

Borowicz, Ryszard

Struktura wartości młodzieży

Acta Universitatis Nicolai Copernici. Socjologia Wychowania 4 (135), 81-92

1982

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Stacja Badawcza IRWiR PAN

Ryszard Borowicz

STRUKTURA WARTOŚCI MŁODZIEŻY

Zarys treści. Wprowadzenie w problematykę wartości; hierarchia wartości młodzieży; wyniki badań empirycznych.

Problematyka wartości stanowi przedmiot zainteresowania wielu dyscyplin naukowych — np. filozofii, pedagogiki, psychologii czy socjologii¹ — i z tej racji analizowana jest z różnych punktów widzenia oraz odmiennie rozumiana (dotyczy to zarówno samego pojęcia, jego operacjonalizacji, jak również warstwy teoretycznej czy metodologicznej). Wszecstronnej analizy różnych sposobów rozumienia terminu „wartość” dokonała M. Misztal. Autorka wyodrębniła trzy kategorie definicji. Pierwsza obejmuje te, które traktują wartość jako zjawisko o charakterze psychologicznym — to co zostało przez jednostkę zinternalizowane:

- element systemu przekonań jednostki o nienormatywnym, bądź jak twierdzą inni normatywnym, charakterze,
- przekonanie innych ludzi na temat stanu psychicznego, fizycznego lub działań jednostki uważanych za godne pożądania,
- przedmiot, który zaspokaja potrzeby jednostki,
- obserwowalne zachowania jednostki.

Definicje te pomijają takie czynniki — mające w stosunku do jednostki charakter zewnętrzny — jak oddziaływanie społeczeństwa i kultury.

¹ Spośród literatury rodzimej wymienić można: F. Znaniecki, *Zagadnienie wartości w filozofii*, Warszawa 1920; S. Ossowski, *Z zagadnień psychologii społecznej*, Dzieła, t. 3, Warszawa 1967; J. Trębicki, *O wartościach życia i kultury*, Warszawa 1964; K. Kotłowski, *Filozofia wartości a zadania pedagogiki*, Wrocław 1968; C. Matusewicz, *Psychologia wartości*, Warszawa 1975; H. Buczyńska-Garewicz, *Uczucia i rozum w świecie wartości. Z historii filozofii wartości*, Wrocław 1975; S. Jałowiecki, *Struktura systemu wartości. Studium zróżnicowania międzygeneracyjnego*, Warszawa 1978; *Wartości a sposób życia. Materiały z Ogólnopolskiego Zjazdu Filozoficznego*, Wrocław 1979; *Młódzież a wartości*, red. H. Świada, Warszawa 1979.

Drugą kategorię definicji, o charakterze socjologicznym, cechuje zinstytucjonalizowanie wartości przez grupy społeczne:

— przedmioty i przekonania o nienormatywnym charakterze, determinujące względnie podobne przeżycia psychiczne i działania jednostek-członków grup społecznych,

— przekonania rozpowszechnione w grupie społecznej, określające godne požądania sądy i zachowania członków tej grupy,

— przekonania określające godne požądania cechy poszczególnych grup społecznych lub społeczeństwa jako całości.

Nie obejmują one natomiast zjawisk natury kulturowej i psychologicznej, względnie niezależnych od istniejących w danym społeczeństwie podziałów społecznych. Z kolei trzecia kategoria definicji wartości, o charakterze kulturowym, traktuje je jako zjawiska możliwie zewnętrzne wobec jednostek:

— powszechnie akceptowane sądy egzystencjalno-normatywne (orientacje wartościujące),

— rozpowszechnione w danym społeczeństwie przekonania, określające godne požądania sądy i zachowania członków tego społeczeństwa,

— przekonania na temat systemu wartości i norm, uważanego za godny požądania dla danego społeczeństwa².

Wartości w tym ujęciu odwołują się mniej do sądów poszczególnych jednostek, natomiast dotyczą raczej tego, co jest powszechnie uznawane w danym społeczeństwie.

