

Youth's personal models - selected socio – economic

Wartości cenione przez młodzież – wybrane uwarunkowania społeczno-kulturowe

Kinga Dziwańska

Department of Pedagogy and Psychology, Faculty of Philological and Pedagogical Studies,
Kazimierz Pulaski University of Technology and Humanities in Radom,
ul. Malczewskiego 29, 26-600 Radom, Poland

E-mail address: kkrol@poczta.onet.pl

ABSTRACT

The aim of study was to investigate the preferred by young people of personal models and factors influencing them. The study was conducted in 1999 and 2011 on the sample of high school students (third class), using questionnaire "personal patterns". The results show that the choice by young people of personal models occurs in conjunction with the family, school, teachers, peers and the media. Young people from these communities draws behavioral models from the different situations of everyday life, the system of social norms and values. Young people from these communities also draws models of socialization. In particular, the mass media (according to research) is an important and attractive component of the educational environment of youth, presenting different lifestyles and value systems, used by the adolescents.

Keywords: personal models; young people; media

STRESZCZENIE

Wartości cenione przez adolescentów nierzadko są przedmiotem dyskusji, przeprowadzono na ten temat również wiele badań, jednakże nie prowadzono dotychczas analizy, która uwzględniałaby czynniki społeczno-kulturowe. Prezentowane przeze mnie badania dotyczyły wartości cenionych przez młodzież oraz ich uwarunkowań i składały się z dwóch etapów. Pierwszy pomiar został przeprowadzony w 1999 roku, a kolejny w 2011. Badaniem objęto 408 uczniów trzecich klas szkół średnich (technika i licea ogólnokształcące). Okazuje się, że istnieją pewne wspólne wartości cenione przez młodzież (niezależnie od momentu badania są to: miłość, zdrowie i życie rodzinne), ale odnotowano w tym zakresie również szereg różnic w zakresie preferowanych wartości i ich uwarunkowań w powiązaniu ze zmianami społeczno-kulturowymi.

Słowa kluczowe: wzory osobowe, młodzież, media.

1. WPROWADZENIE

Wartości cenione przez młodzież są w centrum zainteresowań psychologów, socjologów oraz pedagogów. Dotychczas przeprowadzono szereg badań na temat systemu wartości młodzieży (Świda 1979, Gurycka 1986, Skarżyńska 1991, Świda – Ziemia 1995, Ciecuch 2006a, 2006b, 2007, Dziwańska 2010). Proponowane przeze mnie badania są poszerzeniem i uaktualnieniem wiedzy w tym zakresie. Interesują mnie przede wszystkim wartości cenione przez adolescentów z uwzględnieniem uwarunkowań społeczno – kulturowych. Przedstawione przeze mnie wyniki badań dotyczą wartości preferowanych przez młodych ludzi w okresie zmian. Badania zostały przeprowadzone w 1999 oraz w 2011 roku. Przeprowadzone przeze mnie badania pozwoliły nie tylko na poznanie wartości cenionych przez młodzież, ale też pozwoliły na przyjrzenie się czynnikom kształtującym owe systemy wartości w okresie dorastania.

2. PODSTAWY TEORETYCZNE BADAŃ

2. 1. Uwarunkowania społeczno – kulturowe

Zmiany społeczno – kulturowe zachodzące w Polsce w ciągu ostatnich dziesięciu lat niewątpliwie mają wpływ na funkcjonowanie młodzieży. Znaczenie warunków społeczno – kulturowych dla rozwoju w okresie adolescencji poruszała w swojej pracy Zazzo (1972). Twierdziła ona, że nie istnieje jeden model dorastania, a młodzież różni się między sobą w zależności od warunków społeczno – kulturowych, w których zachodzi proces wrastania w społeczeństwo dorosłych. Młodość posiada wiele odmian, nawet w obrębie jednego kraju. Młodzież różni się między sobą, mogą być to różnice wynikające z wieku, płci, warunków społeczno – kulturowych, itd. Wartości cenione przez młodzież również zależą od środowiska, w którym dorasta młodzież.

Cechy adolescencji zależą od stopnia złożoności struktury społecznej oraz zróżnicowań występujących między grupami w różnym wieku (Zazzo 1972). Zazzo jest zwolenniczką różnicowego podejścia do okresu dorastania. Psychologia różnicowa zajmuje się badaniem tego co wydaje się podobne, aby wykryć możliwe różnice.

Z badań wynika też, że między młodzieżą zróżnicowaną ze względu na warunki społeczno – kulturowe istnieją znaczące różnice psychologiczne. Warunki społeczno – kulturowe określane są poprzez aktualną sytuację młodzieży, czy sposób wrastania w życie społeczne. Pomimo istnienia wielu cech wspólnych wśród młodzieży badania potwierdzają hipotezę wielorakości adolescencji (Zazzo 1972, Dziwańska 2010).

Środki masowego przekazu, polityka, opieka społeczna, rynek pracy to czynniki, które tworzą pewną niepowtarzalną otoczkę, która w sposób znaczący wpływa na jednostkę. Nikt nie pozostaje obojętny wobec tych zewnętrznych uwarunkowań. Czynniki społeczno – kulturowe są traktowane poważnie przez naukowców zajmujących się psychologią rozwojową (Piaget 1977, Tyszkowa 1996, Liberska 2004). Psychologów rozwojowych interesują nie tylko zmiany, które związane są z wiekiem, ale również uwzględniają przemiany, które wynikają ze zmian kulturowych i losowych następujących w ciągu życia jednostki.

Zmiany losowe dotyczą indywidualnych wydarzeń, które spotykają jednostkę, np. przedwczesna ciąża, bezrobocie rodziców, itd. Natomiast zmiany kulturowe, to różnego typu wydarzenia historyczne (np. kryzys gospodarczy), które mają wpływ na całe pokolenie (Trempała 2000). Wydarzenia zewnętrzne, zarówno te losowe, jak i kulturowe mają wpływ na

indywidualny rozwój i wpływają na nowy rodzaj interakcji człowieka ze środowiskiem zewnętrznym. Dzieje się tak poprzez procesy akomodacji oraz asymilacji, które pozwalają na włączenie informacji o zewnętrznym świecie do systemu psychicznego człowieka i powodują przekształcenia w psychice jednostki (Piaget 1981).

