

Вредности-светионици живота

Вредности су животни оријентир – светионици живота. Оне су водичи људима у њиховим међусобним односима, али и у односима према природи и свету. За човека важне су скоро као и дисање. Суштина вредности је сам човек. Живот без вредности није ништа друго до живот без смисла. Само на основу смисла, односно вредности, особа може да се снађе у џунгли живота. Без њих пута беспућима и постаје лак плен непријатних осећања и стања.

Као релативно стабилне диспозиције, вредности заузимају централно место у структури личности особе и јако су мотивационо средство које утиче на све што особа жели, мисли или ради. Оне утичу на животне одлуке, циљеве и средства за њихово остварење, ставове, вредновање, морално суђење, идеологије, социјално понашање.

Ако човека посматрамо као „активно, самосвесно и према одређеним циљевима и идеалима усмерено биће“ (Пантић Д.,1981), његова природа се не може посматрати независно од вредности.

Анализа релевантне литературе указује да постоји преко четири стотине дефиниција вредности и чак осамнаест критеријума који одређују садржај овог појма (Пантић,2005). Различити аутори користе различите термине као што су: вредности, вредносне оријентације, преферирани животни стилови, идејне оријентације и слично. У енглеском језику среће се чак четрдесет термина за појам вредности (Пантић,1977,1981,1990). Такође, вредности имају различит концептуални статус – став, базични ставови, базичне димензије социјалног понашања, црте личности, мотиви...

Ипак, према Рокичу (Rokeach, 1973) све дефиниције вредности требало би да задовоље следеће критеријуме:

- Могућност операционалног дефинисања;
- Јасно разграничење од других сличних концепата (ставова, друштвених норми...), али истовремено мора бити повезана са њима;
- Избегавање циркуларне дефиниције и појмова као што су „треба“ или „концепције о пожељном“;
- Постојање вредносно неутралног приступа изучавању како би се истраживачи ослонили на међусобне налазе упркос разликама у вредностима.

Психологија изучава вредности као саставни елемент личности појединца.

У речнику Америчког удружења психолога (American Psychological Association - АРА) вредност се одређује као морални, социјални или естетски принцип који појединац или друштво прихвата као водич за оно што је добро, пожељно или важно односно као вредност, корисност или значај који се нечему придаје.

Најопштија психолошка дефиниција вредности јесте да су то релативно стабилне опште психичке диспозиције настале комбинованим деловањем когнитивно-емоционалног развоја, индивидуалних црта личности и интеракције са социјалним окружењем, а које усмеравају понашање ка неким циљевима у животу који се чине пожељним и којима особа тежи својим поступцима.

Неки од најутицајнијих аутора у овој области, вредност одређују као:

- „Уверење према којем људи делују у складу са преференцијама“, (Allport, 1961).
- „Трајно уверење да је одређен начин понашања или егзистенције лично или социјално пожељнији него супротни или обрнути начин понашања или егзистенције“ (Rokeach, 1973).
- „Пожељне, транситуационе циљеве који варирају у значају и служе као водећи принцип у животу људи“, (Schwartz & Bardi, 2001).
- „Имплицитну или експлицитну концепцију пожељности, карактеристичну за појединца или групу, која утиче на избор између доступних начина, средстава или циљева акције“, (Kluckhohn, 1951).

У нашој литератури Пантић (1981) вредности одређује као „релативно стабилне, опште и хијерархијски организоване карактеристике појединца (диспозиције) и групе (елементи друштвене свести), формиране међусобним деловањем историјских, актуелно-социјалних и индивидуалних чинилаца, које због тако приписане пожељности усмеравају понашање својих носилаца ка одређеним циљевима“.

Рот Н. и Хавелка Н. (1973) вредности схватају као „трајан, изразито позитиван однос особе према одређеним објектима које оцењујемо као важне и за чије остварење постоји изразито лично ангажовање“.

Кузмановић Б. (1995) вредности посматра као „схватања (уверења) о лично и друштвено пожељним општим начинима понашања, врстама активности и релативно трајним стањима у природи, друштву и појединцу“.

Без обзира на велики број дефиниција вредности, према Шварцу (Schwartz & Bardi, 1994; Schwartz, 2007), може се говорити о пет заједничких карактеристика у теоријским одређењима вредности.

1. Вредности су концепти или уверења.

То значи да представљају процену неког средства или крајњег циља акције као пожељног или непожељног. Имају *когнитивну, афективну и бихејвиоралну* компоненту.

2. Односе се на пожељна крајња стања или понашање.

Пожељност је једна од најбинијих одлика вредности. У односу на њу разликују се две групе вредности – вредности *циљева* и вредности *средстава* које нису независне целине, већ су у сложеним функционалним односима.

3. Вредности превазилазе специфичне ситуације.

Вредности као концепт су општије у односу на сличне концепте. Имају већи утицај на понашање. Општост вредности може бити двојако схваћена: као опште вредности које представљају однос према друштвено релевантним појавама и називају се социјалне вредности, и које одређују широк опсег социјалног понашања (Rot, 1994). Различити нивои општости појединих вредности указују на њихову хијерархију, али у смислу принципа организовања, а не универзалног и вечитог редоследа вредности.

Такође, вредности су релативно стабилне диспозиције у односу на различите ситуације у којима се примењују и могу утицати на већи број ситуација у дужем временском периоду.

4. Вредности управљају селекцијом и вредновањем понашања и догађаја.

Вредности *усмеравају понашање* на више начина: воде заузимању одређених позиција у погледу друштвених тема, одређују прихватање одређене политике или религије, постављају стандарде за представљање себе другима, суштинске су за процес упоређивања, убеђивање и утицај на друге; достижемо и одржавамо самопоштовање (Rokeach, 1973). Kluckhohn (1951) указује на утицај вредности на *избор доступних начина, средстава и циљева* акције. Catton (1954) сматра да вредности одређују критеријуме помоћу којих особа рангира интезитет својих жеља.

5. Вредности се могу рангирати с обзиром на релативан значај.

Људи истовремено прихватају више вредности. Рокич (Rokeach, 1973) сматра да је *укупан број* вредности које особа има релативно *мали*. *Сви људи имају исте вредности* у различитом степену (*различита процењена важност*), *организоване у вредносни систем*.

