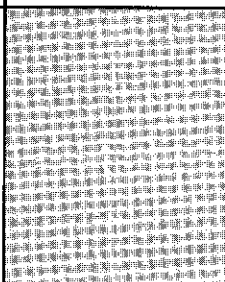
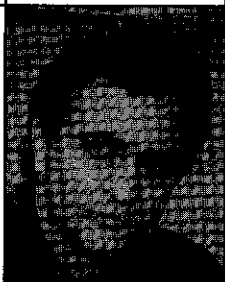
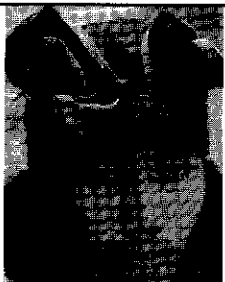
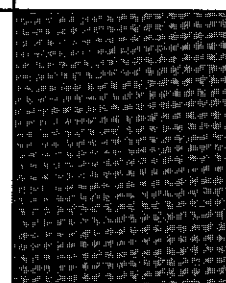
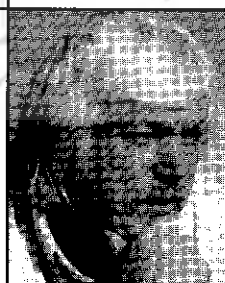
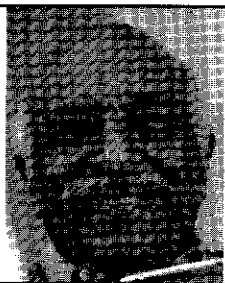
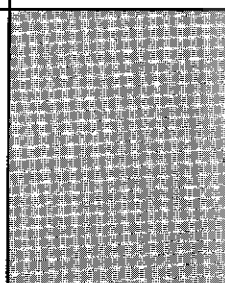
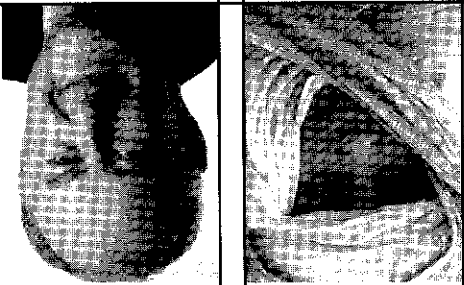
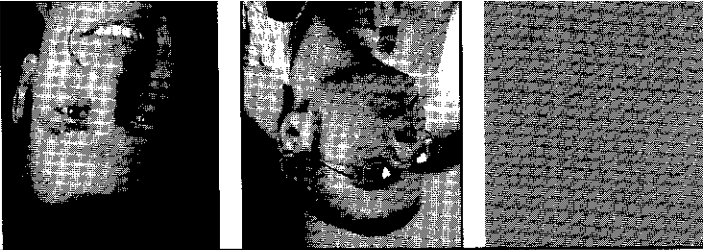


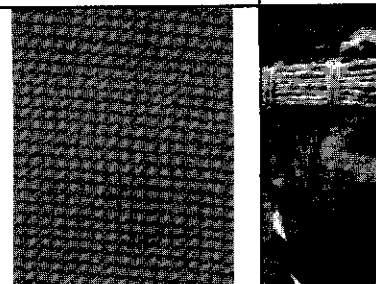
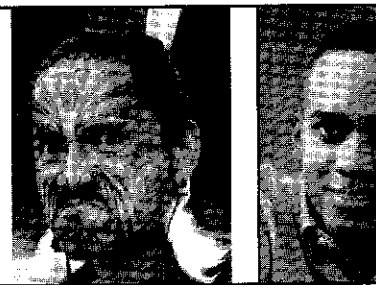
# ماهیت ارزش‌های انسانی و نظام‌های ارزشی

نویسنده: روکیچ  
مترجم: فیروز امیری





هر برداشتی از ماهیت ارزش های انسانی، باید دست کم بر معیارهای معینی منطبق شود تا به لحاظ علمی مفید باشد. این برداشت باید هم ذاتاً جذاب باشد و هم طوری باشد که بتوان تعریفی عملیاتی از آن عرضه کرد. برداشت ما از ماهیت ارزش های انسانی باید در دور باطل اصطلاحاتی که خود تعریف نشده اند، مانند «باید»، یا «برداشت ما از مطلوب و خواستنی» نیفتد. در بررسی ارزش های انسانی، رویکرد ما باید غیرارزشی باشد و محققان مستقل را قادر سازد، یافته ها و نتایج تجربی یکدیگر را با وجود ارزش های متفاوت، تکرار کنند. در تعریف ماهیت ارزش های انسانی پنج فرض وجود دارد: ۱. تعداد کل ارزش های هر شخص نسبتاً کم است؛ ۲. همه ی انسان ها به درجات متفاوت ارزش های یکسانی دارند؛ ۳. ارزش ها در قالب نظام های ارزشی سازمان می یابند؛ ۴. پیشینه ی ارزش های انسانی را می توان در فرهنگ، جامعه، نهادها و شخصیت آن ها یافت؛ ۵. پیامد ارزش های انسانی عملاً در همه ی پدیده های متجلی خواهند شد که دانشمندان علوم اجتماعی شایسته ی تحقیق و شناخت می دانند.