Zachodzące w kraju zmiany społeczno – ekonomiczne wywierają wpływ na wartości młodzieży, ponieważ zmiany zachodzące na przestrzeni ostatnich kilkunastu lat powodują między innymi przekształcenia w zakresie cenionych wartości. Zmiana warunków społeczno – kulturowych, przyspieszenie przepływu informacji oraz zwiększenie dostępu do niej, przyspieszenie tempa życia i kryzys finansowy (spadek zatrudnienia i płac oraz wzrost bezrobocia) oraz szereg innych przemian sprzyja kształtowaniu się zmian w zakresie cenionych wartości (Miszańska 1996).

2. 2. Wpływy wychowawcze

Jednostka w ciągu życia podlega różnym wpływom wychowawczym. Środowiska, które mają wpływ na kształtowanie się wartości cenionych przez jednostkę zmieniają się wraz z jej wiekiem. Najdłużej wpływa na jednostkę rodzina.

Ma ona unikalne znaczenie w całokształcie procesów wychowawczych oddziałujących na jednostkę, ponieważ zaspokajają podstawowe potrzeby biologiczne i psychologiczne dziecka (potrzebę bezpieczeństwa, miłości). Rodzice oraz członkowie najbliższej rodziny dostarczają dziecku modeli osobowych oraz wzorów zachowań w konkretnych sytuacjach życia codziennego. Rodzice przekazują również dzieciom system norm i wartości społecznych (Ziemska 1977).

Szkoła oraz inne instytucje oświatowe wspomagają rodzinę w pełnieniu funkcji wychowawczych i dążą do dostarczenia bodźców kształcących i wychowujących (Przetacznik - Gierowska, Włodarski 1994). Szkoła, w przeciwieństwie do rodziny, wychowuje w sposób zamierzony, przemyślany i realizuje z góry założone cele i zadania. W nauczaniu i wychowaniu jednostki ważną rolę odgrywa nauczyciel. Stosunki między nauczycielem a uczniami zmieniają się wraz z wiekiem uczniów. W okresie dorastania uczniowie stają się bardziej krytyczni w stosunku do nauczycieli (Przetacznik - Gierowska, Włodarski 1994).

W wieku szkolnym młodzież podlega również wpływom grup rówieśniczych. Grupa rówieśnicza pełni ważną funkcję, zaspokaja ona te potrzeby, których nie mogą zaspokoić osoby dorosłe (tzn. rodzina, nauczyciele).

Grupa rówieśnicza zaspokaja potrzebę przynależności do zespołu, potrzebę nawiązywania kontaktów towarzyskich oraz wymiany poglądów i opinii. Przynależność do grupy rówieśniczej może wzmocniać poczucie własnej wartości. Osoba, która włącza się do grupy rówieśniczej pragnie, aby ją uznawano, dlatego też dąży do przestrzegania norm i sankcji obowiązujących w grupie (Przetacznik - Gierowska, Włodarski 1994).

Funkcje wychowawcze spełniają również środki masowego przekazu (Internet, prasa, radio, telewizja). Mają one na celu upowszechnianie wartości kulturowych i społecznych. Środki masowego przekazu są ważnym składnikiem środowiska wychowawczego młodzieży, przedstawiają one różnorodne systemy wartości oraz poszerzają horyzonty myślowe młodzieży. Dzięki temu posiadają dużą siłę oddziaływania wychowawczego.

2. 3. Pojęcie wartości

Pojęcie wartości w literaturze jest wyjaśniane różnie w zależności od podejścia teoretycznego. Według Rokeacha (1973) wartości stanowią, nakazy (sądy preskryptywne) lub zakazy (sądy proskryptywne). Są to trwałe przekonania o tym, że określony sposób

postępowania lub określony stan końcowy jest bardziej jednostkowo lub społecznie pożądany niż sposób postępowania lub stan końcowy do niego przeciwny (Rokeach 1973). Rokeach wyróżnia dwa rodzaje wartości: wartości ostateczne oraz instrumentalne. Wartości ostateczne (np. wolność, szczęście) są określeniem stanów końcowych działania, natomiast wartości instrumentalne (ambicja, odwaga, zdolności) określają sposoby oraz środki działania. Wartości ostateczne i instrumentalne można podzielić również na - osobiste (np. zdrowie) i społeczne (np. przyjaźń).

Dla potrzeb artykułu niezwykle istotne jest stwierdzenie Rokeacha (1973), zgodnie z którym wartości są uwarunkowane przez czynniki kulturowe. Wartości jednostki stanowią pewien system, są uporządkowane w nim według stopnia ważności.

Natomiast Matuszewicz (1975) wymienia kilka znaczeń pojęcia wartości. Przede wszystkim za wartość może być uznawane to, co jest obiektem pożądania. Wartość może być również kryterium wyboru motywów działania. Ponadto wartość wpływa na wybór celów działań i środków ich realizacji. W końcu wartość może być również kryterium wyboru celu.

Wartości służą do określania sposobu zaspokajania potrzeb, wpływają na plany jednostki (wybór celów i sposób ich realizacji), kształtują samoocenę jednostki (np. ocenę wyglądu, zdolności) oraz wpływają na ocenianie innych ludzi i grup społecznych. Jednostka posługuje się swoim systemem wartości w ocenie siebie i świata zewnętrznego (Mądrzycki 1996). Wartości mają duże znaczenie dla codziennego funkcjonowania jednostki.

Dosyć złożoną definicję wartości przedstawia Świda (1979). Według tej Autorki pojęcie wartości jest wytworem i składnikiem życia jednostki. Wartości są składnikiem ludzkich postaw, motywacji oraz osobowości, ukierunkowują ludzką motywację. Rozumiane mogą być one w sposób następujący.

