки процес на оценяване, който участва в направата им.“²² „Създаването на състояние, както и на ценностни системи е по същество морален акт... Предприемачите, от която и да е религия, трябва да създадат „ценни“ предмети или услуги за очакваните клиенти, преди да открият дали клиентите са съгласни с този израз на стойността... Един продукт или услуга, в такъв случай, се оформя преди всичко от

¹⁸ Хофстеде, Х., Хофстеде, Х. Я., Минков, М. *Цит. съч.*, с. 23.

¹⁹ *Пак там*.

²⁰ Камерън, К. С., Куин, Р. Е. *Цит. съч.*, с. 26.

²¹ Във връзка с възможностите и стратегиите за организационна промяна в литературата широко се обсъжда „веригата“ стратегия – структура – култура вж. напр. **Илиева, С.** *Организационна култура: Същност, функции и промяна*. София: Унив. изд. „Св. Климент Охридски“, 2006.

²² **Хемпдън-Търнър, Ч., Троомпернаарс, А.** *Седемте култури на капитализма*. Варна: ИК „ТедИна“, 1995, с. 11.

образа на своя творец и на нейния или неговия Творец^{23,24}. Ценностната обусловеност на човешкото поведение може да бъде проследена във всяка човешка дейност – в производството, духовната сфера, свободното време. Процесът на споделяне (несподеляне) на ценности е важен обяснителен инструмент при изследване на взаимоотношенията във всички сфери на обществото.

Доколкото ценностите са най-дълбоката и „интимна“ същност на културите, те могат да се използват самостоятелно за очертаване на *културната специфика* на обособени социални групи (формирани въз основа на един или повече признаци). Така например въз основа на сравняване на професионални ценности (значимост на основни фактори на трудовата среда за представителите на различни професионални групи), може да се очертае конкретно общо и конкретно различно между учители – директори на училища, лекари – търговци^{25,26}, служители в библиотеките^{27,28} и т.н. Въз основа на сравняване на професионални ценности в рамките на организациите^{29,30} могат да се очертаят специфични субкултури на поколенията*.

²³ Пак там.

²⁴ Trompernaars, F., Hampden-Turner, C. *Riding the Waves of Culture*. 2. ed. New York: McGraw-Hill, 1998.

²⁵ Давидков, Ц., Цветанска, С. Ценностен профил на учителите в национален контекст. В: *Педагогика*, 2023, № 7, с. 863–879.

²⁶ Давидков, Ц., Ведър, О., Тонева, С., Пехливанска, Р. Професионални култури в сравнителна перспектива. В: *XXI Международна научна конференция Мениджмънт и Инженеринг, 25–29 юни 2023 г. гр. Созопол*, с. 219–223. Онлайн достъп и от: <https://iscme.tu-iiim.org/archive/>.

²⁷ Давидков, Ц. Организационна култура на регионалните библиотеки в България. Основни резултати от социологическо проучване по методиката на Х. Хофстеде. Организационното поведение в културен контекст. В: *Библиотека*, 2015, № 5, с. 99–137.

²⁸ Попова, Е. *Кариерно развитие на библиотечния персонал в контекста на информационното общество*, Ч. 1. Проучвания 2012–2015. София: Унив. изд. „Св. Климент Охридски“, 2016.

²⁹ Давидков, Ц. Ценностен портрет на поколенията в българските организации (резултати от емпиричното социологическо изследване Национална и организационни култури – 2021). В: *Управление на човешките ресурси: Сб. с докл. от Междунар. науч.-практ. конф., организирана от Икономически университет – Варна, 30 септември 2022 г.* Варна: Наука и икономика Иконом. унив. – Варна, с. 15–20. Достъпно и от: <https://conference.ue-varna.bg/hrm/wp-content/uploads/Proceedings/HRMConfProceeding2022.pdf>.