مفهوم ارزش در کلام انسانی، به دو شکل متفاوت و بارز به کار رفته است. ما اغلب می گوئیم یک شخص فلان ارزش را دارد، اما گاهی نیز می گوئیم یک شیء ارزش دارد. این دو کاربرد که برخی نویسندگان نیز آن را تصدیق کرده اند، از همان آغاز ما را مجاب می کند که مشخص کنیم، بررسی سیستماتیک ارزش ها در صورت اطلاق به افراد مفیدتر است یا اطلاق به اشیا. برخی نویسندگان مانند هندی (۱۹۷۰)، پری (۱۹۵۴) و لوئیس (۱۹۶۲)، از بعد شیء به مسأله ی ارزش ها پرداخته اند و صرفاً همه ی اشیا را دارای یک ویژگی تک بُعدی ارزشی می دانند که از مثبت به منفی است و بدین سان مفهوم ارزش هیچ ویژگی اضافی یا معنای دیگری ندارد. به نظر می رسد، دلایل تئوریک مجاب کننده ای وجود دارند که بر اساس آن ها می توان گفت، بررسی ارزش های یک شخص، در مقایسه با بررسی ارزش هایی که برای اشیا قائل هستیم، از لحاظ تحلیل جامعه شناختی بسیار مفیدتر است. حال می توان تعریفی از آنچه ارزش های یک شخص و نظام ارزشی نامیده می شوند، ارائه کرد: ارزش، در واقع اعتقاد دیرپای به این است که شیوه ی خاصی از رفتار یا وضع غایی وجود، از لحاظ شخصی یا اجتماعی بر یک شیوه ی رفتار یا وضع غایی وجود ضد یا عکس آن، ارجحیت دارد. نظام ارزشی نیز سازمان دیرپایی از اعتقادات در خصوص شیوه های ارجح رفتار یا حالت های غایی وجود، در امتداد زنجیره ای از اهمیت نسبی است.

این تعریف ها که از آن ها اصطلاحاتی چون «باید» و «برداشت ها از مطلوب» به عمد حذف شده است، در بررسی ما اهمیت محوری دارند. باید توجه داشت، اصطلاح

«ارجح» که در تعریف ما ذکر شده است به عنوان «اسم» به کار نرفته است، بلکه یک صفت مستندی است که مشخص می کند، چیزی بر چیز دیگر ارجح است و شیوه ی خاصی از رفتار یا وضع غایی وجود، بر شیوه ی رفتار یا وضع غایی موجود مخالف خود، ارجح دانسته می شود.

### ماهیت ارزش ها

#### ۱. دیرپایی ارزش ها

اگر ارزش ها کاملاً ثابت بودند، تغییر فردی و اجتماعی غیرممکن می شد. اگر ارزش ها کاملاً بی ثبات بودند، پیوستگی شخصیت انسانی و اجتماعی ممکن نبود. اگر قرار است برداشت ما از ارزش های انسانی مفید باشد، باید بتواند ویژگی دیرپای ارزش ها و نیز ویژگی متحول شونده ی آن ها را توضیح دهد:

شاید گفته شود، ویژگی دیرپایی ارزش ها عمدتاً ناشی از این است که آن ها ابتدا مستقل و جدا از دیگر ارزش ها و در یک قالب مطلق همه یا هیچ آموزش داده می شوند. چنین شیوه ای از رفتار یا وضع غایی، آنگونه که به ما آموزش داده می شود، همیشه مطلوب و خواستنی است. مثلاً به ما یاد نمی دهند که فقط کمی صادق یا منطقی بودن مطلوب و خواستنی است. یا این که تلاش برای اندکی رستگاری یا

آرامش، مطلوب و خواستنی است. همچنین به ما نمی‌گویند که این‌ها گاهی خوب و مطلوب هستند و گاهی خیر. این یادگیری مستقل و در نتیجه مطلق ارزش‌هاست که کم و بیش تضمین‌کننده‌ی پایداری و ثابت آن‌هاست.

اما این پارادوکس نیز وجود دارد که ارزش‌ها دارای ویژگی «نسبی بودن» نیز هستند که برای درک مسأله‌ی تغییر ارزش‌ها باید آن را روشن کرد. انسان‌ها به تدریج و طی فرایند بلوغ می‌آموزند که ارزش‌های مستقل و مطلق را که در موقعیت‌های گوناگون آموخته‌اند، در یک نظام سازمان‌یافته‌ی سلسله‌مراتبی به هم پیوند بزنند که در آن، هر ارزشی با توجه به اولویت یا اهمیت نسبی‌اش در برابر دیگر ارزش‌ها، جای خود را می‌یابد. وقتی در موقعیت خاصی، یک ارزش در امتداد ارزش‌های دیگر برجسته می‌شود، محصول رفتاری، نتیجه‌ی اهمیت نسبی همه‌ی ارزش‌های رقیبی خواهد بود که آن موقعیت برجسته کرده است.