Po pierwsze wartość może być przedmiotem lub stanem rzeczy, który wzbudza pozytywne emocje i ku któremu jednostka kieruje swoje dążenia i pragnienia. Po drugie wartości związane są z procesami oceniania świata przedmiotowego. Po trzecie - stanowią one kryterium stosowane wobec różnych obiektów i decydują o tym jaką postawę żyjemy w stosunku do nich.

Wartości odgrywają znaczącą rolę w funkcjonowaniu jednostki. Wyznaczają one i integrują postawy wobec różnych obiektów. Są podstawą oceny różnych zjawisk społecznych, dzieł artystycznych, itp. Wartości określają pod jakim kątem jednostka będzie postrzegać przedmioty (np. człowiek, który ceni wartości estetyczne będzie się wyróżniać dyspozycją do oceniania dzieł sztuki pod kątem walorów estetycznych).

Wartości mogą być również źródłem emocji (emocje mogą być związane z oceniającym stosunkiem do przedmiotu). Ponadto wartości są źródłem procesów motywacyjnych (Świda 1979).

Według Szczepańskiego (1972) wartość jest to uświadomiony obiekt materialny lub idealny, w stosunku do którego jednostka lub grupa przejawia szacunek lub przypisuje mu ważną rolę w swoim życiu. Natomiast według Gregorczyka (1971) wartość mieści się w sferze psychicznej jednostki i jest nierozzerwalnie związana z jej działaniem.

Wartości odgrywają bardzo ważną rolę w życiu jednostki, ukazują sens życia, zapewniają równowagę wewnętrzną, dają poczucie bezpieczeństwa, wewnętrznego zadowolenia oraz obowiązku. Jednym wartościom przypisuje się większe znaczenie, a innym mniejsze. W ten sposób powstaje hierarchia wartości (Dyczewski 1976).

Wartości preferowane przez jednostkę mogą mieć dwa źródła. Mogą być wynikiem doświadczenia jednostki lub mogą być przejmowane od innych w procesie socjalizacji (z doświadczenia innych ludzi) (Mądrzycki 1996).

2. 4. Podsumowanie

Wartości preferowane przez młodzież odgrywają bardzo ważną rolę, ponieważ mają one decydujący wpływ na cele i plany formułowane przez młodzież, wpływają na decyzje dotyczące dorosłego życia. Młodzi ludzie poszukują swojego miejsca w społeczeństwie, próbują się określić, szukają odpowiedzi na pytanie *kim jestem?, kim będę w przyszłości?*. W poszukiwaniu odpowiedzi na to pytanie istotną rolę odgrywa system wartości adolescenta. Kształtowanie się systemu wartości jest również powiązane z rozwojem myślenia formalnego, które umożliwia na asymilowanie wartości. W okresie dorastania dochodzi również do stabilizowania się pojęcia *ja* i kształtowania światopoglądu jednostki, który pomaga jednostce w ocenianiu wartości. Moment, w którym dochodzi do ustabilizowania się pojęcia *ja* jest jednoznaczny z odnalezieniem swojego miejsca w społeczeństwie i swojego systemu wartości. Sam proces tworzenia systemu wartości w okresie adolescencji jest spójny, ale nie można zapominać o różnicach wynikających z uwarunkowań społeczno – kulturowych, które przyczyniają się do zróżnicowania systemu wartości.

3. PROGRAM BADAŃ

3. 1. Problem badań

Badania przeprowadzono w celu udzielenia odpowiedzi na pytania dotyczące wartości preferowanych przez młodzież w okresie zmian społeczno-kulturowych. Badania przeprowadzono w dwóch etapach, na pierwszym - objęto młodzież w 1999 roku, a na drugim etapie zbadano młodych ludzi w 2011 roku. Badano nie tylko wartości wybierane przez adolescentów, ale proszono badaną młodzież o uzasadnienie wyboru owych wartości oraz o podanie czynników, które wpłynęły na te decyzje.

3. 2. Pytania badawcze

Sformułowano następujące pytania badawcze.

1. Jakie wartości ceni młodzież w 1999 roku?
2. Jakie wartości ceni młodzież w 2011 roku?
3. Jakie są różnice w zakresie preferowanych wartości w zależności od warunków społeczno – kulturowych?
4. Co skłania młodzież do kierowania się określonymi wartościami?
5. Jakie czynniki wpływają na wartości cenione przez młodzież?

3. 3. Metoda badań

Narzędziem badawczym był kwestionariusz, który składał się z jednoznacznych, precyzyjnych, zrozumiałych dla osób badanych pytań. Niektóre pytania były skategoryzowane, a inne otwarte, w celu umożliwienia swobodnego wypowiedzenia się. Kwestionariusz „Wartości” został opracowany na podstawie katalogu wartości z TWWM Matusiewicza (1975) oraz badań pilotażowych przeprowadzonych pod kierunkiem prof. dr hab. M. Czerwińskiej – Jasiewicz, dodatkowo kwestionariusz zawiera własną część autorską dotyczącą uwarunkowań społecznych. Kwestionariusz zawiera listę 24 wartości.

Tabela 1 przedstawia wartości wykorzystane w technice. W katalogu wartości umieszczonych w technice znalazły się wartości z TWWM Matusiewicza (1975) oraz inne wartości, które umieszczono tam po badaniach pilotażowych.

Tabela 1. Nazwy wartości.

