

Magdalena Staszewska

Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie

Wydział Pedagogiki i Psychologii

DEKLARACJA I REALIZACJA WARTOŚCI WŚRÓD POLAKÓW

Streszczenie

Tematem artykułu są wartości, a w szczególności to, jaką rolę pełnią w życiu jednostki. Wartości są ważnym elementem życia człowieka, stanowią swoisty punkt odniesienia w życiu osoby, pomagają jej wybrać, co jest ważne, a co mniej ważne. Celem badania było poznanie, jakie wartości deklarują i realizują dorośli Polacy, a także próba dowiedzenia się, czy płeć różnicuje ich w zakresie preferencji i realizacji wartości. W badaniu wzięło udział 60 osób, w tym 30 kobiet i 30 mężczyzn. Przedział wieku badanych osób wynosił od 18 do ponad 50 lat. W badaniu wykorzystano kwestionariusz ankiety własnej, który składał się z dwóch części. Pierwsza, pozwoliła określić, jakie wartości są przez badane osoby deklarowane, a druga, które z nich badane osoby realizują. Otrzymane wyniki nie pozwoliły jednoznacznie stwierdzić iż, zmienna płeć jest czynnikiem determinującym, który różnicuje to, jakie wartości deklarują oraz realizują kobiety oraz mężczyźni. Jednakże, zostały wskazane pewne tendencje co do preferencji i realizacji wartości przez badane osoby. Wyniki badań pokazały również stosunkowo nową hierarchię wartości osób w różnym wieku. Wskazały na to, jakie wartości są obecnie ważne, a jakie mniej wśród badanych Polaków.

Abstract

The topic of this article covers values, specifically their role in an individual's life. Researcher's goal was to acknowledge what kind of values Polish people declare and implement. 60 people (including: 30 women and 30 men) participated in internet research. Another research goal was to prove if variable such as sex, would diversify people who took part in research when it comes to preference and implementation of values. Received results did not clearly confirm that sex as a variable diversifies people who participated in research in terms of implementing and declaring values. Nevertheless, some tendencies were indicated in relation to declaring and implementing values. Results of this research showed a relatively new hierarchy of values amongst people of different ages and also presented values that are currently more or less important.

Słowa kluczowe: wartości, deklaracja, realizacja, płeć

Wstęp

Zagadnienia związane z tematem wartości są obecne w dyskursach naukowych od lat, zwłaszcza w obrębie nauk społecznych. Dzieje się tak dlatego, że nie sposób mówić zarówno o jednostce jak i całych społecznościach, pomijając tak fundamentalne pojęcie jakim są wartości. Wartości są obecne przy człowieku przez całe jego życie. Mają wpływ na samopostzewanie jednostki, integrację jej osobowości a także, są czynnikiem który decyduje o jakości życia (Skłodowski, 2010). Tak jak już wcześniej wspomniano, wartości są pojęciem obecnym w naukach społecznych, jednakże nie jest to jedyny obszar, w którym ten termin funkcjonuje. Należy jednak pamiętać, że najściślejszy związek będą posiadały zawsze z człowiekiem oraz sposobem, w jaki postrzega on otaczającą go rzeczywistość (Kazienko-Szczerbak, 2016). W naukach ścisłych pojęcie to będzie głównie odnosiło się do oceny. Opinii na temat wartości danego dobra, przedmiotu. Która z kolei świadczyć będzie o tym, jak bardzo jest on pożądaný, aprobowany i akceptowany. Natomiast w jednej z nauk społecznych – pedagogice – pojęcie wartości wiąże się przede wszystkim z zachowaniami, postawami i motywacjami ludzi (Kleszcz, 2011). Psycholog społeczny, Bogdan Wojciszke (2012) zwraca uwagę iż wartości odnoszą się do ogółu, wykraczają poza konkretne sytuacje oraz są pewnego rodzaju postawami, przez pryzmat, których ocenia się otaczającą jednostkę rzeczywistość. Podkreśla również, iż kierują one wyborami jednostki oraz posiadają względne uporządkowanie, której kryterium ma być ich ważność.

Uporządkowanie wartości przez jednostkę, czy też ich podział wynika przede wszystkim, zdaniem Żuka (2016), z naturalnej tendencji człowieka do hierarchizacji niemalże wszystkiego, czym jest otoczony. Społeczeństwo jednak cechuje różnorodność stąd też wielość występowania różnych typologii czy hierarchii wartości. Trudno tu o jedną, która byłaby adekwatna dla każdego człowieka. Mimo to, podejmowano wiele prób ustanowienia takiej typologizacji wartości, które odpowiadałyby każdemu człowiekowi. Parol (2014) zwraca uwagę, że posiadanie porządku we własnym systemie wartości warunkuje dobre samopoczucie. Odnosi się to do przede wszystkim sytuacji, kiedy dana jednostka znajduje się w sytuacji dylematu, wyboru. Jasny i klarowny system wartości w takiej sytuacji będzie stanowił punkt odniesienia i będzie pomagał podjąć decyzję.