## ۲. ارزش، اعتقاد است

روکیچ (ط ۱۹۶۸) سه نوع اعتقاد را از هم متمایز کرده است که عبارتند از: اعتقادات تشریحی یا وجودی که می‌توانند درست یا نادرست باشند؛ اعتقادات ارزیابانه که توسط آن‌ها درباره‌ی خوب یا بد بودن چیزی قضاوت می‌شود؛ و اعتقادات تحویزی یا منع‌کننده که توسط آن‌ها، وسیله یا هدف عملی مطلوب یا نامطلوب ارزیابی می‌شود. ارزش، اعتقاد از نوع سوم است؛ یعنی اعتقاد تحویزی یا منع‌کننده. الپورت [۱۹۶۱: ۴۵۴] معتقد است، ارزش، اعتقادی است که براساس آن، انسان به سبب ارجح دانستن چیزی به کاری مبادرت می‌ورزد.

ارزش‌ها مانند همه‌ی اعتقادات دارای اجزای شناختی، عاطفی و رفتاری هست: ۱. ارزش، شناخت درباره‌ی مطلوب،

و مترادف چیزی است که چارلز موریس (۱۹۵۶) «ارزش شکل گرفته در ذهن»، و کلاکهورن (۱۹۵۱) «برداشت ما از مطلوب» نامیده است.

۲. ارزش به این مفهوم مقوله‌ای عاطفی است که شخص می‌تواند، نسبت به آن احساسی عاطفی داشته باشد و به لحاظ عاطفی، طرفدار یا مخالف آن باشد. کسانی را که نمونه‌های مثبت آن هستند تأیید کند و کسانی را که نمونه‌های منفی آن تلقی می‌شوند، رد کند.

۳. ارزش از این لحاظ دارای یک جزء رفتاری است؛ جزئی که متغیری مداخله‌گر است و با فعال شدن، موجب عمل می‌شود.

## ۳. ارزش به شیوه‌ای از رفتار یا وضع غایی وجود اشاره می‌کند

وقتی می‌گوییم فلان شخص چنین ارزشی دارد، ممکن است منظورمان اعتقادات این شخص درباره‌ی شیوه‌های رفتار مطلوب یا وضع غایی وجود مطلوب باشد. این دو نوع ارزش را ارزش‌های ابزاری و ارزش‌های پایانی می‌نامیم. تمایز میان این دو نوع ارزش-ابزاری و پایانی-بسیار اهمیت دارد و در اندیشه‌ی تئوریک یا تلاش‌های عملی برای ارزیابی ارزش‌ها نمی‌توان این تمایز را نادیده گرفت. تعداد کل ارزش‌های پایانی لزوماً برابر با تعداد ارزش‌های ابزاری نیست. همچنین، میان ارزش‌های ابزاری و پایانی رابطه‌ای کاربردی وجود دارد که نمی‌توان آن را نادیده گرفت.

انواع ارزش‌های پایانی عبارتند از: ارزش‌های شخصی و ارزش‌های اجتماعی. یکی از راه‌های طبقه‌بندی ارزش‌های پایانی، طبقه‌بندی استقرایی است. ارزش‌های پایانی ممکن است خودمحور یا جامعه‌محور، و درون‌فردی یا بین‌فردی باشد. برخی ارزش‌ها مانند

ارزش‌هایی که یک نهاد در آن‌ها تخصص دارد، لزوماً به طور کامل با ارزش‌های دیگر نهادها تفاوت ندارند

«رستگاری» و «آرامش ذهن»، ارزش‌های درون‌فردی هستند، اما «صلح» و «اخوت جهانی» ارزش‌های بین‌فردی محسوب می‌شوند. اشخاص هم ممکن است، حسب اولویت‌هایی که برای ارزش‌های اجتماعی و شخصی قائلند، یکسان عمل نکنند. همچنین، افزایش در یک ارزش اجتماعی، به افزایش در دیگر ارزش‌های اجتماعی، و کاهش در ارزش‌های شخصی منجر خواهد شد، و برعکس، افزایش در یک ارزش شخصی، به افزایش دیگر ارزش‌های شخصی و کاهش ارزش‌های اجتماعی می‌انجامد.

انواع ارزش‌های ابزاری عبارتند از: ارزش‌های اخلاقی و ارزش‌های شایستگی. ارزش‌های اخلاقی عمدتاً به شیوه‌های رفتار اشاره دارند و لزوماً، ارزش‌هایی را که با وضع غایی وجود مرتبط می‌شوند، دربرنمی‌گیرند. ارزش‌های اخلاقی فقط به انواع معینی از ارزش‌های ابزاری اشاره می‌کنند؛ ارزش‌هایی که ویژگی بین‌فردی دارند و در صورت نقض شدن، احساس تقصیر و گناه به وجود می‌آید. ارزش‌های موسوم به «شایستگی»، بیش‌تر ویژگی شخصی دارند تا بین‌فردی و به نظر نمی‌رسد، توجه چندانی به اخلاق داشته باشند. نقض شدن آن‌ها موجب می‌شود، انسان به سبب برخی ناتوانی‌ها احساس شرم کند، نه احساس گناه.

آیا میان دو نوع ارزش‌های مرتبط با اخلاق و شایستگی و دو نوع ارزش‌های پایانی مرتبط با وضع غایی اجتماعی و شخصی ارتباطی هست؟ برخی معتقدند، ارتباط نظری به نظری در این خصوص وجود ندارد. مثلاً شخصی که گرایش بیش‌تری به سوی وضع غایی شخصی دارد، ممکن است به صورت دفاعی اولویت بیش‌تری برای رفتار اخلاقی قائل شود و برعکس، شخصی با گرایش اجتماعی‌تر ممکن

است، برای دستیابی به برخی شایستگی‌های فردی تلاش کند.