Numer wartości	Nazwa wartości
1	Wygoda życia
2	Zaangażowanie społeczne (zaangażowanie na rzecz kraju, społeczeństwa)
3	Używanie życia (hedonizm)
4	Władza, dominowanie
5	Wartości moralne (uczciwość, dobroć, szlachetność)
6	Twórczość, nowatorstwo
7	Patriotyzm
8	Wartości materialne
9	Spokój wewnętrzny
10	Wartości estetyczne (piękno)
11	Spryt (cwaniactwo)
12	Wartości zawodowe (zawód, praca)
13	Życie rodzinne
14	Niezależność
15	Nastawienie na innych ludzi
16	Konformizm (przystosowanie się za wszelką cenę)
17	Prestiż (uznanie społeczne)
18	Perfekcjonizm (doskonalenie się)
19	Miłość
20	Zdrowie
21	Wierność ideałom
22	Wartości religijne - Bóg
23	Szczęście
24	Wiedza
25	Inne (możliwość wpisania dodatkowych wartości)

Arkusz odpowiedzi składał się z następujących części:

- wartości cenione przez młodzież (wybór 3 wartości z 24 podanych);
- uzasadnienie wyboru cenionych wartości (pytanie otwarte);
- wartości odrzucane przez młodzież (wybór 3 wartości z 24 podanych);
- uzasadnienie odrzucenia nieakceptowanych wartości (pytanie otwarte);
- uporządkowanie dwudziestu czterech wartości od najbardziej odpowiadającej do najmniej odpowiadającej;
- stopień wpływu wzorów społecznych na wartości cenione przez młodzież (odpowiedzi na skali pięciostopniowej);

- wymienienie osób mających największy wpływ na wartości cenione przez młodzież (pytanie otwarte);
- wartości cenione przez osoby mające największy wpływ na wartości preferowane przez młodzież (wskazanie 3 wartości z 24);
- wartości odrzucane przez osoby mające największy wpływ na wartości preferowane przez młodzież (wskazanie 3 wartości z 24);
- stopień podobieństwa wartości cenionych przez młodzież do wartości preferowanych przez wzory społeczne (odpowiedzi na skali pięciostopniowej);
- charakterystyka czynników, które miały wpływ na wartości cenione przez młodzież (pytanie otwarte).

3. 4. Badana populacja

Badaną populacją byli uczniowie szkół średnich (klasy trzecie). Badania zostały przeprowadzone na terenie województwa mazowieckiego. Kwestionariusze wypełniło 116 uczniów liceum i 107 uczniów technikum w 1999 roku oraz 115 uczniów liceum i 109 uczniów technikum w 2011 roku. Po przeanalizowaniu kwestionariuszy konieczne było odrzucenie kilku prac. W wyniku czego do obliczania wyników badań wykorzystano dwie równoliczne grupy z 1999 i z 2011 roku, czyli kwestionariusze 100 uczniów liceum oraz 104 uczniów technikum.

3. 5. Przebieg badań

Badania przeprowadzono metodą audytoryjną w grudniu 1999 roku oraz w grudniu 2011 roku. Uczniowie samodzielnie zapoznawali się z pytaniami znajdującymi się w kwestionariuszu i udzielali odpowiedzi. Młodzież informowano wcześniej o badaniu. Najczęściej było ono przeprowadzane w czasie godziny wychowawczej. Każde badanie poprzedzone zostało krótkim, rzeczowym wyjaśnieniem, dotyczącym zarówno głównych celów, jak i sposobu wypełniania anonimowych kwestionariuszy. Młodzież była bardzo zainteresowana badaniem i chętnie udzielała odpowiedzi na pytania. Stosunek osób badanych do badania był przychylny. Ankiety zostały wypełnione starannie, jedynie nieznaczna część kwestionariuszy należało odrzucić z powodu niedokładnego wypełnienia i żartów. Badanie trwało od 45 minut do 1 godziny zegarowej.

3. 6. Metody statystyczne stosowane w badaniach

W celu przeanalizowania wyników badań stosowano analizy frekwencyjne, analizy procentowe oraz test chi kwadrat. Przy pomocy analiz frekwencyjnych i procentowych przeanalizowano wartości cenione przez młodzież. Analizę frekwencji oraz procentową stosowano również w przypadku pytań otwartych, po zastosowaniu kategoryzacji. Natomiast test chi kwadrat zastosowano do testowania niezależności zmiennych.

4. WYNIKI BADAŃ

4. 1. Wartości cenione przez młodzież

Tabela 2 przedstawia wartości cenione przez młodzież badaną w 1999 roku. Młodzież, która wzięła udział w badaniu w 1999 roku najbardziej ceniła wartości:

Tabela 2. Wartości preferowane przez młodzież w 1999 roku (z uwzględnieniem rangowania).

Numer wartości	Liczba osób	%	N 1	%	N 2	%	N 3	%
1	37	18	19	9	8	4	10	5
2	1	0	1	0	0	0	0	0
3	20	10	12	6	3	1	5	2
4	7	3	2	1	3	1	2	1
5	36	18	19	9	12	6	5	7
6	11	5	3	1	6	3	2	1
7	9	4	3	1	2	1	4	2
8	19	9	4	2	6	3	9	4
9	31	15	7	3	13	6	11	5
10	5	2	2	1	1	0	2	1
11	7	3	1	0	5	2	1	0
12	24	12	5	2	8	4	11	5
13	68	33	28	14	16	8	24	12
14	49	24	20	10	13	6	16	8
15	8	4	3	1	4	2	1	0
16	1	0	1	0	0	0	0	0
17	7	3	2	0	2	1	3	1
18	7	3	1	0	6	3	0	0
19	90	44	27	13	38	19	25	12
20	69	34	18	9	25	12	26	13
21	14	7	2	1	4	2	8	4
22	22	11	12	6	4	2	6	3
23	42	21	10	5	17	8	15	7
24	10	5	2	1	3	1	5	2

100 % = 204 osoby. 1, 2, 3 – rangi.

Młodzież, która wzięła udział w badaniu w 1999 roku najbardziej ceniła wartości:

- nr 19 (44 %) - miłość;
- nr 20 (34 %) - zdrowie;
- nr 13 (33 %) - życie rodzinne.

Na pierwszym miejscu najczęściej wybierano takie wartości, jak:

- nr 13 (14 %) - życie rodzinne;
- nr 19 (13 %) - miłość;
- oraz nr 14 (10 %) - niezależność.

Na drugim miejscu najczęściej wybieranymi wartościami były:

- nr 19 (19 %) - miłość;
- nr 20 (12 %) - zdrowie;
- nr 13 (8 %) - życie rodzinne.

Na trzecim miejscu najczęściej wybierano:

- nr 20 (13 %) - zdrowie;
- oraz nr 13 (12 %) - życie rodzinne i nr 19 (12 %) - miłość.

Tabela 3 przedstawia wartości cenione przez młodzież badaną w 2011 roku.

