

I valori nell'Italia contemporanea

a cura di

Gian Vittorio Caprara, Eugenia Scabini,
Patrizia Steca, Shalom H. Schwartz

la Società



FrancoAngeli

I valori nell'Italia contemporanea

a cura di

Gian Vittorio Caprara, Eugenia Scabini,
Patrizia Steca, Shalom H. Schwartz

FrancoAngeli

Curatori

Gian Vittorio Caprara è professore ordinario di psicologia generale presso la “Sapienza”, Università di Roma. È autore di numerosi volumi e articoli scientifici, su riviste nazionali e internazionali, sulla personalità, le sue determinanti e le sue molteplici espressioni.

Eugenia Scabini è professore ordinario di psicologia sociale presso l’Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, preside della Facoltà di Psicologia della stessa Università e Direttore del Centro di Ateneo “Studi e Ricerche sulla Famiglia”. È autrice di numerosi volumi e articoli scientifici apparsi su riviste nazionali e internazionali su temi riguardanti la psicologia della famiglia, con particolare riferimento agli aspetti prosociali e alle relazioni intergenerazionali.

Patrizia Steca è professore associato di psicologia generale presso l’Università di Milano-Bicocca. È autrice di varie pubblicazioni scientifiche, apparse su riviste nazionali e internazionali, su tematiche relative alla personalità e al benessere della persona.

Shalom H. Schwartz è professore emerito di psicologia presso la Hebrew University di Gerusalemme. È stato presidente della International Association for Cross-Cultural Psychology e fellow dell’American Psychological Association. È autore di numerosi volumi e articoli scientifici sul tema dei valori, con particolare attenzione all’ambito politico, religioso ed etnico.

Progetto grafico di *Elena Pellegrini*

Copyright © 2011 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

L’opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d’autore. L’Utente nel momento in cui effettua il download dell’opera accetta tutte le condizioni della licenza d’uso dell’opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

Indice

Introduzione	pag. 7
1. I valori umani di base: un'introduzione di <i>Shalom H. Schwartz</i>	» 13
2. I valori degli italiani di <i>Gian Vittorio Caprara, Eugenia Scabini</i> e <i>Daniela Barni</i>	» 45
3. Valori, motivi e tratti di personalità. Differenze tra persone e tipi di persone di <i>Patrizia Steca, Dario Monzani e Andrea Greco</i>	» 69
4. Trasmissione dei valori e relazioni familiari di <i>Daniela Barni, Rosa Rosnati ed Eugenia Scabini</i>	» 94
5. Valori, comportamenti e relazioni sociali in adolescenza di <i>Ersilia Menesini, Annalaura Nocentini</i> e <i>Pamela Calussi</i>	» 116
6. Valori e condotte morali di <i>Dario Bacchini, Gaetana Affuso, Anna Lisa Amodeo</i> e <i>Serena Aquilar</i>	» 133
7. Valori e comportamenti a rischio di <i>Elena Cattelino, Silvia Bonino ed Emanuela Calandri</i>	» 159

8. Valori e volontariato	
di <i>Gabriella Borca, Silvia Bonino ed Elena Cattelino</i>	pag. 179
9. Valori e ideologie socio-politiche	
di <i>Stefano Livi, Luigi Leone, Giorgio Falgares, Francesco Lombardo e Franco Di Maria</i>	» 208
10. I valori e le preferenze politiche	
di <i>Michele Vecchione, Sara Tullio e Gian Vittorio Caprara</i>	» 229
11. Il ruolo degli orientamenti valoriali nei processi di esplorazione e pianificazione della carriera universitaria	
di <i>Amelia Manuti, Michela Cortini e Guglielmo Bellelli</i>	» 251
12. Valori e lavoro. Le differenze nei valori in differenti professioni	
di <i>Laura Picconi, Antonio Chirumbolo e Aristide Saggino</i>	» 277
13. Valori e benessere psicologico	
di <i>Pio Enrico Ricci Bitti, Paola Gremigni e Paolo Melani</i>	» 298
14. Un contributo alla validazione italiana del <i>Portrait Values Questionnaire</i> e all'indagine sul ruolo di fattori socio-demografici	
di <i>Santo Di Nuovo, Zira Hichy e Concetta Pirrone</i>	» 322
Appendice metodologica	
a cura di <i>Dario Monzani e Andrea Greco</i>	» 347
Gli autori	» 363

Introduzione

I valori hanno rappresentato un tema costante della riflessione etica e filosofica nella storia delle idee e nell'epoca moderna un punto di incontro tra scienziati sociali di diversa provenienza disciplinare: economisti, sociologi, politologi, antropologi e psicologi.

I valori rappresentano infatti i principi che dettano le mete, le priorità, gli standard nei più diversi ambiti nei quali si dispiega l'azione umana, dalla sfera delle condotte economiche a quella delle scelte politiche, nella vita privata non meno che in quella pubblica.

