

CATEGORIA „VALOARE” ÎN TEORIILE AXIOLOGICE

Efim MOHOREA *dr. hab., prof. univ.,
Universitatea de Stat „Alec Russo” din Bălți*

Abstract: *The article analyzes the main directions in the philosophical research of value - objective, subjective, relational. The author argues the importance of highlighting the essential and necessary grades of "value" category. From the philosophical perspective, as an axiological phenomenon, the value is presented as a three-dimensional entity: ontic, logical-gnoseological and praxiological, manifested by the interrelation between the value subject (individual or collective) and the object of appreciation (material or ideal).*

Keywords: *axiology, value, subject and object of value relation, valuation, value judgment.*

INTRODUCERE

Termenul „valoare” este frecvent întâlnit în diferite domenii ale științei și activității practice (filosofie, psihologie, pedagogie, economie, jurisprudență, artă, politică, religie etc.). Știința generală despre valori a primit numele de *axiologie*. Termenul *axiologie* este menționat de *Eduard von Hartmann* în lucrarea „L’Axiologie et ses divisions” (1890), precum și de *Paul Lapie* în „La logique de la volonté” (1902).

Conceptul de *axiologie*, etimologic, derivă de la termenii grecești „axios” (prețios, demn de stimă) și „logos” (teorie) și are sensul de teorie, știință a valorilor. Unii specialiști consideră că *axiologia* ar fi știința despre *estimare* sau *apreciere* (A se vedea, spre exemplu: 6, p. 47). Privită mai larg, ca ramură distinctă a filosofiei, *axiologia* s-a format prin disocierea **valorii generice** de **speciile** acesteia, studiate de științele particulare: etica, estetica, teologia, economia, logica etc. Spre deosebire de acestea din urmă, *axiologia* pune în centrul preocupărilor sale problema esenței, naturii valorii ca atare, a raportului dintre aspectele obiective și subiective ale valorii, modul de funcționare a sistemului de valori în cadrul sistemului social. Filosoful român P. Andrei, în cercetarea sa fundamentală „Filosofia valorii” scria că „filosofia valorii trebuie să studieze în primul rând valorile independent de realitatea în care sunt concretizate,... temeiurile logice ale valorii, formele ei, și apoi modul cum aceste valori dobândesc un conținut real” (2, p. 21). Din această perspectivă, conceptul de valoare generică sau generală (gen proxim) întrunește, fixează notele comune esențiale, necesare ale diferitelor specii de valori: etice, estetice, politice, economice, ideologice (gen proxim plus diferența specifică) etc.

Bazele *axiologiei* clasice au fost puse începând cu a doua jumătate a secolului al XIX-lea. Evoluția *axiologiei* a continuat în secolele următoare cu contribuții remarcabile ale savanților străini și autohtoni. Dintre aceștia evocăm numai câteva nume notorii pentru acest domeniu: H. Lotze, F. Nietzsche, H. Rickert, W. Windelband, M. Scheler, N. Hartmann, N. Berdeaev, N. Lossky, D. Gusti, P. Andrei, L. Blaga, M. Florian, T. Vianu.

Din literatura specială (științifică li didactică) aflăm că *axiologia* studiază: 1) geneza, esența, structura, evoluția valorilor; 2) tipologia, realizarea și funcțiile valorilor în viața socială; 3) unitatea și diversitatea, continuitatea și discontinuitatea valorilor; 4) corelația și dinamica valorilor; 5) relația dintre procesele istorice de constituire a valorilor și încorporarea acestora în sfera motivației individului, 5) atitudinea omului față de valorile fundamentale: sensul vieții, bine, frumos, adevăr, sacru, demnitate, libertate, dreptate etc.

Apariția *axiologiei* a marcat descoperirea unui nou domeniu al filosofiei generale și filosofiei aplicate – domeniul valorilor și introducerea în sistemul categoriilor filosofice a unei noi categorii, de *valoare generică*, care are variate specificări atât în diferite științe,

cât și în discuțiile politicianilor, gândirea oamenilor, la nivelul simțului comun, în activitatea lor zi de zi.

1. VALOAREA – CONCEPT FUNDAMENTAL AL AXIOLOGIEI. TEORII ȘI CONCEPȚII DESPRE VALOARE

Noțiunea *valoare*, în calitate de categorie filosofică, a fost pusă în circulație de către H. Lotze (1818-1881). Sub aspect filosofic, termenul general de valoare (sau valoare generică) are de a face cu judecăți de valoare și trebuie să desemneze trăsăturile, notele esențiale ale lumii valorilor; această lume reprezintă un domeniu distinct, deosebit de alte domenii ale realității. Din seria problemelor generale care privesc axiologia trebuie menționate: definirea valorii, procesul de creație al valorilor, natura și structura valorilor, problema conflictelor dintre valori; clasificarea și ierarhizarea valorilor, determinarea sistemului valorilor (A se vedea, spre exemplu: 1, p. 152).

Există variate direcții în cercetarea valorii și teorii ale valorii care, sub aspect general filosofic, pot fi grupate în trei domenii principale: 1) **teorii subiectiviste** (emotivismul, empirismul logic, voluntarismul, existențialismul etc.); 2) **teorii obiectiviste** (naturaliste, transcendentaliste); 3) **teorii relaționiste** (A se vedea, spre exemplu: 11, p. 59-60).

1. Teoriile subiectiviste. Făcând cunoștință cu lucrări de specialitate, putem constata că aceste teorii nu se prezintă ca un monolit cu o bază metodologică sau conceptuală comună bine determinată. De fapt, este vorba de o mulțime de teorii pe care le unește un principiu, exclusiv subiectivist, în privința problemei naturii valorilor: se afirmă că nu îșăși obiectele (materiale sau ideale) posedă valori, ci că doar omul atribuie obiectelor aceste calități, considerând că valoarea este un produs strict personal, subiectiv al omului. Pe scurt, în aceste teorii, valoare este redusă la simple impresii, trăiri subiective sau stări psihice. Acestea din urmă, sunt, de fapt, numai condiții psihologice de realizare a valorii.

În teoriile subiectiviste, valoarea se manifestă ca o anumită atitudine (interes, dorință, voință, intenție etc.) a subiectului față de obiect, ca o apreciere subiectivă a obiectului, însă ea nu este considerată ca o însușire, calitate proprie obiectului. Spre exemplu, pronunțând „bine” aprobăm, iar spunând „rău” dezaprobăm ceva. Astfel, valoarea ar fi privită ca un produs subiectiv al omului, de pildă, al stărilor sale psihice (al sentimentelor, emoțiilor sau voinței).

Printre teoriile subiectiviste se află *emotivismul*. P. Andrei scria că emotivismul e bazat pe susținerea că sentimentul e realitatea originală, gândirea și voința, fiind derivate din sentiment (A se vedea: 2, p. 40).

