

مفهوم و ویژگی‌ها

دکتر ابوتراب طالبی - عضو هیات علمی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی

مقدمه

ارزش^۱، یکی از پرکاربردترین مفاهیم بین رشته‌ای در علوم انسانی، و مفهومی است با کاربرد و حساسیت اجتماعی زیاد. مروری بر تاریخ تحولات و ادبیات مکتوب و شفاهی پنجاه سال اخیر ایران، مؤید اهمیت آن در گفتمان‌های گوناگون جامعه‌ی ماست. با وجود این، بررسی و تحقیقات مربوط به ارزش‌ها، نشانگر اغتشاش مفهومی و حتی وجود برداشت‌های متضاد از این مفهوم است. برای مثال، بعضی آن را به امور عینی و حداکثر امور ارزشمند تقلیل می‌دهند. بعضی نیز ارزش را چنان کلی و انتزاعی تعریف می‌کنند که مطالعه‌ی علمی آن غیرممکن می‌شود. نگارنده در این مقاله بر آن است تا با مروری بر تعریف‌های عمده موجود در مورد «ارزش‌ها»، تعریف مشخصی از ارزش ارائه دهد و رابطه‌ی آن را با مفاهیم دیگری مانند: عقاید، هنجارها، امور ارزشمند و اخلاق مشخص کند.

مفهوم ارزش؛ مروری بر پیشینه‌ی موضوع

مفهوم ارزش^۱ از مفاهیم پیچیده با کاربرد بسیار و معانی متنوع است. برای مثال، این واژه در فلسفه، حقوق، روان‌شناسی، علوم اقتصادی، سیاست، جامعه‌شناسی و علم اخلاق، به معانی متفاوتی در نظر گرفته شده است. به علاوه، درون هر رشته نیز تعریف یکسانی از آن وجود ندارد.^۲

در فرهنگ فلسفی لالاند، مفهوم ارزش در ارتباط با اشیا، کارکرد آن‌ها و نسبت انسان با آن‌ها، در چهار بعد به کار رفته است: ۱. تا چه حد مورد آرزو و علاقه‌ی فرد یا گروه است؛ ۲. چه مقدار شایستگی توجه و علاقه مندی دارد؛ ۳. چه هدفی را برآورده می‌سازد؛ ۴. در یک گروه و زمان معین، چه مقدار ارزش مبادله‌ای دارد [بیرو، ۱۳۶۶: ۴۴۵-۴۴۴]. در تعریف بالا، بعد اول به درجه‌ی تعلق ارزشی، بعد دوم به ارزش ذاتی، بعد سوم به ارزش کارکردی و بعد چهارم به ارزش مبادله‌ای ناظر است. ارزش در جامعه‌شناسی، به معنای خوب یا بد، شایسته و مطلوب و ناشایسته و نامطلوب نزدیک فرد یا گروه تعریف شده است [گیدنز، ۱۳۷۳ و رفیع پور، ۱۳۷۶: ۱۶۲]. بعضی نیز آن را هنجار^۳ و معیار^۴ انتخاب یک فرد یا گروه از میان علی‌البدل‌های مربوط به یک موقعیت تعریف کرده‌اند [۱۹۳۷ و ۱۹۵۱، Parsons و محمد خلیفه، ۱۳۷۸].

گی‌روشه، تحت تأثیر دورکیم و پارسونز، ارزش‌ها را پایه‌ی نمادین کنش دانسته است و می‌گوید: «ارزش، شیوه‌ای از بودن یا عمل [است] که یک شخص یا جمع به عنوان آرمان می‌شناسد و افراد یا رفتارهایی را که بدان نسبت داده می‌شوند، مطلوب و متمسک می‌سازد» [روشه، ۶۷: ۷۶]. وی برای ارزش‌ها پنج ویژگی اساسی قائل است که عبارتند از: ۱. در نظام آرمانی قرار دارند نه در حوادث و