Essi sono elementi costitutivi dell'identità personale e dell'identità sociale, nei quali si riverberano le influenze reciproche tra individui, società e culture.

Già Talcott Parsons sottolineava la "funzione sociale di base" dei valori, che è quella di motivare e nello stesso tempo controllare, come guide internalizzate, il comportamento dei membri del gruppo al servizio della coesione sociale (Parsons, 1951).

Recentemente è emerso con maggiore chiarezza che le persone non solo hanno un proprio sistema di valori, percepiscono quello degli altri e descrivono e interpretano i comportamenti degli altri individui, i gruppi e le società, sulla base dei valori che questi perseguono, ma esse stesse contribuiscono attivamente al rinnovamento continuo dei valori, attestando un ruolo attivo e proattivo dell'agenticità umana nella sfera dell'etica e delle relazioni interpersonali e sociali (Turiel, 2006).

I valori infatti, non soltanto rappresentano un patrimonio condiviso di principi e obbligazioni, trasmessi di generazione in generazione, a fondamento di un ordine sociale che rappresenta le condizioni per essere e sentirsi inclusi con altri, ma sono anche sistemi personali di desiderata che improntano in modo unico i progetti di vita di ciascuna persona.

Nell'ambito del funzionamento individuale, concepire se stessi principalmente sulla base dei valori e comportarsi in conformità ai propri valori fa esperire un senso di benessere e di autenticità che contribuisce a tal

punto alla definizione dell'identità individuale che in alcuni casi si può parlare di "*value identities*" (Gecas, 2000; Hitlin, 2003).

Quello dei valori è un universo politeista, i cui elementi hanno tutti importanza, ma in grado diverso; da valori di più ampia portata (per esempio la libertà e l'eguaglianza) derivano valori più circoscritti (come la libertà di idee o negli affari, che evidentemente non sono la stessa cosa) e da questi, atteggiamenti e disposizioni valutative relative a oggetti specifici (persone, azioni o altro).

I valori hanno tutti un'attrattiva, seppure diversa nelle differenti circostanze, e non raramente si pongono in contrasto gli uni con gli altri; tutti i valori sono importanti, ma alcuni più di altri, e in taluni casi al costo di altri.

Verosimilmente i valori che maggiormente contano e dai quali derivano tutti gli altri sono quelli di base, strettamente connessi a bisogni umani universali, di natura biologica, sociale e culturale, la cui soddisfazione è indispensabile per la vita di ogni essere umano e per il funzionamento e lo sviluppo di ogni gruppo, società e cultura.

Shalom Schwartz ha così classificato questi valori, che rispondono a tali criteri: Universalismo, Benevolenza, Conformismo, Tradizione, Sicurezza, Potere, Successo, Edonismo, Stimolazione e Autodirezione.

L'organizzazione circolare di questi valori ha trovato ampia conferma in numerosi studi cross-culturali (Schwartz, 1992; 2005) e quella di Schwartz oggi rappresenta la classificazione più ampiamente utilizzata nello studio dei valori livello individuale, a livello di Paesi e di Culture.

L'ordine assegnato ai vari valori spesso ci aiuta a distinguere le persone le une dalle altre.

La diversa importanza assegnata a determinati valori rispetto ad altri può indifferentemente servire a distinguere elettori, consumatori o inclinazioni professionali, dal momento che i valori rappresentano i vertici dei vari sistemi motivazionali che sorreggono e rendono ragione di preferenze, intenzioni, decisioni e impegno.

La mappatura delle diverse nazioni in ragione dei valori cui viene data priorità sempre più spesso appare oggi un metodo privilegiato per monitorare le trasformazioni che investono i modi di pensare dei loro cittadini e cogliere ciò che accomuna e differenzia le diverse culture

In questo volume, che si apre con un capitolo in cui Schwartz presenta la teoria dei dieci valori e la loro organizzazione, vengono raccolti contributi di numerosi autori che, da varie prospettive, attestano la validità del modello di Schwartz per comprendere lo sviluppo dei valori e il ruolo che essi svolgono a livello individuale e sociale.

I contributi contenuti nel volume sono corredati da una gran mole di dati

raccolti nell'ambito di un'estesa indagine nazionale, condotta tra il 2004 e il 2005, cui hanno partecipato numerose Università italiane e che ha visto il coinvolgimento di oltre 5000 italiani, provenienti da diverse zone del Paese.

Nel loro insieme i capitoli offrono uno spaccato interessante, e unico nel suo genere, dell'attuale società italiana e di alcune delle problematiche che maggiormente la caratterizzano.