Podjęta przez M. Misztal próba — a wcześniej było ich wiele, np. C. Matuszewicza, S. Jałowickiego — wskazuje, iż najogólniejszy podział przebiega jednak między tymi, którzy utożsamiają wartości z przedmiotami lub ich cechami (reprezentanci stanowiska obiektywistycznego) a tymi, którzy traktują wartości jako zjawiska świadomości (subiektywiści). Analizując różne sposoby rozumienia pojęcia wartości poszukiwaliśmy takiej definicji, która byłaby przydatna w badaniach empirycznych prowadzonych na podstawie techniki ankiety. Za taką uznaliśmy propozycję J. Szczepańskiego nazywającego wartością

...dowolny przedmiot materialny czy idealny, ideę lub instytucję, przedmiot rzeczywisty czy wymagowany, w stosunku do którego jednostki lub zbiorowości przyjmują postawę szacunku, przypisują mu ważną rolę w swoim życiu, i dążenie do jego osiągnięcia odczuwają jako przymus³.

Definicja ta jest po części ujęciem psychologicznym — orientacja na jednostkę; występuje tu też typowa dla ujęć socjologicznych orientacja na społeczeństwo; mieści też w sobie element przeżycia pozytywnego —

² M. Misztal, *Problematyka wartości w socjologii*, Warszawa 1980, s. 13—47.

³ J. Szczepański, *Elementarne pojęcia socjologii*, Warszawa 1963, s. 54.

„ważna rola w życiu”. Taki sposób rozumienia pojęcia wartości spełnia nasze oczekiwania, gdyż jest przekładalny na język konkretnych badań, a jednocześnie stanowi dobry punkt wyjścia do wyjaśnienia stwierdzonych prawidłowości.

U podstaw hierarchizowania wartości leży konieczność ich porównywania. Dlatego też chcielibyśmy w tym miejscu przynajmniej zasygnalizować problem klasyfikacji wartości. Powszechnie stosowana jest skala wartości uznawanych i odczuwanych.

Sądzę — pisał S. Ossowski — że uznajemy wartości przedmiotu wtedy, gdy w naszym przekonaniu przedmiot ten powinien być odczuwany jako wartość, czyli powinien być dla nas istotnie atrakcyjny (albo — jeżeli nie ograniczymy swoich rozważań do wartości dodatnich — powinien być dla nas istotnie atrakcyjny lub istotnie repulsyjny)⁴.

Cytowany wyżej autor rozróżniał wartości-cele oraz wartości-środki; zbliżone do tego rozumienie posiada teoretyczny podział wartości na autoteliczne i instrumentalne. Podobnych, dychotomicznych sposobów klasyfikowania wartości jest o wiele więcej: wartości społeczne-indywidualne, aktywne-kontemplacyjne, altruistyczne-egoistyczne. Kryteria takich podziałów mogą być bardzo różne — oprócz treści występuje stopień ogólności czy też intencja. Nie ulega wątpliwości, iż najłatwiej jest hierarchizować te wartości, które są porównywalne, a zarazem nie wchodzą we wzajemny konflikt — wymaga to od człowieka podejmowania decyzji, konkretnego wyboru. Można również, przy zachowaniu pewnych rygorów, tworzyć wspólną hierarchię wartości niewspółmiernych, konfliktowych⁵. Porównywalności takich wartości dokonuje się poprzez poszukiwanie bądź jakiegoś wspólnego mianownika (dążenie do obiektywizmu), bądź może być stwierdzana bezpośrednio przez badanych (charakter subiektywny). Miejsce poszczególnych wartości w hierarchii wyznacza się w wyniku ustalenia wzajemnych relacji podrzędności i nadrzędności. Najczęstszym sposobem określenia tej relacji jest odwołanie się do liczby wyborów — na najniższych piętach znajdują się te, dla których jednostki lub całe grupy zdolne są poświęcić pozostałe. Jednakże hierarchia w postaci powiązań wyłącznie pionowych — gdy jedne wartości dominują nad pozostałymi — stanowiąca układ liniowy, nie wyczerpuje wszystkich możliwości. Sprowadzając rzecz do rozwiązań modelowych możemy mówić również o powiązaniach wyłącznie poziomych — w tym przypadku brak relacji nad- i podrzędności między poszczególnymi wartościami czy ich typami (szczególnie dotyczy to wartości niewspółmiernych) — występują wtedy układy szeregowe; jak i o powiązaniach mieszanych — jednoczesne

⁴ S. Ossowski, op. cit., s. 73.

⁵ Ibid., s. 72. Por. M. Misztal, op. cit., s. 80—81.

istnienie układów pionowych oraz poziomych — oś takiej struktury będzie jeszcze inna⁶.