În concepția reprezentanților *emotivismului* (Fr. Paulsen, G. von Schmöller, A. von Meinong, H. Rickert, W. Windelband, R. Perry etc.), valoarea este interpretată drept o proiecție a sentimentului unui subiect asupra unui obiect, prin care conștiința verificatoare a subiectului își obiectivează predispozițiile psihice către valoare. Astfel, orice reprezentare sau impresie este legată de sentimente plăcere - neplăcere, aprobare - dezaprobare, adică stări sufletești care se impun ca sentimente ce determină valorile. Dar psihologul și filosoful neorealist austriac A. von Meinong insistă a distinge între sentimentul particular al plăcerii (produs de un lucru), și sentimentul general al valorii. În „Cercetări etico-psihologice asupra teorii valorilor” (1894), el scria că „un lucru are valoare când satisface o trebuință a noastră”. De asemenea, A. Meinong scria că un obiect este valoros într-atâta, încât există subiectul care îl apreciază și care poate trăi sentimentul valorii. Dar ne putem pune întrebarea: *Lucrul prezintă valoare doar pentru cineva sau posedă valoarea în mod necondiționat?* Altfel spus, dacă un lucru *nu ar satisface o trebuință a noastră, atunci el nu ar avea valoare?* În privința celor expuse mai sus, P. Andrei atrăgea atenția la faptul că valoarea poate fi tratată drept o entitate *subiectivă* (personală) sau ea are un *conținut impersonal*, fiind proprietate a unui obiect. El scria că „valoarea e determinată de o dispoziție psihică, dar ca fe-

nomen ea nu e altceva decât o relație funcțională a unui subiect și a unui obiect ... Legătura între subiectul și obiectul valorii o susține și *Meinong*, însă în alt sens, căci, după el, baza valorii e în obiect, nu într-o dispoziție psihică. El definește valoarea ca posibilitatea unui obiect de a fi apreciat. *Meinong* afirmă că „un obiect are valoare întru cât are capacitatea ... de a da o bază efectivă pentru un sentiment al valorii ... Noi sesizăm valoarea într-o experiență personală, dar ea (valoarea) devine ceva impersonal, căci depinde de o proprietate a unui obiect. Valoarea este astfel un fel de potențialitate” (Ibidem, p. 30).

Printre subiectiviști se află G. von Schmöller, căruia, mai târziu, i se va alătura reprezentantul pragmatismului contemporan, R. Perry. Aceștia identifică valoarea cu *utilitatea*, cu ceva ce *satisface* interesele umane (valoarea fiind ceva bun, folositor, iar nonvaloare fiind ceea ce este nefolositor sau chiar vătămător, dăunător).

Pentru reprezentanții *empirismului logic* (**B. Russell, R. Carnap etc.**), valorile sunt atribuite gusturilor, preferințelor, dorințelor și nu se referă la adevărul obiectiv. Spre exemplu, B. Russell (în „Cunoașterea umană și limitele ei”) considera problematica axiologiei situată dincolo de domeniul cunoașterii. El scria căatunci când spunem că ceva are valoare, noi nu căutăm un fapt independent de sentimente personale, ci dăm expresie propriei noastre emoții. Cei care vorbesc de natura obiectivă a valorii, continua filosoful britanic, fac o confuzie datorită faptului că dorința este particulară, pe când ceea ce dorim este universal.

În *teoria voluntaristă* (**R. Richter, I. Köhler, W. Wundt, L. Lavelle ș.a.**), *curentul existențialist etc.*, valoarea este dedusă din *voința umană*. Condiția psihologică generatoare de valori o reprezintă eforturile volitive, contribuția purtătorului de valoare referitor la fericirea umană. Un astfel de obiect care este foarte dorit și devine valoare. W. Wundt (în „Logica” și „Etica”) susținea că sursa valorii nu este decât voința în stadiul inițial al dezvoltării sale psihologice. Aceasta relevă trei caracteristici: determinarea valorii, punerea de scopuri, afirmarea vieții.

La R. Richter, valoarea se identifică cu scopul, cu tot ceea ce este dorit, iar Ed. von Hartman completează această idee, considerând că calitatea valorii este determinată de calitatea scopului. P. Andrei scria că Ed. von Hartmann „pune valoarea în dependență de un scop, afirmând că de calitatea scopului depinde calitatea valorii. Dacă nu există scopuri obiective, nu există nici valori obiective. De aici începe Hartmann a introduce elemente metafizice și a transforma psihologia valorii într-o metafizică. El admite existența unor scopuri obiective puse de o voință obiectivă. Valorile obiective determinate de această voință nu au nevoie de o recunoaștere din partea cuiva. Hartmann admite valori de care noi, oamenii, nu suntem conștienți, fie pentru că ele nu afectează voința noastră sau că afectează prea puțin, fie că voința noastră e în contradicție cu voința obiectivă care pune scopuri. Dacă nu există în lume o voință obiectivă, o idee obiectivă, care să pună scopuri obiective, atunci nu poate fi vorba decât de valori subiective, adică de o potrivire a lucrurilor cu scopuri și valori obiective atunci ce scopuri există între ele?” (Ibidem, p. 44). Așadar, Von Hartmann „afirmă existența necondiționată a valorilor obiective stabilite de o voință obiectivă. Știința se ocupă cu valorile subiective numai în raporturile lor cu adevăratele valori, care sunt cele obiective. Din misterul valorilor obiective caută știința să prindă ceva. Obiecțiunea cea mai de seamă, pe care i-o putem aduce lui Hartmann este că el a neglijat cu totul condițiunea fundamentală a valorii, anume că ea este un raport funcțional al unui subiect cu un obiect. El afirmă existența chiar a valorilor independente de o conștiință, ceea ce constituie o eroare, căci nu se poate vorbi de valoare decât în legătură cu o conștiință. Apoi e cu atât mai nemulțumitoare concepția lui v. Hartmann cu cât ea nu explică în ce mod aceste valori obiective intră în raport cu valorile subiective, cum cunoaște con-

știința duală valorile obiective. De asemenea, nu lămurește ea nici în ce constau acele valori obiective, care e caracterul lor deosebit de valorile subiective” (Ibidem, p. 45).

L. Lavelle atribuie valorile acelor lucruri sau acțiuni care devin mijloace de expresie sau realizare a cerințelor spiritului, rezultatul unei voințe. El considera că valoarea întotdeauna ni se raportează prin sensibilitate și voință; doar omul este originea valorii, „fo-carul” și măsura valorii; el se plasează chiar deasupra universului pentru a-l face mijlocul serviciului său; omul se impune drept unica finalitate în care toate formele de existență, toate gradele valorilor li se subordonează; nu există o experiență obiectivă a valorii, ci doar o penetrație subiectivă (A se vedea: 7, p. 49, 50, 344).

Voință de valoare, totuși, nu e valoarea propriu-zisă, ci doar un act psihic, un efort către valoare. P. Andrei scria că „voluntariștii au cercetat de fapt procesul de realizare a valorii. Ei au văzut că valoarea determină acțiunea noastră și că forma concretă pe care o ia este aceea a unui scop – de aci au conchis că valoarea este tot una cu scopul sau că presupune scopul. Într-adevăr între valoare și scop este foarte mare legătură. Voința are puțință de a determina valori practice, tocmai pentru că poate pune scopuri... Desigur că orice subiect, care are un sentiment al valorii caută să-l realizeze. Realizarea se face prin forța activă a sufletului, prin voință. Realizarea unei valori se face în *bunuri*, care iau forma scopului acțiunilor omenești. De aici, legătura dintre valoare și scop” (2, p. 41, 42).

În același spirit, existențialiștii resping criteriile obiective de valorizare și ierarhizare a valorilor. La ei valoarea apare ca un act preferențial, întemeiat de voință, izvorât dintr-o trăire autentică a vieții: subiectul este acela, care alegându-și scopurile, își întemeiaz valoarea lor. Reprezentanții existențialismului francez **J.- P. Sartre** și **S. de Beauvoir** împărtășesc, de asemenea, *relativismul axiologic*. S. de Beauvoir nota că activitățile umane sunt echivalente; devine lipsit de importanță ce preferi, totul este să preferi. Pentru J.- P. Sartre valoarea este determinată de libertatea individuală de a da apreciere. El scria că libertatea individului este unicul fundament al valorilor și nimic nu-l poate justifica pe acesta de a adopta cutare sau cutare valoare, cutare sau cutare scară de valori.