Próba typologizacji wartości została podjęta m.in. przez Ingardena (za: Kazienko-Szczerbak, 2016), który wyróżnił 3 rodzaje wartości. Jako pierwszy rodzaj uznał wartości witalne. Wartości witalne miały być związane przede wszystkim ze zdrowiem, ale również użytecznością oraz odczuwaniem przyjemności (dobrym samopoczuciem). Jako drugi typ Ingarden podaje wartości kulturowe (w tym: socjalne, estetyczne oraz poznawcze). Trzeci rodzaj miały

stanowiąc tak zwane wartości moralne, związane wyłącznie z człowiekiem, jego zachowaniami i rodzajem podejmowanych przez niego działań. Z kolei Gołaszewska (1990) wyróżniła następujące typy wartości: witalne, utylitarne, osobowe, techniczne, poznawcze, kulturowe, społeczne.

Mówiąc o wartościach nie sposób pominąć tak ważny aspekt, jakim jest ich hierarchiczność czyli, umieszczenie wartości uznanych za własne we własnym systemie wartości kategoryzując zgodnie z własnymi preferencjami co do ich ważności, istotności. Jednakże, sam wybór preferowanych wartości przez jednostkę nie jest wystarczający. Niezmiernie istotne w tej kwestii jest to, co dana jednostka robi z wybranymi przez siebie wartościami. Sam ich wybór nie oznacza przełożenia ich na rzeczywiste sytuacje w życiu i kierowanie się nimi. Dlatego warto również zwrócić uwagę na nieco węższą typologię wartości mianowicie, podział ich na wartości deklarowane i realizowane. Ossowski (1967) podaje, że wartości deklarowane to takie, o których jednostka mówi - jednocześnie wyrażając tym chęć ich realizacji. Deklaracja wartości może odbywać się poprzez odpowiadania np. na pytania kwestionariuszowe, ale także w codziennej sytuacji kiedy jednostka wypowiada się na ten temat na forum. Deklarowana wartość staje się realizowaną kiedy jednostka przyjmuje daną postawę związaną z wartością dla niej ważną wobec określonej sytuacji czy wydarzenia, a następnie ta postawa jest możliwa do zaobserwowania w zachowaniu. Choć fakt realizacji wartości może wydawać się na pierwszy rzut oka ważniejszy od jej samej deklaracji, nie jest to do końca prawdą. Aby wartość została zrealizowana, niezbędna jest jej deklaracja oraz internalizacja. Już sama deklaracja danej wartości daje jej w pewien sposób siłę sprawczą, dzięki uświadomieniu sobie istnienia oraz ważności danej wartości (Żuk, 2016).

Wartości mają wiele funkcji w życiu jednostki. Jazownik (2007) zwrócił uwagę na 4 funkcje, które jego zdaniem są pełnione w życiu człowieka przez wartości. Pierwsza to funkcja waloryzująca rozumiana jako, motywująca (dostarczająca jednostce motywacji) i sterująca (nadająca kierunek działaniom człowieka). Druga funkcja – integrująca, nie odnosi się tyle do pojedynczej jednostki, co do całego społeczeństwa. Wspólne wartości łączą społeczeństwo, pozwalają ustalić wspólną wizję odnoszącą się do tego jak ma wyglądać świat, rzeczywistość. Trzecia, nieco bardziej skomplikowana, to funkcja normalizacyjna. Oznacza to, że wartości przyczyniają się m.in. do diagnozowania i dyferencjacji społeczeństwa, tym samym biorąc udział w normalizacji. Czwarta funkcja to funkcja tożsamościowotwórcza. Ściśle związana z funkcją normalizacyjną, jednak mówiąca o tym, że wartości osadzone w konkretnej kulturze sprawiają, że jednostki do niej należące utożsamiają się z nimi oraz z daną kulturą.

Noyszewska (2010) z kolei, zwraca uwagę na bezpośrednio powiązane wartości zarówno z normami społecznymi, jak i szeroko rozumianym życiem

społecznym. Na podstawie jej rozważań można stwierdzić iż: zarówno normy społeczne, jak i wartości w pewien sposób wskazują jednostce odpowiednią drogę postępowania. Normy społecznej w danej kulturze określane są w dużej mierze na podstawie wartości w tej zbiorowości wyznawanych; to, czy człowiek postępuje zgodnie z danymi normami społecznymi lub wartościami będzie ważyło nie tylko na jakości jego życia, ale także na utrzymaniu ładu w danej społeczności; z kolei wszelkiego rodzaju umowy społeczne (zarówno te formalne jak i nieformalne), mają za zadanie pilnować tego ładu.

Istnieje wiele stanowisk odnoszących się do tego jak zachodzi proces poznawania wartości przez człowieka. Przykładowo, zdaniem Kamińskiego (za: Żuk, 2016) istnieją dwa sposoby na poznanie wartości. Pierwszy sposób opiera się na empiryzmie, a jednostka ma poznawać wartości w taki sam sposób jak poznaje zjawiska fizyczne – doświadczając ich. Drugi sposób ma być nieco bardziej złożony, zawiera on w sobie empiryczne poznanie wartości, jednak w połączeniu z intelektualnym poznaniem. Początkowo jednostka doświadcza wartości, a następnie dochodzi do ich intelektualnego ujęcia - oceny pod kątem ich jakości oraz tego, czy są godne, aby do nich dążyć (Kamiński, za: Żuk, 2016).