Bazę materiałową naszych rozważań stanowi ankieta pocztowa skierowana do całego rocznika młodzieży (z rejonu toruńskiego i włocławskiego), stanowiącego przedmiot dwunastoletnich badań podłużnych. Przeprowadzona w latach 1978—1979 piąta seria badań objęła osoby liczące, przeciętnie rzecz biorąc, 21 lat⁷. Spośród odesłanych i w sposób zadowolający wypełnionych do analiz zakwalifikowano 1847 kwestionariuszy.

Interesująca nas część ankiety ogranicza się głównie do jednego pytania, które brzmi następująco: „Ludzie cenią różne wartości. Prosimy wybrać z podanych poniżej — w kolejności alfabetycznej — pięć rzeczy najbardziej cennych (i zaznaczyć je liczbami 1, 2, 3, 4, 5) oraz tyleż samo najmniej cennych (oznaczając je literami A, B, C, D, E)”. Dalej wymienionych było 21 następujących wartości funkcjonujących w naszym obszarze kulturowym: ambicja, czyste sumienie, harmonia seksualna, honor, miłość bliźnich, pieniądze, praca, przygoda, poczucie użyteczności, przyjaźń, rodzina, sława, spokój i bezpieczeństwo, sukces, twórczość, udział w czymś wielkim, walka z wszelkim złem społecznym, władza, wykształcenie, zbawienie wieczne oraz życie wygodne i łatwe. Jest to pytanie zamknięte, dlatego możliwości decyzji podejmowanych przez respondentów ograniczone są do tego zakresu. Podstawą przy układaniu kafeterii propozycji była jednak dość znaczna liczba zastanych badań empirycznych nad wartościami życiowymi młodzieży polskiej⁸.

Pytanie zmierzające wprost do uchwycenia deklaracji młodzieży odnośnie do różnych wartości wymagało wykonania dwóch różnych zadań: pierwsze polegało na wyborze — w sytuacji ilościowego ograniczenia — wartości najbardziej cennych, natomiast drugie na wskazaniu najmniej cennych, możliwych do odrzucenia. Taka konstrukcja wymagała od badanych pewnego wysiłku myślowego (zrozumieć instrukcję i wykonać polecenia) oraz prowokowała do przemyślanych odpowiedzi, a nie dokonywania mechanicznych podkreśleń. Powstały w ten sposób dwie dość precy-

⁶ S. Jałowicki, op. cit., s. 38—39.

⁷ Pełniejsza charakterystyka terenu i badanej zbiorowości przedstawiona jest m.in. w pracach: Z. Kwieciński, *Środowisko a wyniki pracy szkoły*, Warszawa 1975; tenże, *Drogi szkolne młodzieży a środowisko*, Warszawa 1980; R. Borowicz, *Plany kształceniowe i zawodowe młodzieży oraz ich realizacja*, Warszawa 1980.

⁸ *Młodzież epoki przemian. Z badań polskich socjologów*, red. R. Dyoniziak, Warszawa 1970; M. Kozakiewicz, *Paradoksy młodzieżowe*, Warszawa 1970; B. Weber, *Młodzież a współczesne wzory wychowawcze*, Z badań nad młodzieżą wiejską, z. 10, Warszawa 1971; W. Adamski, *Młodzież i społeczeństwo*, Warszawa 1976; *Młodzież w procesie przemian*, red. A. Jawłowska, B. Gotowski, Warszawa 1977.

zyjne hierarchie wartości (niektórzy respondenci nie wykorzystywali wszystkich pięciu możliwości, znaleźli się i tacy, co przekraczali tę liczbę). Przy opracowywaniu zebranego materiału nie interesowała nas ścisła hierarchia — wyrażona poprzez rangę oznaczenia liczbowego bądź literowego — lecz sam fakt zaliczenia danej wartości do grupy szczególnie preferowanych bądź możliwych do odrzucenia.