Tabela 3. Wartości preferowane przez młodzież w 2011 roku (z uwzględnieniem rangowania).

Numer wartości	Liczba osób	%	N 1	%	N 2	%	N 3	%
1	27	13	7	3	7	3	13	6
2	2	1	1	0	1	0	0	0
3	16	8	6	3	3	1	7	3
4	6	3	2	1	1	0	3	1
5	44	22	14	7	14	7	16	8
6	0	0	0	0	0	0	0	0
7	12	6	2	1	4	2	6	3
8	32	16	8	4	13	6	11	5
9	18	9	5	2	5	2	8	4
10	0	0	0	0	0	0	0	0
11	6	3	2	1	1	0	3	1
12	29	14	3	1	9	4	17	8
13	99	49	38	19	34	17	27	13
14	16	8	8	4	4	2	4	2
15	2	1	1	0	1	0	0	0
16	0	0	0	0	0	0	0	0
17	8	4	2	1	2	1	4	2
18	12	6	6	3	4	2	2	1
19	113	55	46	23	41	20	26	13
20	114	56	42	21	42	21	30	15
21	4	2	1	0	1	0	2	1
22	21	10	8	4	7	3	6	3
23	62	30	16	8	17	8	29	14
24	17	8	6	3	5	2	6	3

100 % = 204 osoby. 1, 2, 3 – rangi.

Młodzież badana w 2011 roku najbardziej ceni wartości:

- nr 20 (56 %) - zdrowie;
- nr 19 (55 %) - miłość;
- oraz nr 13 (49 %) - życie rodzinne.

Na pierwszym miejscu najczęściej wybierano takie wartości, jak:

- nr 19 (23 %) - miłość
- nr 20 (21 %) - zdrowie;
- i nr 13 (19 %) - życie rodzinne.

Na drugim miejscu najczęściej wybieranymi wartościami były:

- nr 20 (21 %) - zdrowie;
- nr 19 (20 %) - miłość;
- nr 13 (17 %) - życie rodzinne.

Na trzecim miejscu najczęściej wybierano:

- nr 20 (15 %) - zdrowie;
- nr 23 (14 %) - szczęście;
- nr 19 (13 %) - miłość oraz nr 13 (13 %) - życie rodzinne.

Tabela 4 przedstawia porównanie wartości cenionych przez młodzież badaną w 1999 oraz w 2011 roku.

Tabela 4. Wartości preferowane przez młodzież w 1999 i 2011 roku - porównanie.

Numer wartości	Liczba osób (1999 rok)	%	Liczba osób (2011 rok)	%	χ^2	p
1	37	18	27	13	3,1	n.ist.
2	1	0	2	1	0,7	n.ist.
3	20	10	16	8	0,9	n.ist.
4	7	3	6	3	0,1	n.ist.
5	36	18	44	22	1,6	n.ist.
6	11	5	0	0	11,0	0,001
7	9	4	12	6	0,8	n.ist.
8	19	9	32	16	6,6	0,01
9	31	15	18	9	6,9	0,01
10	5	2	0	0	5,0	0,025
11	7	3	6	3	0,1	n.ist.
12	24	12	29	14	0,9	n.ist.
13	68	33	99	49	11,5	0,001
14	49	24	16	8	33,5	0,001
15	8	4	2	1	7,2	0,01

16	1	0	0	0	1,0	n.ist.
17	7	3	8	4	0,1	n.ist.
18	7	3	12	6	2,6	n.ist.
19	90	44	113	55	5,2	0,01
20	69	34	114	56	22,1	0,001
21	14	7	4	2	11,1	0,001
22	22	11	21	10	0,04	n.ist.
23	42	21	62	30	7,7	0,01
24	10	5	17	8	3,6	n.ist.

Z przeprowadzonej analizy statystycznej wynika, że młodzież badana w 1999 roku zdecydowanie wyżej ceniła takie wartości jak: niezależność (nr 14) ($\chi^2 = 33,5$, $p = 0,001$), spokój wewnętrzny (nr 9) ($\chi^2 = 6,9$, $p = 0,01$), wierność ideałom (nr 21) ($\chi^2 = 11,1$, $p = 0,001$), twórczość, nowatorstwo (nr 6) ($\chi^2 = 11,0$, $p = 0,001$), nastawienie na innych ludzi (nr 15) ($\chi^2 = 7,2$, $p = 0,01$), wartości estetyczne (nr 10) ($\chi^2 = 5,0$, $p = 0,025$). Natomiast młodzież, która wzięła udział w badaniu w 2011 roku zdecydowanie wyżej ceniła wartości: zdrowie (nr 20) ($\chi^2 = 22,1$, $p = 0,001$), miłość (nr 19) ($\chi^2 = 5,2$, $p = 0,01$), życie rodzinne (nr 13) ($\chi^2 = 11,5$, $p = 0,001$), szczęście (nr 23) ($\chi^2 = 7,7$, $p = 0,01$), wartości materialne (nr 8) ($\chi^2 = 6,6$, $p = 0,01$).

4. 2. Uzasadnienia wyboru cenionych wartości

Spośród uzasadnień wyboru cenionych wartości, podawanych przez młodzież, wyodrębniono kilka kategorii. Są one następujące:

Ważność - wartości są cenione ze względu na przypisaną im wagę, np. *To wszystko potrzebne jest w codziennym życiu. Uważam, że są to najważniejsze wartości, które pozwolą nam godnie przeżyć w dzisiejszym świecie.*

Rodzina - niektóre wartości były cenione ze względu na wagę, jaką młodzi ludzie przywiązują do rodziny, np. *Najważniejsze jest posiadanie rodziny. Moim marzeniem jest rodzina pełna miłości. Chcę założyć kochającą się rodzinę.*

Miłość / Uczucia - wybór niektórych wartości uzasadniano poprzez podkreślenie znaczenia miłości, np. *Bez miłości żyje się trudno. Miłość chyba jest kwintesencją życia każdego człowieka. Każdy na nią czeka.*