Другим речима, вредности су усмерене ка остварењу пожељних и вредних циљева, заузимају централно место у структури личности, снажно и трајно покрећу на одређене активности, одређују широк опсег социјалног понашања надилазећи специфичне ситуације, релативно су трајне и стабилне, мада не и потпуно непроменљиве.

У вредностима се укрштају психолошко и социјално, водећи особу ка формирању личног и социјалног идентитета. Постоје **личне** вредности, које су значајне за појединца, и **социјалне** вредности, које имају шири друштвени значај (слобода, равноправност, демократија...).

Са социолошке стране гледано, вредности се могу одредити као друштвени прописи, идеали и моралне норме које су карактеристичне за одређене социјалне групе или системе. Као опште социјалне (друштвене) вредности најчешће се наводе: мир, слобода, искреност и пријатељство.

Личне вредности се разликују од особе до особе, тако да нема неких посебних вредности које се могу узети као сталне, али најчешће навођене су: љубав, породична срећа, успех и признање у друштву, богатство и моћ.

Вредност неког понашања може бити одређена према личним или друштвеним стандардима. Оно што је за појединца много важно и чему придаје велики значај, за друштвену заједницу може бити потпуно тривијално. Такође, и у оквиру једне групе може се десити да постоје велике разлике по питању вредности које се сматрају важним. Стога *могућ је сукоб личних и друштвених вредности*, што може резултирати *конфликтом код појединца*, који га води ка промени личних вредности или кршењу постојећих норми које карактеришу одређено друштво. Постоје и *конфликти вредности унутар једне групе*, као што је на пример сукоб вредности којима теже млади и оних којима теже одрасли, односно оних који управљају једним друштвом.

У адолесценцији се јављају интересовања за друштвена питања. Млади људи заузимају критичке ставове према владајућим друштвеним вредностима и уочавају да одрасли често не поштују вредности које прокламују. Уколико се развије незадовољство постојећим системом вредности у друштву, може доћи до искључиве оријентације на лични живот, избегавања друштвеног и политичког ангажовања и незаинтересованости за социјалне вредности уопште. Екстремно незадовољство социјалним системом вредности може изазвати агресивно понашање младих.

Психолози сматрају да се вредности усвајају током **социјалног учења** под утицајем различитих агенаса социјализације који било свесно и намерно, било спонтано, доприносе да се одређене вредности прихвате и усвоје. Када је реч о формирању вредности индивидуалног живота, породица поставља темеље, мада није занемарљив ни утицај вршњака и средстава масовних комуникација. У погледу усвајања друштвено пожељних вредности, школа је агенс социјализације који директно посредује између друштва и младих обухваћених школовањем. Ово, наравно, под условом да су циљеви друштва довољно јасно одређени, као и да школски курикулум предвиђа и омогућује доследан и систематичан утицај школе на вредности ученика.

Према томе, можемо рећи да је **извор** човекових вредности у највећој мери друштво и да оне верно приказују какве циљеве неко друштво сматра вредним. Вредности једног друштва преносе се на појединца преко **породице и вршњачке групе, образовних и економских институција, језика, медија и продуката културе, религије, историје.**

Формирање вредности **није једносмеран процес** у коме особа само прима утицаје свог социјалног окружења, већ може и активно да учествује у мењању друштвених норми и вредности. Дешавало се да у дужем или краћем временском периоду једна особа или група људи оствари промене у идеолошким, нормативним и вредносним системима читавих друштава кроз лични ангажман, а примери су разни религијски, политички или револуционарни покрети и промене.

Према Хавелки (1995) вредности имају двоструку функцију, да *задовоље друштвене потребе* кроз постављање пожељних циљева за појединца, и да омогуће особи да *формира лични социјални идентитет* кроз уклапање у друштво и осећања активизма, прихваћености и заштићености.

Постоји доста других термина који су сродни појму вредности као што су: црте личности, мотиви, ставови и уверења.

Црте личности имају диспозициони карактер, разликују се по томе што се налазе дубље у структури личности и нису толико специфичне и везане за одређене објекте у окружењу.

Мотиви не морају бити свесни за разлику од вредности којих је човек увек свестан.

Ставови су специфичнији, имају изражен објекат према коме су усмерени, имају јачу конативну компоненту (ближи су деловању од вредности). Вредности обухватају више ставова, и увек су позитивне.

Уверења су систем веровања у одређена сазнања, имају изразито когнитивни карактер, не морају имати евалуативну црту, нити да воде понашање особе ка том циљу.

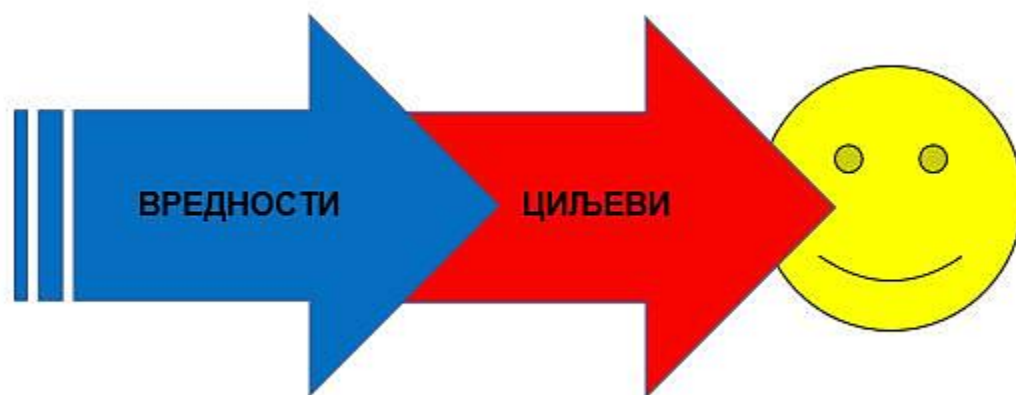
Вредности и вредносне оријентације често се користе као синоними, мада има покушаја разграничења ова два појма. Тако се вредносне оријентације дефинишу као општи принципи понашања и деловања у вези с одређеним циљевима чијем се остварењу тежи, док се под вредностима подразумевају прихваћене и цењене идеје о друштвеним односима који се настоје остварити (Рот и Хавелка, 1973). Кузмановић (1995) сматра да вредности подразумевају више артикулисану, одређенију концепцију о пожељном, а вредносне оријентације широки, мање артикулисан систем уверења, односно само релативно доследну и довољно кохерентну усмереност на одређене категорије циљева. Међутим, како се овакве појмовне разлике тешко могу операционализовати, то се у емпиријским истраживањима најчешће не прави разлика између ова два појма, већ се термини »вредности« и »вредносне оријентације« користе као синоними.