Il capitolo 2, di Caprara, Scabini e Barni, ripercorre l'evoluzione delle concettualizzazioni e delle indagini che, sul tema dei valori, sono state condotte nel contesto italiano a partire dalla fine degli anni Sessanta in ambito sociologico e psicologico. Accanto a un'analisi della distribuzione dei valori sul territorio nazionale e nelle sue varie aree geografiche, il capitolo riporta interessanti risultati relativi al confronto tra l'Italia e altri Paesi europei, derivati da survey su larga scala come l'*European Social Survey* (ESS), che dal 2002 monitorizza l'andamento della tassonomia valoriale di Schwartz in un gran numero di Paesi dell'Unione. Steca, Monzani e Greco, nel capitolo 3, mettono a fuoco il tema dei valori, accanto a quello dei motivi e dei tratti di personalità, termini variamente impiegati per spiegare e rendere conto delle similarità e delle differenze di comportamento che si riscontrano tra una persona e l'altra. I risultati di ricerca riportati nel capitolo confermano l'elevata coerenza che sussiste tra valori, motivi e tratti di personalità nell'ambito del funzionamento individuale e mostrano come la similarità nella combinazione di valori, motivi e tratti sia in grado di definire "tipi" di persone, ovvero gruppi di persone altamente differenziati gli uni dagli altri ma simili al loro interno per caratteristiche personali, comportamenti e stili di vita.

Nel capitolo 4 Barni, Rosnati e Scabini mettono a tema il processo della trasmissione valoriale in ambito familiare. Quale "patrimonio morale" soggetto a trasmissione generazionale, i valori vengono indagati nel capitolo nell'ambito di un'estesa ricerca, particolarmente innovativa nel panorama nazionale, che ha coinvolto un ampio numero di famiglie venete e lombarde con figli adolescenti. I risultati della ricerca mettono in luce ampie differenze tra genitori e figli, sia nei valori maggiormente riconosciuti che in quelli socializzati dai genitori, segno di una "trattativa" in atto tra le due generazioni, contrassegnata dall'impegno dell'adolescente a differenziarsi e a distinguersi dalla generazione precedente. Il periodo adolescenziale è oggetto di indagine anche del capitolo 5 di Menesini, Nocentini e Calussi, nel quale vengono riportati i risultati di un'interessante ricerca che ha inteso analizzare il ruolo dei valori quali fattori di protezione e/o di rischio per lo sviluppo sociale degli adolescenti. In particolare nel capitolo viene indagata, da una parte, la relazione tra valori e comportamenti e relazioni adattive come amicizie, partecipazione a gruppi formali o informali e costruzione di relazioni sentimentali

e, dall'altra, il legame tra valori e comportamenti di relazione devianti e aggressivi. Accanto a interessanti differenze tra ragazzi e ragazze, il contributo mette in luce un comune profilo valoriale associato al comportamento aggressivo in diversi contesti relazionali.

La centralità di specifici valori nel determinare e guidare condotte variamente caratterizzate in termini di appropriatezza e approvazione sociale viene confermata nei successivi tre capitoli del volume. In particolare, nel capitolo 6, Bacchini, Affuso, Amodeo e Aquilar approfondiscono il legame che intercorre tra valori e condotte morali. Dopo un'estesa trattazione dello studio della morale in ambito psicologico, attraverso l'opera dei più importanti autori di riferimento, il capitolo riporta una ricerca che ha analizzato, da una parte, le associazioni tra valori e meccanismi di disimpegno morale-civile e, dall'altra, i legami tra valori e atteggiamenti morali di "civismo vs. self-interest", "integrità vs. libertarismo", "solidarietà incondizionata vs. assunzione di responsabilità". Chiude il capitolo l'individuazione di interessanti "tipologie morali", caratterizzate da aggregazioni peculiari tra valori, disimpegno e preferenze morali. Cattelino, Bonino e Calandri, nel capitolo 7, si occupano, invece, dei legami che intercorrono tra valori e "comportamenti a rischio", ovvero quei comportamenti che possono, in modo diretto o indiretto, mettere in pericolo la salute e il benessere fisico e psicologico degli individui. A comparsa per lo più adolescenziale e giovanile, tali comportamenti possono successivamente stabilizzarsi in stili di vita non salutari. Il capitolo affronta la problematica dei comportamenti a rischio, e in particolare del fumo di sigarette, dell'abuso di alcol e della guida pericolosa, proprio nell'età adulta, fascia d'età scarsamente indagata in letteratura. I risultati di ricerca presentati nel capitolo mostrano una significativa associazione tra specifiche strutture valoriali e la tendenza a giustificare la trasgressione e a mettere in atto comportamenti a rischio. La centralità dei valori nel guidare le azioni individuali viene ulteriormente confermata dal contributo di Borca, Bonino e Cattelino che, nel capitolo 8, indagano l'influenza del sistema valoriale individuale nel promuovere la condotta prosociale, ovvero quella condotta finalizzata a portare beneficio ad altre persone e a promuovere il loro benessere. In particolare, le autrici mettono a confronto persone che praticano volontariato con persone che non lo praticano, mostrando come esista, rispetto al sistema valoriale, uno specifico e peculiare "identikit" del volontario.