تقریباً همه‌ی نویسندگان به ویژگی «باید» ارزش‌ها اشاره کرده‌اند. آیا می‌توان گفت همه‌ی ارزش‌های پایانی و ابزاری یک ویژگی «باید» دارند؟ شاید بتوان گفت که «باید» بیش‌تر ویژگی ارزش‌های ابزاری است تا پایانی، و این ویژگی بیش‌تر در ارزش‌های ابزاری دیده می‌شود که جنبه‌ی اخلاقی دارند نه آن‌هایی که بیش‌تر با شایستگی سروکار دارند. به نظر می‌رسد که «باید» لزوماً ویژگی همه‌ی ارزش‌ها نیست. یک ارزش، هرچه در میان افراد بیش‌تری خواهان داشته باشد، درخواست جامعه از ما در مورد آن بیش‌تر خواهد بود و در نتیجه، ویژگی «باید» برجسته‌تر خواهد شد.

به نظر می‌رسد که «باید» برخی ارزش‌ها از درون جامعه نشأت می‌گیرد؛ جامعه‌ای که از همه‌ی ما می‌خواهد به گونه‌ی معینی عمل کنیم که به نفع دیگران باشد نه به ضرر آن‌ها. اگر شخصی به شیوه‌ای اخلاقی رفتار کند، اما دیگران چنین رفتاری نداشته باشند، رفتار او بی‌فایده خواهد بود. برعکس، به نظر می‌رسد که جامعه در خواسته‌هایش درخصوص الگوهای رفتار شایسته یا وضع غایی پایانی، کم‌تر اصرار دارد. به نظر نمی‌رسد که ویژگی «باید» در این ارزش‌ها به همان اندازه باشد که در ارزش‌های اخلاقی وجود دارد. در ارزش‌های شایستگی، ویژگی «باید» بسیار خفیف‌تر است.

۴. ارزش، ترجیح دادن چیزی و نیز منعکس‌کننده‌ی برداشت ما از ارجح است

ارزش از دید کلاکسون، «برداشت ما از مطلوب» است و نه چیزی که صرفاً طلب می‌شود. این تلقی از ماهیت ارزش‌ها ناشی از آن است که تعریف «تребولوب» بی‌نهایت

دشوار است. «برداشت ما از مطلوب» ظاهراً چیزی بیش از نوع خاصی از ارجحیت نیست: ارجح دانستن شیوه‌ی رفتار خاصی بر شیوه‌ی رفتار دیگری، یا ترجیح دادن یک وضع غایی بر وضع غایی دیگر. ارجحیت را از دید دیگر نیز می‌توان در نظر گرفت. افراد، رفتاری خاص یا یک وضع غایی خاص را نه فقط در مقایسه با رفتارهای دیگر و وضع غایی دیگری ترجیح می‌دهند، بلکه آن را با دیگر ارزش‌ها در درون نظام ارزشی خود مقایسه می‌کنند و با توجه به جایگاه سلسله‌مراتبی آن‌ها، یکی را بر دیگری ترجیح می‌دهند.

۵. ارزش، برداشت ما از چیزی است که از لحاظ شخصی یا اجتماعی ارجح است

اگر ارزش‌های یک شخص بیانگر «برداشت‌های وی از مطلوب» است، این سؤال مطرح می‌شود که مطلوب برای که؟ برای خودش یا برای دیگران؟ در واقع، یکی از جالب‌ترین ویژگی‌های ارزش‌ها این است که آن‌ها را می‌توان در زندگی روزمره در موارد بسیار متنوع و گوناگون به کار گرفت. آن‌ها را می‌توان با دیگران تقسیم کرد یا نکرد و بدین ترتیب، به عنوان معیارهای واحد یا دوگانه (و حتی سه‌گانه) به کار گرفت. ارزش‌ها را می‌توان به صورت‌های «برابر در مورد خود و دیگران»، «خود آری اما دیگران خیر»، «دیگران اما خود خیر»، «در مورد خود بیش از دیگران، یا در مورد دیگران بیش از خود» اعمال کرد.

ماهیت نظام‌های ارزشی

وقتی ارزشی آموخته می‌شود، به طریقی در یک نظام سازمان‌یافته از ارزش‌ها ادغام می‌شود که در آن، هر ارزش به لحاظ اولویت آن در برابر ارزش‌های دیگر، جایگاه خاص خود را می‌یابد. این استنباط نسبی از ارزش‌ها ما را قادر می‌سازد، تغییر



۱. ما را به موضعگیری در قبال مسائل اجتماعی سوق می‌دهند.

۲. ما را آماده می‌کنند، به طرفداری از یک ایدئولوژی سیاسی یا مذهبی خاص برخیزیم.

۳. معیارهایی هستند که به خدمت گرفته می‌شوند تا فردی معرفی شود.

۴. برای ارزیابی و قضاوت، و تعریف و تمجید از یک گروه، و سرزنش گروهی دیگر مورد استفاده قرار می‌گیرند.