³⁰ Давидков, Ц. *Изследвания върху културите*

* В рамките на организациите и/или професионалните общности могат да се изследват *ценностни субкултури* въз основа както на основни социално-демографски характеристики на изследваните лица – пол, възраст, образование, трудов опит и др., така и въз основа на организационния статус на заетите (изпълнител – ръководител). Интересни резултати могат да бъдат получени при изследване на ценностни субкултури въз основа на ключови характеристики на организациите (сфера на дейност, големина, местоположение и др.).

В увода беше посочено, че въз основа на изучаване на ценностите могат да се създават инструменти за диагностика на различни страни на човешкото поведение. Тук привеждаме пример – ценностите се изучават за нуждите на изграждане на *мотивационен профил*^{31,32,33}. Основната идея на този инструмент е, че в организационен контекст сравняването между равнището на значимост на факторите на трудовата ситуация и равнището на удовлетвореност от реалното им състояние, може да бъде индикатор за мотивационния потенциал на изследваните фактори.

„Мотивационният профил дава портрета на личността от гледна точка на това какво и доколко го мотивира в организацията. Мотивационният профил представлява аналитично изображение на степента, в която компанията удовлетворява различните потребности на своите служители. В този смисъл мотивационният профил зависи както от потребностите, ценностите и интересите на служителите, така и от наличностите в организацията, с които тя отговаря на техните нужди.“³⁴ „Изследването на мотивационния профил на организацията дава възможност да се установят основните несъответствия между представите, желанията и очакванията на работниците за мотивационно въздействие и фактически осъщественото въздействие. Анализът представлява средство за повишаване на ефективността на мотивацията чрез обосновани управленски въздействия.“³⁵

„Технологията на изграждане на мотивационен профил предполага (поне) две линии на оценяване на факторите на трудовата ситуация: а) по степен на *значимост*; б) по равнище на *удовлетвореност*. Като правило за всеки фактор на трудовата мотивация прогнозиране на мотивационната ситуация.“³⁶ Може да се покаже, че когато даден фактор на трудовата ситуация е (подчертано) ценен, но равнището на удовлетвореност от реалното му състояние е ниско, в този фактор се „съдържа“ значим мотивационен потенциал*.

³¹ **Джонев, С., Димитров, П.** *Организационно консултиране*, Т. 3. София: Ен Джи Би Консултинг, 2015, с. 144.

³² **Давидков, Ц., Гурбалова, И.** Мотивационен профил. В: *Реторика и комуникации* [онлайн], 2018, № 36. Достъпна от: <https://s.shopeee.com/GwKi>. [Прегледано 29.09.2024].

³³ **Кузманова, М., Александрова, М.** *Мениджмънт: Теория и практика*. София: Везни-4, 2013.

³⁴ **Джонев, С., Димитров, П.** *Цит. съч.*, с. 144.

³⁵ **Кузманова, М., Александрова, М.** *Цит. съч.*, с. 290.

³⁶ **Давидков, Ц., Гурбалова, И.** *Цит. съч.*

* Антитезата е следната: фактори, които не са (много) ценни и равнището на удовлетвореност от реалното им състояние е (относително) високо, са с по-слаб мотивационен потенциал вж. **Давидков, Ц., Гурбалова, И.** *Цит. съч.*

КАК ИНТЕРПРЕТИРАМЕ ЦЕННОСТИТЕ?

Най-често въпросът за интерпретирането на ценностите не се проблематизира – „мълчаливо“ се приема, че въз основа на получен резултат (например „стойностена значимост“ на група фактори на работното място за служител) е достатъчно да се посочи следното: „за X A е по-важно от B“ (или „B е по-малко важно от A“). В част от случаите – разбира се – се коментират характеристиките на „отстоянието“. В по-редките случаи, когато въпросът за това „какво ни казва полученият резултат“ няма как да се заобиколи, авторите се задоволяват с разпространеното: ценно е това, което е дефицитно, трудно постижимо... ценността на нещо се разбира когато сме го изгубили (а не когато е налично). Тази позиция най-често черпи аргументи от опита. Изразът „ти не знаеш какво имаш“ (в смисъл не го цениш достатъчно) потвърждава маркираната популярна теза. В „чак сега разбрах какво съм загубил“ също е отразен житейски опит – докато не загубим нещо (не се лишим от него), трудно можем да оценим истинската му стойност.