I capitoli 9 e 10 si occupano, da angolature diverse, di valori e politica. Nel capitolo 9, Livi, Leone, Falgares, Lombardo e Di Maria cercano di rispondere a domande particolarmente rilevanti nell'attuale panorama socio-politico, relative ai fattori e ai meccanismi che fondano il senso di appartenenza a un gruppo e, in modo complementare, il senso di estraneità dall'altro

e dallo straniero, anche all'interno di una stessa patria o cultura. Nel loro contributo di ricerca, gli autori mettono in luce come determinate ideologie socio-politiche, quali l'autoritarismo di destra, l'orientamento alla dominanza sociale e il patriottismo, si differenzino concettualmente in funzione della loro diversa collocazione nel modello valoriale proposto da Schwartz. Nel capitolo 10, invece, Vecchione, Tullio e Caprara presentano i principali risultati di un programma di ricerca che negli ultimi anni ha inteso esaminare le relazioni che intercorrono tra i valori e le preferenze e scelte politiche, con particolare riferimento a ciò che accade nel contesto politico italiano. Le evidenze empiriche passate in rassegna nel capitolo mostrano come tutte le dimensioni identificate nel modello di Schwartz siano potenzialmente in grado di discriminare tra i sostenitori dei diversi schieramenti politici e di predire il loro voto, attestando l'utilità dello studio dei valori nel fornire una più chiara comprensione delle ragioni personali che stanno alla base delle preferenze e dell'impegno nella sfera della politica.

I capitoli 11 e 12 mettono a tema la complessa relazione tra valori e scelte formative e di carriera. Manuti, Cortini e Bellelli, nel capitolo 11, analizzano il ruolo degli orientamenti valoriali nei processi di esplorazione e pianificazione della carriera universitaria, presentando i risultati di una ricerca esplorativa condotta su un gruppo di studenti di scuola media superiore vicini all'importante momento di scelta di un percorso di studi universitario. Tale momento rappresenta un punto di svolta cruciale, che spinge i giovani a confrontarsi con contesti e interlocutori diversi e a mobilitare una serie di risorse cognitive e affettive, in vista di futuri traguardi professionali; i risultati di ricerca riportati nel capitolo mostrano l'importante ruolo che gli orientamenti valoriali giocano nel predire comportamenti proattivi di esplorazione e pianificazione della carriera. Nel successivo capitolo 12, Picconi, Chirumbolo e Saggino esplorano la presenza di differenze nelle dimensioni valoriali ascrivibili a differenti professioni, focalizzandosi sulla complessa dinamica di processi e meccanismi di selezione, autoselezione o adeguamento, in grado di rendere conto di tali differenze. La ricerca empirica presentata nel capitolo ha inteso confrontare cinque diverse categorie professionali – operai, impiegati, commercianti, imprenditori-liberi professionisti e insegnanti – e ha messo in luce interessanti forme di matching tra professioni praticate e sistemi valoriali professati.

Il capitolo 13, di Ricci Bitti, Gremigni e Melani, offre un contributo particolarmente originale per la sua attenzione al legame tra valori e benessere della persona, tematica molto innovativa nella ricerca psicologica che, dopo essersi occupata a lungo di disagio e di sofferenza, ha recentemente spostato il proprio interesse anche su un approccio "positivo" all'esperienza

individuale, che cerca di cogliere sia i fattori che favoriscono il benessere della persona sia le dimensioni che maggiormente lo configurano. I risultati della ricerca riportata nel capitolo mostrano il significativo contributo dei valori nella promozione del benessere psicologico della persona, in sinergia con i tratti di personalità e alcune caratteristiche socio-demografiche.

Nel quattordicesimo e ultimo capitolo del volume, Di Nuovo, Hichy e Pirrone offrono un contributo a carattere metodologico finalizzato ad analizzare, con sofisticate tecniche statistiche, le caratteristiche psicometriche del *Portrait Values Questionnaire* (PVQ), il principale strumento sviluppato da Schwartz e colleghi per la misura dei valori, e a indagare il ruolo di alcune variabili socio-demografiche, quali genere, età, livello di istruzione e provenienza geografica. Nel capitolo viene anche presentata la taratura sulla popolazione italiana del PVQ, che è sempre opportuno rivalutare quando un test viene applicato in una popolazione diversa da quella originaria.

I termini e le tecniche statistiche impiegate all'interno delle ricerche presentate nei quattordici capitoli del volume sono riassunti e spiegati nell'Appendice metodologica a cura di Monzani e Greco, posta a chiusura del volume.

