

DELIMITĂRI CONCEPTUALE, SENSURI ȘI CLASIFICĂRI ALE NOȚIUNII DE VALOARE

Oxana PALADI

Catedra Psihologie

In this article I have related concepts, meanings and classifications of the notion of value. In the specialized literature there is a multitude of criteria of classification and delimitation of this concept. These criteria are named differently by diverse authors but they frequently have an identical elucidation. It is worth mentioning the fact that there is necessary a clear interpretation of these delimitations, systematizations and classifications to contribute at the correct and adequate cognition of this notion.

În psihologie valoarea este obiectul unei necesități, atitudini sau dorințe. În concepția multor autori (A.Biron, M.C.Moraru, V.Pavelcu, P.Popescu-Neveanu), valoarea este considerată o însușire, un criteriu, o reprezentare, un produs, în fond, obiectivarea esenței umane.

Valorile nu sunt direct observabile; conțin elemente cognitive, afective și conative; nu operează independent de individ și de câmpul social; se referă la standardele dezirabilului; sunt organizate ierarhic în sistemul personalității și relevante pentru comportamentul real, afirmă Mc Lauglin (1965). Gui Rocher (1968) menționează printre alte caracteristici ale valorilor relativitatea acestora și funcția lor în determinarea comportamentului.

Max Scheler insistă asupra atributului de valoare pe care îl au trăirile și relațiile afective. Motivele și scopurile, aspirațiile și sentimentele, cu deosebire idealurile și voința reprezintă valori psihice sau spirituale (P.Popescu-Neveanu, 1978).

Unii autori, precum R.Doron și Françoise Parot (1991), consideră că există cel puțin trei sensuri diferite ale noțiunii fundamentale de valoare, și anume:

1) raportată la motivație, valoarea este apropiată de valență și trimite la tot ce caută sau evită un anumit individ;

2) raportată la procesele sociale și organizaționale, valoarea este echivalentă cu utilitatea socială. Ea se aplică deopotrivă indivizilor și comportamentelor și se referă la practici evaluative a căror funcție este reperarea activității sociale a conduitelor și, prin internalizare, a indivizilor;

3) raportată la ideologie, o valoare este apropiată de un scop (libertatea, solidaritatea, cunoașterea)... și conduce la accentuarea semnificației praxisului sau practicilor sociale.

Există o multitudine de criterii după care se poate efectua împărțirea valorilor, și anume: pe verticală valorile sunt generale și particulare; pe orizontală, valorile sunt în funcție de sferele de activitate. Pot fi valori sociale și valori individuale; valori psihice, mentale, spirituale sau morale; după conținut - filosofice, politice, științifice, estetice, tehnico-instrumentale, economice ș.a. [7, p.109-110].

O sistemizare a valorilor se poate realiza în funcție de criteriile utilizate. Petre Andrei (1945) desprinde șapte mari criterii de sistemizare a valorilor:

- 1) valabilitatea: valori relative și valori absolute, valori obiective și valori subiective;
- 2) calitatea: valori pozitive și valori negative, valori-scopuri și valori-efect;
- 3) subiectul pe care se centrează – pe sine: autopatice, pe altă persoană: heteropatice și pe ceva nepersonal: ergopatice;
- 4) motivul aderării la valori: accidentale, tranzitorii și valori propriu-zise ale persoanei;
- 5) obiectul valorilor: economice, etice, juridice, politice, estetice etc.;
- 6) facilitățile psihice care sunt vizate: valori sensibile, sentimentale și cognitive sau intelectuale;
- 7) sfera de întindere a valorilor: individuale, sociale și cosmice.

Astăzi, câteva dintre aceste criterii sunt rar invocate (în special 1, 3, 4, 6), în schimb s-au conturat altele:

- după incidența lor asupra comunităților și indivizilor: posibile și probabile;
- după gradul lor de manifestare în comportament: potențiale și actualizate, virtuale și operante;
- după locul și rolul lor în structura de ansamblu a mentalităților grupale sau ale personalității: centrale și marginale.