Konstruując wymieniony wyżej zestaw wartości kierowaliśmy się tym, aby sformułowania miały charakter w miarę ogólny (stąd praca, rodzina, wykształcenie itd.) licząc na to, iż ich bliższe rozumienie może być wyjaśnione poprzez jednoczesne wskazanie innych wartości. Uznanie np. wykształcenia za wartość najbardziej cenną — samo w sobie — niewiele nam mówi, gdyż nie wiemy, jaką treść przypisuje dany respondent pojęciu (traktuje je instrumentalnie czy autotelicznie, jest to w danym przypadku wartość społeczna czy indywidualna; musielibyśmy ponadto odróżnić wykształcenie ogólne od specjalistycznego i każde z nich poddać ocenie). Chcąc uniknąć kłopotów tego rodzaju, które ze względu na zasadniczy cel badań wydawały się nie do przewidzenia uznaliśmy, że równie wiele dowiemy się o konkretnej osobie, gdy obok wykształcenia wybierze ona jako najcenniejsze np. poczucie użyteczności, sławę, twórczość oraz udział w czymś wielkim. Dysponując tymi informacjami (a równocześnie zestawem wartości możliwych do odrzucenia) możemy pokusić się o określenie stopnia spójności w danym przypadku. Pewne wątpliwości budzić może wymienienie przez nas obok siebie takich wartości jak zbawienie wieczne i rodzina; pierwsza jest wartością odległą, druga — o czym świadczy wiek badanych — bliską. Uważamy jednak, iż można tak postępować, gdyż całą zbiorowość młodzieży, jako kategorię społeczną, charakteryzuje podobne położenie życiowe. Dalsze problemy związane są z rozumieniem takiej wartości jak przygoda przez kobiety oraz przez mężczyzn. Kulturowe podłoże wskazuje, że pojęciu temu przypisywane są odmienne treści, a więc i stosunek do tejże wartości może być odmienny. Wszystko to jest zaledwie drobną ilustracją trudności, które sobie uświadomiamy, ale których nie udało nam się przewyciężyć do końca, na co w poważnym stopniu wpływa zastosowana technika oraz liczebność badanej populacji.

Spośród wartości możliwych do wyboru najczęściej młodzieży do najbardziej cennych zaliczyło: rodzinę — 67,1% wskazań, następnie pracę — 59,0% i ambicję — 54,3%. Dalsze miejsca zajmują, wymienione przez około 40% badanych, takie wartości jak: przyjaźń, poczucie użyteczności oraz honor. Dopiero po nich — co może być pewnym zaskoczeniem — następuje wykształcenie. We wcześniejszych badaniach empirycznych nad wartościami dominującymi wśród młodzieży wykształcenie (ogólne i zawodowe) lokowało się nieco wyżej w hierarchii. Obok tych central-

nych wartości widzimy inne, zdecydowanie peryferyjne jeżeli chodzi o liczbę wyborów. Na drugim krańcu powstałej skali znajdują się takie wartości jak: władza, sława, życie wygodne i łatwe, wskazane przez kilka procent młodzieży. Z kolei na drugiej skali — wśród wartości najmniej znaczących — najczęściej wymieniane są trzy: życie wygodne i łatwe, sława, następnie władza — każda przez około $\frac{3}{4}$ naszych respondentów. Najmniejszy odsetek za możliwe do odrzucenia uważa takie wartości jak: rodzina, praca, przyjaźń, honor, ambicja, miłość bliźniego, poczucie użyteczności, czy też czyste sumienie.

Rysuje się tutaj problem wzajemnych powiązań między tymi skalami. Z tab. 1 wynika, iż pomiędzy hierarchią wartości cenionych najbardziej

Tabela 1
Hierarchia wartości młodzieży

Wartości	Najbardziej cenione		Najmniej cenione	
	% wskazań	ranga	% wskazań	ranga
Rodzina	67,1	1	1,4	21
Praca	59,0	2	1,9	20
Ambicja	54,3	3	3,8	17
Przyjaźń	44,7	4	2,1	19
Poczucie użyteczności	40,1	5	4,2	15
Honor	39,2	6	2,9	18
Wykształcenie	34,5	7	10,5	13
Czyste sumienie	33,3	8	5,7	14
Miłość bliźniego	22,1	9	3,9	16
Pieniądze	18,8	10	35,5	5
Spokój i bezpieczeństwo	17,7	11	17,6	10
Walka ze złem społecznym	16,8	12	11,7	12
Harmonia seksualna	11,8	13	16,9	11
Zbawienie wieczne	7,5	14	43,7	4
Przygoda	6,9	15	33,9	7
Twórczość	6,4	16	17,7	9
Udział w czymś wielkim	5,9	17	34,2	6
Sukces	5,6	18	19,5	8
Życie wygodne i łatwe	3,1	19	88,6	1
Sława	1,0	20—21	72,6	2
Władza	1,0	20—21	71,5	3