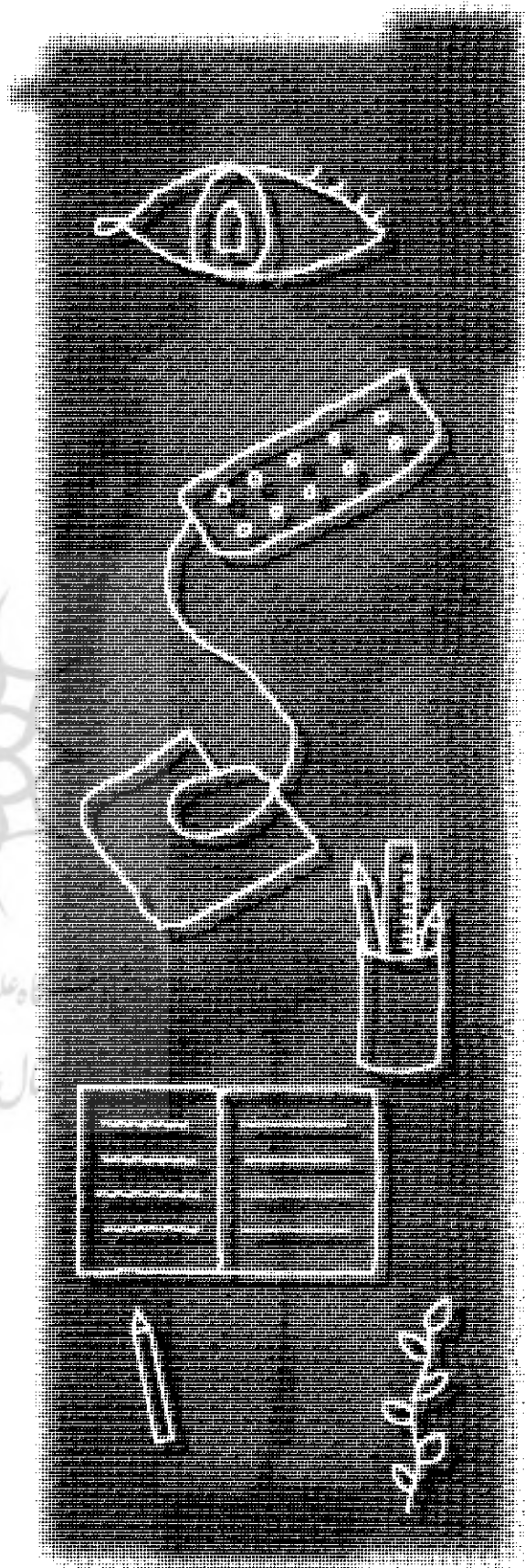
مسائل عینی (که بیانگر و حاکی از آن یا الهام گرفته از آن هستند). علاوه بر این، ارزش‌ها از قضاوت‌های ارزشی متفاوت، و مورد آن‌ها هستند؛ ۲. الهام‌بخش و به قول پارسونز هدایتگر کنش هستند. به عبارت دیگر، کنش‌ها جهت‌گیری ارزشی دارند؛ ۳. نسبی هستند (با توجه به عامل زمان، مکان و اجتماعات)؛ ۴. بار و بنیاد عاطفی دارند؛ ۵. دارای سلسله مراتب هستند؛ یعنی ارزش‌های جدید به ندرت در جامعه ظاهر می‌شوند. آنچه که غالباً روی می‌دهد، تغییر در سلسله مراتب ارزش‌ها نزدیک گروه یا فرد است. به همین دلیل، ما باید در تغییر ارزش‌ها تغییر در سلسله مراتب آن‌ها را انتظار داشته باشیم که در فرایند آن، ارزش‌های مسلط و بالادست به مرتبه‌ی پائین می‌آیند و ارزش‌های دیگری جای آن‌ها را می‌گیرند [روشه، ۱۳۶۷: ۸۵-۷۵]. بر این اساس، آنچه در جامعه و گروه ظاهر می‌شود، ارزش‌هایی هستند که در اولویت قرار دارند.