Възгледът *ценно е това, което не достига или е трудно постижимо* е удобен (като „лесно обяснение“), но е ограничен и едностранчив. Да не забравяме, че приписването на значимост е форма на избор. Определени форми на избор се формират въз основа на сложна система от взаимодействащи си фактори. Ценностните предпочитания/избори (като резултат) обикновено не разкриват трудностите на избора (понякога драматични). *Цената на избора*, разбираана като (възможни) последици за засегнатите, е фактор, който също трябва да се взема предвид при интерпретирането на ценностите.

Тъй като интерпретирането на ценностите (като резултат) е *интерпретация на интерпретацията*, за изследователя е важно в каква степен познава и отчита характеристиките на „първичната интерпретация“.

Важен ориентир за интерпретирането на ценностите е статусът им в рамките на конкретна култура^{37,38}. В качеството си на „гости“ носителите на *културната характеристика твърд аз* оценяват по един начин приемащата култура. Друг е случаят на „гостите“, които са носители на *културната характеристика мек аз* – тяхното отношение към приемащата култура е различно*.

При интерпретирането на ценностите следва да се отчитат възможните различия между *мислено* и *казано* (изявено). В част от случаите възможна причина

³⁷ Минков, М. *Защо сме различни: Междукulturни различия в семейството, обществото и бизнеса*. София: Класика и Стил, 2002.

³⁸ Minkov, M, Hofstede, G. *Cultural Differences in a Globalizing World*. Bingley, UK: Emerald, 2011.

* При среща (контакт) с приемаща култура, носителите на културната характеристика *твърд аз* обикновено се затварят в собствената културна общност – това е техният предпочитан начин да реагират на „другостта“. В същата ситуация носителите на културната характеристика *мек аз* се опитват да се „разтворят“ в приемащата култура - това е техният предпочитан начин да реагират на „другостта“.

за това „разминаване“ се открива в социално желателните отговори**. Вариант на описаното явление са „срамежливото да“ и „срамежливото не“***.

ВМЕСТО ЗАКЮЧЕНИЕ

В жанра научен текст е прието да се завършва с обобщение/заклучение. Тук „сумирането“ на представените резултати е организирано като кратък речник (табл. 1). Термините в този речник или могат да се срещнат в текста, или са реакция на твърдения и идеи в текста.

Табл. 1. Кратък речник на термините, свързани с ценост/и

	Термини, свързани с ценост/и (Ц)
А	Автономност – като Ц; вж. самостоятелност; Аз (твърд аз; мек аз)
Б	Баланс (например между професионалната и личната сфера – като Ц);
В	Възприятие/я – ценностна обусловеност; Вярване/вярвания (Ц като вярване, че ...) – вж. идея, убеждение;
Г	–
Д	Дейност – влияние на Ц върху съдържанието и характера на дейността; Дейностно – волева страна на човешката психика – в процеса на формиране на Ц; вж. рационално; вж. емоция; Добро (Ц като идея за това кое е добро; ...); вж. приемливо, дължимо; вж. лошо, неприемливо;
Е	Емоция (вкл. емоционална компонента на човешката психика); Ц са емоционалната оценка (или съдържат емоционална оценка); вж. рационално; вж. дейностно-волево;
Ж	Желание (Ц указват кое е желано); вж. нежелано;
З	Значимост (Ц са резултат от приписването на значимост);
И	Идея/и – Ц като идеи за ...; вж. убеждение, вярване; Избор (приписването на Ц/значимост е форма на избор; Ц влияят върху нашите избори); Интерес/и (и Ц); Интерпретация на Ц – например <i>ценно е това, което е трудно постижимо</i> ; Интерпретация на интерпретацията;
Й	–
К	Категория/и – на оценяването; вж. скала на оценяване/то; Конкуренция (конкуриращи се Ц); вж. сътрудничество; Критерий/и – Ц функционират като критерий/и за сравняване и избор;

** Заявяваш нещо, което е различно от истинската ти позиция – защото „това се очаква“, искаш да се харесаш на някого. Или се страхуваш да кажеш това, което мислиш и т.н.