Вредности се разликују од **циљева**. Циљеви се могу постићи, вредности не. На пример, вредност бити креативан никада не може бити испуњена. Чак и кад особа креира слику (конкретан циљ), било би глупо рећи: „Сад кад сам креирала ову слику, постигла сам креативност. Сад ћу да пређем на следећу ствар“.

Зато се вредности најбоље формулишу као глаголи, јер оне нису нешто што се икада у потпуности постиже. На пример, „бити одговоран“.

Имајући ово у виду, паметна идеја је усклађивање циљева са вредностима, тако да циљеви које особа покушава да постигне буду циљеви који су јој суштински важни и који јој омогућавају искуство смисла.

Укратко, циљ није да се оствари вредност, али када се циљеви и вредности ускладе, искусиће се више смисла и избећи одлагање. Ако циљеви нису усклађени са вредностима већа је вероватноћа да ће особа одуговлачити.



Светска студија вредности (World Value Survey) реализована на репрезентативном узорку у више од 65 друштава која обухватају 85% укупне популације на земљи, у трајању скоро четрдесет година, тачније од 1981. године, на основу анализе прикупљених података довела је до својеврсног културног мапирања света (global culture map) чиме је створена могућност међусобног поређења различитих нација и култура с обзиром на димензије вредности.

Културно мапирање света недвосмислено је показало да бивше комунистичке земље (у којима је и Србија) деле веома сличне вредности које подразумевају комбинацију вредности оскудице односно преживљавања и секуларно рационални ауторитет. Као узроке овој појави наводи се шири детерминистички сплет историјских, економских, социјалних, политичких и културолошких фактора (Пантић, 2005).

Такође, потврдила је да промене у култури и друштву у коме појединац живи неминовно доносе реструктурирање вредносних приоритета, што нарушава стабилност вредносног система и постојећи ред међу вредностима.

Друштва у транзицији, као што је и Србија, често се дефинишу кроз израз „вредносни вакуум“, који сугерише да старе вредности нестају, а нове, које би их замениле, још нису створене.

Кружни модел вредности Шалома Шварца

Један од данас најутицајнијих, ако не и најутицајнији модел вредности јесте кружни модел израелског социјалног психолога Шалома Шварца (Shalom H.Schwartz) .

Шварц сматра да су вредности концепти или уверења (повезане са емоцијама), тичу се пожељних крајних циљева стања или понашања, превазилазе специфичне ситуације, управљају селекцијом или вредновањем понашања или догађаја, организоване су у складу са релативном важношћу. Утицај вредности на свакодневни живот је ретко свестан и било који став или понашање под утицајем је вагања релативне важности вишеструких, супростављених вредности. Вредности су врста личне диспозиције, важан конституент личности.

Шварцово одређење вредности комбинује Рокичево когнитивно разумевање вредности као циљева и Олпортов мотивациони садржај вредности. Вредности разликује по свом мотивационом садржају. Другим речима, вредности су когнитивне репрезентације важних људских циљева и мотива које морају комуницирати у циљу координације понашања. Садржај на основу кога се разликује једна вредност од друге јесте врста *мотива* или *циља* коју она репрезентује.

Покренут жељом да прошири истраживање вредности и вредносних оријентација у психолошком смислу, Шварц (1992) креира теорију којом покушава да објасни везу између социодемографских карактеристика и вредносних приоритета, затим везу између вредности и понашања и, на крају, откривању међукултурних разлика у приоритетима вредности.

Вредности су *универзалне*, јер се заснивају на једном или више од следећа три универзална *захтева људског постојања* са којима се људи морају носити:

1. потребе појединаца као биолошких организама,
2. потребе за координираном социјалном интеракцијом и
3. потребе група за преживљавањем и благостањем.

Такође, све основне вредности имају заједничку пан-културну основу, односно усаглашеност у њиховој важности код различитих појединаца и нација.

Заједничка пан-културна основа објашњава се као одраз *адаптивне* функције вредности у односу на три основна *захтева успешног социјалног функционисања*:

1. Кооперативних примарних односа;
2. Продуктивних и иновативних обављања задатака;
3. Задовољавања потреба и жеља усмерених на особу.

У својој Редефинисаној теорији основних индивидуалних вредности Шалом Шварц (Schwartz et al., 2012), креира типологију основних индивидуалних вредности која се састоји од следећих 19 вредности:

	Основне вредности	Сржни мотивациони циљеви
1.	Самоусмереност - мисли	Слобода неговања сопствених идеја и способности.
2.	Самоусмереност - акција	Слобода одређивања сопствених поступака.
3.	Стимулација	Узбуђење, новина, изазови у животу и промена.
4.	Хедонизам	Задовољство и сензуална гратификација.
5.	Постигнуће	Успех кроз испољавање компетенција у складу са социјалним стандардима.
6.	Моћ - доминантност	Контрола или доминација над другим људима, социјални статус и престиж.
7.	Моћ - ресурси	Снага и моћ кроз контролу материјалних и друштвених ресурса.
8.	Углед	Безбедност и моћ одржавањем нечијег јавног имиџа и избегавање понижења.
9.	Сигурност – лична	Безбедност у непосредном окружењу.
10.	Сигурност - социјална	Безбедност и стабилност у ширем друштву.
11.	Традиција	Одржавање и очување културних, породичних или верских традиција.
12.	Конформизам - правила	Усклађеност са правилима, законима и формалним обавезама.
13.	Конформизам-интерперсонални	Избегавање или ограничавање акција, тежњи и импулса који би узнемирили или нанели штету другим људима.
14.	Скромност	Препознавање небитности у већој шеми ствари.
15.	Добронамерност - приврженост	Бити привржен и поуздан члан групе.
16.	Добронамерност - брижност	Преданост и брига за добробит чланова групе.
17.	Универзализам - посвећеност	Посвећеност једнакости, правди и заштити за све људе.
18.	Универзализам - природа	Очување природног окружења.
19.	Универзализам - толеранција	Прихватање и разумевање различитих од себе.