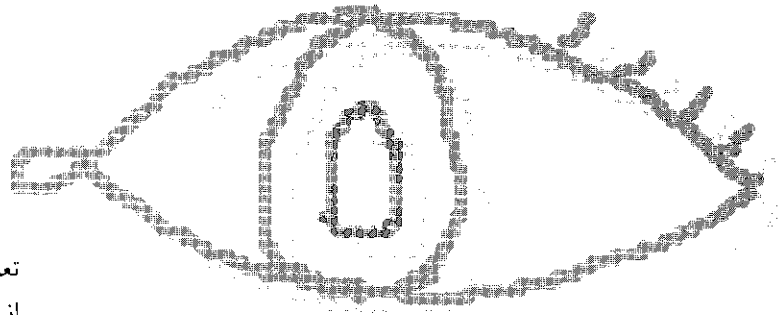
کاربرد ارزش در روان‌شناسی و روان‌شناسی اجتماعی تنوع بیش‌تری دارد. بعضی از روان‌شناسان آن را مترادف نیاز در نظر گرفته‌اند. این تعبیر بر نظریه‌ی نیازهای انسان، خصوصاً نیازهای زیستی و نظام انتخاب انسان بر اساس آن، استوار است. بر این اساس، نیازها و ارزش‌های انسان به دو گروه اولیه و ثانویه تقسیم می‌شوند. نیازها و ارزش‌های اولیه، بر اساس نیازهای پایه‌ای زیستی انسان، و نیازها و ارزش‌های ثانویه، بر اساس تجلی و ظهور اجتماعی این نیازها در گروه و جامعه، شکل می‌گیرند. دانشمندانی مانند کرج^۶، کراچفیلد^۷ و مزلو، چنین تصویری را از ارزش‌ها ارائه کرده‌اند [محمد خلیفه، ۱۳۷۸]. برخی از تعاریف‌های دیگر ارزش در روان‌شناسی عبارتند از:

۱. ارزش به مثابه هم‌ریشه‌ی انگیزه یا motive [ویلسون و مک لیلاند].
۲. ارزش به مثابه علاقه و میل یا interest [پری، آلپورت و فرتون].
۳. ارزش به مثابه باور یا Belief [روکیچ].
۴. ارزش به مثابه گرایش^۸ [پیشین].

تعریف ارزش

به طوری که در مطالب فوق دیده می‌شود، ارزش به صورت‌های متفاوتی تعریف شده است. عمده‌ترین اشکال تعریف‌های مذکور این است که ارزش را به پدیده‌های دیگر تقلیل می‌دهند. برای نمونه، امیل دورکیم ارزش‌ها را به هنجارها، روکیچ به باورها، و آلپورت به امیال تقلیل می‌دهند. در حالی که در واقعیت اجتماعی، ارزش‌ها





تعریف شده است و بسط می‌یابد. نیازها به واسطه‌ی سلسله‌ای از محرک‌ها یا پاداش‌ها رفع می‌شوند و نوعاً با رفع نیازها، اهمیت آن‌ها کاهش می‌یابد یا از بین می‌رود. چنین برداشتی از ارزش (ارزش به مثابه نیاز)، در تاریخ جامعه‌شناسی نیز وجود داشته است.

برای نمونه، مفهوم ارزش در نظریه‌ی مبادله، خصوصاً قضیه‌ی ارزش نزد هومنز، به همین معنا ناظر است. برای همین او معتقد است، پس از رفع نیاز افراد، ارزش یک پاداش و محرک محیطی کاهش می‌یابد و برای برانگیختن آن‌ها باید واحد بیش‌تری از پاداش (ارزشمند) به افراد داده شود. آنچه که تأمین آن نیاز را تحقق می‌بخشد، ارزشمند است و درجه‌ی ارزشمندی آن به درجه و نوع نیاز فرد بستگی دارد.

