

## „KLASYCZNE” I WSPÓŁCZESNE PODEJŚCIA DO WARTOŚCI W PSYCHOLOGII

### „CLASSIC” AND CONTEMPORARY APPROACHES TO VALUES IN PSYCHOLOGY

**Abstract.** The article presents selected models and typologies of values, known for several decades, as well as new proposals. The views on values formulated by Allport, Rokeach, Schwartz, Liebrand and one of the latest proposals of typology, namely the functional approach of Gouveia, were discussed in a synthetic way. The relationship between values and motivational processes and their changes conditioned by socio-economic transformations were indicated.

**Key words:** value, type of values, models

## Wprowadzenie

Problematyka wartości zajmuje przedstawicieli wielu dyscyplin nauki i sztuki, wśród których są psychologowie, filozofowie, socjologowie, etycy, ekonomiści, pedagodzy, artyści, architekci i inni. Zainteresowanie badaczy problematyką wartości ma wielowiekową historię, jednak psychologowie wkroczyli w ten obszar stosunkowo niedawno a to przede wszystkim ze względu na „młodość” tej dyscypliny. Choć prace psychologów poświęcone wartościom są silnie zakorzenione w filozofii i religii, to teorie i modele przez nich wykreowane mają znamiona niezależności. Jest to, przynajmniej częściowo, efekt dążenia psychologów do weryfikacji empirycznej wytworzonych konstruktywów teoretycznych. Jednak nadmierne oderwanie się od wiedzy teologów i etyków na temat wartości może zagrażać utratą cennych ustaleń przez nich poczynionych, w tym tych o statusie ponadczasowym. Toteż współczesne badania psychologiczne nad wartościami starają się uwzględnić perspektywę filozoficzną i religijną (Maio, 2017). Takie podejście uwrażliwia badaczy na możliwość zmian wartości w czasie historycznym i w dynamicznym współczesnym kontekście ekologicznym – uwrażliwia na zmiany wartości w biegu życia jednostek i ich zróżnicowanie. Występowanie wspomnianych zmian i różnic

potwierdzają wyniki niektórych badań nad młodzieżą i dorosłymi (p. Pilarska, Liberska, 2017).

## Rozumienie wartości

Pojęciu wartości nadaje się stosunkowo szerokie znaczenie i definiuje się je jako przekonania będące podstawą norm etycznych i zasad postępowania oraz wzorców zachowania przyjętych w danej społeczności czy kręgu kulturowym.

Wartość uznaje się również za poznawczą reprezentację celu o określonej ważności dla podmiotu, która jest relatywnie niezmienna (por. Schwartz, 2006, Schwartz i in., 2012).

Traktowane są również jako stosunkowo stałe przekonania dotyczące słuszności określonych sposobów postępowania bądź jako cel życia obrany ze względu na jego atrakcyjność dla podmiotu (por. Rokeach, 1973).

Jedna z bardziej rozbudowanych definicji głosi, że wartości są to „przekonania o pożądanym stanie docelowym lub zachowaniach, które wykraczają poza specyficzne sytuacje, kierują wyborami i ocenami (zdarzeń, zachowań) oraz są uporządkowane według względnej ważności” (Wojciszke, 2012, s. 546).

W literaturze przedmiotu zwraca się uwagę nie tylko na aspekt poznawczy wartości ale także na ich aspekt motywacyjny. J. Ciecuch (2013, s. 52) podaje dwie definicje wartości: zgodnie z pierwszą definicją „wartości są reprezentacjami poznawczymi motywacyjnych celów” a druga głosi, że „wartości są motywacyjnymi celami, dla których wykształciły się reprezentacje poznawcze”.