În fond, teoriile subiectiviste reduc valoarea la fenomenul subiectiv, identificând valoarea cu aprecierea, astfel transformând universul social într-un conglomerat neordonat de valori, altfel spus, într-un haos axiologic. De asemenea, aceste teorii conduc la un relativism și indeterminism excesiv. Așadar, teoriile subiectiviste exclud orice element dincolo de subiectul valorizator, deoarece valoarea ia naștere fie dintr-o cerință impusă obiectelor de natura subiectului, fie prin raportarea la nevoile, trebuințele sau interesele acestuia. De asemenea, în aceste teorii se produce o ruptură între actul cognitiv și cel de valorizare. Ceea ce subiectul consideră că este valoare (bun) poate intra în contradicție cu justa valoare (bine), apreciat de experți, în acord rezultatele cunoașterii. P. Andrei scria că cunoștința omenească (în genere) tinde către două scopuri și anume: „1. a explica lumea, universul, din care facem parte, 2. a înțelege rostul existenței noastre și valoarea ei. Aceste două tendințe ale sufletului ne îndeamnă să căutăm o concepție unitară și ultimă despre lume... Dar sufletul nu găsește satisfacție numai într-o explicare rece, obiectivă și foarte adesea neconvingătoare, căci el vrea să-și justifice existența, să găsească sensul realității. A căuta sensul lumii înseamnă a cerceta care sunt punctele directive ale vieții noastre mai întâi, care e scopul nostru în lume și apoi a ne ridica la problema mai generală, la scopul existenței în genere... Deci pe lângă problema *cunoașterii valorii* se adaugă și aceea a *realizării valorii*. Vedem, deci, că valoarea se impune spiritului nostru atât în cercetarea teoretică cât și în viața practică” (2, p. 13, 14). Așadar, „adevărul poate fi util, dar utilitatea nu e un criteriu al adevărului, ci o consecință” (Ibidem, p. 107).

Din literatura de specialitate, mai aflăm că teoriile subiectiviste nu surprind specificul subiectului axiologic, iar dorințele, plăcerile sau interesele sunt privite în afara oricăror condiționări sociale și culturale. Instabilitatea și oscilațiile valorilor sunt apreciate drept consecințe ale fluctuațiilor arbitrare ale subiectivității umane, fiind, cum spunea J.- P. Sartre, *fără explicații și fără cauze*.

În cadrul concepției subiectiviste despre valoare se află și unele curente pur *psihologice* (hedonismul, eudemonismul, utilitarismul), care reduc valoarea la *fericire, plăcere, utilitate* etc. P. Andrei scria că asupra criteriului valorii morale s-au făcut numeroase discuții și s-au dat variate răspunsuri. Unii au considerat *plăcerea* drept criteriu al valorilor morale (eudemonismul); alții – *utilul* (utilitarismul), *perfecțiunea* (perfecționismul). (Sunt, însă, și alte teorii care au pus valoarea morală în dependență de voință și de inteligență. Astfel, unii filosofi au afirmat *datoria* ca valoare morală, alții – *cultura și personalitatea*). Aceste trei răspunsuri, date problemei criteriului moral, au considerat ca valoare mai mult ceva de natură afectivă, au dedus valoarea morală dintr-un sentiment. Prima teorie a admis ca scop al vieții și ca criteriu al valorii morale *plăcerea*, de aceea s-a numit *eudemonism*. Eudemonismul a predominat mai mult în filosofia veche și a îmbrăcat mai multe forme, după conținuturile în care și-a căutat fiecare individ plăcerea. Astfel, în forma sa cea mai naivă eudemonismul are forma zisă *hedonism*, deoarece plăcerea se reduce numai la plăcerea corporală (Aristipos). Mai târziu, se îmbină momentul plăcerii sensibile cu acela al plăcerii (satisfacției) intelectuale, ca o formă nouă de eudemonism (Epicur). În secolul al XVIII-lea apare un *epicureism estetic* reprezentat de *Shaftesbury*, pentru care idealul moral era plăcerea rezultată din dezvoltarea artistică a individualității. În sfârșit, se mai poate vorbi și de o altă formă de eudemonism, anume de un *eudemonism transcendent*, care disprețuiește plăcerile, dar admite fericirea unei vieți eterne într-o lume nouă a sufletelor.

Eudemonismul însă, cu toate formele sale, nu dă un criteriu valabil valorii morale. El consideră plăcerea ca un motiv al voinței, dar de fapt plăcerea e numai un rezultat al voinței mulțumite, nu e nici motivul și nici obiectul ei. Morala eudemonistă stabilește grade cantitative de plăcere – pe când la valoarea morală nu poate fi vorba decât de nuanțe calitative. Pe lângă acestea, eudemonismul duce la *egoism*, deoarece, dacă plăcerea e valoarea supremă morală, fiecare va căuta plăceri pentru sine, pentru eul său. Plăcere și neplăcere pot fi numai semne, care arată mulțumirea sau nemulțumirea voinței în tendința sa către un scop – ele însă, nu pot fi în niciun caz scopuri ale voinței. Eudemonismul dobândește o formă nouă atunci când consideră ca valoare morală *utilitatea* sau cel mai mare quantum de plăcere și folosință pentru cel mai mare număr de semenii. În această formă eudemonismul devine *utilitarism*. Aceasta teorie stabilește ca valoare etică supremă *fericirea socială*. O acțiune are valoare morală atunci când ajută la creșterea sumei de plăceri pe care o are cineva, de aceea, deci, sunt chiar plăceri, care trebuiesc evitate, deoarece ele nu măresc suma plăcerilor, ci pe aceea a durerilor. Utilitarismul a găsit reprezentanți de seamă în *Hobbes, Holbach, Bentham* etc. Bentham este reprezentantul cel mai autorizat. El a întemeiat *aritmetica morală*, afirmând că valoarea unei fapte nu poate fi determinată decât după ce se va fi calculată suma plăcerilor și durerilor, pe care le provoacă (A se vedea: 2, p. 148-149). Totuși, e de menționat, că hedonismul conține o parte de adevăr. Când omul tinde către ceva, urmărește un anumit scop, pentru împlinirea căruia aplică eforturi considerabile, și acestea se realizează cu succes, atunci omul trăiește sentimente ale plăcerii. Dar plăcerea nu reprezintă valoarea propriu-zisă, ruptă de la trăirile conținutului obiectiv al eforturilor depuse și acțiunilor întreprinse.

Specialiștii în problemele sociologiei valorii consideră că ar fi o simplificare brutală de o privi trăirile subiective ca fiind rupte de la conținutul acelor obiecte care au produs sentimentul axiologic, a plăcerii – independent de cauze, a fericirii – în afara raportului cu

fundamentele, bazele ei, a dorinței – separat de purtătorul material al acesteia. În privința dorinței, ca fenomen valoric, P. Andrei scria: „Vedem deci că valoarea nu poate fi numai o dorință, căci dacă obiectele ar avea valoare numai prin dorința noastră, urmează că o dată cu încetarea dorinței subiective să înceteze și valoarea. Dar aceasta nu se poate admite, deoarece sunt obiecte cărora li se atribuie valori independente de dorința noastră. Dacă am admite dorința ca bază a valorii, am subiectiviza toate valorile și atunci am ajunge la un haos de valori” (2, p. 41).