*** Изследователите обръщат внимание върху факта, че изборът на оценъчна позиция не винаги съвпада с буквалния смисъл, който може да се извлече от „етикета“ (дума; израз). Има случаи, в които оценката „колкото важно, толкова и неважно“ означава по същество „по-скоро е важно“. Същата оценка в други случаи означава „по-скоро е важно“.

	Термини, свързани с ценност/и (Ц)
Л	Лошо (Ц като указател за това кое е лошо) вж. добро, приемливо;
М	Матрица – ценностна; Мотив/ация (Ц функционират като общи мотиви);
Н	Нагласа/и – Ц като нагласа към...; Нежелано – Ц указват кое не е желано; вж. желано; Неприемливо (Ц като указател за неприемливо) вж. приемливо, добро; Неуместно (Ц указват кое е неуместно); вж. уместно и др.; Неустойчивост – на Ц; вж. устойчивост; Норма/и – ценностно обосноваване на нормите и нормативните системи;
О	Общо (между Ц и потребности – интереси – ...; ...); вкл. оприличаване – като важна (логическа) операция при формирането на ценности/те; Ориентир – Ц имат ориентираща роля; Основание – Ц като основание в процеса на избор и вземане на решения; Отношение – Ц като тип отношение към...; като субектно-обектно отношение; Очаквания (и Ц; взаимни влияния Ц – норми; ...)
П	Поведение (вербално и предметно-преобразуващо) като източник на познание за Ц; Познание – Ц като познавателна структура; Посока (Ц имат посока – знак „плюс“ или „минус“); Потребност/и – системата на потребностите „задава“ системата на Ц; Предписване – на поведение (като функция на Ц); Предпочитане (Ц предполагат... да се предпочете пред друго нещо; Претенция/и (и Ц); Приемливо (Ц като указател за приемливо); вж. неприемливо; Противоречие (между Ц); вж. съгласие (съгласуване); Профил (напр. мотивационен); Проявление на Ц (вербално; чрез поведението);
Р	Работа (ценностни аспекти); Различие (различаване) – като съществена (логическа) операция в процеса на формиране на Ц; вж. общо; Рационално – като начин на обосноваване на Ц; Регулатор(на) функция на Ц – регулират човешкото поведение; Решение/я – Ц влияят върху вземането на решения; Различно (между Ц и потребности – ... – цели – мотиви – роли ...; ...); Роля/и (и Ц; ценностна обусловеност на ролите; ...);
С	Самостоятелност – като Ц; вж. автономност; Система – ценностна; Скала – на оценяването; виж категории на оценяването; Смисъл – Ц придава смисъл на ...; Стабилност – стабилизираща роля на Ц (ценностна котва); Стойност – вж. Ц; Съгласие (съгласуваност) на Ц; вж. противоречие; Сътрудничество/то – като Ц; виж конкуренция; Субект (на Ц) – индивид, група, общност, общество, нация, ...;
Т	Творчество – като Ц;

	Термини, свързани с ценност/и (Ц)
У	Убеждение (Ц като убеждение); вж. идея, вярване; Удовлетвореност – връзка с Ц; Уместно (Ц като указател за това кое е уместно); вж. неуместно; Устойчивост – на Ц; вж. неустойчивост;
Ф	Функция/и – на Ц;
Х	–
Ц	Цел/и (и Ц); Ц – вж. стойност; Ц – като сърцевина на културите; в изучаването на културите и организационното поведение; Ц – цели / Ц – средства; Ц – трудови (на работното място; в организацията) – например добро заплащане, сътрудничество, самостоятелност и др.
Ч-Я	–