۵. در مطالعه‌ی فرایندهای مقایسه، نقش محوری دارند. ما ارزش‌ها را به عنوان معیارهایی به کار می‌گیریم تا بگوییم به اندازه‌ی دیگران محق و شایسته هستیم یا خیر.

۶. معیارهایی هستند برای متقاعد کردن یا تحت نفوذ قرار دادن دیگران و گفتن این که کدام اعتقادات، طرز تلقی‌ها، ارزش‌ها و اقدامات دیگران، ارزش مقابله، اعتراض، بحث و جدل یا تلاش برای تغییر دادن دارند و کدام ندارند.

۷. معیارهایی هستند که نشان می‌دهند، چگونه می‌توان اعتقادات، طرز تلقی‌ها و اقدامات خود را که ممکن

۲. ارتباط میان ارزش‌های ابزاری و پایانی این‌ترین فرض در خصوص این ارتباط آن است که بگوییم، همه‌ی ارزش‌های مرتبط با شیوه‌های رفتاری، ابزاری برای دستیابی به هر گونه ارزش مرتبط با وضع غایی هستند. می‌توان همه‌ی ارزش‌های پایانی را ارزش‌هایی تعریف کرد که فقط به وضع غایی آرمانی وجود اشاره می‌کنند. همچنین می‌توان گفت، ارزش‌های ابزاری ارزش‌هایی هستند که فقط به شیوه‌های آرمانی رفتار اشاره می‌کنند. بر اساس این تعریف ممکن است، هر ارزش پایانی، نقش عاملیت برای ارزش پایانی دیگری داشته باشد، یا این که هر ارزش ابزاری، همین نقش را برای ارزش ابزاری دیگری ایفا کند. در واقع، همه‌ی ارزش‌های ابزاری را می‌توان شیوه‌های رفتاری نامید که در حصول همه‌ی ارزش‌های مرتبط با وضع غایی وجود، نقش ابزار و عاملیت دارند.

۳. کاربرد ارزش‌ها و نظام‌های ارزشی ارزش‌ها، معیارهایی چندوجهی هستند که از راه‌های گوناگون، رفتار را هدایت می‌کنند. آن‌ها:

را جابه‌جایی اولویت‌ها تعریف کنیم و در عین حال، شاهد باشیم که کل نظام ارزشی با گذشت زمان نسبتاً باثبات مانده است. گوناگونی‌ها در تجربه‌ی شخصی، اجتماعی و فرهنگی، نه فقط زاینده‌ی تفاوت‌های فردی در نظام‌های ارزشی خواهند بود، بلکه به وجود آورنده‌ی تفاوت‌های فردی در ثبات آن‌ها خواهد شد.

۱. تعداد ارزش‌های پایانی و ابزاری به نظر می‌رسد که تعداد ارزش‌های پایانی افراد کم‌تر از ارزش‌های ابزاری است. شاید بتوان گفت، تعداد کل ارزش‌ها تحت تأثیر ساختار بیولوژیکی و اجتماعی و به‌ویژه نیازهای فرد است. تعداد نیازها از دید نظریه‌پردازان گوناگون متفاوت است. از دید فروید (۱۹۲۲)، تعداد این نیازها دو مورد، از دید مزلو (۱۹۵۴) پنج مورد، و از دید موری (۱۹۳۸) بیست و هشت مورد است. بر این اساس می‌توان گفت، تعداد کل ارزش‌های پایانی بین دو تا بیست و هشت است و تعداد کل ارزش‌های ابزاری ممکن است چند برابر آن باشد.



## یادگیری مستقل و در نتیجه مطلق ارزش هاست که کم و بیش تضمین کننده ی پایداری و ثبات آن هاست

مانند مک لافلین معتقدند، ارزش های تنظیم کننده واقعاً شبه ارزش هستند، زیرا افراد آن‌ها را برای سازگاری در قبال فشارهای گروه به خدمت می‌گیرند.

### ۲. کارکرد خودپایی ارزش‌ها

نظریه ی روانکاوی می‌گوید، ارزش‌ها به اندازه ی طرز تلقی‌ها می‌توانند، به رفع نیازهای خودپایی کمک کنند. نیازها، احساسات و اقداماتی را که به لحاظ شخصی و اجتماعی غیرقابل پذیرش هستند، می‌توان به سادگی با فرایندهای توجیه، تبیین و تشکیل واکنش، به شرایط قابل قبول‌تری تغییر داد. همه ی ارزش‌های ابزاری و پایانی را می‌توان برای تحقق کارکردهای خودپایی به خدمت گرفت، با وجود این، نمی‌توانیم به ارزش‌های معینی اشاره کنیم که به ویژه برای چنین منظورهایی مناسب باشند.

### ۳. کارکرد آگاهی بخش یا خودشکوفایی ارزش‌ها

کاتز [۱۷۰: ۱۹۶۰] کارکرد آگاهی بخش را شامل «جست‌وجوی معنا، نیاز به درک، گرایش به سوی سازماندهی بهتر ادراک و اعتقاد، به منظور شفافیت، ثبات و پایداری می‌داند. برخی ارزش‌های ابزاری و پایانی با صراحت یا تلویحاً، این دانش و آگاهی و به شکلی جامع‌تر، کارکرد خودشکوفایی را دربرمی‌گیرند.