Podobnie o poznaniu wartości mówi Borowski (tamże, s. 26). Jego zdaniem poznanie wartości odbywa się poprzez ich przeżycie, zarówno indywidualne jak i zbiorowe. Zwraca uwagę na mnogość bodźców oddziałujących na jednostkę ze świata zewnętrznego. Sam fakt przeżycia, doświadczenia wartości jego zdaniem już powoduje jej poznanie - niezależnie, czy wywoła to odczucia negatywne czy pozytywne. Podkreśla jednak, że przeżycie nigdy wywiera neutralnego wpływu na jednostkę bądź zbiorowość, on zawsze ma charakter dodatni lub ujemny.

Odmienne stanowisko prezentuje Nowak (2017) twierdząc, iż kluczową rolę w poznaniu wartości (a finalnie, tworzeniu się ich hierarchii), ma środowisko. Środowisko pozwala poznać jednostce pewne wartości, a następnie je zinternalizować. W szczególności ma być to rodzina, która naturalnie jest najbliższym otoczeniem jednostki, ale także pochodzenie kulturowe, które w znacznym stopniu determinuje to, jakie wartości jednostka poznaje. Według Noyszewskiej (2016) natomiast, przekazywanie wartości w rodzinie ma charakter reakcji łańcuchowej. Po pierwsze dlatego, że wartości w rodzinie przekazywane są z pokolenia na pokolenie. Drugim powodem jest to, że przekazywanie pojedynczej wartości kolejnemu pokoleniu będzie wiązało się z przekazaniem również innych wartości, które pośrednio są z nią połączone.

Natomiast mówiąc o kryzysie wartości należy zwrócić uwagę na pewne cechy, które charakteryzują kryzys szeroko rozumiany: kryzys stanowi rodzaj zmiany w życiu jednostki, która jest dla niej zupełnie nowa i wcześniej nie doświadczyła niczego podobnego; fakt wystąpienia nowej sytuacji, wcześniej niespotykanej wiąże się z poczuciem dezorientacji i brakiem wiedzy, w jaki

sposób powinno się postąpić; pojawia się subiektywne poczucie bezradności i bezsensowności istnienia wobec zaistniałej sytuacji. Istotną cechą kryzysu jest także jego ogólna subiektywność - dana sytuacja dla różnych jednostek może być zarówno kryzysem jak i sytuacją zwyczajną (Sacuk, 2010). Zatem, pojęcie kryzysu wartości będzie odnosiło się do sytuacji wystąpienia zmiany dotychczasowych wartości, a także zmiany w zakresie relacji człowiek-świat, która leży podstaw wartości (Jarosiewicz, 2010).

Obecnie często wskazuje się na kryzys wartości. Spowodowane jest to zmianami w społeczeństwie – odchodzeniu od tradycyjnych wartości, niegdyś niezmiennie istotnych. Współczesne społeczeństwo charakteryzuje otwartość na poznawanie i przyjmowanie nowych wartości znacznie bardziej, niż chęć podtrzymywania wartości uznanych przed laty. W obecnych czasach kryzys wartości związany jest również z dużą indywidualizacją wartości. Rzadko poszukuje się tych uniwersalnych, częściej personalnych. Możliwą przyczyną takiego stanu rzeczy jest brak wiary ludzi w istnienie takowych (Lubowicka, Maj, 2016). Badania przeprowadzone przez Masłowskiego (2007) mające na celu sprawdzenie czy istnieje korelacja pomiędzy cechami osobowościowymi (konkretnie tzw. Wielkiej Piątki) a trudnościami w wartościowaniu (grupę badanych stanowili studenci lubelskich uczelni) wskazały iż, istnieją pewne korelaty osobowościowe, które mogą przyczynić się do wystąpienia u jednostki kryzysu w wartościowaniu. Wskazano tutaj między innymi na związek kryzysu w wartościowaniu u jednostek przejawiających cechy takie jak: depresyjność, obowiązkowość, emocjonalność oraz impulsywność. Wymienione cechy prowadzą przede wszystkim do poczucia bezsilności oraz smutku, które mogą wywołać u jednostki niski poziom potrzeby poszukiwania pozytywnych doznań emocjonalnych oraz niski poziom w zakresie motywacji do przestrzegania zasad moralnych, co w konsekwencji sprawia, że jednostka nie doświadcza regulacyjnej mocy wartości. Wykazano również, że jeśli u jednostki występuje niskie poczucie własnej godności oraz odpowiedzialności za własne życie, doświadcza ona również poczucia braku w swoim życiu cenionych przez siebie wartości, a także zaczyna rezygnować z dotychczas obranych przez siebie sposobów działania. Ponadto zwrócono uwagę, iż postrzeganie jednostki własnego postępowania jako niezgodnego z osobistym systemem wartości może prowadzić do odczuwania cierpienia a także przekonania o niemożności zaufania co do sensu własnego życia. W Polsce przeprowadzono zostało dość wiele badań odnoszących się do związku kryzysu wartości z kwestiami osobowościowymi jednostki (np. motywacją). Jak również, wielokrotnie wskazano na rolę kryzysu wartości w społecznym funkcjonowaniu jednostki (Oleś, 1989, 1992, 2003; Gryzio, 1991). Z kolei badania przeprowadzone w czasie trwania pandemii COVID-19 odnośnie działalności organizacji pozarządowych wskazały na pozytywny aspekt kryzysu, nie tylko wartości, warunkowany rzecz jasna pozytywnym przeżyciem