ЦИТИРАНИ ИЗТОЧНИЦИ

- Байчинска, К.** *Ценности. Ценностен стрес... ценностна криза*. София: Акад. изд. „Марин Дринов“, 1994.
- Гидънс, А.** *Социология*. Прев. К. Симеонов, И. Парчев. София: Унив. изд. „Св. Климент Охридски“, 2004, с. 824.
- Давидков, Ц.** *Изследвания върху културите. Културни ориентири на управлението*. София: Стопански факултет СУ „Св. Климент Охридски“, 2019.
- Давидков, Ц.** *Организационна култура на регионалните библиотеки в България. Основни резултати от социологическо проучване по методиката на Х. Хофстеде. Организационното поведение в културен контекст*. В: *Библиотека*, 2015, № 5, с. 99–137.
- Давидков, Ц.** *Управление на организациите*. София: Стопански факултет СУ „Св. Климент Охридски“, 2021.
- Давидков, Ц.** *Ценностен портрет на поколенията в българските организации (резултати от емпиричното социологическо изследване Национална и организационни култури – 2021)*. В: *Управление на човешките ресурси: Сб. с докл. от Международ. науч.-практ. конф., организирана от Икономически университет – Варна, 30 септември 2022 г.* Варна: Наука и икономика Иконом. унив. – Варна, с. 15–20. Достъпно и от: <https://conference.ue-varna.bg/hrm/wp-content/uploads/Proceedings/HRMConfProceeding2022.pdf>.
- Давидков, Ц., Гурбалова, И.** *Мотивационен профил*. В: *Реторика и комуникации* [онлайн], 2018, № 36, Достъпно от: <https://s.shopeee.com/GwKi>. [Прегледано 29.09.2024].
- Давидков, Ц., Петкова, И.** *Изследвания върху трудови ценности*. В: *Годишник на Софийския университет „Св. Климент Охридски“*. Стопански факултет, 2022, Т. 21, с. 27–46.
- Давидков, Ц., Цветанска, С.** *Ценностен профил на учителите в национален контекст*. В: *Педагогика*, 2023, №. 7, с. 863–879.

- Джонев, С., Димитров, П.** *Организационно консултиране*, Т. 3. София: Ен Джи Би Консултинг, 2015, с. 144.
- Илиева, С.** *Организационна култура: същност, функции и промяна*. София: Унив. изд. „Св. Климент Охридски“, 2006.
- Камерън, К. С., Куин, Р. Е.** *Диагностика и промяна на организационната култура*. София: „Класика и Стил“, 2012.
- Кузманова, М., Александрова, М.** *Мениджмънт: теория и практика*. София: Везни-4, 2013.
- Маслоу, Е.** *Мотивация и личност (в търсене на човешката същност)*. София: Кибеа, 2010.
- Минков, М.** *Защо сме различни: Межкултурни различия в семейството, обществото и бизнеса*. София: Класика и Стил, 2002.
- Нелсън, Д. Л., Куик, Д. К.** *Организационно поведение: науката, реалният свят и ние*. София: Изток – Запад, 2017.
- Паунов, М., Паунова, М., Паунов, А.** *Организационно поведение*. София: Сиела, 2013.
- Попова, Е.** *Карьерно развитие на библиотечния персонал в контекста на информационното общество, Ч. 1. Проучвания 2012–2015*. София: Унив. изд. „Св. Климент Охридски“, 2016.
- Фърнам, Е.** *Индивидуалните различия на работното място*. София: Изток – Запад, 2013, с. 416.
- Хемпдън-Търнър, Ч., Троомпернаарс, А.** *Седемте култури на капитализма*. Варна: ИК „ТедИна“, 1995.
- Хофстеде, Х., Хофстеде, Х. Я., Минков, М.** *Култури и организации (софтуер на ума)*. 3. прераб. и доп. изд. София: „Класика и стил“, 2020.
- Allport, G.W.** *The person in psychology: Selected essays*. Boston: Beacon, 1968.
- Davidkov, T., Vedar, O., Kanazireva, I., Gourbalova, I.** Organizational Values: Procedures & Empirical Explications. In: *Business Administration: Theory and Practice in Bulgaria II*. Sofia: “St. Kliment Ohridski” University Press, 2019, pp. 9–19.
- Davidkov, Ts., Vedar, O., Petkova-Gourbalova, L. Mihaylova, I.** Motivation of the Workplace (aggregate motivational profile – Bulgaria 2021). В: *Conference Proceedings XIX International Scientific Conference „Management and Engineering’21“ „Science Days – 2021“ Sozopol*, pp. 220–224.
- Давидков, Ц., Ведър, О., Тонева, С., Пехливанска, Р.** Професионални култури в сравнителна перспектива. В: *XXI Международна научна конференция Мениджмънт и Инженеринг, 25–29 юни 2023 г. гр. Созопол*, с. 219–223. Онлайн достъп и от: <https://iscme.tu-iiim.org/archive/>.
- Minkov, M., Hofstede, G.** *Cultural Differences in a Globalizing World*. Bingley, UK: Emerald, 2011.
- Rokeach, M.** *The Nature of Human Values*. New York: Free Press, 1973.
- Schwartz, S. H.** Universals in the content and structure of values: theoretical advances and empirical tests in 20 countries. In: **Zanna, M.** (ed.). *Advances in experimental social psychology*, 1992, Vol. 25.
- Trompernaars, F., Hampden-Turner, C.** *Riding the Waves of Culture*. 2. ed. New York: McGraw-Hill, 1998.