### ارزش‌های بالاتر و پائین‌تر

ارزش‌هایی با کارکردهای تنظیمی، خودپایی، آگاهی بخشی و خودشکوفایی را شاید بتوان در امتداد طیفی از پائین به بالا رده بندی کرد. به اندازه‌ای که نظام ارزشی فرد منعکس کننده ی نوعی دل‌مشغولی متمایز با ارزش‌های تنظیمی، خودپایی، و خودشکوفایی هستند، می‌توانیم بگویم که او در سطوح پائینی یا بالایی عمل می‌کند. ارزش‌های متمایز از مفاهیم دیگر

موقعیت‌های روزمره باشد، کاربردهای درازمدت‌تر آن‌ها، بیان و تشریح نیازهای اساسی انسان است. ارزش‌ها، تأثیر انگیزه بخشی و نیز شناختی، عاطفی و رفتاری قوی دارند. ارزش‌های ابزاری از این نظر انگیزه بخش هستند که شیوه‌های رفتاری آرمانی مرتبط با آن‌ها، در تحقق هدف‌های غایی مطلوب نقش ابزاری دارند. ارزش‌های پایانی نیز از این نظر انگیزه بخش هستند که «آبرهدف‌هایی محسوب می‌شوند، ماورای هدف‌های خودی و از لحاظ بیولوژیکی اضطرابی. دلیل دیگر در مورد انگیزه بخش خواندن ارزش‌ها این است که آن‌ها در تجزیه و تحلیل نهایی، همان ابزارهای ذهنی و سلاح‌هایی هستند که ما همگی برای حفظ و تقویت عزت نفس از آن‌ها استفاده می‌کنیم.

### ۱. کارکرد تنظیمی ارزش‌ها

محتوای برخی ارزش‌ها، مستقیماً با شیوه‌های رفتاری و وضع غایی در ارتباط هستند که گرایش تنظیمی یا انتفاعی دارند. مثلاً، برخی ارزش‌های ابزاری با مطلوبیت اطاعت، سازگاری با دیگران، مؤدب بودن، و خویشتنداری ارتباط دارند. برخی ارزش‌های پایانی نیز با مطلوبیت آسایش مادی، موفقیت، پرستیژ و نظم و قانون سروکار دارند. البته برخی

است از لحاظ شخصی و اجتماعی غیرقابل پذیرش باشند، به مفهوم روانکاوانه، منطقی جلوه داد و توجیه کرد. روند توجیه و معقول جلوه دادن که تقریباً در همه ی سازوکارهای دفاعی، عنصری اساسی است، اگر انسان دارای ارزش‌هایی برای منطقی جلوه دادن نبود، غیرممکن می‌شد.

### ۴. نظام ارزشی به مثابه ی طرحی کلی برای حل کشمکش و تصمیم‌گیری

هر نظام ارزشی یک سازمان آموخته از اصول و مقرراتی است که به شخص کمک می‌کند، از میان بدیل‌ها و گزینه‌های متفاوت، یکی را برای حل و فصل کشمکش و تصمیم‌گیری برگزیند. از آن‌جا که هر موقعیت معین، عموماً چندین ارزش را در چارچوب نظام ارزشی فرد فعال می‌کند، بعید است که وی بتواند به گونه‌ای عمل کند که به طور برابر با همه ی ارزش‌های دیگر موجود در نظام ارزشی، سازگاری داشته باشد.

### کاربردهای انگیزه بخش

اگر کاربردهای فوری ارزش‌ها و نظام‌های ارزشی، هدایت عمل انسان در

طی پنجاه سال گذشته، روان‌شناسانی که به لحاظ تجربی گرایش‌های اجتماعی دارند، بیش‌تر به «نظریه و سنجش طرز تلقی‌ها» توجه نشان داده‌اند تا به «نظریه و سنجش ارزش‌ها». این توجه بیش‌تر به طرز تلقی، ناشی از این تصور نیست که طرز تلقی‌های انسان، در مقایسه با ارزش‌های وی، نقش تعیین‌کننده‌ی بیش‌تری در رفتار اجتماعی دارند. بلکه به نظر می‌رسد که این مسأله به ما تحمیل شده است، یا این‌که از توسعه‌ی سریع‌تر شیوه‌های سنجش، طرز تلقی‌هایی نشأت گرفته است که چه بسا با فقدان شفافیت درباره‌ی تفاوت‌های ادراکی میان ارزش‌ها و طرز تلقی‌ها و به هم پیوستگی‌های کاربردی آن‌ها، شکل گرفته‌اند.

تفاوت طرز تلقی با ارزش این است که طرز تلقی به سازمانی از چندین باور پیرامون چیزی یا موقعیتی خاص اشاره می‌کند، اما ارزش بر باوری واحد با ویژگی بسیار خاص تأکید دارد. تفاوت‌های طرز تلقی و ارزش را می‌توان در این موارد خلاصه کرد:

۱. ارزش اعتقاد خاصی است، اما طرز تلقی به سازمانی از چندین اعتقاد اشاره دارد.

۲. ارزش فراتر از اشیاء و موقعیت‌هاست، حال آن‌که طرز تلقی بر اشیاء یا موقعیت‌های معینی متمرکز است.