Pojęcie wartości jest bliskie treściowo pojęciu „orientacja wartościująca”, które do literatury specjalistycznej wprowadzili C. Kluckhohn i A.L. Kroeber (1952). Te dwa pojęcia nie są jednak tożsame. Orientacja wartościująca jest definiowana jako „siatka połączeń wartości i sądów egzystencjalnych, a nawet więcej, bo elementów egzystencjalnych” (Matusewicz, 1975, s. 43) kształtująca się w określonym kontekście społeczno-kulturowym. W analizach dymensji orientacji wartościujących przyjmuje się różne kryteria: modalności, treści, intuicyjności, ogólności, intensywności, wyrazistości, zakresu i organizacji (Pilarska, Liberska, 2017).

## Fundamentalne modele wartości w psychologii

Największą siłą oddziaływania na sposób pojmowania wartości i na badania nad wartościami mają prace Gordona W. Allporta, Milтона Rokeacha, Wima Liebranda i Charlesa McClintocka oraz Shaloma Schwartza. Jedną z najnow-

szych propozycji typologii w psychologii wartości jest podejście funkcjonalne Valdineya Veloso Gouveia.

### **Model wartości Gordona W.Allporta**

Gordon W. Allport interesował się przede wszystkim osobowością człowieka. Opisał osobowość jako zindywidualizowaną strukturę cech, która określa motywację jednostki do obierania kierunku aktywności, sposobu postępowania, przeżywanych emocji i poglądów ujawnianych w różnych sytuacjach (Hall, Lindzey, 2001). Uznaje się go też za autora pierwszej, dobrze znanej, próby opisanie i pomiaru wartości osobistych (personalnych) w pracy „*Study of Values*” (Allport, Vernon i Lindzey, 1970). Zaproponowany przez niego sposób pomiaru wartości nawiązywał do prac Eduarda Sprangera (1928) (za: Maio, 2017). Stworzony przez Allporta kwestionariusz do pomiaru wartości zawiera 45 itemów wymagających od osoby badanej dokonania wyboru między oferowanymi przez nie opcjami. Przykładowo: Osoba badana jest proszona o wskazanie swej preferencji dotyczącej wykonywania zawodu: jest pytana czy chciałaby być bankowcem czy politykiem. W zestawie itemów są też takie, które wymagają wyobrażenia sobie przez osobę badaną, że jest zdolna do wykonywania obu ról, zawodów. Na podstawie odpowiedzi rozpoznawano jej zorientowanie na określone wartości osobiste. Nie badano uzdolnień ani dotychczas osiągniętych celów, ani przydatności do zawodu. W założeniu autora wybory dokonane przez badanego odzwierciedlają jego idealny cel życia (bądź orientację wartościującą). Jednak należy zaznaczyć, że są to wybory deklaratywne a nie rzeczywiste. Model wartości Allporta obejmował sześć typów wartości: społeczne, teoretyczne, ekonomiczne, estetyczne, polityczne i religijne. Każda z nich odnosi się do określonego typu przyszłej (potencjalnej) aktywności jaką badany może chcieć wykonywać w przyszłości.

Skoncentrowanie treści itemów na rolach zawodowych lub zajęciach związanych z różnymi zawodami przyczyniło się do popularyzacji narzędzia w środowisku psychologów, którzy wykorzystywali je częściej w badaniach nad motywacją do pracy i nad wyborami karier niż w badaniach wartości (p. Kopelman, Rovenpor, Guan, 2003). Model wartości propagowany przez Allporta znalazł też zastosowanie w badaniach eksperymentalnych nad osłabianiem obron psychologicznych (Crocker, Niiya, Mischkowski, 2008).