REFERENCES

- Allport, G.W.** *The person in psychology: Selected essays*. Boston: Beacon, 1968.
- Baychinska, K.** *Tsennosti. Tsennosten stres... tsennostna kriza*. Sofia: Akad. izd. „Marin Drinov“, 1994.
- Davidkov, T., Vedar, O., Kanazireva, I., Gourbalova, I.** Organizational Values: Procedures & Empirical Explications. In: *Business Administration: Theory and Practice in Bulgaria II*. Sofia: “St. Kliment Ohridski” University Press, 2019, pp. 9–19.
- Davidkov, Ts.** *Izsledvania varhu kulturite. Kulturni orientiri na upravlението*. Sofia: Stopanski fakultet SU „Sv. Kliment Ohridski“, 2019.
- Davidkov, Ts.** Organizatsionna kultura na regionalnite biblioteki v Bulgaria. Osnovni rezultati ot sotsiologicheskoprochvanepometodikata na H. Hofstede. Organizatsionnoto povednie v kulturen kontekst. V: *Biblioteka*, 2015, № 5, s. 99–137.
- Davidkov, Ts.** Tsennosten portret na pokoleniyata v balgarskite organizatsii (rezultati ot empirichnoto sotsiologicheskoprochvanepo Natsionalna i organizatsionni kulturi – 2021). V: *Upravlenie na choveshkите resursi: sbornik s dokladi ot Mezhdunarodna nauchno-prakticheska konferentsia, organizirana ot Ikonomicheski universitet – Varna, 30 septemvri 2022 g.* Varna: Nauka i ikonomika Ikonom. Univ. – Varna, s. 15–20. Dostapno i ot: <https://conference.ue-varna.bg/hrm/wp-content/uploads/Proceedings/HRMConfProceeding2022.pdf>.
- Davidkov, Ts.** *Upravlenie na organizatsiite*. Sofia: Stopanski fakultet SU „Sv. Kliment Ohridski“, 2021.
- Davidkov, Ts., Gurbalova, I.** Motivatsionen profil. V: *Retorika i komunikatsii* [onlayn], 2018, № 36. Dostapno ot: <https://s.shopee.com/GwKi>. [Pregledano 29.09.2024].
- Davidkov, Ts., Petkova, I.** Izsledvania varhu trudovi tsennosti. V: *Godishnik na Sofiyskia universitet „Sv. Kliment Ohridski“*. Stopanski fakultet, 2022, T. 21, s. 27–46.
- Davidkov, Ts., Tsvetanska, S.** Tsennosten profil na uchitelite v natsionalen kontekst. V: *Pedagogika*, 2023, № 7, s. 863–879.
- Davidkov, Ts., Vedar, O., Petkova-Gourbalova, L. Mihaylova, I.** Motivation of the Workplace (aggregate motivational profile – Bulgaria 2021) B: *Conference Proceedings XIX International Scientific Conference „Management and Engineering’21“ „Science Days – 2021“ Sozopol*, pp. 220–224.
- Davidkov, Ts., Vedar, O., Toneva, S., Pehlivanska, R.** Profesionalni kulturi v sravnitelna perspektiva – V: *XXI International Scientific Conference „Management & Engineering“*, June 25–29, 2023 Sozopol, Bulgaria, Science Days Of Tu-Sofia 2023, c. 219–223. ISSN 1314-6327. Достъп и от: <http://iscme.tu-iiim.org/index.php/arhiv>.
- Dzhonev, S., Dimitrov, P.** *Organizatsionno konsultirane*, T. 3. Sofia: En Dzhi Bi Konsulting, 2015, s. 144.
- Farnam, E.** *Individualnite razlichia na rabotnoto myasto*. Sofia: Iztok – Zapad, 2013, s. 416.
- Gidans, A.** *Sotsiologia*. Prev. K. Simeonov, I. Parchev. Sofia: Univ. izd. „Sv. Kliment Ohridski“, 2004, s. 824.
- Hempdan-Tarnar, Ch., Troompernaars, A.** *Sedemte kulturi na kapitalizma*. Varna: IK „TedIna“, 1995.
- Hofstede, H., Hofstede, H. Ya., Minkov, M.** *Kulturi i organizatsii (softuer na uma)*. 3. prerab. i dop. izd. Sofia: „Klasika i stil“, 2020.