Табела 1. 19 основних индивидуалних вредности и мотивациони циљеви који им леже у основи

У односу на оригиналну теорију вредности (1992) новине су:

Две **нове** вредности:

1. Углед – очување слике у јавности и избегавање понижења;
2. Скромност или понизност – свест о сопственој безначајности у свеукупном поретку ствари.

Разликовање два или три **подтипа** вредности у оквиру следећих вредности :

1. Само-усмереност – мисли и акција;
2. Моћ – доминантност и ресурси;
3. Сигурност – социјална и лична;
4. Конформизам – правила и интерперсонални;
5. Добронамерност – брижност и приврженост;
6. Универзализам – посвећеност, природа, толеранција.

Редослед вредности изражава њихово утемељење у **четири мотивационе димензије**.

Прва димензија супротставља вредности које се тичу *самозаштите и избегавање анксиозности* у односу на оне које изражавају *раст без анксиозности*.

Друга димензија супротставља вредности усредсређене на *лични* наспрам *социјалних* исхода.

Трећа и четврта димензија разликују четири скупа вредности, оне које изражавају *само-превазилажење* наспротив *само-унапређењу* и оне које изражавају *отвореност за промене* наспротив *затворености* (конзервативизам).

Свака особа има свој редослед вредности, структуру односа међу самим вредностима, своју хијерархију вредности које утичу на њено понашање и ставове. Односи међу вредностима имају природну нераздвојну структуру (различите вредности се удружују), универзални су и имају облик кружног мотивационог континуума. Круг одражава три карактеристике овакве структуре вредности:

1. **Суседне** вредности у кругу су међусобно **компатибилне** у односу на мотивационе циљеве које представљају (нпр. традиција, конформизам и сигурност).
2. Уколико су вредности **више удаљене** једна од друге **мање су сличне** (нпр. већа је сличност између сигурности и добронамерности, него између сигурности и стимулације).
3. **Наспрамне** (опозиционе) вредности у кругу су мотивационо **супростављене** (нпр. традиција је супростављена стимулацији).

Универзални редослед односа међу вредностима објашњен је помоћу три принципа (Cieciuch et al., 2015).

Први - Редослед вредности у кругу одређен је на основу *сукоба или компатибилности* између вредности које људи доживљавају и изражавају приликом доношења одлука или у својим поступцима.

Особа може тежити испољавању/остварењу суседних вредности у једном акту (нпр. традиција и конформизам учешћем у религијским ритуалима).

Такође, особа не може истовремено тежити остварењу супротних вредности у једном акту (нпр. ако се због жеље за стимулацијом особа упушта у ризичне активности, може угрозити сигурност). Супротне вредности су мотивационо некомпатибилне.

Међутим, отпор према ауторитету изазива сукоб између усмеравања и конформизма, али је компатибилан са само-усмеравањем и са стимулацијом.

Други принцип по коме је организован редослед вредности су интереси, исходи (фокус) којима прихватање вредности служи. Вредности на десној страни служе појединцу и регулишу изражавање *личних* интереса и карактеристика (нпр. хедонизам). Вредности на левој страни односе се на то како се особа повезује са *другим* људима и како то утиче на њихове интересе (нпр. традиција).

Трећи организациони принцип је веза вредности и *анксиозности*. Вредности у доњој половини круга заснивају се на потреби да се избегне или контролише анксиозност и патња, да се особа заштити (нпр. сигурност). Вредности конзервативизма наглашавају избегавање конфликта, промене, непредвидљивости путем потчињавања и пасивног прихватања. Вредности моћи наглашавају превазилажење извора анксиозности активном контролом претње. Вредности у горњој половини круга су ослобођење анксиозности, изражавају лични раст и развој, самоостварење, али и промоцију и добробит других (нпр. универзализам).

Вредности формирају циркуларни мотивациони континуум. Теорија одређује редослед вредности на континууму заснован на усаглашености или супротности мотива, изражавању самозаштите насупрот расту, и личног насупрот социјалног фокуса. Кружни распоред вредности представља континуитет повезаних мотива, попут кружног континуума боја.

Циркуларни мотивациони континуум основних вредности састоји се од следећих кругова:

1. *Централни*- у коме се налази свих 19 основних вредности.
2. Вредности *вишег ранга*. У другом кругу у правцу од центра ка спољњем ободу круга налазе се четири вредности вишег ранга које обухватају све основне вредности и то су:
 - *Отвореност за промене*
 - *Самоунапређење*
 - *Конзервативизам*
 - *Самопревазилажење*
3. Састоји се од две димензије: *личне* (десна страна круга) и *социјалне* (лева страна круга).
4. Састоји се од две области: *сигурност и избегавање анксиозности* (доња половина круга) и *раст, без анксиозности* (горња половина круга).

Све редефинисане вредности су компатибилне са оригиналним, јер покривају исти кружни мотивациони континуум као и оригиналних десет.

Може се изабрати рад са свих 19 вредности или са 10 оригиналних, четири вредности вишег ранга или чак два подскупа (раст у односу на самозаштиту).

Вредности се фокусирају на постизање личних или социјалних циљева, промовишу раст и самоунапређење или анксиозност, избегавање и самозаштиту, оне изражавају отвореност за промену или очување статуса кво, промовишу лични интерес или самопревазилажење личног интереса у служби других.