### **Typy wartości według Milтона Rokeacha**

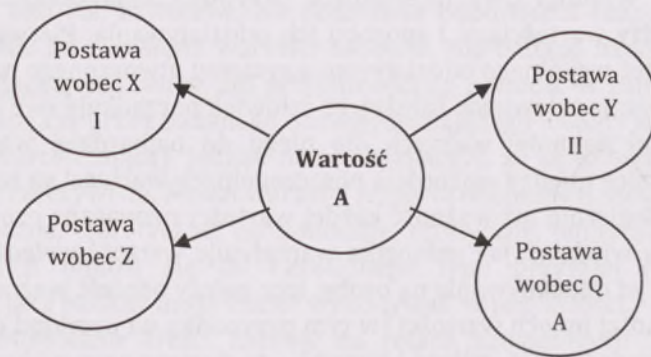
Milton Rokeach uważał, że wartości są to – jak wcześniej wspomniano – utrzymywane przez podmiot względnie stałe przekonania, które powstają w procesie wychowania. Dopuszczał możliwość zmiany wartości gdyż bywa, że w realnym życiu ludzie podejmują decyzje faworyzujące pewne wartości

„kosztem” innych wartości. Zatem system wartości może podlegać zmianom w wyniku decyzji jednostki. Rokeach rozróżniał wartości, które odnoszą się do sposobów działania – od wartości, które dotyczą stanów końcowych w egzystencji (end-states of existence). Pierwsza grupa wartości jest etykietowana jako wartości instrumentalne, a druga – jako terminalne. Wśród wartości instrumentalnych można wymienić opiekowanie się, dawanie, przebaczenie, pomaganie, pomocność, okazywanie uprzejmości a przykładami wartości ostatecznych (terminalnych – końcowych) mogą być wartości takie, jak: przyjemność, szacunek dla siebie, mądrość. Dane zgromadzone przez Rokeacha (1973) wskazują, że rangi przypisywane przez ludzi różnym wartościom wykazują względną stałość w okresie 18-tu miesięcy od pierwszego pomiaru. Silniejszą tendencją do stabilizowania się rang – wskaźników ważności – odnotowano wśród wartości ostatecznych. Według niektórych badaczy nie ma wystarczających podstaw do rozróżnienia między tymi dwoma kategoriami wartości (Majo, 2017). Wiele wartości instrumentalnych można wyrazić w podobny sposób jak wartości ostateczne/terminalne i odwrotnie. Przykładowo: wartość terminalną „mądrość” można wyrazić w sposób charakterystyczny dla wartości instrumentalnych – jako akt osiągnięcia tego stanu lub działanie (mądre działanie).

Rokeach wysunął dwa interesujące przypuszczenia odnoszące się do związku między wartościami i sposobu ich oddziaływania. Pierwsze dotyczy łącznego czy też wspólnego oddziaływania systemu utworzonego przez wartości na zachowanie człowieka. Założył, że człowiek porządkuje swe wartości na continuum: od najmniej ważnych dla niego do najbardziej ważnych i to względne różnice między ważnością poszczególnych wartości są bardziej znaczące psychologicznie niż ważność każdej wartości rozważana osobno. Zatem nie wystarczy wiedzieć, jak jednostka wartościuje wartość *wolność* by wnioskować o sile jej oddziaływania na osobę, lecz należy odnieść ważność tej wartości do ważności innych wartości (w tym przypadku na przykład do wartości równość, sprawiedliwość, miłość i innych) – to dopiero pozwoli badaczowi na przewidywanie jej decyzji, wyborów i działań. Zabieg taki jest konieczny także i z tego powodu, że niezbyt często jesteśmy pod wpływem tylko jednej potrzeby, jednego motywu czy wartości. Na ogół nasze zachowanie jest „polimotywacyjne” i sterowane nie tyle przez jedną wartość – najważniejszą w danej sytuacji, co raczej przez system wartości powiązanych w sposób przedstawiony powyżej. Te założenia znalazły przełożenie na pomiar wartości zaproponowany przez Rokeacha, a mianowicie prosił on badanych o uporządkowanie wartości według subiektywnej ważności – porównanie rang im przypisanych pozwala na określenie stosunku ważności różnych wartości występujących w systemie danej osoby. Oznacza to zarazem, że badacz może wnioskować jedynie o relatywnych ważnościach wartości w systemie indywidualnym. Taka metoda pomiaru wartości jest nadal stosowana przez psychologów w anali-

zach ilościowych i jakościowych wyników badań nad wartościami (por. Tetlock, 1986, Ciecuch, Zaleski, 2011).