Concepțiile subiectiviste continuă a fi susținute de unii autori contemporani, care consideră că valorile sunt fenomene ideale, specificul cărora, spre deosebire de obiectele materiale, aparțin percepției și conștiinței. În forma cea mai generală, valoarea poate fi definită, consideră unii autori, ca un complex de trăiri emoționale și intelectuale ce se îndreaptă de la subiect către obiect și care întruchipează cele mai însemnate pretenții și intenții teleologice ce au, pentru subiect, un anumit conținut semnificativ. Prin urmare, insistă reprezentanții subiectivismului axiologic, afirmațiile, cum că valoarea, ca fenomen universal, ar avea caracter supraindividual și obiectiv, sunt lipsite de fond, deoarece înțelegerea, descrierea sau contemplarea ei sunt întotdeauna subiective și apreciative, ceea ce decurge din însuși caracterul fenomenului valoric (A se vedea, spre exemplu: 11, p. 65-66).

În fond, aprecierea și orientările valorice aparțin conștiinței valorice, pe când natura valorilor poate fi descoperită prin evidențierea originii aprecierii, orientărilor valorice, prin urmare, presupune includerea în analiză, în afara lumii subiective ale omului, a lumii obiective a lucrurilor, atributele (însușirile, calitățile) și cantitatea cărora sunt însemnate pentru subiect. Așadar, adevărata natură a valorilor poate fi cunoscută pe baza sintezei organice (dialectice) a *subiectivului* și *obiectivului* valoric.

2. Teoriile obiectiviste. În diverse variante ale acestei teorii, valoarea se identifică cu însușirile unui oarecare obiect (Meyer, Münsterberg, Heyn ș.a.). Astfel, valoarea se confundă cu suportul ei material.

Reprezentării concepției *obiectiv-naturaliste* socot că valoarea reprezintă o însușire obiectivă a lucrurilor și că ea este fundată în natura lor și nu poate fi separată de acestea. Adică, orice lucru este un bun, grație calităților lui naturale (fizice, chimice, biotice etc.), prin care acesta satisface trebuințele omului, are însemnătate pentru el.

În concepțiile naturaliste mai consecvente valoarea se identifică cu însuși lucrul ca purtător material al valorii. Să analizăm următorul exemplu. Un tablou este, din punct de vedere material, un compus de pânză și vopsele, încadrat de o ramă (din lemn sau din alt material). Totuși, valoarea tabloului (frumusețea) nu se reduce la caracteristicile fizice ale componentelor respective. Altminteri, un tablou de mari dimensiuni, care ar conține multe materiale (multă pânză, vopsele și lemn), ar fi întotdeauna mai valoros decât un tablou de mici dimensiuni. Deci, valoarea estetică a unui tablou nu este niciodată apreciată („măsurată”) după dimensiunile sale fizice. Tot așa, comportamentul (faptele) unei ființe raționale nu pot fi pertinent evaluate în funcție de dimensiunile antropometrice („fizice”) ale acelei ființe.

Într-o viziune contemporană specială, valoarea este un atribut al umanului (individual sau colectiv). Aparținând unui domeniu specific (axiosferei), ea, prin purtătorul (substratul) material, se află în strânsă legătură cu onticul și imprimă un mod de a fi în lume. Într-o variantă specifică, valorile pot fi privite într-un registru dublu: transcendent (în „spatele” valorii stă o transcendență supranaturală) și unul care îndreaptă către „cineva”. Conform concepțiilor religioase, această transcendență o reprezintă Dumnezeu ca izvor al Binelui Suprem.

J. Locke, W. Petty, H. Höffding, H. Rickert, M. Scheler, W. Windelband ș.a. au considerat că valoarea, având o manifestare *subiectivă*, totuși, este determinată de factori de natură *trans-subiectivă* (naturală sau supranaturală). Unele dintre aceste teorii își întemeia-

ză valoarea pe un fel de *preformism* psihologic al valorii (Preformismul biologic, în opoziție cu transformismul, considera că organismele vii sunt preformate, adică sunt formate complet încă în embrion). Adică se afirmă că în constituirea valorii ar exista un element *a priori*, care reprezintă dispoziția pentru valoare, invariabilă la toți indivizii, iar experiența nu este decât ocazia în care această dispoziție inerentă obiectivității se actualizează în mod subiectiv. Deci, există valori virtuale, potențiale. Astfel, pentru idealismul transcendențial al lui W. Windelband și H. Rickert, valorile au un caracter supranatural, aprioric și transcendențial, alcătuind un „imperiu pentru sine”, dincolo de subiect și obiect.

După Windelband, scria P. Andrei, *considerarea valorii este implicată chiar în studiul absolut al realității*. Deosebirea ce se face între realitatea *adevărată* (obiectivă) și *realitatea așa cum apare* (fenomenologică sau empirică) nu este altceva decât o deosebire de valoare în chiar conceptul realității. Windelband vrea să înlăture dualismul dintre valoare și realitate, arătând că întreaga noastră cunoștință este realizarea unui principiu normativ, a unui *imperativ*. Windelband și Rickert, recunoscând autonomia lumii valorilor, întemeiază un nou idealism transcendențial, după care noi nu putem cunoaște decât ceea ce e dat conștiinței, deci ceea ce este imanent, ceea ce e reprezentare. În deosebire de idealismul subiectiv, idealismul transcendențial afirma că cunoașterea nu se rezolvă în *reprezentare*, ci în *judecată*, în care se afirmă sau se neagă ceva, care depășește conținutul conștiinței noastre. Acest ceva ar fi „fundament al oricărei realități, un *ideal transcendent*, ce trebuie realizat în cunoștință... Vedem deci că după idealismul transcendențial, reprezentat de Rickert și Windelband, realitatea, din punct de vedere al cunoașterii, e o speță a valorii. Prin urmare, relația logică dintre realitate și valoare devine o relație de identificare sau, mai bine, de reducere a realității la valoare” (2, p. 32, 85).

Obiectivitatea valorilor a fost susținută de specialiști din diferite domenii (economie, filosofie etc.). Teoria obiectivistă a valorii a avut mulți reprezentanți, începând cu evul mediu, când valoarea era considerată ca ceva obiectiv, ce aparține lucrurilor în sine, ca o însușire proprie a lor. Concepția obiectivistă a fost susținută, în secolul al XVII-lea, de W. Petty, care vorbea de *o valoare intrinsecă a lucrurilor*, iar J. Locke considera drept valoare *capacitatea unui lucru de a satisface trebuințe sau plăceri omenești*. Mai târziu, O. Heyn afirma că valoare nu depinde de oameni, ci e ceva *inerent lucrurilor, ce aparține lor, fără o recunoaștere externă, fără judecata noastră*, deoarece valoarea, după dânsul, nu e alcătuită de un subiect, ce apreciază, ci de ceva *care este în lucruri* (A se vedea: 2, p. 28-29).

În conformitate cu *concepțiile religioase*, valorile perene (binele, frumosul, sacrul etc.), dacă nu ar fi fondate într-o existență transcendentă, atunci și-ar pierde dimensiunea lor eternă, invariabilă și transformatoare. De asemenea, fiind rupte de aceasta, ele ar fi supuse pericolului autonomizării, relativizării, astfel fragmentând existențe și epoci. Dacă ar fi înlăturat Misterul, Persoana din „spatele” lor, atunci acolo s-ar „încuibă” interese meschine și patimi egoiste. În concepțiile religioase, valorile sunt resorturi care întind ființa spre devenirea ei absolută, înveșnicitoare, deoarece ele emană din iubirea lui Dumnezeu care atrage permanent ființa spre El. Ca atribute ale lui Dumnezeu, valorile sunt deschise existenței omului și vin în întâmpinarea acestuia, ca rod al iubirii.