Wiedza - niektóre wartości wybierano z powodu dużego znaczenia wiedzy, np. *W życiu ważna jest wiedza. Bardzo ważne jest zdobycie wykształcenia.*

Bóg - wybór niektórych wartości uzasadniano poprzez odwołanie się do Boga, np. *Jestem osobą wierzącą w Boga i pragnę postępować w sposób, jaki Kościół uważa za odpowiedni - czyli zgodny z wartościami religijnymi. Głęboko wierzę w Boga.*

Szczęście - w tej kategorii pojawiły się uzasadnienia odwołujące się do dużego znaczenia szczęścia, np. *Uważam, że tylko to może zapewnić szczęście w życiu. Wszystkie wybrane przeze mnie wartości dadzą mi szczęście. Najważniejsze jest to aby człowiek czuł się szczęśliwy.*

Praca - kategoria ta zawiera uzasadnienia powołujące się na znaczenie pracy, np. *Dla mnie liczy się praca.*

Zdrowie - w tej kategorii zawarte są odpowiedzi, w których powoływano się na znaczenie zdrowia, np. *Przede wszystkim chcę być zdrowy. Przede wszystkim liczy się zdrowie.*

Własny styl życia - kategoria ta zawiera odpowiedzi, w których wybór wartości uzasadniano jej dopasowaniem do stylu życia osoby badanej, np. *Takie wybrałam, gdy dorastałam, więc w takich żyję. Każdy ma swoją skalę wartości, której się podporządkowuje i pragnę żyć z nią w zgodzie, aby być szczęśliwym. Tak żyję i to mi się podoba.*

Tabela 5 przedstawia uzasadnienia wyboru cenionych wartości podawane przez młodzież.

Tabela 5. Uzasadnienia wyboru wartości preferowanych przez młodzież.

Kategorie uzasadnień	Ogółem (1999 rok)	%	Ogółem (2011 rok)	%	χ^2	p
Ważność	78	38	71	35	0,6	n.ist.
Rodzina	21	10	1	0	36,3	0,001
Miłość / Uczucia	20	10	28	14	2,7	n.ist.
Wiedza	5	2	0	0	5,0	0,05
Bóg	4	2	0	0	4,0	0,025
Szczęście	18	9	8	4	7,7	0,01
Praca	5	2	0	0	5,0	0,025
Zdrowie	13	6	0	0	13,0	0,001
Własny styl życia	26	13	29	14	0,3	n.ist.

Młodzi ludzie najczęściej uzasadniali wybór cenionych wartości poprzez stwierdzenie ich ważności (38 % badanych w 1999 roku i 35 % badanych w 2011 roku). Odnotowano również pewne różnice w zakresie podawanych przez młodzież uzasadnień. Otóż badani w 1999 roku zdecydowanie częściej w uzasadnieniu preferowanych wartości powołują się na wysokie znaczenie rodziny ($\chi^2 = 36,3$, $p = 0,001$), rolę szczęścia ($\chi^2 = 7,7$, $p = 0,01$), zdrowia ($\chi^2 = 13,0$, $p = 0,001$), Boga ($\chi^2 = 4,0$, $p = 0,025$), pracy ($\chi^2 = 5,0$, $p = 0,025$) oraz wiedzy ($\chi^2 = 5,0$, $p = 0,05$).

4. 3. Czynniki wpływające na cenione wartości

Spośród czynników, które według osób badanych miały wpływ na wartości przez nie cenione, wyodrębniono kilka kategorii. Oto ich charakterystyka.

Osoba - w tej kategorii zawarte są odpowiedzi, w których młodzież wskazywała osoby znaczące, które miały wpływ na cenione przez nią wartości, np. *Na wartości, które cenię wpływ mają osoby, z jakimi mam styczność. Nie są to konkretne nazwiska. Na cenione przeze mnie wartości wpływ miała rodzina, przyjaciele, znajomi, ludzie, których cenię.*

Zdarzenie - w tej kategorii znalazły się odpowiedzi, w których wskazywano różnego typu zdarzenia jako czynnik wpływający na cenione przez młodzież wartości, np. *Na wybór i stosowanie wartości, które cenię wpłynęła sytuacja rodzinna i wydarzenia szkolne.*

Własne przemyślenia - do tej kategorii zaklasyfikowano odpowiedzi, w których osoby badane podkreślały swoją samodzielność w wyborze cenionych wartości i znaczenie własnych przemyśleń, np. *Dużo przemyśleń i ciągle zmienianie się, rozwijanie. Na wartości, które cenię nikt nie ma wpływu. Sam dobrze wiem co jest dobre, a co złe.*

Wytwory działalności ludzkiej - na wartości cenione przez niektóre osoby badane wpływ miała kultura i sztuka, np. *Oglądanie wielu niekomercyjnych filmów. Bardzo dużo czytam różnych alternatywnych publikacji.*

Tabela 6 przedstawia czynniki, które według adolescentów wpłynęły na cenione przez nich wartości.

Tabela 6. Czynniki wpływające na wartości preferowane przez młodzież.

Kategorie czynników	Ogółem (1999 rok)	%	Ogółem (2011 rok)	%	χ^2	p
Osoba	87	43	118	58	9,4	0,005
Zdarzenie	36	18	44	22	1,6	n.ist.
Własne przemyślenia	18	9	4	2	17,8	0,001
Wytwory działalności ludzkiej	4	2	8	4	2,7	n.ist.

Wśród adolescentów najczęściej wskazywanym czynnikiem wpływającym na cenione przez nich wartości były osoby znaczące (43 % badanych w 1999 roku i 58 % badanych w 2011 roku). Jednakże w tym zakresie odnotowano istotną statystycznie różnicę – współczesna młodzież zdecydowanie częściej wskazywała znaczące osoby, jako czynnik wpływający na preferowane wartości ($\chi^2 = 9,4$, $p = 0,005$), a badani w 1999 roku częściej wskazywali własne przemyślenia ($\chi^2 = 17,8$, $p = 0,001$).