a hierarchią wartości odrzucanych istnieje zbieżność świadcząca o pewnej konsekwencji w poglądach młodzieży. Wyraża się ona tym, że wartości mające najwyższy wskaźnik akceptacji (rodzina, praca) są — w całej masie młodzieży — bardzo rzadko odrzucane. I odwrotnie, te które charakteryzuje minimalny zasięg wyborów pozytywnych (władza, sława, ży-

cie wygodne i łatwe), są przez zdecydowaną większość uznane za najmniej cenne, możliwe do odrzucenia. Nie możemy na tej podstawie twierdzić, że hierarchia wartości najbardziej cenionych jest prostym odwróceniem hierarchii wartości możliwych do odrzucenia przez młodzież, jednak ogólna prawidłowość dostrzegalna w tych dwóch układach rang wskazuje na taką tendencję. Uwagę zwraca również to, iż młodzież postawiona w sytuacji ograniczonego wyboru (spośród 21 propozycji mogła wskazać tylko 10) do pewnych wartości ustosunkowywała się bardzo często — niezależnie od tego czy zaliczała je do najbardziej cennych, czy też do najmniej cennych — i są to z reguły te, które zajmują pierwsze lub ostatnie miejsca w układzie rangowym; są też pewne wartości (sukces, twórczość, miłość bliźniego), które przez $\frac{3}{4}$ badanych zostały pominięte.

Porównując wartości najbardziej cenione przez kobiety i mężczyzn widzimy kilka charakterystycznych różnic. Mężczyźni częściej wskazują na ambicję — 59,9% (kobiety — 49,0%), honor — 46,3 (kobiety — 32,5%), czy też przygodę — 10,3% (kobiety — 3,7%). Z kolei kobiety większą wagę przywiązują nie tylko do takich wartości, jak spokój i bezpieczeństwo, rodzina, ale również do pracy czy poczucia użyteczności. Analizując hierarchię wartości możliwych do odrzucenia widzimy, że kobiety częściej wskazują tutaj na władzę — 73,4% (mężczyźni — 63,0%) oraz przygodę — 40,7% (mężczyźni — 26,8%), natomiast znacznie rzadziej niż mężczyźni decydują się na rezygnację z takiej wartości jak zbawienie wieczne — 38,2% (mężczyźni — 49,7%), czy spokój i bezpieczeństwo — 13,8% (mężczyźni — 21,8%).

Znaczne różnice w hierarchiach wartości życiowych młodzieży dostrzegamy analizując zarówno pewne cechy rodziny pochodzenia (poziom wykształcenia głowy rodziny, pochodzenie społeczno-zawodowe, miejsce zamieszkania), jak i cechy osiągniętego przez nich samego statusu społecznego (poziom i typ wykształcenia, zdobyty zawód, pełnienie roli społecznej pracownika, ucznia bądź pozostawanie poza pracą i nauką).

We wszystkich reprezentowanych licznie (możliwość przeprowadzenia analizy statystycznej) kategoriach pochodzenia społeczno-zawodowego, w hierarchii wartości szczególnie cenionych, na czele znajduje się rodzina. Jednak już dalej w układzie rangowym, dotyczy to zarówno robotników niewykwalifikowanych i kwalifikowanych oraz chłopów, widzimy pracę, następnie ambicję. Natomiast wśród młodzieży inteligentkiej na drugim miejscu znajduje się poczucie użyteczności, dalej przyjaźń; wśród pochodzących z rodzin pracowników umysłowych przyjaźń oraz ambicja. Warto tutaj dodać, iż na taką wartość jak rodzina znacznie częściej wskazuje młodzież wywodząca się z rodzin robotniczych (niewykwalifikowani — 69,9%, kwalifikowani — 67,0%) lub chłopskich (69,6%), niż inteligentkich (56,0%). Podobnie rzecz się ma z pracą jako wartością —