I Curatori

Riferimenti bibliografici

- Gecas V. (2000), "Value identities, self-motives, and social movement", in S. Stryker, T. J. Owens, R. W. White (eds.), *Self, identity, and social movements* (pp. 93-109), Minneapolis, University of Minnesota Press.
- Hitlin S. (2003), "Values as the core of personal identity: Drawing links between two theories of the self", *Social Psychology Quarterly*, 66, 118-137.
- Parsons T. (1951), *The social system*, Glencoe, Free Press.
- Schwartz S. H. (1992), "Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries", in M. P. Zanna (ed.), *Advances in experimental social psychology* (vol. 25, pp. 1-65), New York, Academic Press.
- Schwartz S. H. (2005), "Robustness and fruitfulness of a theory of universals in individual human values", in A. Tamayo, J. B. Porto (eds.), *Valores e comportamento nas organizações [Values and behavior in organizations]* (pp. 56-95), Petrópolis, Vozes.
- Turiel E. (2006), "The development of morality", in W. Damon, R. M. Lerner (eds.), *Handbook of child psychology* (pp. 789-857), Hoboken, Wiley.

1. I valori umani di base: un'introduzione

di *Shalom H. Schwartz*

I valori sono un concetto centrale nelle scienze sociali fin dagli albori di queste ultime. Sia per Durkheim (1897) sia per Weber (1905), essi costituivano fattori cruciali per la spiegazione dell'organizzazione e del cambiamento, sia sociale che personale. I valori hanno avuto un ruolo importante non solo in sociologia, ma anche in psicologia, in antropologia e nelle scienze affini: essi sono chiamati in causa per caratterizzare i gruppi culturali, le società, gli individui, per tratteggiare i cambiamenti nel tempo e per spiegare le motivazioni alla base degli atteggiamenti e dei comportamenti.

Durante il secolo scorso, nell'ambito delle scienze sociali, la riflessione sul costrutto di valore ha risentito negativamente dell'assenza di una definizione condivisa dei valori di base, del loro contenuto e della struttura di relazioni che li lega gli uni agli altri, nonché della mancanza di metodi empirici affidabili per una loro misurazione (Hitlin e Piliavin, 2004; Rohan, 2000). Recenti sviluppi teorici e metodologici (Schwartz, 1992; 2005a) hanno portato a una ripresa delle ricerche sui valori, come mostrano i capitoli di questo volume.

Tra i recenti sviluppi teorici, la mia teoria riguarda i valori di base che le persone riconoscono in tutte le culture. Essa articola i valori, in funzione della motivazione da ciascuno espressa, in dieci tipi tra i quali specifica relazioni di tipo dinamico: alcuni valori sono in conflitto con altri (per esempio, la benevolenza è in contrasto con il potere), mentre alcuni sono tra loro compatibili (per esempio, il conformismo e la sicurezza). La "struttura" dei valori si riferisce a queste relazioni di conflitto e di compatibilità. I valori si articolano in modo simile in gruppi culturalmente diversi, suggerendo la presenza di un'organizzazione universale delle motivazioni umane. Tuttavia, per quanto la natura dei valori e la loro struttura possano dirsi universali, gli individui e i gruppi differiscono notevolmente nell'importanza relativa attribuita ai valori, ossia hanno differenti "priorità" o "gerarchie" valoriali.

Una teoria sul contenuto e sulla struttura dei valori

Che cosa sono i valori?

Quando si pensa ai propri valori lo si fa nei termini di cosa è per sé importante nella vita. Ciascuno possiede numerosi valori con diversi gradi di importanza: un certo valore può essere molto importante per una persona, ma per nulla importante per un'altra. Ma che cosa sono i valori? La mia teoria (Schwartz, 1992; 2005a) adotta un concetto di valore che ne specifica sei caratteristiche, lasciate implicite negli scritti di molti studiosi (si veda, per esempio, Allport, 1961; Feather, 1995; Kluckhohn, 1951; Morris, 1956; Rokeach, 1973):