4. 4. Sposób wpływu różnych czynników na cenione wartości

Poniżej przedstawiona zostanie charakterystyka kategorii, w jakie zostały pogrupowane odpowiedzi udzielane przez osoby badane. Kategorie te charakteryzują sposób, w jaki przedstawiane powyżej różne czynniki (np. osoba, zdarzenie) wpłynęły na wartości cenione przez młodzież.

Wychowanie - ta kategoria zawiera odpowiedzi, w których młodzież podkreślała wychowanie jako sposób wpływu na cenione przez nią wartości, np. *Moi rodzice poprzez wychowanie wpoili mi podstawowe zasady i wartości.*

Samodzielna refleksja - osoby badane twierdziły, że one same odpowiadają za to jakie wartości cenią i nikt nie ma na to wpływu, np. *Sam zastanawiam się nad tym co w życiu jest ważne, jak należy postępować.*

Odpowiedź niewyjaśniająca - kategoria ta zawiera odpowiedzi, w których młodzież określała sposób wpływu czynników zewnętrznych jako ogromny, znaczący, np. *Zdarzenie to wpłynęło na moje wartości w sposób znaczący.*

Tabela 7 zawiera dane dotyczące sposobu, w jaki różne czynniki wpłynęły na wartości cenione przez młodzież.

Tabela 7. Sposób w jaki różne czynniki wpłynęły na wartości cenione przez młodzież.

Kategorie uzasadnień	Ogółem (1999 rok)	%	Ogółem (2011 rok)	%	χ^2	p
Wychowanie	37	18	86	42	39,0	0,001
Samodzielna refleksja	10	5	59	29	69,6	0,001
Odpowiedź niewyjaśniająca	24	12	7	3	18,6	0,001

Z odpowiedzi udzielanych przez młodzież wynika, że według większości (18% badanych w 1999 roku i 42 % badanych w 2011 roku) osób badanych na wartości obecnie cenione wpływ miało wychowanie. Widoczna jest też w tym zakresie różnica, młodzież badana w 2011 roku zdecydowanie częściej powołuje się na wychowanie ($\chi^2 = 39,0$, $p = 0,001$) oraz samodzielną refleksję ($\chi^2 = 69,6$, $p = 0,001$), natomiast adolescenty badani w 1999 roku zdecydowanie częściej podawali odpowiedzi niewyjaśniające ($\chi^2 = 18,6$, $p = 0,001$).

5. Dyskusja wyników

Uzyskane w prezentowanych badaniach wyniki są bardzo interesujące. Wynika z nich, że istnieją pewne uniwersalne wartości preferowane przez młodzież niezależnie od tego, w jakich warunkach społeczno – ekonomicznych dorasta. Tymi uniwersalnymi wartościami są miłość, zdrowie i życie rodzinne. Młodzież jest zgodna co do tego, że są to najważniejsze wartości. Związane są one ściśle z okresem dorastania (waga przemian fizycznych i uczuć) (Obuchowska 1996, Oleszkowicz 1995, Trempała 2011, Oleszkowicz, Senejko 2011, Obuchowska 2012). Natomiast w przypadku innych wartości preferowanych przez młodzież występują znaczne różnice, które można tłumaczyć sytuacją społeczno – ekonomiczną w kraju oraz podejściem społeczno - kulturowym, ponieważ różnice między młodzieżą dorastającą w różnych warunkach są wyraźne (por. Zazzo 1972, Liberska 2004, Dziwańska 2010).

Z odpowiedzi udzielanych przez młodzież wynika, że według większości osób badanych na wartości obecnie cenione wpływ miało wychowanie (por. Przetacznik - Gierowska 1994, Rostowska 1995, Ciecuch 2006b). Widoczna jest też w tym zakresie różnica, młodzież badana w 2011 roku zdecydowanie częściej powołuje się na wychowanie oraz samodzielną refleksję. Badani twierdzą, że to osoby znaczące wpłynęły na cenione przez nich wartości poprzez wychowanie. Z drugiej strony dążą do zaznaczenia swojej autonomii, co jest typowe dla okresu dorastania (Erikson 1950, Inhelder, Piaget 1970, Trempała 2011, Izdebski 2012). Wypowiedzi młodzieży są potwierdzeniem faktu występowania transmisji międzypokoleniowej oraz socjalizacji. To właśnie transmisja międzypokoleniowa oraz szeroko rozumiana socjalizacja wpływa na kształtowanie się systemu wartości młodego pokolenia. Rodzina oraz osoby najbliższe przekazują jednostce system wartości, który jednostka od dziecka internalizuje dzięki procesowi naśladownictwa, modelowania oraz identyfikacji (por. Rostowska 1995, Przetacznik - Gierowska 1994, Ciecuch 2006b).

Z przeprowadzonych badań rysuje się pewien spójny obraz preferowanych wartości wpojonych przez osoby znaczące – poprzez wychowanie (np. miłość, zdrowie, rodzina), ale równocześnie system wartości nie jest obojętny wobec warunków społeczno – kulturowych i widoczna jest znacząca różnica w zakresie cenionych wartości oraz ich uwarunkowań.

6. WNIOSKI

Z przeprowadzonych badań wynika, że niezależnie od czasu badania, czyli zarówno w 1999 roku, jak i w 2011 młodzież najbardziej ceniła takie wartości jak miłość, zdrowie oraz życie rodzinne. Jednakże pomimo tych podobieństw zanotowano różnice istotne statystycznie. Otóż młodzież badana w 1999 roku zdecydowanie wyżej ceniła takie wartości jak: niezależność oraz spokój wewnętrzny, natomiast młodzież, która wzięła udział w badaniu w 2011 roku zdecydowanie wyżej ceniła wartości takie jak zdrowie, miłość, życie rodzinne, szczęście oraz wartości materialne. Młodzi ludzie najczęściej uzasadniali wybór cenionych wartości poprzez stwierdzenie ich ważności. Odnotowano również pewne różnice w zakresie podawanych przez młodzież uzasadnień. Otóż badani w 1999 roku zdecydowanie częściej w uzasadnieniu preferowanych wartości powołują się na wysokie znaczenie rodziny oraz rolę szczęścia w życiu człowieka. Wśród adolescentów najczęściej wskazywanym czynnikiem wpływającym na cenione przez nich wartości były osoby znaczące. Jednakże w tym zakresie odnotowano istotną statystycznie różnicę – współczesna młodzież zdecydowanie częściej wskazywała znaczące osoby, jako czynnik wpływający na preferowane wartości, a badani w 1999 roku częściej wskazywali własne przemyślenia.