najsilniej ceni ją młodzież chłopska (67,5%), dalej robotnicza (niewykwalifikowani — 66,2%, kwalifikowani — 60,6%), pochodząca z rodzin pracowników umysłowych (51,2%), najmniej inteligentka (37,5%), czy ambicją — wskazuje na nią 62,0% osób pochodzenia robotniczego (bez specjalistycznych kwalifikacji) i tylko 34,8% z rodzin inteligentkich. Jest to prawidłowość dość wyraźna i charakterystyczna, a przypomnijmy — dotyczy wartości zajmujących trzy pierwsze miejsca w hierarchii. Z kolei młodzież wywodząca się z rodzin o najwyższym statusie społecznym znacznie silniej preferuje takie wartości, jak: twórczość (inteligencja — 21,4%, pracownicy umysłowi — 11,0%, robotnicy kwalifikowani — 5,7%, robotnicy niewykwalifikowani — 2,4%, chłopi — 1,3%) oraz przygoda (inteligencja — 17,0%, pracownicy umysłowi — 7,8%, robotnicy kwalifikowani — 6,8%, robotnicy niewykwalifikowani — 2,4% oraz chłopi — 4,9%). Wynika stąd, iż jedne grupy młodzieży (robotniczej, chłopskiej) orientują się silniej na wartości podstawowe — rodzina, praca, inne zaś na wartości wyższego rzędu — twórczość, przygoda. Prawidłowość ta może być skutkiem różnych warunków w jakich wychowywała się młodzież.

Dobry diagnostycznie czynnik — syndrom cech ukazujących warunki kulturalne rodziny — stanowi poziom wykształcenia. Analizując rozkłady wartości najbardziej cenionych przez młodzież wywodzącą się z rodzin o różnym poziomie wykształcenia ojców dostrzegamy tendencje podobne do wyżej opisanych. Wartości zajmujące pierwsze trzy miejsca w układzie rangowym są najsilniej preferowane przez młodzież z rodzin o niższych poziomach wykształcenia: rodzina — niepełne podstawowe — 70,2%, wyższe — 55,5; praca — niepełne podstawowe — 68,4, wyższe — 34,8; ambicja — analogiczny układ — 61,4 oraz 36,8 punkta procentowego. Młodzież pochodząca z rodzin, gdzie ojciec ma wykształcenie powyżej średniego, znacznie silniej niż pozostała ceni takie wartości jak: harmonia seksualna, przygoda, sukces, udział w czymś wielkim, czy twórczość (np. twórczość do rzeczy najcenniejszych zaliczyło 2,6% respondentów z niepełnym podstawowym wykształceniem ojca, 2,0% z podstawowym, 6,9% z niepełnym średnim — zasadniczym zawodowym, 8,8% z pełnym średnim, 11,1% z niepełnym wyższym — pomaturalnym oraz 21,3% z wyższym).

Znaczącą rolę w procesie kształtowania świadomości i osobowości młodzieży odgrywa środowisko lokalne (nieznaczna większość badanej przez nas młodzieży mieszka w miastach — centrach rejonów, natomiast co trzecia osoba wychowała się na wsi i tam pozostaje nadal; inni mieszkają w małych miastach). Znajduje to swoje odzwierciedlenie również w hierarchii preferowanych wartości. Młodzież wiejska znacznie bardziej ceni takie wartości jak praca (67,0%, natomiast małomiasteczkowa — 62,6%,

wielkowiejska — 52,8%), ambicja (analogicznie: 62,6%, 52,7% oraz 49,3%). Natomiast mieszkańcy dużych miast częściej wskazują na poczucie użyteczności (45,7%, miasteczka — 32,9%, wieś — 32,2%) oraz twórczość (9,0%, miasteczka — 5,8%, wieś — 2,8%).