kryzysu. Jak podkreślano, czasy pandemiczne były trudne dla organizacji non-profit, m.in. ze względu na istotność udziału wolontariuszy, co zostało znacznie ograniczone podczas trwającej pandemii. Wskazano tutaj na to, jak pewne wartości (w tym istotność relacji społecznych), wcześniej uznane za swego rodzaju oczywisty element codziennego życia ludzkiego zyskały na wartości w oczach społeczeństwa (Uziębło, 2022). Ciekawe światło na to, jak pewne wartości zmieniły swój kontekst podczas zagrożenia wirusem COVID-19 rzuca również artykuł Burskiej (2021). Porusza ona temat wartości witalnych w branży reklamowej, która, jak twierdzi, musiała całkowicie zmienić swój przekaz, aby dotrzeć do społeczeństwa. Skupiono się wówczas, na sile słów przekazywanych, podkreślając wyjątkowość i osobliwość zaistniałej sytuacji. Odnoszono się do samotności, trudu, z którym mierzył się każdy człowiek podczas trwania pandemii. Odwoływano się nie tylko do bezpieczeństwa indywidualnego i ochrony własnego zdrowia, ale podnoszono kwestie również tego, jak zachowanie i wybór działań jednego człowieka, może wpłynąć na dobrostan całego społeczeństwa. Branża reklamowa w ten oto sposób odnosząc się do wartości witalnych miała szansę, na promocję własnych produktów, które mogły zostać wykorzystane m.in. do sposobów spędzenia wolnego czasu, czy kontaktu z bliskimi – czynności, których wykonywanie zostało utrudnione wówczas gdy, ludzie obawiali się zarażenia koronawirusem. Co więcej, zwrócono uwagę iż marki, które poprzednio promowały swoje produkty w nawiązaniu do wartości przykładowo, hedonistycznych, również wiązały promowane przez siebie przedmioty do wartości witalnych.

Materiał i metoda

Celem poniższych badań własnych było poznanie, jakie wartości realizują oraz deklarują dorośli mężczyźni i kobiety. Ponadto, próbowano ustalić, czy zmienna płeć różnicuje osoby badane pod względem preferencji wartości, a jeśli tak to w jaki sposób. Ważnym aspektem przeprowadzonych analiz badawczych własnych był fakt, że zostały zrealizowane w trakcie trwania pandemii COVID-19. Był to czas zmian, który mógł skłonić społeczeństwo do przewartościowania swojego życia i skupienia większej uwagi na to, co jest ważne w życiu człowieka. Problem badawczy został zawarty w pytaniu: Jakie wartości realizują i deklarują dorosłe kobiety i dorośli mężczyźni? Następnie, skonkretyzowano go w następujących szczegółowych pytaniach badawczych: 1. Jakie wartości preferują badane osoby? 2. Które z wartości realizują badane osoby? 3. Jakie wartości są najmniej ważne dla badanych osób? 4. Czy płeć różnicuje badane osoby pod względem deklarowanych wartości, a jeśli tak, to w jaki sposób?

W poniższych badaniach weryfikacji zostały podane następujące hipotezy:

H1. Kobiety deklarują więcej wartości niż mężczyźni.

H2. Mężczyźni realizują więcej wartości niż kobiety.

Pochylając się nad literaturą dotyczącą zagadnienia można stwierdzić, iż kobiety wykazują się większymi i lepszymi zdolnościami komunikacyjnymi, niż mężczyźni. Ponadto przejawiają większe zainteresowanie w zakresie relacji społecznych a także, cechuje je większa wrażliwość emocjonalna (Wojciszke, 2012). Z kolei pytanie o wartości będzie wiązało się ze stawianiem wielu pytań jednocześnie. Pytanie o wartości wiąże się również z pytaniem o to, czym aktualnie jednostka się zajmuje, dokąd dąży oraz jak powinno się postępować (Heisenberg, za: Tataj-Puzyna, 2014). Należy jednak pamiętać, że obecne czasy są pełne zmian, dynamicznie następujących, które w skutku mogą tworzyć pewne różnice pomiędzy poszczególnymi społeczeństwami w zakresie wartości. Odnosić to będzie się nie tylko do deklarowania wartości, ale także ich realizacji (Bieńkowska, Kitlińska-Król, 2016).