Enumerarea ar putea continua cu valori pragmatice (materialiste) și spirituale, valori tradiționale și moderne etc. Numărul criteriilor poate fi mărit extrem de mult și dacă ne gândim și la puțința combinării lor, ajungem, teoretic, la aproape o infinitate de posibilități. E adevărat că nu toate au egală acoperire psihosocială în viața grupurilor și nici egală semnificație gnoseologică.

Compararea tipologizărilor efectuate de diferiți cercetători pune în evidență, în al doilea rând, apropieri de conținut, mergând până la echivalențe; valori tradiționale numite cosmice, sociale și individuale sunt identificabile în mare măsură în valori existențiale, normative și ideosincreate la Otto von Mering (1961); ceea ce P.Andrei (1945) desemnează prin valori primare (scopuri) și valori derivate (efecte), apare la M.Rokeach (1973) ca valori terminale și valori instrumentale; suprapuneri marcante există între tipurile devenite clasice ale lui Spranger – economic, estetic, teoretic, social, politic, religios (Allport, 1965) și clasificarea lui L.Lavelle (1955) în economice, afective, intelectuale, estetice, morale, religioase. Identitățile sau cvasiidentitățile de conținut în taxonomia valorilor pot fi interpretate, în același timp, și ca o probă a valabilității criteriilor. Avem, cu alte cuvinte, o pronunțată validitate intersubiectivă (interspecialiști) [3, p.18].

Chiar dacă în axiologie problema valorilor constituie încă un spațiu de dispută, mai ales în privința genezei lor obiective sau subiective, totuși, de la Ed.Spranger (1923) și T.Vianu (1942) acest domeniu a intrat într-o clasificare pe specii de valori teoretice, estetice, juridice, economice, politice, religioase etc., astăzi unanim acceptată [5, p.31].

În lucrările lui A.Maslow întâlnim noțiunile de valori deficitare și valori uzuale. Primele nu sunt tratate explicit, iar celelalte sunt descrise detaliat. Autorul presupune că există anumite valori caracteristice fiecărui individ: „Valorile supreme sunt în însăși natura omului și pot fi găsite în acesta”. Aceasta se află în contradicție cu teoriile vechi care susțin că valorile înalte provin de la atotputernicul Dumnezeu sau de la un oarecare alt izvor care se află în afara personalității. A.Maslow enumera următoarele valori uzuale: adevărul, bunătatea, frumusețea, integritatea, vitalitatea, unicitatea, perfecțiunea, necesitatea, plinătatea, dreptatea, ordinea, simplitatea, bogăția, facilitatea, joaca, autosuficiența [8, p.1-11].

Examinarea, chiar sumară, a stadiului actual atins în ceea ce privește clasificarea valorilor ne duce la următoarea concluzie: elaborarea în sine a unor taxonomii axiologice este puțin profitabilă, reprezentând în multe cazuri o simplă invenție expresională. Important este ca cercetătorul să selecteze dintr-un evantai larg de posibile clasificări pe cele cu relevanță epistemică, adică pe cele care angajează cele mai profunde și numeroase implicații în sistemul teoretico-metodologic pus în joc. Aceasta nu este o poziție convenționalistă, deoarece aparatul conceptual, relevanța epistemică reflectă la rândul lor pregnanța, acuitatea ontologică a valorilor în dinamica socială și individuală [3, p.17-19].

Este de evidențiat faptul că toate valorile sunt trăite subiectiv, comportă o implantare și o realizare psihică și/sau spirituală. La nivelul valorii, individualul și socialul se intersectează, fiind inseparabile.

„Dinamica valorii este influențată și influențează sfera motivațională a personalității”, scria C.Matuszewicz (1974) [7, p.110].

Sistemul orientărilor valorice determină partea consistentă a direcționării personalității și alcătuiește baza relațiilor ei către lumea înconjurătoare, către alți oameni, către sine, baza concepției despre lume și miezul motivației vieții active, baza concepției despre viață și a „filosofiei vieții” [10, p.527].

După V. Francl se evidențiază 3 grupuri de valori, și anume:

- 1) valori creative - se realizează în activități productive creative și sunt constructive;
- 2) valori afective - se manifestă în sensibilitatea noastră către aparențele lumii înconjurătoare, de exemplu în admirarea frumuseții naturii sau operelor de artă;
- 3) valori comportamentale - reprezintă atitudinea persoanelor către factorii care limitează viața [9, p.126].