Spójrzmy z kolei na znaczenie kilku czynników charakteryzujących położenie społeczne, które badani osiągnęli. Większość młodzieży (53,9%) pracuje już zawodowo. Z danych dotyczących struktury zatrudnienia wynika, iż $\frac{1}{3}$ stanowią wśród nich pracownicy umysłowi (głównie administracyjno-biurowi), $\frac{1}{4}$ pracuje w sferze usług, a więcej niż $\frac{1}{5}$ to robotnicy. Drugą, liczną grupę stanowi młodzież ucząca się (28,0%), głównie w szkołach wyższych. Pozostały, znaczny odsetek (18,1%), stanowi „młodzież luźna”, tj. nie ucząca się i nie pracująca zawodowo. Wszystkie te grupy, spośród możliwych do wyboru wartości, na pierwszym miejscu stawiają rodzinę. Później pojawiają się już znaczne rozbieżności. Wśród młodzieży uczącej się do najcenniejszych wartości należą: poczucie użyteczności, przyjaźń, praca oraz wykształcenie. Natomiast młodzież pracującą oraz pozostającą poza pracą i nauką charakteryzuje podobny układ rangowy: praca, ambicja, przyjaźń i honor. Już na tej podstawie możemy mówić o tym, iż podstawowa różnica przebiega na linii: młodzież ucząca się — pozostała. Znajduje to również swoje potwierdzenie w analizie wartości zajmujących dalsze pozycje w hierarchii. Dotyczy to zarówno twórczości (uczący się — 13,2%, pracujący — 3,0%, „luźni” — 6,3%), zbawienia wiecznego (wskaźniki w analogicznej kolejności: 12,4%, 5,3% oraz 6,6%), czy udziału w czymś wielkim (9,5%, 4,3% i 5,1%). Podobnie rzecz się ma z wartościami możliwymi do odrzucenia, gdzie młodzież ucząca się w odróżnieniu od dwóch pozostałych grup, częściej wskazuje na pieniądze, władzę oraz ambicję; rzadziej decyduje się na rezygnację z sukcesu, czy harmonii seksualnej (por. tab. 2).

Symptomatyczne są również różnice między młodzieżą o różnym poziomie wykształcenia. Sprawdzają się one — najogólniej rzecz biorąc — do tego, że młodzież, która posiada wykształcenie średnie, bardziej ceni takie wartości, jak: wykształcenie, poczucie użyteczności, spokój i bezpieczeństwo, czy zbawienie wieczne; natomiast osoby kończące edukację szkolną wcześniej, silniej preferują pieniądze oraz ambicję. Również na skali wartości możliwych do odrzucenia ta ostatnia grupa młodzieży znacznie częściej wskazuje na wykształcenie, a następnie na twórczość. Zastosowanie klasyfikacji bardziej szczegółowej wskazuje, że w środowisku młodzieży najbardziej wyróżniają się absolwenci liceum ogólnokształcącego. Znacznie bardziej niż inne grupy ich rówieśników cenią twórczość — 14,2% (wskaźnik procentowy dla uczniów szkół policealnych wynosi 5,4, dla absolwentów liceów zawodowych — 4,2, dla techników — 5,7, absolwentów zasadniczych szkół zawodowych — 2,2 oraz szkół podstawowo-

Tabela 2
Hierarchia wartości różnych grup młodzieży

Wartości	Najbardziej cenione (% wskazań)			Najmniej cenione (% wskazań)		
	mi. uczą- ca się	pracująca	„luźna”	mi. uczą- ca się	pracująca	„luźna”
Ambicja	35,2	63,1	58,1	7,9	1,9	3,0
Czyste sumienie	29,6	34,8	34,7	5,6	4,9	8,1
Harmonia seksualna	13,5	11,3	10,8	12,0	18,2	20,9
Honor	33,8	41,9	39,8	1,2	3,7	3,0
Miłość bliźniego	23,6	21,3	22,5	5,4	3,2	3,6
Pieniądze	17,8	19,9	17,4	41,6	33,1	33,2
Praca	47,2	64,2	62,0	1,0	2,1	2,7
Przygoda	9,3	5,7	6,6	33,1	33,3	37,4
Poczucie użyteczności	50,3	36,5	35,0	3,1	4,3	5,7
Przyjaźń	49,9	42,9	42,2	1,9	2,3	1,5
Rodzina	65,9	69,0	63,2	1,4	1,4	1,5
Sława	1,2	1,0	0,6	74,5	72,2	70,9
Spokój i bezpieczeństwo	21,1	16,3	17,1	14,3	19,0	18,9
Sukces	6,4	4,7	6,9	14,9	21,2	21,8
Twórczość	13,2	3,0	6,3	14,5	20,0	15,9
Udział w czymś wielkim	9,5	4,3	5,1	32,7	35,6	32,3
Walka ze złem społecznym	17,0	15,5	20,3	11,2	11,4	13,2
Władza	1,2	0,7	1,5	83,9	67,2	65,3
Wykształcenie	38,1	32,0	36,2	9,1	11,1	11,1
Zbawienie wieczne	12,4	5,3	6,6	39,8	45,4	45,5
Życie wygodne i łatwe	2,9	3,4	2,7	90,9	88,8	84,4