- Ilieva, S.** *Organizatsionna kultura: sashtnost, funktsii i promyana*. Sofia: Univ. izd. „Sv. Kliment Ohridski“, 2006.
- Kameran, K. S., Kuin, R. E.** *Diagnostika i promyana na organizatsionnata kultura*. Sofia: „Klasika i Stil“, 2012.
- Kuzmanova, M., Aleksandrova, M.** *Menidzhmant: teoria i praktika*. Sofia: Vezni-4, 2013.
- Maslou, E.** *Motivatsia i lichnost (v tarsene na choveshkata sashtnost)*. Sofia: Kibea, 2010.
- Minkov, M., Hofstede, G.** *Cultural Differences in a Globalizing World*. Bingley, UK: Emerald, 2011.
- Minkov, M.** *Zashto sme razlichni: mezhdukulturni razlichia v semeystvoto, obshtestvoto i biznesa*. Sofia: Klasika i Stil, 2002.
- Nelsan, D. L., Kuik, D. K.** *Organizatsionno povedenie: naukata, realniyat svyat i nie*. Sofia: Iztok – Zapad, 2017.
- Paunov, M., Paunova, M., Paunov, A.** *Organizatsionno povedenie*. Sofia: Siela, 2013.
- Popova, E.** *Karierno razvitie na bibliotechnia personal v konteksta na informatsionnoto obshtestvo, Ch. 1. Prouchvania 2012–2015*. Sofia: Univ. izd. „Sv. Kliment Ohridski“, 2016.
- Rokeach, M.** *The Nature of Human Values*. New York: Free Press, 1973.
- Schwartz, S. H.** Universals in the content and structure of values: theoretical advances and empirical tests in 20 countries. In: **Zanna, M.** (ed.). *Advances in experimental social psychology*, 1992. Vol. 25.
- Trompernaars, F., Hampden-Turner, C.** *Riding the Waves of Culture*. 2. ed. New York: McGraw-Hill, 1998.