În articolul „Orientări valorice și conștiința de sine: puncte de tangență” am menționat faptul că valorile servesc drept criteriu selectiv al acțiunilor. Pe de o parte, valorile suscită judecăți, preferințe și alegeri, pe de altă parte, valorile constituie principii pentru decizii de comportament. Indivizii, într-adevăr, preferă unele lucruri altora; selectează din scara posibilităților un anumit mod de acțiune, judecă propria conduită, precum și conduita altor persoane.

În opinia lui M.Rokeach, menirea valorilor umane rezidă în asigurarea unui ansamblu de standarde pentru a direcționa eforturile noastre în satisfacerea necesităților și pe cât este posibil de a ne amplifica autoestimarea, adică a ne face autoimaginea percepută de noi și de alții corespunzătoare definițiilor, social și instituțional originale, ale moralității și competenței [1, p.266-276].

Valorile umane constau dintr-un număr relativ mic de cogniții sau idei esențiale, prezente în fiecare societate, despre stările finale dorite ale existenței și modelele dorite de comportament, instrumentale pentru realizarea lor, care sunt apte de a fi organizate pentru a forma priorități diferite, afirma M.Rokeach [8, p.1-11].

Autorul definește valoarea ca fiind o convingere de durată similară cu un anumit mod de comportament sau scop al existenței. Asemănător cu oricare alt tip de convingere, valoarea are trei componente – cognitivă, afectivă și comportamentală: 1) valoarea este o cogniție privind dezirabilul, adică persoana cunoaște modul corect de a se comporta sau scopul corect pe care vrea să-l realizeze; 2) valoarea are o componentă afectivă, ea fiind trăită emoțional de către persoana care o deține; 3) valoarea, în calitate de variabilă comportamentală, intervine și conduce persoana la acțiune.

Valoarea presupune o preferință specifică pentru un anumit tip de comportament sau anumite scopuri care pot fi personale sau sociale.

M.Rokeach a stabilit două tipuri de valori: unele privind un anumit tip de comportament și valori privind un scop al existenței, o anumită stare finală. Pe primele le-a denumit valori instrumentale, ele fiind grupate la rândul lor în valori morale și valori de competență. Celelalte sunt valori terminale care se divid la rândul lor în valori personale și valori sociale. M.Rokeach a elaborat un test pentru evaluarea acestor grupe de valori [6, p.151-163].

Există o varietate de definiții și interpretări date valorii în disciplinele socioumane, accepțiunea cea mai frecventă fiind cea de principii generale și abstracte despre ceea ce este important și de prețuit în viață, despre cum trebuie oamenii să se comporte și să aprecieze (în termeni de bun/rău, drept/nedrept, urât/frumos etc.) situațiile, evenimentele, persoanele, precum și obiectele sociale și naturale. Astfel de principii sunt: bunătatea, adevărul, dreptatea, libertatea, cooperarea, competiția, realizarea de sine. O atare definiție are însă doar un caracter orientativ, important fiind a dezvălui mai analitic notele fundamentale ale conceptului și a surprinde relația cu alte noțiuni apropiate. P.Iluț precizează însă mai întâi că se referă aici atât la valorile sociale (ca elemente principale ale contextului sociocultural), cât și la varianta lor interiorizată la nivel de personalitate [4, p.11].

După dicționarul de psihologie, valoare înseamnă interes manifestat față de un obiect; stimă arătată unei persoane. Noțiunea de valoare este esențialmente subiectivă, variind în funcție de individ și de situație, fiind legată de satisfacerea trebuințelor. Un obiect nu are valoare decât în măsura în care este dezirabil. Se disting diverse valori: biologice, economice, morale, religioase, estetice etc., dar numai prin afectivitate și prin intersubiectivitate ființa umană realmente ia cunoștință de lumea valorilor concrete. Valoarea unei persoane este fluidă, labilă, pusă mereu sub semnul întrebării; individul care caută să se definească nu o poate face decât prin raportare la lumea sa socială; el nu are valoare în propriii săi ochi decât în măsura în care este purtător al valorilor pe care i le recunoaște grupul [2, p.336].