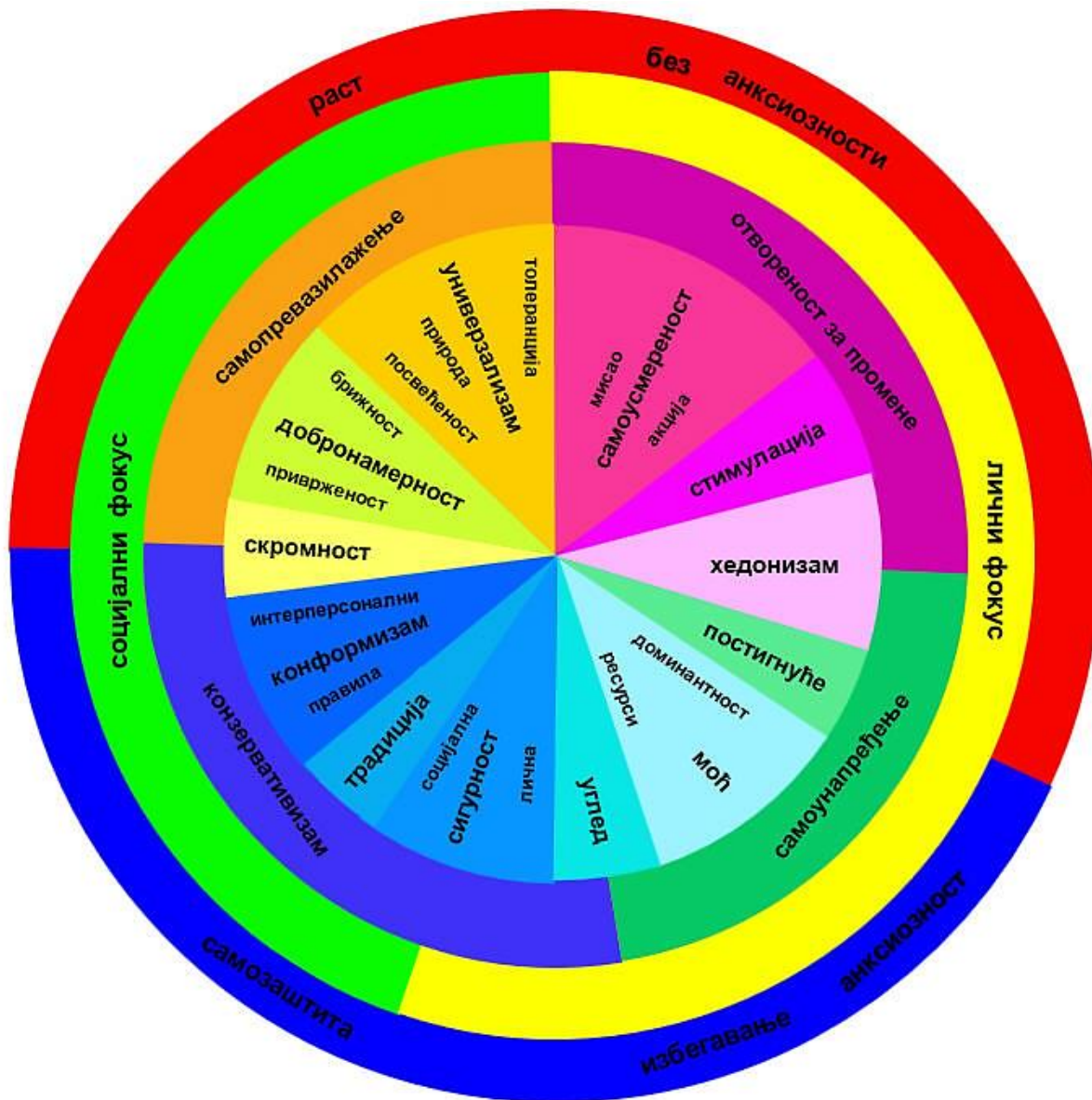


График 1. Кружни модел вредности Шалома Шварца можете преузети [ОВДЕ](#)

Кружни модел не значи да се ради само о листи или групи вредности, већ да постоји сличност суседних вредности као и разлика или конфликти између вредности на супротним странама круга. На овај начин структура, када се анализира положај вредности у односу на неку другу вредност у кружном моделу, може указати на мотивациони смисао било које вредности.

График вредности помаже да се створи свест о могућем *раскораку између понашања и вредности*.

Шварцова студија вредности данас је постао стандард у испитивању вредности. Два основна мерна инструмента су:

Шварцов упитник вредности (Schwartz Value Survey, **SVS**) је развијен за процену индивидуалних разлика у вредностима, при чему се вредности дефинишу као пожељни, транс-ситуациони циљеви, различитог значаја, који служе као водећи принципи у животу особе. Постоји неколико верзија SVS – **SVS56** (1992); **SVS57** (1995); **SVS58** (2004), **SSVS** (Short Schwartz's Value Survey). Разлика је у броју ајтема и вредности које се користе у упитнику. Најчешће коришћен SVS57 се састоји од 57 ајтема груписаних у 11 подскала. Од особе се тражи да оцени важност сваке вредности за њу као водећи принцип у њеном животу на скали Ликертовог типа (1-није важно; 7-изузетно важно). Овај упитник има умерену поузданост, добру конструктивну вредност и валидност. Користи се на 47 различитих језика.

Други веома практичан и ефикасан мерни инструмент је **Упитник вредности портрета** (Portrait Values Questionnaire, **PVQ**) који пружа велику основу за самовредновање због чега је погодан за употребу са децом, младима и старијим особама у различитим демографским окружењима (Davidov, Schmidt, & Schwartz, 2008). Упитник за вредности портрета долази у четири различите верзије:

Дужа верзија (**PVQ-40**) која садржи листу од 40 вредности портрета од којих особа бира оне које су јој најважније.

Краћа верзија (**PVQ-21**) која садржи 21 вредност портрета од којих особа бира оне које на њу највише утичу.

Мушка верзија која садржи неке портретне вредности и стандарде јединствене за одраслу мушку популацију.

Женска верзија која садржи универзалне и личне вредности, јединствене за одраслу женску популацију (Schwartz, 1992; 1994).

Мерење вредности на овај начин је мање директан, јер особа има задатак да себе упореди с описом хипотетичке особе и оцени степен сличности са њом на шестостепеној Ликертовој скали (1-нимало попут мене; 6-потпуно попут мене).