۳. ارزش معیار است، اما طرز تلقی معیار نیست.

۴. هر فرد به تعداد اعتقادات آموخته‌اش در خصوص شیوه‌های مطلوب رفتار و وضع‌غایی وجود، دارای ارزش است.

۵. ارزش‌ها در مقایسه با طرز تلقی‌ها، در ساختار شخصیتی فرد و نظام شناختی او، موقعیت محوری‌تری دارند.

۶. ارزش در مقایسه با طرز تلقی مفهومی پویاتر است و ارتباط فوری‌تری با انگیزه دارد.

۷. محتوای ذاتی ارزش ممکن است مستقیماً با کارکردهای تنظیمی، خودپایی، آگاهی‌بخشی یا خودشکوفایی سروکار داشته باشد.

### ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی

ارزش‌ها سه تفاوت عمده با هنجارهای اجتماعی دارند:

۱. ارزش به شیوه‌ای از رفتار یا وضع‌غایی وجود اشاره می‌کند، حال آن‌که هنجار اجتماعی فقط به شیوه‌ای از رفتار اشاره دارد.

۲. ارزش فراتر از موقعیت‌هاست، حال آن‌که هنجار اجتماعی تجویز یا منع‌کننده‌ی رفتاری خاص در موقعیتی خاص است.

۳. ارزش بیش‌تر جنبه‌ی شخصی و درونی دارد، حال آن‌که هنجار حاصل اتفاق نظر است و برای شخص جنبه‌ی بیرونی دارد.

### الف) ارزش‌ها و نیازها

برخی نویسندگان، ارزش را با طرز تلقی مترادف می‌دانند، و برخی با نیاز. فرنچ و کان (۱۹۶۲) معتقدند، ویژگی‌های ارزش و نیاز، از جنبه‌هایی مشابه هستند. فرد ممکن است بخواهد کاری را بکند و در عین حال احساس کند که موظف است این کار را انجام دهد. زیرا ارزش، نه فقط اعتقاد درباره‌ی چیزی است که فرد موظف به انجام آن است، بلکه میل برای انجام آن نیز هست.

برخی نیز معتقدند، ارزش‌ها نموده‌های شناختی و شکل‌های تغییر یافته نیازها هستند، و انسان تنها جاننداری است که قادر به بروز دادن این نموده‌ها و تغییر شکل دادن‌هاست. ارزش‌ها، نمود شناختی نیازهای فردی، و در عین حال، خواسته‌های اجتماعی و نهادی هستند. نیاز را می‌توان تکذیب یا تأیید کرد؛ البته در صورتی که ببینیم، آیا می‌تواند در برابر بررسی موشکافانه‌ی شخصی و اجتماعی

تاب آورد یا خیر. اما ارزش را هیچ‌گاه نمی‌توان تکذیب کرد. از این رو، وقتی شخصی درباره‌ی ارزش‌هایش به ما می‌گوید، مطمئناً درباره‌ی نیازهایش نیز حرف می‌زند.

### ب) ارزش‌ها و علاقه‌ها

علاقه چیزی نیست جز یکی از نمودهای یک ارزش، و در نتیجه، برخی از خصوصیات ارزش را نیز دارد. علاقه ممکن است نمود و بازتاب شناختی نیاز باشد و ممکن است، هدایتگر اعمال، یا ارزیابی‌های شخص از خود و دیگران و مقایسه‌ی خویش با دیگران. علاقه ممکن است در خدمت کارکردهای تنظیمی، خودپایی، آگاهی‌بخشی و خودشکوفایی باشد، اما مفهوم آن بسیار محدودتر از مفهوم ارزش است. علاقه را نمی‌توان شیوه‌ی رفتاری آرمانی یا وضع‌غایی آرمانی وجود در نظر گرفت. همچنین دشوار می‌توان گفت که علاقه ویژگی استاندارد بودن یا ویژگی «باید» دارد. علاقه‌ها بیش‌تر به طرز تلقی‌ها شباهت دارند تا به ارزش‌ها.

### نظام‌های ارزشی و گرایش‌های ارزشی

گرایش‌های ارزشی را نمی‌توان به دلایلی برای مفهوم امروزی نظام ارزشی تلقی کرد. برخی صاحب‌نظران، گرایش ارزشی را «مجموعه‌ای از گزاره‌هایی می‌دانند که هم ارزش و هم عناصر وجودی را در بر می‌گیرد» [کلاکسون، ۱۹۵۱: ۴۰۹]. اما مفهوم ارزش متضمن رده‌بندی ارزش‌های پایانی و ابزاری در امتداد یک طیف واحد است. فرد ممکن است معتقد باشد که انسان مقهور طبیعت است، اما چنین اعتقادی لزوماً به این معنا نیست که انسان برای مقهور بودن در برابر طبیعت ارزش قائل است و عقیده دارد که چنین چیزی مطلوب است یا این‌که انسان باید مقهور طبیعت باشد.