Uzyskane wyniki badań dostarczają nam informacji na temat zmian zachodzących w zakresie cenionych wartości oraz ich uwarunkowań na przestrzeni ponad dziesięciu lat. Tak jak już wspominałam w moim artykule pomimo świadomości pewnych uniwersalnych zmian rozwojowych warto pamiętać o czynnikach zewnętrznych, które mają wpływ na sposób dorastania młodzieży i jej wchodzenie w życie dorosłe.

References

- [1] Ciecuch J. (2007). *Relacje między systemami wartości a przekonaniem światopoglądowymi w okresie dorastania*. Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego. Warszawa.
- [2] Ciecuch J. (2006a). *Kryzys wartości i przekonań religijnych w okresie dorastania*. „Psychologia Rozwojowa” 11(4), 91-102.
- [3] Ciecuch J. (2006b). *Rodzina w systemie wartości oraz w kontekście przekonań światopoglądowych młodzieży*. „Psychologia. Edukacja i Społeczeństwo” 3(2), 121-137.
- [4] Dyczewski L. (1976). *Więź pokoleń w rodzinie*. Warszawa.
- [5] Dziwańska K. (2010). *Rola środków masowego przekazu oraz najbliższego otoczenia w kształtowaniu wartości preferowanych przez młodzież*. W: Murat M., Dudek M., Slodičková M. (red.). *Wybrane problemy wychowania*, 173-187. Wydawnictwo Wyższej Szkoły Komunikowania Społecznego i Stosunków Międzynarodowych w Warszawie. Krasnystaw-Warszawa.
- [6] Erikson E. (1950). *Childhood and society*. New York, Norton.

-
- [7] Gregorczyk K. (1971). *O pojęciu wartości w antropologii kulturowej*. „Studia Socjologiczne” 1.
- [8] Gurycka A., (1986). *Systemy wartości młodzieży licealnej (1978) a oddziaływania szkoły*. Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego. Warszawa.
- [9] Izdebski Z. (red.) (2012). *Zagrożenia okresu dorastania*. Oficyna Wydawnicza Uniwersytetu Zielonogórskiego. Zielona Góra.
- [10] Liberska H. (2004). *Perspektywy temporalne młodzieży. Wybrane uwarunkowania*. Wydawnictwo Naukowe UAM. Poznań.
- [11] Matuszewicz Cz. (1975). *Psychologia wartości*. Lubuskie Towarzystwo Naukowe. Warszawa - Poznań.
- [12] Mądrycki T. (1996). *Osobowość jako system tworzący i realizujący plany. Nowe podejście*. Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne. Gdańsk.
- [13] Miszalska A. (1996). *Reakcje społeczne na przemiany ustrojowe*. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego. Łódź.
- [14] Obuchowska I. (1996). *Drogi dorastania*. Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne. Warszawa.
- [15] Obuchowska I. (2012). *Dorastanie – między mocą a bezsilnością*. W: Izdebski Z. (red.). *Zagrożenia okresu dorastania*. Oficyna Wydawnicza Uniwersytetu Zielonogórskiego. Zielona Góra.
- [16] Oleszkowicz A. (1995). *Kryzys młodzieńczy - istota i przebieg*. Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego. Wrocław.
- [17] Oleszkowicz A., Senejko A. (2011) *Dorastanie*. W: Trempała J. (red.). *Psychologia rozwoju człowieka*. Wydawnictwo Naukowe PWN. Warszawa.
- [18] Piaget J. (1977). *Psychologia i epistemologia*. PWN. Warszawa.
- [19] Piaget J. (1981). *Równoważenie struktur poznawczych*. PWN. Warszawa.
- [20] Piaget J., Inhelder B. (1970). *Od logiki dziecka do logiki młodzieży*. PWN. Warszawa.
- [21] Przetacznik - Gierowska M., Włodarski Z. (1994). *Psychologia wychowawcza, tom 2*. PWN. Warszawa.
- [22] Rokeach M. (1960). *The open and closed mind*. New York, Basic Books.
- [23] Rostowska T. (1995). *Transmisja międzypokoleniowa w rodzinie. W zakresie wybranych wymiarów osobowości*. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego. Łódź.
- [24] Skarżyńska K. (1991). *Konformizm i samokierowanie jako wartości*. Polska Akademia Nauk Instytut Psychologii. Warszawa.
- [25] Szczepański J. (1972). *Elementarne pojęcia socjologii*. Warszawa.
- [26] Świda H. (1979). *Młodzież a wartości*. Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne. Warszawa.
- [27] Świda - Ziemia H. (1995). *Wartości egzystencjalne młodzieży lat dziewięćdziesiątych*. Zakład Socjologii Moralności i Aksjologii Ogólnej. Instytut Stosowanych Nauk Społecznych, Uniwersytet Warszawski. Warszawa.

-
- [28] Trempała J. (2000). *Modele rozwoju psychicznego. Czas i zmiana*. Wydawnictwo Uczelniane Akademii Bydgoskiej im. Kazimierza Wielkiego. Bydgoszcz.
- [29] Trempała J. (red.) (2011). *Psychologia rozwoju człowieka*. Wydawnictwo Naukowe PWN. Warszawa.
- [30] Tyszkowa M. (1996). *Jednostka a rodzina: interakcje, stosunki, rozwój*. W: Przetacznik-Gierowska M., Tyszkowa M. (red.), *Psychologia rozwoju człowieka*. Wydawnictwo Naukowe PWN. Warszawa.
- [31] Zazzo B. (1972). *Oblicza młodości. Psychologia różnicowa wieku dorastania*. PWN. Warszawa.
- [32] Ziemska M. (1977). *Rodzina a osobowość*. Warszawa.

(Received 08 July 2013; accepted 10 July 2013)