Све форме процењују вредности у десет димензија, оправдавају модел четири фактора који помажу особи да се упоређује у различитим животним ситуацијама.

За процену редефинисаних вредности користе се ревидирани **PVQ-5X** (Schwartz et al. 2012); **PVW (R,** Schwartz et al. 2017; Tamir et al., 2016); **PVQ – RR** (Schwartz,2017).

Појашњење вредности је техника која се користи у когнитивно-бихејвиоралној терапији (CBT) која има за циљ да помогне особи да разуме свој систем вредности, да изађе из своје зоне комфора како би побољшала свој квалитет живота.

Терапија прихватањем и посвећеношћу (Acceptance and Commitment Therapy, **АСТ**), облик CBT, помаже појединцу у развијању психолошке флексибилности кроз шест базичних процеса од којих два одређују АСТ као терапију понашајним активирањем, а то су:

- Вредности - откривање шта је особи стварно најважније у животу и
- Посвећено деловање - постављање циљева у складу са вредностима особе и складно деловање у правцу постизања тих циљева.

Неки примери личних вредности укључују (Frankl, 1963; Vyskocilova et al.,2015):

1. *Креативне* вредности (рад, стварање ствари);
2. *Искусствене* вредности (уважавање лепоте у природи, музици итд.; љубав);
3. Вредности *става* (према неизбежним догађајима као што су болест, смрт и губици, ставови о моралу, ставови о значењу патње);
4. Вредности *односа/веза* (вредновање романтичних партнерских веза, вредновање односа родитеља према детету и других породичних веза, вредновање пријатељства);
5. Вредности *постигнућа* (вредновање каријере, образовања, професионалног и личног раста);
6. Вредности *рекреације* (вредновање разоноде, хобија и рекреације, вредновање добротинства и волонтирања);
7. *Здравствене* вредности (вредновање физичког здравља, вредновање менталног здравља, вредновање духовности).

Добро идентификоване и разјашњене вредности помажу разјашњењу моралних дилема једне особе. Код људи који немају добро разјашњене вредности или имају опречне вредности, моралне дилеме могу довести до стреса и анксиозности, па чак и до осећаја беспомоћности.

План разјашњења вредности може се састојати од следећих седам корака (Twohig & Crosby,2008; Vyskocilova et al.,2015):

1. Дистанцирање од социјалних притисака: разликовање личне мотивације и жеље, од жеља других људи и друштва у окружењу.
2. Разликовање циљева и вредности. Вредности се не могу постићи као циљеви, али се помоћу њих могу поставити циљеви.
3. Идентификовање сопствених личних вредности.
4. Схватање значаја сваке од наведене вредности.
5. Утврђивање усклађивања активности са вредностима: колико су поступци доследни вредностима.
6. Избор непосредних циљева у складу са вредностима.
7. Фокусирање на циљеве у складу са вредностима.

За потребе терапије Wilson, K. G. & Groom, J.(2002) конструисали су **Упитник животних вредности** (The Valued Living Questionnaire) који се састоји од два сета питања.

Први сет питања процењује вредновање живота кроз десет области живљења које укључују:

1. Породицу
2. Брак и интимне везе
3. Родитељство
4. Пријатељство и међуљудске односе
5. Професионални живот - Посао
6. Академски живот - Образовање
7. Слободно време и рекреацију
8. Духовност
9. Држављанство и
10. Бригу о себи.

Од особе се тражи да оцени ниво важности ових 10 области живота на скали од 1–10 (1-уопште није важно; 10-изузетно важно). Овим показује колико је одређена вредност значајна за њу.

Други сет питања процењује како су вредности утицале на активности особе током претходне недеље односно колико особа доследно живе у складу са својим вредностима у протеклих недељу дана, на скали од 1 – 10 (1-потпуно у супротности са мојим вредностима; 10-потпуно у складу са мојим вредностима).

Овим упитником:

- Идентификују се области живота за које особа мисли да су јој најважније.
- Разјашњава квалитет живота особе одређивањем важности области живљења.
- Сугерише се како су вредности утицале на њене активности током протекле недеље.
- Процењује се степен усклађености активности са вредностима.

Упитник о личним вредностима (The Personal Values Assessment, PVA) класификује вредности у три подтипа:

- Личне вредности - које дефинишу ко смо, шта желимо и зашто размишљамо онако како размишљамо.
- Друштвене вредности - које управљају нашим друштвеним везама и међуљудским односима са другима.
- Универзалне вредности - које утичу на духовност, културне стандарде и свеукупно прихватање животних искустава.

Упитник о личним вредностима (PVA) је оштра и директна мера за утврђивање основних вредности и система личних уверења особе. Од особе се тражи да изабере било којих десет вредности са понуђене листе вредности.

Овај упитник помаже особи да схвати које су њене основне вредности и њихову усклађеност са свакодневним активностима. Сугерише да ли су слика о себи, самоприхватање и животни циљеви особе усклађени са њеним основним личним вредностима. Такође, предлаже начине за враћање менталне равнотеже и смањење унутрашњих сукоба усклађивањем вредности и поступака.

Шта су животне вредности?

Животне вредности су део нас. Сви их имамо. Важност коју им придајемо је оно што се разликује. Животне вредности истичу оно за шта се нека особа залаже. Оне представљају њену јединствену и индивидуалну суштину.

Животне вредности су покретач поступака и понашања. Оне чине основу „правила“ и смерница по којима особа живи. Могу се назвати лични принципи.

Колико сте размишљали о својим вредностима или принципима?

Живети своје животне вредности

Живот према својим вредностима ствара осећај хармоније и задовољства. Ако се не живи у складу са својим вредностима, аутоматски се стварају несигурност, сукоб и неравнотежа. То се често доживљава као фрустрација и бес, туга, очај и разочарање.

Добра вест је да особа може имати потпуну контролу над одређивањем својих приоритета и уравнотежавањем својих животних вредности. То значи да може да мења своје основне животне вредности како расте и сазрева. Може се ребалансирати и мењати важност како се њено окружење мења.

Вредности су као оркестар који свира у опери. Одређени инструменти свирају у одређено време. Повремено на један инструмент се усмери рефлектор како би нагласио осећај и додао динамичну енергију.