wych — 1,6), udział w czymś wielkim — 9,4% (podczas gdy spośród absolwentów liceów zawodowych wskazuje ją 3,3, zaś zasadniczych szkół zawodowych 3,6), sukces, przygodę i harmonię seksualną. Odbywa się to kosztem następujących wartości: ambicja — 37,3% (szkoły policealne — 50,0%, licea zawodowe — 59,3%, technika — 54,2%, zasadnicze szkoły zawodowe — 66,5%, szkoły podstawowe — 63,9%), praca — 47,8% (np. szkoły policealne — 65,2%, zasadnicze zawodowe — 67,7%, a podstawowe — 59,0%), honor — 30,4% (gdy policealne — 39,1, zasadnicze — 44,9, podstawowe — 50,8). Trudno na tej podstawie dojść do przyczyn. Można ich upatrywać bądź w specyfice szkoły tego typu i różnice w orientacji młodzieży na podstawowe wartości traktować jako szeroko rozumiany efekt pracy liceum, bądź w odmienności (intelektualnej, społecznej) młodzieży podejmującej naukę w szkołach ogólnokształcących.

Spójrzmy jeszcze na zależność między hierarchią wartości a kwalifikacjami zawodowymi zdobytymi w szkole. Spośród wyróżnionych przez nas grup zawodowych np. absolwenci średnich szkół medycznych (pielęgniarki i technicy medyczni) posiadają podwyższony wskaźnik takich

wartości, jak: poczucie użyteczności — w stosunku do średniej dla całej populacji o blisko 14 punktów procentowych, rodzina — o 9 punktów, ambicja — 7, spokój i bezpieczeństwo — 7, czy walka ze złem społecznym — ok. 6 punktów, wyraźnie zanizony natomiast jeżeli chodzi o pieniądze — prawie 15 oraz przygodę — ponad 5 procent. Zatrudnionych w indywidualnym sektorze rolnictwa charakteryzują podwyższone pozycje w zakresie (podajemy poczynając od różnic najsilniejszych): pracy, ambicji, czystego sumienia oraz rodziny; zanizone są rangi takich wartości jak: przygoda, twórczość czy udział w czymś wielkim.

*
* *

Przedmiot naszych rozważań stanowiły wartości młodego pokolenia Polaków. One stały się punktem wyjścia do rozważań nad hierarchiami tego, co najbardziej cenione oraz tego, co możliwe do odrzucenia. Przeprowadzone badania empiryczne potwierdziły dominację takich wartości jak: rodzina, praca czy wykształcenie. Powstałe skale wartości wskazują na dominujące znaczenie orientacji młodzieży na małą stabilizację. Uwagę zwrócić należy jednak na wysokie lokaty następujących wartości — każdą wskazał niemal co drugi respondent — poczucie użyteczności, honor, ambicja. Zarówno procent wyborów poszczególnych wartości, jak również układ rangowy różnicują warunki, w jakich wychowywały się wyróżnione grupy młodzieży; podobne znaczenie odgrywiają czynniki charakteryzujące status społeczny osiągnięty przez badaną młodzież. Przedstawione wyżej konkretne wartości stały się dla nas podstawą do dalszych poszukiwań, do konstruowania systemu wartości młodzieży.

THE STRUCTURE OF VALUES SHARED BY YOUTH

(Summary)

At the heart of the considerations here presented there is a definition recognizing as a value any material or ideal object, in respect of which an individual or collective group adopts an attitude of recognition and strives to achieve, embody or realise it.

The substance of the paper is based on a postal inquiry carried out in the years 1978—1979 on a sample of 1847 persons, each 21 years old. From among a list of 21 values the respondents were to choose their five highest values and a same number of the lowest. The hierarchy of values as preferred by young people stands as follows: family (67% of the respondents), work (59%) and ambition (54%). Next on the list come, indicated by about 40%, such values as friendship, sense of usefulness and honour. Apart from these central values there are others, definitely of

secondary importance: power, fame, a comfortable and easy life. Then, among the rejected values most frequently cited are the following: a comfortable and easy life, fame, power — each indicated by 75% respondents; the least often here cited are family, work, friendship, honour, ambition. It turns out that there is a considerable convergence between the hierarchy of values most respected and those most likely to be rejected. Considerable differences among the hierarchies of live values shared by young people can be noticed when we analyse features of the family background (parents' educational level, socio-vocational background, the place of residence) as well as the social status achieved by the respondents (the level and type of education, vocation, whether one takes the role of worker, student or stays outside work and school).