Societatea, prin diferitele ei paliere de generalitate, oferă și induce individului atitudini, valori, idealuri. Așa cum la naștere copilul găsește o anumită tehnologie, o anumită structură socială și anumite cunoștințe, tot așa el găsește un anumit sistem de valori și atitudini, un univers axiologic. Umanizarea și socializarea copilului, cristalizarea și maturizarea etajelor superioare ale personalității tânărului, înseamnă în primul rând interiorizarea valorilor promovate de contextul sociocultural în care trăiește [3, p.5].

Dacă valorile sunt utile (paradigma utilitarismului), sunt, evident, și funcționale (paradigma funcționalismului). Tot așa, faptul că se nasc dintr-un contract social (teoria contractualistă) înseamnă că sunt funcționale și utile.

Obiectivitatea valorilor implică și discutarea suportului lor material. Un posibil răspuns este a trata relația axiologică prin analogie cu cea a cunoașterii (Kallos și Roth, 1968), astfel încât purtătorii materiali ai valorilor apar obiectele, fenomenele, situațiile, prin semnificațiile lor axiologice. Același obiect poate fi purtător al mai multor valori și el poate fi, de asemenea, obiect ontologic sau gnoseologic, în funcție de modalitățile de însușire a lumii de către om (subiect epistemic, subiect axiologic etc.). O atare rezolvare se referă însă la evaluarea, valorizarea realității înconjurătoare și nu la valori ca principii de sine stătătoare [3, p.14].

Conținutul specific al axiologicului ar consta în caracterul valorilor de principii generale despre dezirabil, cu funcții de orientare a acțiunilor grupale și individuale. Ele apar, deci, ca elemente ale universului simbolic al realității și au ca suport direct nivelul informațional al socialului (diversele forme de mass-media) și în primul rând comunicarea directă interumană prin limbaj. Valorile se nasc și funcționează în colectivități socioculturale, iar purtătorii lor materiali sunt indivizii concreți și instituțiile respectivelor comunități [3, p.17].

Analizând literatura de specialitate referitoare la conceptul de valoare, putem conchide că există o multitudine de delimitări, sistematizări, clasificări ale acestui concept deseori numite cu termeni diferiți de către diverși autori, dar care presupun o clarificare similară sau chiar identică. Menționăm că e necesară o claritate între aceste sistematizări, clasificări care să contribuie la asigurarea unei cunoașteri cât mai corecte și adecvate ale noțiunii date.

Referințe:

1. Bolboceanu A., Țăbuleac A. Valențe ale profilului axiologic în structura personalității adolescente / Probleme actuale ale științelor umanitare, V.IV. - Chișinău: UPS „I.Creangă”, 2001, p.266-276.
2. Dicționar de psihologie. - București, 2000, p.336.
3. Iluț P. Structurile axiologice din perspectivă psihosocială. - București, 1995, p.5-32.
4. Malim T., Birch A. Perspective în psihologie. - București, 1999, p.11-12.
5. Gârlan A. Mictat. Analiza de fidelitate a chestionarului PPN-50 pentru diagnoze de valori, trăsături și relații etnice // Revista psihologie. - T. 49. - București. - 2003. - Nr.1-2. - P.31-49.
6. Roco M. Cercetări privind gândirea morală și ierarhia valorilor // Revista psihologie. - T.47. - București. - 2001. - Nr.3-4. - P.151-163.
7. Vlăduțescu Ș. Câteva considerații privind „încrederea” ca valoare instrumental-modelatoare // Revista psihologie. - T.48. - București. - 2002. - Nr.1-2. - P.109-120.
8. Rokeach M. Introduction // Understanding Human Value. Individual and Societal. - New York: The Free Press, 1979. - p.1-11.
9. Тутушкина М.К. Практическая психология. - Санкт-Петербург, 2000, с.121-130.
10. Столяренко Л.Д. Основы психологии. - Ростов-на-Дону, 2003, с.527.

Prezentat la 11.10.2007