به نظر می‌رسد، باید بین «ارزش» و «ارزشمند» نیز تفاوت قائل شد. پایداری ارزشمندی یک چیز، بر پایداری (یا ظهور و افول) نیاز مبتنی است. با از میان رفتن موضوعیت آن نیاز، آن چیز نیز ارزشمندی خود را از دست می‌دهد. در مقابل، اهمیت ارزش فی‌نفسه است و مطلوبیت آن به نیازهای کنشگران موکول نیست. مثلاً، برای انسان تشنه، آب و برای فرد گرسنه، غذا ارزشمند است، ولی ارزش نیست. چنانچه شرایطی فراهم شود که این مواد به وفور وجود داشته باشند، ارزشمندی خود را از دست خواهند داد. همچنین است نیاز به احترام و ارزشمندی آن. تحقیقات بسیاری نشان داده‌اند، وقتی فردی در طلب احترام از دیگری است، واحدهای اولیه‌ی احترام مذکور بسیار ارزشمندند، ولی با تأمین آن، به تدریج اهمیت خود را از دست می‌دهند؛ تا جایی که هر واحد از احترام دیگری، برای فرد هدف، ارزشمند نخواهد بود.^۹

همچنین، ارزش‌ها به دلیل ذاتی بودن، پیامدگرا نبودن و مشروط نبودن، جایگزین نمی‌پذیرند و به تدریج نیز اهمیت خود را از دست نمی‌دهند؛ اگر چه ممکن است تحت شرایطی در سلسله مراتب ارزشی جابه‌جا شوند. تفاوت دیگر امور ارزشمند با ارزش‌ها این است که ارزش‌ها پایدارترند و کم‌تر با تغییر موقعیت، اهمیت خود را از دست می‌دهند. در حالی که امور ارزشمند بیش‌تر موقعیتی هستند و با تغییر نیاز و عوامل رفع‌کننده، کهنگی می‌پذیرند یا اهمیت خود را از دست می‌دهند.

ج) رابطه‌ی ارزش‌ها و عقاید

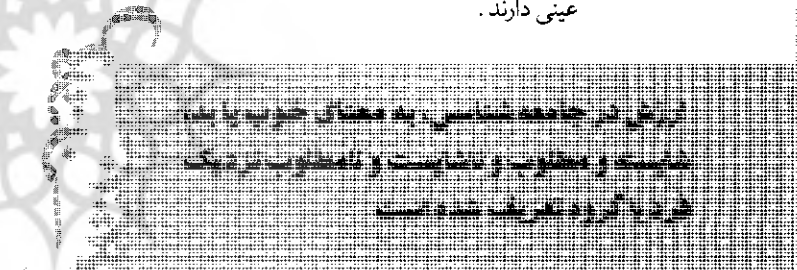
بعضی محققان باور را مترادف ارزش دانسته‌اند و بعضی نیز

پدیده‌هایی متفاوت از این‌ها، (و البته مرتبط) هستند. بر این اساس نگارنده معتقد است، ارزش‌ها عبارتند از: معیار تعریف وضع مطلوب امور، و معیار انتخاب در میان گزینه‌های متفاوت که به صورت غیرمشروط و غیرپیامدگرا (مطلق)، توسط یک فرد یا گروه پذیرفته می‌شود. به عبارت دیگر، ارزش‌ها، معیارهای انتخاب غیرمشروط و غیرپیامدگرا هستند که وضع مطلوب را به کنشگر نشان می‌دهند. بر اساس آنچه گفته شد، در مطالعه‌ی ارزش‌ها و شاخص‌های آن باید به این نکات توجه کرد:

الف) ویژگی‌های ارزش‌ها

ارزش‌ها چند ویژگی عمده دارند که مهم‌ترین آن‌ها از این قرارند:

۱. از جنس امور ذهنی و معرفتی هستند، اگر چه تجلی و آثار عینی دارند.