Исто важи и за животне вредности. Временом се мењају. Ако их је особа детаљно свесна, моћи ће да буде диригент свог живота и да режира деонице како жели, стварајући звучни запис (живот) који публику оставља на ногама са аплаудирањем за још!

Благодати које се могу доживети познавањем и понашањем у складу са вредностима могу бити:

- искуство предности;
- брзо и ефикасно доношење одлука;
- усредсређеност на праве ствари у право време;
- поверење у оно што се ради;
- јасноћа у животном смеру;
- осећај сврхе;
- организованост и уравнотеженост;
- поузданост, сигурност и доследност;
- инспирација за друге.

Знајући свој систем вредности особа ће бити:

- задовољнија аутентичношћу свог животом;
- слободнија;
- поносна и са више самопоштовања;
- мирнија и спокојнија живећи уз јасне принципе и свест о границама;
- захвална за љубав, повезаност, раст, сигурност и још много тога;
- са више вере у себе, своје способности, своју сналажљивост и своје односе;
- са више поверења и еластичности;
- са више разумевања за друге и боље повезана са њима.

Познавање личних животних вредности је једно, али замислите шта би значило познавање животних вредности људи у окружењу - партнера, пријатеља, колега, деце.

Упознавање вредности других особа омогућава стварање снажних пријатељстава заснованих на дубљем заједничком значењу, тамо где се сусрећу поверење, разумевање и поштовање. Помаже разумевању шта их покреће, каква је њихова култура и порекло.

Живети у складу са сопственим системом вредности испуњава особу и чини је задовољном, нарочито ако је у складу са окружењем у којем живи. Међутим, неке особе праве велике компромисе и иду линијом мањег отпора, мислећи да су на добитку, а у ствари је супротно јер беже од себе и своје суштине. Уместо да лајкује, боље је да похвали директно, уместо да хејтује отворено да каже шта јој смета. Вреди бити свој!

Вредносне оријентације младих у Србији

Једно од првих истраживања код нас (Рот и Хавелка, 1973) показало је да средњошколци највише прихватају делатну вредносну оријентацију, затим сазнајну и алтруистичку, док су најмање прихваћене економско-утилитарна и оријентација на моћ и углед. Слични резултати су добијени и у другим истраживањима (Васовић, 1988; Лазаревић, 1987): за већину младих најпривлачнији су били социјални, односно стваралачки стил, док је најмања усмереност била на моћ и углед.

Истраживања (Попадић, 1990; Попадић, 1995) у првом мерењу указују да је најпривлачнији породични стил, а најмање привлачна религијско-традиционалистичка оријентација и оријентација на моћ. У другом истраживању уочене су извесне промене у вредносним приоритетима младих односно порасла је популарност религијско традиционалистичких вредности, хедонистичког начина живота и егоистична оријентација, док су алтруизам и активистички стил постали мање популарни.

О порасту популарности религијског начина живота поткрепљују и резултати других истраживања (Кузмановић, 1995) као и о порасту популарности хедонистичког на рачун сазнајног стила живота, односно да и даље расте популарност стилова живота умерених на личну добит (Младеновић и Кнебл, 2000).

Дакле, истраживања промена вредносних оријентација у протеклом периоду говоре о опадању популарности животних стилова који подразумевају залагање за опште интересе и добробит других људи, а расте популарност за начине живота усмерених на личну добробит. Јоксимовић и Максић (2006) сматрају да ове промене и нису толико велике, колико се очекивало, с обзиром на радикалне друштвене промене и драматичне догађаје који су се десили протеклих година.

Популарност самоактуализације и хедонистичко утилитарне вредности указује да млади људи показују склоност ка „култури нарцизма“. Чињеница да вредносни систем младих представља мешавину самоактуализирајућих вредности и прагматизма и хедонизма говори о некој врсти конфликта између индивидуалних, личних и социјалних, друштвених вредности. Непостојање уређеног система вредности и недостатак осећања сигурности подстиче друштвено деструктивну филозофију лагодног живота који подразумева уживање у непосредним задовољствима („филозофија презента“).

Истраживање Покрајинског секретаријата за спорт и омладину РС-АПВ о систему вредности младих у АП Војводина (2008) којим је обухваћено 2600 испитаника узраста од 12 до 22 године, показује да вредности које су високо прихваћене на свим узрастима су релационе вредности – блискост и алтруизам, као и самоактуализација. Најмање прихваћене вредности су: популарност и новац. Ово је изненађујући позитиван показатељ, с обзиром на чињеницу да младима често унемо да припишемо како су материјално ставили изнад других суштинских вредности. Показало се да смо их потценили. У прилог овога говори и чињеница да су породица и пријатељи оцењени као најважније категорије у животу младих на свим узрастима.

Као најважније особине истакли су складне односе међу људима, као и оне које погодују самоафирмацији и самоактуализацији. Већина младих изјавила је да живи у земљи поремећених друштвених вредности и да би требало активирати позитивне друштвене потенцијале да би се унеле промене у све сфере живота.

Као лоше особине код себе наводе: наивност, несигурност, неодлучност, осетљивост, тврдоглавост, брзоплетост, бес, егоизам, лењост, нарцизам, похлепу, себичност, љубомору, размаженост, инат, несамосталност, хладнокрвност, незаинтересованост, скромност и поводљивост.

Младићи као вредне особине код себе издвојили су: искреност, упорност, поштење, одговорност, скромност, праведност, доброту, духовитост, тачност и толеранцију док девојке као вредне особине код себе издвајају: искреност, упорност, одговорност, поштење, праведност, толеранцију, скромност, доброту, самосталност и љубав.

Особине које се најчешће испољавају у њиховом окружењу су: себичност, похлепа, љубомора, безобзирност, глупост, неискреност, апатичност, непоштење, неповерење, неодговорност, лаж, лицемерје, нетолеранција, нарцизам, неправда, склоност ка пороцима, неодговорност и суровост.

Такође, особине или облици понашања које сматрају вредним, а који недостају у околини у којој живе су: одговорност, воља за рад, упорност, толеранција, комуникативност, хуманост, кооперација, оптимизам, боља организованост и већа активност.