## پیشینه‌ها و پیامدهای ارزش‌ها و نظام‌های ارزشی

ارزش‌ها را می‌توان متغیرهای وابسته یا متغیرهای مستقل دانست. اگر آن‌ها را متغیرهای وابسته بدانیم، محصول نیروهای فرهنگی، نهادی و شخصی هستند که می‌توانند در طول عمر شخص بر او تأثیر بگذارند. اگر هم آن‌ها را متغیرهای مستقل بدانیم، تأثیرات فراگیری بر تقریباً همه‌ی حوزه‌های تلاش بشری دارند که دانشمندان همه‌ی علوم اجتماعی ممکن است، به آن علاقه مند باشند.

## الف) پیشینه‌های ارزش‌ها

گرچه ممکن است تعداد ارزش‌های انسان بسیار کم باشد، اما تعداد نظام‌های ارزشی با تفاوت‌های نظری احتمالی، حقیقتاً بسیار زیاد است. یکی از عوامل کثرت نظام‌های ارزشی ممکن است تفاوت‌های بارز میان فرهنگ‌ها، جوامع، ترتیبات نهادی و حتی شخصیت‌های فردی همه‌ی انسان‌های ساکن کره‌ی زمین باشد. مثلاً، مجموعه‌ای از هجده ارزش پایانی را می‌توان از لحاظ رده‌بندی اهمیت، در بیش از ۶۴۰ تریلیون مجموعه‌ی متفاوت چید، اما بسیار بعید است همه‌ی این جایگشت‌ها که از لحاظ نظری ممکن هستند، عملاً مشاهده شوند. شاید بتوان گفت که شباهت‌ها در فرهنگ، تعداد کل گونه‌های احتمالی نظام‌های ارزشی را به شدت کاهش خواهد داد و و نظام‌های ارزشی تعداد کثیری از مردم را، در قالب کم و بیش مشابه شکل خواهد داد. همچنین، در نتیجه‌ی اجتماعی شدن نهادهای اجتماعی مشابه، شباهت‌های جنسیتی، سنی، طبقاتی و نژادی، تعداد گونه‌های احتمالی نظام‌های ارزشی در یک فرهنگ معین، بیش از پیش کاهش می‌یابد.

## ب) پیامدهای ارزش‌ها

ارزش‌هایی که در نتیجه‌ی تجربه‌ی فرهنگی، اجتماعی و شخصی، به مقولاتی ذاتی تبدیل می‌شوند، ساختارهایی روان‌شناختی هستند که به نوبه‌ی خود پیامدهایی دارند. ارزش‌ها سبب تقریباً همه‌ی انواع رفتارهایی هستند که می‌توان آن‌ها را «رفتار اجتماعی» نامید. شاید بتوان گفت، ارزش‌ها راهنما و سبب ساز طرز تلقی‌های اجتماعی و ایدئولوژی‌ها از یک طرف، و رفتار اجتماعی از طرف دیگر هستند.

## به سوی طبقه‌بندی ارزش‌های انسانی

طبقه‌بندی‌های متفاوتی درباره‌ی ارزش‌ها وجود دارد که طبقه‌بندی لذت‌باورانه، زیبایی‌شناختی، مذهبی، اقتصادی، اخلاقی و منطقی از آن جمله است. اما شاید طبقه‌بندی بر مبنای ارزش‌های نهادی و ارزش‌های فردی، نظام‌مندتر از بقیه باشد. همه‌ی ارزش‌های انسانی، همان‌گونه که نویسندگانی چون انگلیش (۱۹۵۸) گفته‌اند، «محصولی اجتماعی» هستند که نسل به نسل از طریق یک یا چند نهاد جامعه، به آیندگان منتقل شده‌اند. ما می‌توانیم نهاد را سازمانی اجتماعی تعریف کنیم که در جامعه تکامل یافته است و وظیفه‌ی تخصصی حفظ و تقویت زیرمجموعه‌های منتخب ارزش‌ها و انتقال آن‌ها را از نسلی به نسل دیگر برعهده دارد.

از این رو، نهادهای مذهبی نهادهایی هستند که تخصص آن‌ها ترویج و تقویت زیرمجموعه‌ی معینی از ارزش‌هاست که «ارزش‌های مذهبی» نام دارند. خانواده هم نهادی است که تخصص آن، ترویج و تقویت زیرمجموعه‌ی دیگری از ارزش‌هاست. نهادهای آموزشی، سیاسی، اقتصادی و حقوقی نیز در زیرمجموعه‌های دیگری از ارزش‌ها تخصص دارند.

ارزش‌هایی که یک نهاد در آن‌ها تخصص دارد، لزوماً به طور کامل با ارزش‌های دیگر نهادها تفاوت ندارند. ممکن است این نهادها ارزش‌های معینی را هم پوشانی کنند و ارزش‌های مشترکی داشته باشند و در نتیجه، ارزش‌های یکدیگر را تقویت کنند که نمونه‌ی آن را در دو نهاد «خانواده» و «مذهب» می‌توان دید. این نهادها به اندازه‌ای که هم پوشانی نداشته باشند، رقیب هم خواهند بود که نمونه‌ی آن را می‌توان در نهادهای مذهبی و نهادهای سکولار در درون جامعه دید که نهادهای سکولار بر جدایی دین و سیاست از هم اصرار دارند.

### منبع:

این مقاله ترجمه‌ای است از فصل اول کتاب زیر: Rekeach, M (1973). The nature of human values. new york freepress.(N.Y.F.P)