۲. ضرورت‌های قطعی هستند.

۳. درون ارزش‌ها، بین ارزش‌ها و سایر عناصر فرهنگ و نظام اجتماعی، ارتباط سلسله‌مراتبی و ساختاری وجود دارد.

۴. تعلق ارزشی تنها یک مقدار مطلق ندارد، بلکه دارای درجات متفاوت است. این ویژگی، موجب سلسله‌مراتب تعلق به یک ارزش نزد افراد گوناگون و سلسله‌مراتب ارزشی نزد یک فرد یا گروه (در میان ارزش‌های متعدد) می‌شود.

۵. به لحاظ درجه‌ی اهمیت موضوع، جنس موضوع، سطح، منبع، الهام‌بخش ارزش، دایره‌ی شمول موضوعی و سطح پذیرش ارزش (به لحاظ فردی و جمعی) انواع گوناگون دارند [طالبی، ۱۳۸۱].

ب) رابطه‌ی ارزش، نیاز و ارزشمندی

یکی از اشکالات مفهومی و نظری موجود، خلط بین موضوع نیازها (انگیزش‌های مبتنی بر آن‌ها) و ارزش‌هاست. واقعیت این است که نیاز نوعاً به اقتضای خصوصیات فیزیولوژیکی و زیستی

ارزش را نوعی باور معرفی کرده‌اند. برای مثال، روکیچ ارزش را باوری آمرانه و نهی آمیز معرفی می‌کند. وی می‌گوید: ارزش باوری است که به طور نسبی ثابت است و در محتوای آن ترجیحی شخصی یا اجتماعی، برای یکی از هدف‌های وجود یا شکلی از شکل‌های رفتار رساننده به این هدف، تحمیل می‌شود. از نظر روکیچ، ارزش‌ها مانند باورها از سه عنصر اصلی تشکیل می‌شوند: ۱. عنصر شناختی (از نظر آگاهی به آنچه که صلاحیت میل و رغبت دارد)؛ ۲. عنصر عاطفی (از نظر احساس فرد در برابر آن)؛ ۳. عنصر ایجابی یا سلبی و رفتاری (از نظر آگاهی به آن به عنوان متغیر میانجی یا به منزله‌ی معیار یا راهنمای رفتار) [محمد خلیفه، ۱۳۷۸: ۶۱-۵۹].

به نظر می‌رسد، چنین تعریفی از ارزش و باور، با مشکلاتی مواجه است. عملاً نیز برای محقق راهگشایی نمی‌کند و به جای تفکیک تحلیلی موضوعات، آن‌ها را درهم می‌آمیزد. بنابراین، تفکیکی که پارسونز و کلاکهورن بین ارزش و باور قائل شده‌اند؛ از درستی و کارایی بیش‌تری برخوردار است. ارزش‌ها به خوب و بد، و نامطلوب ناظرند، در حالی که عقاید به درستی و نادرستی، و صدق و کذب ناظر هستند [روشه، ۱۳۶۷؛ ۱۹۵۱ و ۱۹۳۷، Parsons,]. نگارنده معتقد است، ارزش‌ها از عقاید متفاوتند. عقاید صورت‌های ذهنی در مورد وجود (و موجودات) هستند.