Брак и родитељство се високо вреднују. Многи одобравају и самохрано родитељство, као све заступљенију појаву, што указује на то да се традиционалне вредности у одређеној мери напуштају, уступајући место више индивидуалистичким вредностима.

Пријатељски односи су задовољавајући, бар са аспекта квантитета. Када је у питању квалитет међуљудских односа, добијен је забрињавајући податак да већина испитаника процењује да људи више настоје да искоришћавају друге, него што се труде да буду фер.

Истраживање положаја и потреба младих у РС (2018) показује да вредности које млади највише вреднују су солидарност, породица и породичне вредности, транспарентност, инклузија и равноправност и право на заштиту животне средине.

Истраживање Млади у Србији 2018/2019⁶ показује да су младима најбитније вредности које се односе не непосредну интерперсоналну комуникацију: оданост партнеру, оданост пријатељу, независност и одговорност. Најважније вредности су им деца, брак и успешна каријера, а најмање важне су ношење фирмиране одеће, активно бављење политиком и учествовање у грађанским активностима. Још једном се јасно показало да су млади не само незаинтересовани већ и равнодушни према политици и друштвеном активизму.

Шта је са вашим животним вредностима?

Да ли сте размишљали о вредностима ваше везе и породице, вашег посла или радног места? Којим вредностима тежите?

Познајући своје вредности у важним областима свог живота, осећаћете се повезано, задовољније, посвећеније, уравнотеженије и мирније.

Психолози верују у преображајну моћ вредности.

Вредности подстичу активност, осећања и понашања. Повезане су са етиком и моралом. Људски систем вредности служи самоистраживању, самопобољшању и самоспознаји.

Студије су показале да етика и вредности могу променити унутрашњи свет особе као и начин на који опажа и реагује на стимулусе. На пример, особа која води рачуна о поштењу искрено ће то испољавати у својим поступцима. Мање је вероватно да ће лагати, красти, варати или користити неправедна средства за постизање својим циљева.

Сви у животу бирају различите комбинације вредности, а ови избори обликују поступке и животне одлуке.

Било да су личне, професионалне, социјалне или животне оријентације, вредности остављају простор за знање, мудрост и појачану самореализацију. Јединствене су и личне.

Појашњавање вредности је одличан начин да се приоритети дају личним животним циљевима и да се схвати шта се заиста жели постати; да се живи са страху и сврхом, слободно, насмејано; да се буде свој; да се донесу боље одлуке; да се извуче што више из живота.

Веома користан *алат* за идентификацију ваших вредности могу бити **Картице за сортирање личних вредности** које можете преузети [ОВДЕ](#).

Литература:

1. <https://dictionary.apa.org/value>. Приступљено 27.02.2021.г.
2. <http://psychology.iresearchnet.com/social-psychology/attitudes/values/>. Приступљено 03.03.2021.г.
3. <https://positivepsychology.com/category/meaning-values/>. Приступљено 024.02.2021.г.
4. Brosch, T. et al. (2016). Handbook of Value: perspectives from economics, neuroscience, philosophy, psychology and sociology. Oxford University Press. Oxford. United Kingdom.
<https://oxford.universitypressscholarship.com/view/10.1093/acprof:oso/9780198716600.001.0001/acprof-9780198716600>. Приступљено 27.02.2021.г
5. Oyserman, D. (2015). Values, Psychological Perspectives.
https://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/89925/oyserman__2002.pdf?sequence=1. Приступљено 01.03.2021.г.
6. Rokeach, M. (1973). The nature of human values. New York: Free Press.
7. Rotaru, Tudor-Ştefan (2014). About the psychological meaning of values. Revista Română de Bioetică, 12/3.
https://www.researchgate.net/publication/269662567_ABOUT_THE_PSYCHOLOGICAL_MEANING_OF_VALUES. Приступљено 05.03.2021.г.
8. Schwartz, S. H., Bilsky, W. (1987). Toward a universal structure of human values. Journal of Personality and Social Psychology, 53, 550–562.
9. Thacker, P., Leitenberg, G. (1994). Values. Teacher's guide. McGraw-Hill Ryerson. Toronto.
10. Алтернативни извештај о положају и потребама младих у Републици Србији-2018. г. <https://koms.rs/wp-content/uploads/2018/08/Alternativni-izves%CC%8Ctaj-o-polo%C5%BEaju-i-potrebama-mladih-2018..pdf>. Приступљено 09.03.2021.г
11. Јанковић, А. (2017). Друштвена стварност посматрана из перспективе вредности. Социолошка луча 11/2. Бања Лука.
12. Јоксимовић, С., Максић, С. (2006). Вредносне оријентације адолесцената: усмереност према сопственој добробити и добробити других. Зборник Института за педагошка истраживања, 38/2. Београд. 414-429.

13. О систему вредности младих у АП Војводини.(2008). Република Србија Аутономна Покрајина Војводина, Поркајински секретаријат за спорт и омладину.
14. Павловић, З. Примењена социјална психологија – Социјална психологија вредносних оријентација.http://moodle.f.bg.ac.rs/file.php/301/Socijalna_psiholo_gija_vrednosnih_orijentacija.pdf. Приступљено 02.03.2021.г.
15. Петровић Ј., Зотовић М. (2009). Адолесценти у Србији: У трагању за новим вредностима.
<http://teme2.junis.ni.ac.rs/public/journals/1/previousissues/teme1-2012/teme%201-2012-03%20lat.pdf>. Приступљено 10.03.2021.г.
16. Попадић, Д., Павловић, З., Михаиловић, С. (2019). Млади у Србији 2018/2019. <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/belgrad/15295-20190411.pdf>. Приступљено 09.03.2012.г.
17. Радоман, М. (2019). Вредносне оријентације средњошколаца у Србији. Хелсиншке свеске,38. Хелсиншки одбор за људска права у Србији.
18. Чекрлија Ђ., Турјачанин В. (2004). Друштвене оријентације младих.
https://www.researchgate.net/publication/275646154_Drustvene_orijentacije_mladih. Приступљено 09.03.2021.г.