1. **I valori sono credenze inestricabilmente legate agli affetti.** Quando i valori sono attivati, essi diventano un tutt'uno con i sentimenti. Per esempio, le persone per le quali l'indipendenza è un valore importante si agitano se la loro indipendenza è minacciata, si disperano quando sono incapaci di proteggerla e sono felici quando possono godere di essa.
2. **I valori si riferiscono a obiettivi desiderabili che motivano l'azione.** Le persone per le quali l'ordine sociale, la giustizia e la disponibilità all'aiuto rappresentano valori importanti sono motivate a perseguire questi obiettivi.
3. **I valori trascendono azioni e situazioni specifiche.** I valori dell'obbedienza e dell'onestà, per esempio, possono essere rilevanti sul posto di lavoro o a scuola, negli affari o in politica, con gli amici o con gli sconosciuti. Questa caratteristica distingue i valori dalle norme e dagli atteggiamenti, che usualmente fanno riferimento a specifiche azioni, oggetti o situazioni.
4. **I valori fungono da modelli o da criteri.** I valori guidano la selezione o la valutazione delle azioni, delle politiche, delle persone e degli eventi. Le persone decidono che cosa è buono o cattivo, giustificato o illegittimo, da fare o da evitare, sulla base dei valori in cui credono. Ma la persona è raramente consapevole dell'impatto dei valori sulle decisioni di tutti i giorni: di questo si ha consapevolezza quando le azioni o i giudizi che si stanno considerando hanno implicazioni in conflitto con i differenti valori in cui si crede.
5. **I valori si trovano in un ordine di importanza relativa gli uni rispetto agli altri.** I valori delle persone formano un sistema ordinato di priorità che le caratterizza come individui: viene attribuita più importanza alla conquista o alla giustizia? Alla novità o alla tradizione? Que-

sta loro caratteristica, ossia il trovarsi inseriti in una gerarchia, distingue i valori dalle norme e dagli atteggiamenti.

6. **L'importanza relativa di più valori guida l'azione.** Qualsiasi atteggiamento o comportamento ha tipicamente delle implicazioni per uno o più valori. Per esempio, il frequentare la chiesa potrebbe esprimere e promuovere i valori del conformismo e della tradizione a scapito dell'edonismo e della stimolazione. Il bilanciamento tra valori rilevanti e tra loro in competizione guida gli atteggiamenti e i comportamenti (Schwartz, 1992; 1996). I valori influenzano l'azione quando sono rilevanti in un dato contesto (e, quindi, hanno probabilità di essere attivati) e sono importanti per la persona che agisce.

Quelle sopra descritte sono proprietà di *tutti* i valori; ciò che distingue un valore da un altro è invece il tipo di obiettivo o di motivazione che esso esprime. La mia teoria dei valori definisce dieci ampi tipi valoriali sulla base della motivazione che sottostà a ognuno di essi. Questi tipi valoriali sono probabilmente universali poiché hanno base in una o più delle tre necessità dell'esistenza umana che i valori aiutano ad affrontare. Queste necessità sono: i bisogni di natura biologica dell'organismo, le richieste di natura sociale per la coordinazione delle interazioni con gli altri e, infine, gli obblighi socio-istituzionali per la sopravvivenza e il bene comune dei gruppi. Gli individui non possono far fronte con successo a queste necessità da soli; piuttosto, essi devono individuare degli obiettivi appropriati per fronteggiarle, comunicare con gli altri rispetto a tali obiettivi e cooperare per il loro raggiungimento. I valori sono concezioni socialmente desiderabili utilizzate per rappresentarsi mentalmente questi obiettivi e per comunicarli nell'interazione sociale.

Procederò ora a definire ciascuno dei dieci tipi di valori nei termini degli obiettivi espressi e della relazione con le tre necessità universali e a porre in evidenza altri concetti ai valori affini. Allo scopo di rendere il significato di ogni tipo valoriale maggiormente concreto ed esplicito, elencherò tra parentesi degli esempi di valori specifici che rientrano nei dieci tipi; alcuni valori (per esempio, il rispetto di sé), che hanno molteplici significati ed esprimono gli obiettivi motivazionali di più di un tipo valoriale, sono riportati in parentesi quadra.

Autodirezione: azione e indipendenza di pensiero – scegliere, creare ed esplorare. L'autodirezione deriva dai bisogni dell'organismo di controllo e di padronanza (si veda, per esempio, Bandura, 1977; Deci, 1975) e dalle richieste sociali di autonomia e di indipendenza (si veda, per esempio, Kluckhohn, 1951; Kohn e Schooler, 1983) (creatività, li-

bertà, scelta dei propri obiettivi, curiosità, indipendenza) [rispetto di sé, intelligenza, privacy].

Stimolazione: eccitazione, novità e sfide nella vita. I valori della stimolazione derivano dal bisogno dell'organismo di varietà e di stimoli necessari a mantenere un livello di attivazione ottimale, positivo piuttosto che minaccioso (si veda, per esempio, Berlyne, 1960) (una vita varia, una vita eccitante, audacia).

Edonismo: piacere personale e gratificazione dei sensi. I valori dell'edonismo derivano dai bisogni dell'organismo e dal piacere associato al loro soddisfacimento (piacere, divertimento, indulgenza verso se stessi)¹.