W celu weryfikacji hipotez zostały przeprowadzone badania, dokonano tego za pomocą Internetu, wymuszała to rzeczywistość pandemiczna w owym okresie. W badaniach użyto autorskiego kwestionariusza ankiety. Składał się on z 2 części. Pierwsza, pozwalała zadeklarować ważne dla osób badanych wartości. Druga część, zawierała pewne twierdzenia odnoszące się do ważnych kwestii życiowych, co pozwalało określić jakie z zadeklarowanych wcześniej wartości są przez osoby badane realizowane.

W badaniu wzięło udział celowo dobranych 60 osób, po równo (N=30) kobiet i mężczyzn. Wśród badanych osób przeważały osoby w wieku od 18 do 24 lat (40%), co prawdopodobnie było spowodowane przeprowadzaniem poczynań badawczych za pomocą Internetu (społeczeństwo Internetowe jest nieco młodsze niż populacja ogólna). Zdecydowana większość osób badanych (N=34) zamieszkuje wieś, najmniej natomiast wśród badanych znajdowało się mieszkańców miast powyżej 500 tysięcy mieszkańców (20%). Przeważająca liczba badanych osób – aż 55% posiada wykształcenie średnie. Należy wskazać, że wszyscy badani wyrazili pisemną zgodę na udział w badaniu. Podczas jego realizacji, przestrzegano wszelkich obowiązujących norm etycznych dotyczących prowadzenia badań naukowych.

Należy również zwrócić na uwagę na ograniczenia przeprowadzonych badań. Przede wszystkim, odnoszą się do grupy badanych – przeważają młodzi dorośli (w wieku od 18 do 24 lat), mieszkańcy wsi, co może nieco zawęzić perspektywę spojrzenia na wartości. W przyszłości warto byłoby prześledzić badane zjawisko u starszych osób. Badane osoby także nie stanowiły szczególnie licznej grupy. Ponadto, badania przeprowadzono za pomocą Internetu, mogło to wpłynąć na mniejszą uwagę podczas wypełniania ankiet, ze względu na prostą i przystępną formę, co z kolei mogło przyczynić się do niedokładnych odpowiedzi.

Poczynione analizy w wyniku badań odnoszą się jedynie do kilku z aspektów związanych z wartościami. Temat wartości jest już szeroko zbadany, niemniej jednak warto poszerzać i ponawiać te badania, aby obserwować zmiany w postawach co do wartości na przestrzeni lat, a także zwracać uwagę społeczeństwa na to, jak ważne są wartości.

Wyniki

W celu uzyskania odpowiedzi na postawione pytania badawcze oraz potwierdzenie lub odrzucenie sformułowanych hipotez przeprowadzono badanie własne. Początkowo, zadaniem badanych osób było określenie, które z przedstawionych wartości są dla nich ważne (tab. 1).

Tabela 1. Wartości, które są ważne dla badanych osób

Wartość deklarowana	Kobiety		Mężczyźni		Ogółem	
	N	%	N	%	N	%
miłość	28	93,34	25	83,31	53	88
rodzina	30	100	27	90	57	95
przyjaźń	29	96,66	30	100	59	98,34
zdrowie	30	100	30	100	60	100
spokój	29	96,66	27	90	56	93,36
pieniądze	24	80	20	66,66	44	73,34
komfort życia	13	43,34	14	46,66	27	45
uznanie społeczne	10	33,36	13	43,34	23	38,34
religia	14	46,66	20	66,66	34	56,66
bycie sobą	30	100	27	90	57	95
samorealizacja	27	90	27	90	54	90
tolerancja	30	100	26	86,66	56	96,34
wykształcenie	24	80	23	76,66	47	78,80
zaufanie	27	90	26	86,66	53	83,34
wygląd fizyczny	20	66,64	18	60	38	63,33
praca	27	90	27	90	54	90
prawda	30	100	26	86,66	56	96,34

Źródło: opracowanie własne

Analizując powyższe wyniki stwierdzono, iż dla badanych kobiet najważniejsze wartości to: rodzina, bycie sobą, zdrowie, tolerancja i prawda (wszystkie te wartości zostały zadeklarowane przez każdą z badanych kobiet). Wysokie wyniki 90% i powyżej osiągnęły następujące wartości: miłość, przyjaźń, spokój, samorealizacja, zaufanie oraz praca. Natomiast na podstawie udzielonych przez badanych mężczyzn odpowiedzi stwierdzono,

że przyjaźń i zdrowie stanowią najważniejsze dla nich wartości (100%). Ponadto, dość ważne okazały się także: rodzina, spokój, bycie sobą, samorealizacja i praca. Biorąc pod uwagę ogół badanych osób najważniejszymi wartościami (od 90% do 100% deklaracji) okazały się: rodzina, przyjaźń, zdrowie, spokój, bycie sobą, samorealizacja, tolerancja, praca a także, prawda.

W dalszej kolejności respondenci mieli ustosunkować się do przedstawionych ich stwierdzeń, tym samym, określić jakie wartości są przez nich realizowane. Wyniki prezentują się następująco.