Printre concepțiile religioase despre valoare se află și aceea a lui N. Lossky. L. Lavelle o caracterizează pe acesta drept o doctrină mistică, trans-subiectivă despre valoare, conform căreia existența rezidă nu în obiectivitate, ci într-o trans-subiectivitate pe care noi o putem percepe nemijlocit. Pentru N. Lossky, fundamentul oricărei judecăți despre valoare se află în Dumnezeu și nu în creaturile lui. Orice creatură participă la viața divină, iubindu-i pe alții tot așa ca pe sine însuși. Libertatea este considerată drept o condiție a păcatului, însă, de asemenea, a realizării tuturor valorilor (A se vedea: 7, p. 209).

Sub aspect metafizic, am putea afirma că „valorile nu sunt obiecte de cunoaștere, în sensul strict al cuvântului, de aceea, singurul mod de a cunoaște valoarea, este de a o căuta neîncetat. Existența este ea însăși o valoare, iar valoarea este personală... Valorile transcend realitatea și tocmai prin irealitatea lor o neagă, de aceea gândirea axiologică este orientată spre transcendent” (9, p. 24, 147). Așadar, se insistă că valoarea ar fi o transcendență. Acest caracter transcendent al valorii ar face ca omul să aibă o misiune de îndeplinit, ceea ce l-ar deosebi de animal și i-ar da o notă specială: deschiderea spre transcendent.

Din cele expuse mai sus, putem afirma că teoriile evocate au un caracter limitat. Ele absolutizează momentul obiectiv (natural sau supra-natural) al valorii, aceasta fiind privită ca ceva imanent doar lucrurilor, ca un fel de esențe absolute, supra-temporale, transcendente, independente de subiecții valorizanți, adică un fel de modele atemporale, situate deasupra istoriei și oamenilor. De asemenea, aceste teorii ignoră determinarea social-istorică a valorilor, fundamentează valorile pe apriorism și transcendență.

3. Teoriile relaționiste. În istoria filosofiei și cercetările specialiștilor contemporani, valoare se mai definește prin *relația de apreciere* dintre subiectul (individual sau colectiv) și obiectul valorizat, aprecierea fiind fundamentată pe date obiective, criterii istorice și socialmente determinate de practica socială, poziție la care aderă și autorul acestui material.

Avem impresia că în literatura filosofică contemporană, străină și autohtonă, în interpretarea valorii, predomină anume acest punct de vedere. E de menționat că în filosofia românească acest punct de vedere este susținut de personalități remarcabile: **P. Andrei, T. Vianu, M. Florian ș.a.**

P. Andrei considera că problema *valorii*, ca element al cunoașterii umane, trebuie să ocupe un loc de prim ordin în discuțiile filosofice. În „Filosofia valorii”, analizând lucrările specialiștilor occidentali, el critică, în primul rând, concepțiile subiectiviste și constată că valoarea e determinată de o dispoziție psihică, dar ca fenomen ea nu e altceva decât o *relație funcțională a unui subiect și a unui obiect*. P. Andrei afirmă o predispoziție pentru alcătuirea valorilor, dar calitatea, felul specific, însușirile valorilor, depind de factorul obiectiv, care actualizează, realizează această dispoziție. Pentru el, valoarea se naște printr-o reciprocitate funcțională activă a subiectului cu obiectul.

M. Florian, în „Reconstrucția filosofică” constata că instituirea valorii presupune o relație între un obiect valoros și un subiect care evaluează, situație care-l determină să facă distincția între *a fi o valoare* și *a avea valoare*, disjuncție ce implică imperios corelarea celor doi termeni.

T. Vianu în lucrările sale de referință, „Filosofia culturii” și „Introducere în teoria valorilor”, susținea că valoarea semnifică expresia ideală a acordului dintre subiect (Eu) și obiect (lume), subiectul reprezentând exponentul *judecății de valoare*.

Reprezentanții contemporani ai acestui curent afirmă că, atunci când axiologul vorbește despre însemnătăți-valori, el are în vedere nu obiectul propriu-zis, ci rolul pe care acesta îl joacă în viața omului, subiectului activității, sub aspectul trebuințelor, intereselor, scopurilor acestuia. Semnificația și însemnătatea apar în relația dintre subiect și obiect și sunt determinate de doi factori: de însușirile și dimensiunile obiectului (obiectivitatea valorică sau valoarea obiectivă) și însușirile (trebuințele, interesele, scopurile, aspirațiile etc.) subiectului (valorizator) activ, care introduce însemnătăți, sensuri, aprecieri, preferințe etc. Astfel de relație subiect-obiect, privită sub aspectul însemnătății (valorii) obiectului pentru subiect, se numește *relație valorică*. Tot așa cum, sub aspect *gnoseologic*, se obțin cunoștințe adevărate despre însușirile obiectului, asemenea, sub aspect *valoric*, se stabilește însemnătatea obiectului, capacitatea acestuia de a satisface o oarecare trebuință, interes, scop etc. ale subiectului (A se vedea, spre exemplu: 10, p. 65-66). Așadar, valoarea apare între

polii *obiectivului* și *subiectivului*, ca un fel de compromis, ca o sinteză a însușirilor obiectului și a necesităților omenești ce trebuie satisfăcute (A se vedea: *Ibidem*, p. 70).

2. CONCEPTUL DE VALOARE

Termenul *valoare* este polisemantic. Specialiștii în domeniul axiologiei menționează că el are variate înțelesuri, având în vedere, mai întâi, valorile vitale (ce asigură existența corpului individului uman), apoi valorile economice, valorile naționale și, în fine, valorile general umane. El provine din verbul latin „*valere*” care înseamnă: 1. *a fi puternic; a fi sănătos*; 2. *a avea trecere, crezare; a se distinge, a fi prețuit*; 3. *a avea valoare*; 4. *a fi în stare; a fi bun pentru...; a fi eficace*; 5. *a izbândi; a se împlini*; 6. *a avea un înțeles, a însemna*; (A se vedea: 3, p. 766).

În dicționarele explicative și literatura de specialitate (științifică și didactică) termenul *valoare* are și multe alte înțelesuri.

P. Andrei insistă asupra faptului că valoarea se naște printr-o reciprocitate funcțională activă a subiectului cu obiectul: „Valoarea nu poate fi dedusă nici numai din obiecte externe, dar nu este nici numai rezultatul unui instinct subiectiv, nu e ceva înnăscut, în forma în care se prezintă în realitatea trăită. Valoarea nu e un atribut nici al subiectului, nici al obiectului, ci e o *relație funcțională a amândurora*. Prin urmare, în fenomenal valorii avem doua elemente constitutive: subiectul și obiectul. Subiectul valorii este *persoana*, iar obiectul e *lucrul*” (2, p. 30). El, așadar, înțelegea prin valoare „o *relație funcțională dintre un subiect și un obiect* în genere. Subiectul are în sine o dispoziție psihică către valoare, care se actualizează în această relație” (*Ibidem*, p. 31).

În binomul *subiect – obiect*, subiectul este elementul activ care cercetează, evaluează, apreciază atributele obiectului valoric. Aprecierea, consideră specialiștii în domeniu, este fundamentată pe anumite criterii și constituie elementul definitoriu al *conștiinței de sine* a subiectului valorizator. Selecțiile, preferințele acordate anumitor obiecte (lucruri, fenomene, comportamente umane, creații materiale sau spirituale ale omului etc.), după măsura în care ele satisfac la un moment dat sau în general necesitățile, trebuințele, dorințele și idealurile acestuia, definesc în gradul cel mai înalt forța și profunzimea *conștiinței și cunoașterii de sine*. „Când *gradul de luciditate* reflexivă și analitică a permis individului precizarea unor *motive și criterii*, pentru multiplele *situații de alegere*, scrie D.V. Savu, el a putut să *conștientizeze caracterul preferabil sau dezirabil* al unui lucru, în raport cu altul, al unei situații în raport cu alta etc. Preferința a fost și este determinată de altfel, de un ansamblu de condiții, aparținând naturii complexe bio – psiho – sociale și istorice, în același timp a omului” (8, p. 125).