Successo: raggiungimento del successo personale attraverso la dimostrazione della propria competenza in accordo con gli standard sociali. Prestazioni competenti che generano risorse sono necessarie agli individui per la loro sopravvivenza e ai gruppi e alle istituzioni per raggiungere i loro scopi. Come appena affermato, i valori del successo enfatizzano la dimostrazione della competenza in accordo con gli standard culturali dominanti e, di conseguenza, l'ottenimento dell'approvazione sociale (ambizioso, di successo, capace, influente) [intelligente, rispetto di sé, riconoscimento sociale]².

Potere: status sociale e prestigio, controllo o dominanza sulle persone e sulle risorse. Il funzionamento delle istituzioni sociali richiede ovviamente un certo grado di differenziazione di status (Parsons, 1951): per giustificare questo fatto della vita sociale e per motivare i membri del gruppo ad accettarlo, il potere viene trattato come un valore. I valori del potere possono anche essere trasformazioni dei bisogni individuali di dominanza e di controllo (autorità, ricchezza, potere sociale) [preservare l'immagine pubblica, riconoscimento sociale].

Sia i valori del potere sia quelli del successo sono focalizzati sulla stima sociale: tuttavia, mentre i primi (per esempio, l'ambizione) enfatizzano prestazioni di successo in situazioni concrete di interazione, i secon-

¹ Sebbene la felicità sia un valore importante, essa non è inclusa nell'elenco in quanto le persone la raggiungono attraverso l'ottenimento di un qualsiasi risultato che è per loro di valore (Sagiv e Schwartz, 2000).

² I valori del successo sono differenti dalla motivazione al successo così come concettualizzata da McClelland (1961): quest'ultima riguarda il raggiungimento di standard interni di eccellenza ed è espressa dai valori dell'autodirezione.

di (per esempio, l'autorità, la ricchezza) pongono enfasi sul raggiungimento o sul mantenimento di una posizione dominante entro il più ampio sistema sociale.

Sicurezza: incolumità, armonia e stabilità della società, delle relazioni e della propria persona. I valori della sicurezza derivano da esigenze individuali e gruppalì di base (si veda Kluckhohn, 1951; Maslow, 1965): alcuni di questi valori servono primariamente interessi individuali (per esempio, la pulizia), mentre altri servono gli interessi più ampi del gruppo (per esempio, la sicurezza nazionale). Anche questi ultimi valori, comunque, esprimono in modo significativo l'obiettivo della sicurezza per sé o per quelli con cui ci si identifica (ordine sociale, sicurezza della famiglia, sicurezza nazionale, pulizia, reciprocità nei favori) [sano, moderato, senso di appartenenza].

Conformismo: limitazione di azioni, inclinazioni e impulsi che potrebbero disturbare e danneggiare gli altri o violare aspettative e norme sociali. I valori del conformismo derivano dalla necessità che gli individui inibiscano inclinazioni che potrebbero distruggere o minare interazioni armoniose e funzionali per il gruppo. Dalla loro definizione si coglie come tali valori enfatizzino l'autolimitazione nell'interagire quotidiano, con le persone vicine (obbediente, autodisciplina, buone maniere, onorare i genitori e gli anziani) [leale, responsabile].

Tradizione: rispetto, commitment e accettazione delle usanze e delle idee che appartengono alla propria cultura o religione. In ogni luogo i gruppi sviluppano pratiche, simboli, idee e credenze che rappresentano la loro esperienza e la sorte condivisa e che divengono, per il gruppo, usanze e tradizioni valorizzate. Queste usanze e tradizioni simboleggiano la solidarietà del gruppo, ne esprimono l'unicità e contribuiscono alla sua sopravvivenza (Durkheim, 1912/1954; Parsons, 1951); esse assumono la forma di riti religiosi, credenze e norme di comportamento (rispetto per la tradizione, umile, accettazione del proprio destino nella vita) [moderato, una vita spirituale].

I valori della tradizione e del conformismo sono tra loro particolarmente vicini per quanto concerne le motivazioni espresse, condividendo l'obiettivo di subordinare il sé alle attese socialmente imposte. Il conformismo richiede la subordinazione alle persone con cui si hanno frequenti interazioni: genitori, insegnanti, capi. La tradizione implica invece la subordinazione nei confronti di oggetti più astratti: le usanze religiose e culturali e le idee. Come corollario, i valori del conformismo esortano a rispondere

ad attese attuali e potenzialmente variabili; i valori della tradizione esortano a rispondere ad attese immutabili che provengono dal passato.

Benevolenza: preservare e promuovere il benessere delle persone con cui si hanno frequenti contatti personali (l'“in-group”). I valori della benevolenza, che enfatizzano l'interesse per il benessere degli altri, derivano dalla necessità di base che vi siano all'interno del gruppo relazioni funzionali (si veda Kluckhohn, 1951) e dal bisogno dell'organismo di affiliazione (si veda Maslow, 1965). Le relazioni cruciali sono quelle familiari e all'interno degli altri gruppi primari (essere di aiuto, onesto, disposto al perdono, responsabile, leale, amicizia vera, amore maturo) [senso di appartenenza, senso della vita, una vita spirituale].