Na podstawie wyników, które otrzymano można stwierdzić, że najistotniejsze kwestie życiowe dla badanych osób to te dotyczące miłości i jej okazywania, bycia osobą tolerancyjną oraz bycia sobą. To te twierdzenia były wybierane przez osoby biorące udział w badaniu. Zarówno wśród kobiet, jak i mężczyzn najwyższe wyniki zostały osiągnięte w stosunku do stwierdzeń które dotyczyły tolerancji oraz istotności bycia sobą. Natomiast w kwestii różnic stwierdzono iż największe pomiędzy badanymi kobietami a mężczyznami wystąpiły w przypadku twierdzeń, które mówiły o dbaniu o relacje przyjacielskie, niezbędności posiadania osoby partnerskiej w życiu a także tego, jak ważne jest dążenie do wygodnego życia. Nie stwierdzono różnic w przypadku twierdzeń odnoszących się do doceniania spokoju i komfortu w życiu oraz bycia osobą tolerancyjną.

Ponadto, otrzymane wyniki pozwoliły na wyodrębnienie hierarchii wartości osób badanych (tab. 2).

Tabela 2. Hierarchia wartości badanych osób

Wartości	M	M	d	Hierarchia wartości badanych osób
	kobiety	mężczyźni	-	
miłość	7,75	7,96	-0,43	tolerancja
rodzina	6,90	6,16	0,74	bycie sobą
przyjaźń	7,60	8,33	-0,73	przyjaźń
zdrowie	7,63	7,40	0,23	zaufanie
spokój	7,93	7,20	0,73	samorealizacja
pieniądze	6,93	5,46	1,47	praca
komfort życia	6,30	7,00	-0,70	miłość
uznanie społeczne	5,06	5,20	-0,14	spokój
religia	5,70	6,93	-1,23	zdrowie
bycie sobą	8,83	8,16	0,67	komfort życia
samorealizacja	8,03	7,69	0,34	rodzina
tolerancja	9,10	8,93	0,17	wygląd fizyczny
wykształcenie	6,06	5,80	0,26	religia
zaufanie	8,16	7,60	0,56	pieniądze

Wartości	M	M	d	Hierarchia wartości badanych osób
	kobiety	mężczyźni	-	
wygląd fizyczny	6,63	6,40	0,23	prawda
praca	8,30	7,16	1,14	wykształcenie
prawda	8,03	4,06	3,79	uznanie społeczne

Źródło: opracowanie własne

W toku dalszej analizy zostało stwierdzone, że najwyższy wynik wśród badanych kobiet osiągnęły wartości: praca, bycie sobą także, tolerancja. Z kolei wśród badanych mężczyzn najwyższe wyniki zaobserwowano w przypadku również bycia sobą ale również tolerancji i przyjaźni. Najniższe wyniki zostały osiągnięte w zakresie wartości taki jak: religia, uznanie społeczne oraz wykształcenie – w przypadku badanych kobiet. Wyniki określone na podstawie odpowiedzi badanych mężczyzn sugerują iż dla nich najmniej ważne wartości to: prawda, uznanie społeczne oraz pieniądze. Najwyższej różnicy pomiędzy badanymi mężczyznami a kobietami, dopatrzono się w kwestii następujących wartości: prawdy, pracy jak również pieniędzy. Najniższej w przypadku tolerancji, zdrowia i spokoju.

Podsumowanie i wnioski

Celem zaprezentowanych badań było uzyskanie odpowiedzi na pytanie czy zmienna płeć różnicuje badane osoby pod względem deklarowanych i realizowanych wartości, a jeśli tak to w jaki sposób? W związku z tym wysunięte zostały dwie hipotezy. Pierwsza mówiąca o tym, że kobiety deklarują więcej wartości niż mężczyźni. Hipoteza została potwierdzona. Na podstawie otrzymanych wyników można stwierdzić że, choć w minimalnym stopniu, badane kobiety zadeklarowały więcej wartości niż badani mężczyźni. Uzyskane wyniki pozwoliły stwierdzić wartości są ważne dla badanych osób. Niezależnie od płci, osoby badane okazały się preferować zdrowie oraz przyjaźń. Natomiast badane kobiety wskazywały dodatkowo na rodzinę, bycie sobą oraz prawdę. Pokazują to, że dla kobiet więcej wartości wydawało się być ważne. Warto również zwrócić uwagę, że kobiety w większym stopniu zwróciły uwagę na wartości związane z własnym ja tj. bycie sobą i prawda. Podczas gdy mężczyźni wydawali się skupić na niezbędnym minimum. Ponadto, badania pokazują, że kobiety posiadają większe zdolności komunikacyjne niż mężczyźni, są bardziej wrażliwe emocjonalnie oraz wykazują większe zainteresowanie relacjami społecznymi (Wojciszke, 2012). Uzyskane wyniki w dużej mierze potwierdzają wnioski uzyskane z poniższych badań. Badani mężczyźni wydawali się skupiać na podstawowym aspekcie życia społecznego, jakim jest przyjaźń, podczas gdy kobiety uznały za ważne również rodzinę. Wybieranie większej ilości preferowanych wartości (nawet