د) رابطه‌ی ارزش‌ها و اخلاق

اخلاق به لحاظ معنایی نزدیک‌ترین مفهوم به ارزش است. در این‌که اخلاق مجموعه‌ای از قواعد رفتار است، اجماع وجود دارد. همچنین، در اکثر نظریه‌های اخلاق، جهت‌گیری به سوی فرد دیگری پذیرفته شده است. یعنی قواعد اخلاقی، عمل افراد را در رابطه با فرد دیگری تعریف می‌کنند. اما در این‌که بنیاد اخلاق چیست، نظرات متفاوتی وجود دارد. از این نظر، نظریه‌های اخلاق را می‌توان به پیامدگرا و غیر پیامدگرا تقسیم کرد. در تئوری اخلاق پیامدگرا،^{۱۱} بر اساس نتایج خوب یا بد اعمال در مورد آن‌ها قضاوت می‌شود، در حالی‌که در نظریه‌های غیر پیامدگرا به مسائل دیگری مانند نفس عمل توجه می‌شود. نظام‌های اخلاقی ثابت و قطعی غیر پیامدگرا هستند. نظام‌های اخلاقی «مذهبی» و «عقلی» در این گروه قرار می‌گیرند. در این نوع اخلاق، نفس عمل اهمیت دارد، نه نتیجه‌ای که بر آن مترتب است.

به نظر می‌رسد، نظریه‌های اخلاقی پیامدگرا در نهایت به امری غیر اخلاقی تبدیل می‌شوند؛ چرا که لذت، سود و نفع را جایگزین

اصالت امری اخلاقی می‌کنند. در حالی‌که داشتن اصالت و وجود عنصر گذشت و ایثار، از عناصر اصلی اخلاق محسوب می‌شوند. بر این اساس می‌توان اخلاق را این‌گونه تعریف کرد: اخلاق شامل اصول و قواعدی عملی است که توسط کنشگران به عنوان قاعده‌ی مطلوب پذیرفته می‌شوند و به سوی دیگری رهنمون هستند. در نتیجه، جنس اخلاق از جنس ارزش‌هاست، اما؛ اولاً، اخلاق از سنخ قواعد رفتار است، ثانیاً، به سوی دیگری جهت یافته است. پس اخلاق جزو ارزش‌هاست و رابطه‌ی این دو، به صورت عموم و خصوص مطلق است.

زیر نویس:

1. value
۲. این بدان معناست که پژوهشگران بر اساس پارادایم معرفتی و وجودی نظری آن‌ها را تعریف می‌کنند. آنچه اهمیت دارد، بیان درست «مراد» محقق و پیوند تعریف‌ها با چارچوب نظری است.
۳. چه مقدار امکان مبادله‌ی آن با مقداری معین از کالا به عنوان واحد اندازه‌گیری بها وجود دارد.
4. norm
5. standard
6. Krech
7. Cruchfield
۸. محمد خلیفه، ۱۳۷۸. و نیز برای اطلاع بیش‌تر از تعریف‌های ارزش و ارتباط آن‌ها با سایر مفاهیم رفتاری و روان‌شناختی، رجوع شود به: روکیچ، ۱۹۷۶؛ و ایچ‌بی و دیگران، ۱۹۷۶.
۹. در مورد مثال احترام و نیاز به پذیرش، رجوع کنید به کتاب‌های روان‌شناسی اجتماعی؛ از جمله: ارونسون، ۱۳۷۶.
10. Consequentialism

منابع:

- بیرو، آن (۱۳۶۶). فرهنگ علوم اجتماعی. ترجمه‌ی باقر ساروخانی. انتشارات کیهان. روشه، گی (۱۳۶۷). کنش اجتماعی. ترجمه‌ی حمزه زنجانی زاده. آستان قدس رضوی، تهران.
- رفیع پور، فرامرز (۱۳۷۶). توسعه و تضاد. شرکت سهامی انتشار. تهران.
- محمد خلیفه، عبداللطیف (۱۳۷۸). بررسی روان‌شناختی تحول ارزش‌ها. ترجمه‌ی سید حسین سیدی. آستان قدس رضوی.
- طالبی، ابوتراب (۱۳۸۱). فرهنگ و جامعه. شورای فرهنگ عمومی.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۳). جامعه‌شناسی. نشونی. تهران.
- Parsons, Talcott (1951). Toward a Genral theroy of Action. Hartard university press.
- Parsons, Talcott (1937). The structure of social Action. McGraw Hill. New York.
- Rukeadh, M (1976). Belief, Atitude and value. josy Bass Publisher.