I valori della benevolenza, così come quelli del conformismo, promuovono relazioni sociali supportive e basate sulla cooperazione. Tuttavia, mentre la benevolenza fornisce una base motivazionale interiore per tali comportamenti, il conformismo, all'opposto, promuove la cooperazione allo scopo di evitare conseguenze negative per sé. Entrambi i tipi di valore possono motivare lo stesso comportamento di aiuto, separatamente o insieme.

Universalismo: comprensione, apprezzamento, tolleranza e protezione del benessere di *tutte* le persone e della natura. Questo obiettivo contrasta con il focus sull'in-group visto per la benevolenza: i valori dell'universalismo derivano dai bisogni di sopravvivenza degli individui e dei gruppi, ma le persone non riconoscono tali bisogni fintantoché non incontrano gli altri al di fuori del gruppo primario e non diventano consapevoli della scarsità delle risorse naturali. Le persone possono allora realizzare che il fallire nell'accettare gli altri, con le loro differenze, e nel trattarli in modo giusto condurrà a una vita minacciata dal conflitto. Esse possono anche rendersi conto che fallire nel proteggere l'ambiente naturale potrà portare alla distruzione delle risorse dalle quali la vita dipende. L'universalismo combina due tipi di preoccupazione – per il benessere degli altri nel più largo contesto sociale e nel mondo e per la conservazione della natura (tollerante, giustizia sociale, uguaglianza, pace, un mondo di bellezza, armonia con la natura, saggezza, protezione dell'ambiente) [armonia interiore, una vita spirituale]³.

³ Una prima versione della teoria dei valori (Schwartz, 1992) evidenziò la possibilità che la spiritualità potesse costituire un altro tipo di valore quasi universale. L'obiettivo che definisce la spiritualità è la ricerca di significato, la coerenza e l'armonia interiore, trascendendo la realtà di tutti i giorni. Se il trovare un significato ultimo nell'esistenza è un

La struttura di relazioni tra i valori

Oltre all'individuazione dei dieci valori di base, la mia teoria descrive la struttura delle relazioni dinamiche presenti tra i valori. Alla base della struttura valoriale sta il fatto che le azioni poste in essere per il perseguimento di un dato valore hanno conseguenze che sono in conflitto con alcuni valori, ma compatibili con altri. Per esempio, il perseguire i valori del successo è tipicamente in conflitto con il perseguire i valori della benevolenza: il ricercare il successo personale tende infatti a ostacolare azioni tese a promuovere il benessere di coloro che hanno bisogno di aiuto. Al contrario, il perseguimento del successo e quello del potere sono usualmente tra loro compatibili: il ricercare il successo personale tende a rafforzare e, a sua volta, a essere rafforzato da azioni volte a migliorare la propria posizione sociale e la propria autorità sugli altri. Un altro esempio: l'inseguire la novità e il cambiamento (valori della stimolazione) indebolisce la conservazione delle tradizioni rispettate dal passato (valori della tradizione). All'opposto, il rispettare i valori della tradizione è compatibile con il perseguire i valori del conformismo, dal momento che sia la tradizione che il conformismo spingono a rispondere ad attese esterne.

Le azioni poste in essere per perseguire i valori hanno conseguenze pratiche, psicologiche e sociali. Da un punto di vista pratico, l'optare per un'azione che promuove un valore (per esempio, assumere droghe nel corso di un rito – stimolazione) può letteralmente contravvenire o violare un valore con il primo in conflitto (obbedire ai precetti della propria religione-tradizione). La persona, scegliendo che cosa fare, può anche percepire le azioni tra cui optare come psicologicamente dissonanti; inoltre, gli altri possono imporre sanzioni sociali, sottolineando l'incoerenza pratica e logica tra un'azione e gli altri valori professati dalla persona. Naturalmente, le persone possono perseguire, e lo fanno, valori in conflitto, ma non in un singolo atto: piuttosto, questo accade attraverso più azioni, in tempi e luoghi differenti.

La struttura circolare in Fig. 1 ritrae il pattern complessivo di relazioni di conflitto e di compatibilità tra i valori. La tradizione e il conformi-

bisogno umano di base, allora la spiritualità potrebbe essere un valore distinto riscontrabile in tutte le società. Partendo da tale ipotesi, le prime indagini sui valori inclusero alcuni potenziali indicatori di spiritualità, ricavati da un'ampia varietà di fonti (una vita spirituale, significato dell'esistenza, armonia interiore, distacco, unità con la natura, accettazione del proprio destino nella vita, devoto). Tuttavia, la spiritualità non dimostrò un significato costante tra le diverse culture.