minimalnie) z kolei może świadczyć o lepszych zdolnościach komunikacyjnych - kobietom może być łatwiej zadeklarować, wyjaśnić, zakomunikować jakie wartości są dla nich istotne. Mężczyźni wówczas wydają się ograniczać do tych, ich zdaniem, najbardziej istotnych. Druga teza sugerowała iż, mężczyźni realizują więcej wartości niż kobiety. Hipoteza ta została odrzucona. Otrzymane wyniki nie pozwalają jednoznacznie stwierdzić, że tak jest. Analizując otrzymane wyniki nie zaobserwowano żadnej znacznej tendencji która wskazywałaby na to, że mężczyźni realizują więcej wartości od kobiet. Wyniki wskazują na fakt, że realizacja wartości nie zależy od zmiennej, jaką jest płeć. W zakresie realizacji wartości badane kobiety również zwróciły uwagę na wartości związane w życiu społecznym tj. bycie tolerancyjnym wobec innych, okazywanie miłości i ponownie – bycie sobą. Podobnie wskazali mężczyźni, z wyjątkiem miłości. Zatem, nie można jednoznacznie orzec by zmienna płeć zróżnicowała badane osoby pod względem realizacji wartości.

Na podstawie uzyskanych wyników stwierdzono także jakie wartości są najmniej istotne dla badanych osób. Najmniej ważne dla badanych osób okazało się uznanie społeczne, dodatkowo badani mężczyźni wskazywali również na nieistotność wartości jaką jest religia. Można wnioskować, że badane osoby większą uwagę zwracają na swoje życie wewnętrzne a także społeczne, nie zwracają jednak zbyt dużej uwagi na to jak są postrzegani przez innych, a także czy zdobywają w oczach społeczeństwa uznanie. Wskazanie religii jako mało ważnej wartości może być z kolei związane z dynamicznymi zmianami wśród religii na świecie. Temat religii, religijności czy duchowości budzi ostatnimi czasy wiele sporów oraz dyskusji. Obserwując obecną rzeczywistość nie sposób nie zauważyć, że religia staje się mniej ważna niż było to kiedyś, co też można stwierdzić po analizie powyższych wyników. Co ciekawe, badania przeprowadzone w 2008 roku wśród osób starszych również wykazały, że religia nie jest najważniejszą wartością dla społeczeństwa (Cibor, 2008). Można wobec tego podejrzewać, że proces tych dynamicznych zmian w zakresie religijności w duchowości trwa od wielu lat. W świetle tych informacji takie wyniki wydają się być mniej zaskakujące. Istnieje wiele danych empirycznych potwierdzających takowy stan rzeczy. Przykładowo, według raportu CBOS z 2013 roku, większe uznanie wśród Polaków od wiary religijnej przypisuje się szacunkowi do innych oraz uczciwemu życiu.

Analiza wyników powyższych badań wskazuje również jak zróżnicowana jest hierarchia wartości osób, które brały udział w badaniu. Preferencja czy realizacja wartości ze względu na płeć różniła się tylko w przypadku poszczególnych wartości. Przykładowo, duże zróżnicowanie realizacji wartości pomiędzy kobietami i mężczyznami wykazano w przypadku realizacji wartości takich jak pieniądze oraz prawda. W obu przypadkach można stwierdzić iż badane kobiety w większym stopniu dokładają starań do realizacji wartości jaką jest prawda i pieniądze, co może mieć związek z wyżej wspomnianymi

zdolnościami komunikacyjnymi. Należy jednak zwrócić uwagę, że w powyższych badaniach grupa badawcza była znacznie zróżnicowana, co również mogło przyczynić się do otrzymania zróżnicowanej hierarchii wartości po analizie wyników badań.