Valoarea (mai precis, valorizarea), așadar, nu este imanentă oricărui sentiment, constată P. Andrei, „ci numai sentimentelor reprezentative, adică numai acelora prin care subiectul ia o atitudine față de o reprezentare, numai acelora care întovărășesc o judecată... și care caută să realizeze obiectul său sub forma unui scop. Omul stabilește însă valori diferite după împrejurările exterioare sau după dispozițiile sale sufletești. Mulțimea și varietatea valorilor nu este un semn de anarhie căci ele se pot grupa, pot fi clasificate după un anumit criteriu, stabilindu-se astfel o ierarhie armonioasă, o scară de valori” (2, p. 40, 46).

Generalizând ceea ce am expus mai sus, putem formula unele condiții necesare pentru orice situație axiologică: 1) existența unui obiect cu anumite atribute (calități, însușiri) și parametri, adică a unui purtător material al valorizării sau valorii potențiale; 2) existența subiectului valorizator (persoană, colectiv, societate, națiune, omenire) care va actualiza valoarea potențială, adică va transforma posibilitatea valorică în realitate, adică în valoare propriu-zisă; 3) relația de apreciere, valorizare de către subiect a obiectului – purtător de valoare, care stă la baza actului axiologic; 4) conștientizarea de către subiect, printr-o judecată axiologică (de apreciere), a valorii ca atare.

În privința aspectului ontic (material) al valorii, trebuie menționate nu doar atributele (însușirile, calitățile) obiectului – purtător de valoare, dar și aspectele lui măsurabile, adică anumiți parametri de ordin *cantitativ*. Filosoful german *G.W.F. Hegel* în lucrarea „Principiile filozofiei dreptului” a precizat că lucrul, la întrebuintare, „este singular, determinat în calitate și cantitate și în raport cu o nevoie specifică. Dar utilitatea lui specifică, fiind definită totodată în mod *cantitativ*, este comparabilă cu alte lucruri având aceeași întrebuintare, după cum nevoia specifică căreia el îi servește este în același timp *nevoie în general* și, după particularitatea ei, poate fi și ea comparată cu alte nevoi; și, în consecință, și lucrul poate fi comparat cu lucruri întrebuintabile pentru alte nevoi. Această *universalitate* a lui, ... în felul că se face totodată abstracție de această calitate specifică, este *valoarea* lucrului, prin care adevărata sa substanțialitate este *determinată* și este obiect al conștiinței” (5, p. 79).

Valoarea se realizează prin actul de valorizare (valorificare) și, așadar, reprezintă o entitate relațională, dispozițională (înfăptuită prin interacțiunea a *ceva* cu *cineva*), funcțională (prin funcția pe care o are obiectul față de subiect), o unitate dintre forma subiectivă (conștiința de valoare) a subiectului valorizator (individual sau colectiv) și un conținut obiectiv (lucru, fenomen, însușire, relație etc.) evaluat, estimat, apreciat de către om, ceea ce reprezintă un fapt semnificativ, însemnat (în mod actual sau potențial) pentru subiectul axiologic.

Pentru ca un oarecare obiect să devină valoare, el trebuie să existe (într-o formă obiectivă sau subiectivă). În literatura de specialitate, s-a discutat și se mai discută problema coraportului dintre judecățile *existențiale* și cele de *valoare*.

P. Andrei, de asemenea, a analizat coraportul, deosebirea dintre judecățile existențiale și cele de valoare. El considera că toată cunoștința nu este decât un proces de cunoaștere a valorilor. Acest proces de cunoaștere ne dă valorile *teoretice explicative*, *valorile de cunoaștere*, a căror expresie o găsim în judecățile existențiale. Prin judecățile existențiale el înțelegea toate judecățile științifice, toate judecățile cu un grad de adevăr obiectiv, o cunoștință pe care noi o obiectivăm, considerând-o în afară de orice act de valorificare. Acesta, consideră filosoful român, e sensul termenului *existențial*. În general, prin judecăți existențiale el înțelegea acele judecăți ce au ca obiect *ceva* determinat de o cauză exterioară cu totul subiectului.

P. Andrei considera că judecățile în care noi constatam și explicăm valori sunt deosebite de judecățile în care noi valorificăm valorile în vederea unui scop practic: „Când vorbim de judecăți de valoare, noi înțelegem prin ele acele judecăți în care apreciem, valorificăm – în vederea realizării practice, valori exprimate prin judecățile existențiale. Judecățile de valoare sunt expresia unui al doilea proces, anume a *procesului de valorificare a valorilor*... Aceasta se explică ușor prin faptul că valoarea de cunoaștere are un *caracter obiectiv*. Acest caracter de obiectivitate provine din faptul că noi considerăm valoarea nu numai ca un act psihic, ci simțim oarecum și constrângerea ei. Valoarea de cunoaștere, adevărul, este pentru noi un postulat logic cu putere de constrângere. Alcătuirea cunoștinței coincide cu construirea obiectului ei, așa că valoarea deși e un element al conștiinței pare că există în afară de noi, în obiecte. Prin urmare, avem pe de o parte un proces de *cunoaștere al valorilor*, un proces teoretic, ce se îndeplinește prin judecăți existențiale, iar pe de altă parte un *proces de valorificare a valorilor*, un proces practic, a cărui expresie sunt judecățile de valoare” (2, p. 64).

La cele expuse mai sus, putem adăuga că, de fapt, valoarea se manifestă într-o *triplă* ipostază – *existențială* (adică ontică, fiindcă valoare trebuie să aibă un purtător material), *rațională* (adică logico-gnoseologică, deoarece subiectul trebuie să cunoască obiectul și să exprime cunoștințele despre obiect prin judecăți adevărate, corect formulate) și *practică, pragmatică* (de evaluare, estimare, apreciere și conștientizare de către subiectul valorizator, care, prin interrelația cu purtătorul valorii, are de a face cu valoarea propriu-zisă). Așadar, esența fenomenului *axiologic* se reprezintă prin unitatea organică dintre *ontic* (real), *episte-*

mic (cognitiv) și *practic, pragmatic* (referitor la fapte, acțiuni, activități). La nivelul simțului comun, omul nu conștientizează distincția dintre aceste aspecte. Dar, sub aspect strict științific, trebuie avut în vedere că, în raport cu realitatea obiectivă, subiectul operează cu trei tipuri de judecăți: *existențiale* (constatări referitoare la existența sau non-existența a ceva, a stării de fapt, spre exemplu, *plouă, este întuneric, a venit primăvara*), *descriptive* (descrieri obiective, dezinteresate a realității, de pildă, *câinii sunt mamifere*) și de *valoare* (prin atitudini subiective – aprecieri, evaluări, de pildă, *fumul are miros neplăcut, iar trandafirul are miros plăcut*). Deja un copil mic vede, spre exemplu, că o pară *este*, înțelege că această pară este *coaptă* și apreciază, printr-o afirmare, că para coaptă este *gustoasă*. Însă, fără o pregătire specială, el nu e în stare să unească trei idei abstracte într-un singur act de gândire sintetică.

În lucrările de specialitate putem întâlni afirmații, cică fundamentele axiologiei le găsim, începând cu filosofia antică, cum că *binele* ar fi valoarea propriu-zisă (valoarea-gen), iar *bunul* ar fi una dintre speciile binelui.

La *Diogenes Laertios* (sec. III e. n.), biograful filosofilor Greciei Antice, printre primii întâlnim termenii „*αζία*”, adică „valoare” (grecescul „*αζία*” este tradus în latină cu *aestimabile*, adică *estimabil, apreciabil*) și „*απαζία*”, cu sens opus (adică nedemnită, lipsă de valoare sau „non-valoare”), când el descria concepțiile reprezentanților școlii stoicilor. Aceștia din urmă, spuneau că unele lucruri „neutre” („indiferente”, adică care nu sunt de natură a stărni nici dorința și nici aversiunea) sunt „preferate”, altele, „respinse”; acelea care au o valoare sunt „preferate”, în timp ce acelea care au o nedemnită, sunt „respinse”. *Valoarea* este definită, mai întâi, ca o contribuție la o viață armonioasă, așa cum se găsește în fiecare bun; în al doilea rând, ca o facultate sau o folosință mediatoare care contribuie la o viață în conformitate cu natura, ceea ce-i tot una cu a spune că bogăția și sănătatea contribuie la ducerea unei vieți conforme cu natura; în al treilea rând, valoarea este echivalentul pe care îl fixează un expert, cunoscător al faptelor, la fel cum se spune când se schimbă mărfuri (spre exemplu, grâu pentru atâta orz). Astfel, din categoria lucrurilor preferate fac parte acelea care au o valoare, de exemplu printre calitățile sufletești: talentul înăscut, îndemânarea, progresul și cele asemănătoare; iar printre calitățile trupești: viața, sănătatea, forța, constituția bună, sănătatea organelor, frumusețea ș.a.; iar din sfera lucrurilor exterioare: bogăția, gloria, noblețea și cele asemănătoare. La categoria lucrurilor de respins aparțin printre însușirile sufletești: neîndemânarea din naștere, nepriceperea și cele asemănătoare; printre calitățile trupești: moartea, boala, slăbiciunea, constituția rea, mutilarea, urâtenia ș.a.; din sfera lucrurilor exterioare: sărăcia, lipsa de glorie, originea de jos și cele asemănătoare. Dar sunt și lucruri care nu aparțin nici unei clase; acestea nu sunt nici preferate, nici respinse (A se vedea: 6, p. 240-241).

Unii specialiști în domeniul axiologiei consideră că noțiunea „valoare”, în calitate de categorie filosofică, în Antichitate și Evul mediu, nu a existat. Termenul „valoare” se întrebuițea ca sinonim al noțiunilor „bine”, „frumos”, „adevăr”, „fericire”, „dreptate” ș.a., care, mai târziu, vor fi privite în calitate de manifestări ale valorii (A se vedea: 12, p. 74).

Filosoful german *Hans Joas* subliniază că *valoarea* (în sens contemporan) nu trebuie identificată cu *binele* din filosofia clasică. Categoria de valoare, scrie dânsul, în axiologia contemporană doar ocupă acel loc, care, în tradiția filosofică îl ocupa *binele*. În conformitate cu această tradiție, binele putea fi descoperit prin cunoașterea universului naturii sau divinității. Deci, binele avea un statul ontic (existențial), în timp ce valoare era asociată cu subiectul valorizator. Așadar, în locul unității metafizice a *adevărului* și *bunului*, în filosofia valorii apare dualismul dintre *factual* (existențial) și *semnificativ* (însemnat). Faptele care pot fi constatate au fost contrapuse unei noi modalități fenomenale, în care sunt date *valori* și *aprecieri*. Filosofia valorii nu are drept scop constituirea acestui dualism (dintre factual și semnificativ), ci, dimpotrivă, ea încearcă să-l depășească prin diferite mijloace. De

aceea, pentru axiologie, este important a înțelege cum are loc trecerea de la simplele senzații ale valorii la judecățile de valoare, ce pretind la obiectivitate, de asemenea, relația dintre senzațiile valorice și judecățile de valoare, pe de o parte, și afirmațiile existențiale (factice), pe de altă parte. Problema valorii a apărut o dată cu *cotitura spre subiectivitate* care s-a produs în filosofia valorilor. Evident, că valorile nu mai puteau fi concepute ca fiind independente de subiectul valorizator, dar, în acest caz, în inevitabila apreciere subiectivă, s-ar putea găsi condiția caracterului, statutului ei universal (A se vedea: 13, p. 37).

Aspectul subiectiv al valorii poate fi mai bine înțeles atunci când analizăm conținutul *judecăților de valoare*. În logica contemporană se studiază diferite tipuri de judecăți (propoziții): existențiale, atributive, modale etc. Judecățile axiologice (de valoare) pot fi interpretate ca propoziții modale, în care, la conținutul de bază (constatativ sau descriptiv) al acestor judecăți, se mai adaugă și unul apreciativ (modul de a fi pentru subiectul valorizator). Un exemplu semnificativ ar putea fi următorul: *cerul este albastru* (propoziție descriptivă) și *cerul albastru este frumos* (propoziție de valoare). E de menționat că reprezentantul pragmatismului american W. James, analizând lucrările axiologilor germani (contemporani lui) sublinia necesitatea de a distinge între judecățile *existențiale* și de *valoare* și combătea concepțiile care considerau că aceste judecăți pot fi deduse unele din altele (A se vedea: Ibidem, p. 70).

Sunt mai aproape de adevăr ideile acelor specialiști, care consideră că valoarea nu este un dat pur obiectiv, absolut independent de subiectul valorizator, ci reprezintă rezultatul unui act de relație, conform căruia, în experiența valorii, intervin factori subiectivi, de *conștiință* (interese, dorințe, sentimente, trăiri, voință, cunoștințe, scopuri etc.). Practică omenescă confirmă că valoare se constituie și se manifestă anume prin raportul dintre un subiect care apreciază și un obiect (bun material, creație spirituală, faptă, comportament, eveniment social etc.). Prin relația de apreciere, prețuire acordată de o persoană sau o colectivitate unor obiecte (materiale sau spirituale) sau fapte, în virtutea însușirilor acestora de a satisface necesități, trebuințe, dorințe, aspirații, interese umane (istoricește condiționate de practica socială, de a contribui la progresul individului și al societății), aceste obiecte devin, de asemenea, *valori*. Exemplu: *trandafirul înflorit are miros plăcut* sau *cerul albastru este frumos*. Adică, organul de simț (văzul sau mirosul) ne dă senzația (despre trandafir sau cer), rațiunea constată faptul (trandafirul a înflorit, cerul este albastru), iar trăirea sentimentului estetic (de plăcere, satisfacție, bucurie etc.) este exprimată, *sintetic*, printr-o judecată de valoare: (*trandafirul înflorit are miros plăcut* sau *cerul albastru este frumos*).

Atitudinea, raportul de valorizare a subiecților (individuali sau colectivi) reprezintă baza demersului axiologic, criteriile evaluative și standardele de judecată de valoare, adică pentru a putea aprecia, prețui lucrurile, faptele, fenomenele, ideile etc. sub aspectul lor de a fi (sau nu) dezirabile, atractive etc. Astfel, oamenii conștientizează că obiectele (grație însușirilor, calităților imanente acestora) li se prezintă ca ceva frumos, just, adevărat, demn etc. Valoarea, așadar, se referă numai la ceea ce este semnificativ, însemnat, are sens pentru viața complexă a oamenilor. Generalizările, care au fost făcute de specialiști, au scos în evidență variate caracteristici ale valorii, exprimate în mod vădit, sau expuse, într-un anumit context.

Pentru a continua discuția referitor la conceptul de valoare, din unele lucrări de referință am selectat următoarele interpretări și definiții ale valorii.