Warto również zwrócić uwagę na to, jak prezentuje się ogólna hierarchia wartości powstała w wyniku poczynionych analiz badawczych. Respondenci wskazali, iż najbardziej istotne są dla nich kolejno: tolerancja, bycie sobą, przyjaźń, zaufanie, samorealizacja, praca, miłość, spokój, zdrowie, komfort życia, rodzina, wygląd fizyczny, religia, pieniądze, prawda, wykształcenie, uznanie społeczne. Przyglądając się przedstawionej hierarchii można stwierdzić, iż badane osoby cenią ponad wszystko zarówno relacje społeczne, jak i rozwój osobisty. Owe dane empiryczne warto przeciwstawić wynikom raportu z Centrum Badań Opinii Społecznej z 2019 roku, według którego ranking wartości wśród społeczeństwa polskiego prezentuje się w taki oto sposób: szczęście rodzinne, zachowanie dobrego zdrowia, spokój, uczciwe życie, wiara religijna, pomyślność ojczyzny, szacunek innych ludzi, praca zawodowa, wolność głoszenia własnych poglądów, wykształcenie, grono przyjaciół, dobrobyt/bogactwo, możliwość udziału w demokratycznym życiu polityczno-społecznym, kontakt z kulturą (sztuka, muzyka, literatura, film), życie pełne przygód i wrażeń, sukces/sława. Zasadnym wydaje się podkreślenie, iż wśród osób biorących udział w badaniu własnym przeważały osoby młode, natomiast raport CBOS został przeprowadzony wśród znacznie bardziej zróżnicowanej grupy. Niemniej jednak, warto zwrócić uwagę na pewne podobieństwa oraz różnice, jak i fakt, iż przedstawione doniesienia z badań pochodzą z roku 2019, czyli tuż przed rozpoczęciem się pandemii związanej z koronawirusem, a badania własne w trakcie jej trwania. W obu przypadkach można zauważyć, że uznanie społeczne czy też, sława znajduje się na dole rankingów, co może wskazywać, że Polacy nie przywiązują dużej wagi do swojej pozycji społecznej. Podobnie istotna wydaje się być również praca. Największe różnice można zaobserwować w przypadku m.in. wykształcenia, przed pandemią zdawało się zajmować wyższą rangę wśród Polaków. Odmienne prezentuje się życie rodzinne – w badaniach własnych zajmuje ono niższą pozycję.

Na podstawie otrzymanych wyników badań sformułowano następujące wnioski. Po pierwsze, niezależnie od tego, jaka była płeć badanych tolerancja, bycie sobą i miłość, może wskazywać to na dużą wrażliwość emocjonalną badanych osób oraz na to, jak ważne jest dla nich bycie w społeczeństwie, bycie akceptowanym takim jakim są, a także szeroko rozumiana miłość, która bez wątpliwości powiązana jest z wcześniej wymienionymi wartościami. Po drugie, również dla obu płci najmniej istotne okazało się uznanie społeczne. To z kolei może okazywać, jak bardzo badane osoby skupiają się na relacjach międzyludzkich i życiu wewnętrznym, nie zważając na to, czy

ich działania powodują wystąpienie uznania w oczach innych odnośnie ich osoby. Po trzecie, wykazano, że nie ma wątpliwości co do twierdzenia, czy zmienna płeć różnicuje badane osoby pod względem realizacji czy deklaracji wartości. Jednakże, różnicowanie to wykazano jedynie w niewielkim stopniu. Dlatego nie stwierdzono jednoznacznie iż badani mężczyźni realizują wartości w większym stopniu niż badane kobiety. Otrzymane wyniki pozwoliły zauważyć, że żadna z płci nie wykazała większej tendencji do realizacji zadeklarowanych wcześniej wartości. Wyniki wykazały, że realizacja danej wartości nie jest zależna od płci.

Na podstawie uzyskanych wyników można zauważyć, że kwestia wartości w życiu człowieka wydaje się być nadal niejasna, mimo wszechobecności tematu wartości, zarówno w nauce, jak i życiu codziennym. Świadomość wartości, którymi człowiek się kieruje jest niezmiernie istotne. Badane wyniki wydają się wskazywać na to, że badane osoby nie są do końca świadome swoich wartości, część z nich deklaruje, jednakże jednocześnie wykazując brak ich realizacji. Człowiek instynktownie wybiera ważne dla siebie wartości, ale ich świadomość może pomóc w wielu kwestiach życiowych. Zatem zasadnym wydaje się wprowadzenie działań, które poszerzyłyby świadomość wartości wśród Polaków. Takimi działaniami mogą być przykładowo różnego rodzaju warsztaty prowadzone w szkołach, ośrodkach szkoleniowych i innego typu placówkach oświatowych, jak i nawet w zakładach karnych, czy aresztach śledczych. Ważne jest poruszanie kwestii wartości w różnych grupach społecznych, czy wiekowych. Przedstawione wyniki badań mogą przyczynić się do projektowania takich właśnie działań.

Piśmiennictwo

1. Bieńkowska I., Kitlińska-Król M. (2016), Wartości w wychowaniu współczesnego człowieka. Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej, 95, s. 37-49.
2. Burska K. (2021), Wpływ pandemii Covid-19 na eksponowanie wartości witalnych w reklamach telewizyjnych (marzec – czerwiec 2020). Filologia Polska Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Zielonogórskiego, 7, s. 153-170.
3. Centrum Badań Opinii Społecznej (2013), Wartości i normy.
4. Centrum Badań Opinii Społecznej (2019), System wartości Polaków w 2019 roku.
5. Cibor R. (2008), Wartości życiowe i ich bilans u osób starszych. Chowanna, 1, s. 97-110.
6. Gołaszewska M. (1990), Istota i istnienie wartości. Wydawnictwo PWN, Warszawa.
7. Gryzio B. (1991), Kryzys w wartościowaniu a hierarchia wartości u osób z nerwicą i bez nerwicy. Wydawnictwo UMCS, Lublin.
8. Jarosiewicz H. (2010), Kryzys wartości a czynniki potencjału człowieka w rozwoju psychicznym. Przedsiębiorczość i zarządzanie, 1, 9, s. 23-42.