T. Parsons („Sistemul social”, 1951) caracterizează valoarea ca element al unui sistem simbolic care servește drept criteriu pentru alegerea între alternativele de orientare deschise într-o situație dată.

M. Duverger („Methodes des sciences sociales”, 1961) considera că noțiunea de valoare implică o luare de poziție din partea grupurilor sociale sau indivizilor, în raport cu

categoriile de bine și rău, just și injust, frumos și urât, agreabil și dezagreabil, util și dăunător etc.; de asemenea, există și fenomene neutre, din punct de vedere axiologic, dar în general colectivitățile și grupurile umane valorizează într-un fel sau altul, pozitiv sau negativ fenomenele culturale și sociale.

G. Lundberg, N. Larsen, R. William („Sociologie”, 1968) indică ca sursă fundamentală a motivației activității umane, reprezentând scopuri sau principii în termenii cărora sunt revendicate ca fiind dezirabile anumite norme specifice.

G. Theodorsen, A. Theodorsen („Dicționar modern de sociologie”, 1969) caracterizează valoarea ca un principiu de comportament față de care membrii unui grup resimt o obligație emoțional pozitivă și oferă un standard pentru judecarea unor acte și scopuri specifice.

Al. Birou („Dicționar practic de științe sociale”, 1966) definește valoarea drept capacitatea unui obiect (idee, lucru sau altă persoană) de a satisface o dorință, o nevoie sau aspirație umană, apreciată în funcție de interesul pe care-l prezintă obiectul respectiv.

R.T. Scafer, R.P. Lamm („Sociology”, 1992) numesc valori acele concepții colectiviste despre ce este considerat bun, dezirabil și corect – sau rău, indezirabil și incorect – într-o cultură.

P. Iuț („Valori, atitudini și comportamente sociale”, 2004) evidențiază notele fundamentale ale conceptului de valoare: generalitate și centralitate în universul spiritual-simbolic al societății și în structura personalității umane, standarde (criterii evaluative) ale acțiunilor umane, vectori motivaționali care determină și orientează acțiunea, accentuatul lor caracter conștient, deliberat, în sensul de adeziune „la ceea ce e de dorit”.

C. Kluckhohn („Values and value-orientations in the theory of action”, 1951) numește valoarea concepție, explicită sau implicită, distinctivă pentru un individ sau caracteristică pentru un grup, cu privire la ceea ce este dezirabil, care influențează selecția modurilor, mijloacelor și scopurilor disponibile ale acțiunii.

M. Rokeach („The nature of human values”, 1973): valoarea se referă o credință de durată că o anumită cale sau un scop al existenței sunt de preferat, din punct de vedere social sau personal, față de o cale sau un scop opuse.

B. Voicu („Valorile și sociologia valorilor”) precizează o definiție de lucru pentru valori: „*Valorile reprezintă concepții explicite sau implicite cu privire la ceea ce este dezirabil. Ele nu sunt direct observabile, implică elemente cognitive, evaluative și afective, sunt relativ stabile în timp, determină comportamente și atitudini, determină și sunt determinate de alte valori, sunt și determină caracteristicile mediului social*”.

I. Gîncu („Orientările valorice în formarea profesională”, 2015), efectuând o analiză comparativă a diverselor accepțiuni ale valorilor, conchide că pentru majoritatea construcțiilor axiologice sunt *comune* afirmațiile: valoarea este acel „ceva”, relativ autonom, care intervine în aprecierile omului, fiind preferată/respinsă, cu anumite grade de intensitate; valorile nu au o existență „naturală”, ele nu există în afara aprecierii subiectului.

Din cele expuse mai sus, putem conchide că, deși noțiunea generică de valoare nu are un conținut strict determinat și unanim recunoscut de specialiștii în domeniul axiologiei, totuși, constatăm, în definițiile și interpretările acestui termen, prezența unui nucleu invariabil de note esențiale și necesare, care ne permit să afirmăm următoarele: în general, valorile sunt determinate de însemnătatea, sensul (semnificația, la nivelul individual) obiectelor (lucrurilor, însușirilor, relațiilor etc.) pentru existența omului ca ființă complexă (bio – psiho – socială și istorică), prin aprecierea, preferința etc. prin care omul acordă obiectelor naturii sau ale societății și le consideră drept bunuri culturale (materiale sau spirituale).

Valoarea poate fi validată prin aprecieri individuale, la nivelul bunului simț, mijloace științifice, prin acordul experților (în cazul unei opere de artă sau a unei teorii științifice etc.), ceea ce înseamnă că valorile culturale nu pot avea un caracter absolut, ci doar relativ, cea ce nu permite compararea și ierarhizarea variatelor culturi. Cercetările de ordin sociologic confirmă ideea, în conformitate cu care valorile au un caracter dinamic, istoric – continuu, se manifestă prin interrelația dintre obiectiv și subiectiv, individual și colectiv, național și internațional (universal), finit și infinit, fenomenal și esențial etc.

În concluzie, valoare reprezintă un fenomen complex (ontic, epistemic și pragmatic) funcțional și relațional, obiectiv și subiectiv. În general, ea se constituie printr-un complex de relații: 1) relația dintre subiect și obiect, în care rolul activ îi aparține subiectului, prin actul de valorizare a obiectului; 2) raportul dintre individual și colectiv (grup social, popor, națiune, umanitate), în care valorile sunt realizate prin creațiile persoanelor individuale (indivizilor sociali), dar aceste creații sunt motivate de trebuințe și aspirații ale colectivităților omenești; 3) relațiile dintre general, particular și individual (există valori general-umane, particulare și individuale); 4) raportul dintre real (existent, perfectibil) și ideal (dezirabil, perfect); 5) prin corelațiile multiple se realizează unitatea valorilor (prin fuziunea dintre adevăr, bine, frumos, sacru, demnitate etc., în procesul cunoașterii științifice și activitatea practică).

BIBLIOGRAFIE:

1. Albuț, Constantin, *Elemente de antropologie, etică și axiologie*, Iași, Editura Societății Academice „Matei-Teiu Botez”, 2005.
2. Andrei, Petre, *Filosofia valorii*, Ediția a III-a, Iași, Editura POLIROM, Fundația academică „Petre Andrei”, 1997.
3. *Dicționar latin-român*, București, Editura Științifică, 1962.
4. Gîncu, Irina, *Orientările valorice în formarea profesională*. Teză de doctor în pedagogie, Chișinău, 2015.
5. Hegel, Georg Wilhelm Friedrich, *Principiile filozofiei dreptului sau elemente de drept natural și de știință a statului*, București, Editura IRI, 1996.
6. Laertios, Diogenes, *Despre viețile și doctrinele filosofilor*, Iași, Editura „Polirom”, 1997.
7. Lavelle, Louis, *Traité des valeurs. 1. Théorie générale de la valeur*, 1991, site web : <http://classiques.uqac.ca/>.
8. Savu, Dana Victoria, *Introducere în filosofie*, București, Editura ASE, 2004.
9. Râmbu, Nicolae, *Filosofia valorilor*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1997.
10. Анисимов, С. Ф., *Введение в аксиологию. Учебное пособие*, Москва, Изд-во «Современные тетради», 2001.
11. Баева, Л. В., *Ценности изменяющегося мира: экзистенциальная аксиология истории: монография* Астрахань, 2004.
12. Елишев, С. О., *Теоретико-методологические подходы к изучению понятий «ценность», «ценностные ориентации»*, Вестник Моск. Ун-та, серия 18. Социология и политология, 2010, № 3.
13. Йоас, Ханс. *Возникновение ценностей* / Перевод с немецкого, Санкт-Петербург, Изд-во «АЛТЕЙЯ», 2013.