Druga ważna hipoteza sformułowana przez Rokeacha głosi, że wartości są centralne wobec pojęcia *ja* (*self-concept*). Od wartości zależy sposób w jaki człowiek pojmuje bądź definiuje siebie, postrzega i ocenia samego siebie. Wartości, zgodnie z takim podejściem, są przede wszystkim poznawczą komponentą postaw, w tym postawy wobec własnej osoby. Wartości jako komponenta poznawcza postawy (inaczej: przekonanie) są w stanie oddziaływać na zachowanie człowieka w wielu sytuacjach. Oddziaływanie wartości nie jest specyficzne gdyż postawy tworzą powiązane konstrukcje i w efekcie tego wartość centralna dla określonej postawy (stanowiąca jej komponentę poznawczą) może oddziaływać na zachowania będące komponentą behawioralną innej postawy występującej w systemie postaw danej osoby (sieć poznawcza) (por. Rosenberg, 1968). Jest tak także i z tego powodu, że wartości – chociaż „zamknięte” w postawach – są jednak powiązane ze sobą poprzez relatywne ważności (co można zmierzyć na podstawie rang im nadanych przez podmiot). Reasumując, stosunkowo niewielka liczba wartości może oddziaływać na znacznie większą liczbę postaw (rys. 1) (por. Bernard, Maio, Olson, 2003).



Rys 1. Centralność wartości wobec postaw (opracowanie własne)

Centralność wartości skutkuje wysokim stopniem trudności ich zmiany ze względu na koszty psychologiczne ponoszone przez podmiot. Im większy jest zakres zmian w systemie wartości, tym większe koszty są związane z przebudową wielu postaw i modyfikacją struktury aktywności. Strukturą szczególnie wrażliwą na zmiany wartości jest „Ja” (*self-concept*). Rokeach zaproponował procedurę zmiany wartości powiązanych z „Ja” (zgodnie z paradygmatem *value-confrontation*), której skuteczność została potwierdzona empirycznie (Kouzakova i in., 2012).

Na związki między wartościami a motywacją człowieka (przede wszystkim z potrzebami) wskazuje większość uznanych modeli wartości. Badacze

stosunkowo często odwołują się do hierarchii potrzeb Maslowa. Chociaż piramida potrzeb opracowana przez Maslowa nie uzyskała do tej pory silnego wsparcia empirycznego, to bazową dla rozważań nad wartościami jest teza o uniwersalności potrzeb. Do tej pory jednak nie zidentyfikowano empirycznie potrzeb uniwersalnych.

## **Wybrane modele wartości nawiązujące do procesów motywacyjnych**

W niniejszym opracowaniu skupiono się na czterech modelach wartości, u podstawy których znajdujemy procesy motywacyjne. Są to (a) model wartości społecznych, który proponuje Inglehart; (b) model orientacji społecznych (*model of social value-orientation*), który opracowali McClintock i Liebrand; (c) kołowy model wartości (*circular model*) propagowany przez Schwartza i (d) model sześciopolowy opracowany przez Gouveia w ramach funkcjonalnej teorii wartości (*functional theory of values*).

## **Zmiany wartości społecznych w kontekście zmian ekonomicznych według Ronalda Ingleharta**

Ronald Inglehart (1995) przez wiele lat poszukiwał kulturowych predyktorów wartości. Model zaproponowany przez niego jest zogniskowany na wartościach społecznych. Inglehart, który jest politologiem, przedkłada przekonania jednostki dotyczące zasad, które powinny być przewodnie w jej społeczności/kraju nad przekonania jednostki dotyczące zasad, którymi powinna się kierować ona sama. To silne skoncentrowanie się na wartościach społecznych jest zatem charakterystycznym rysem omawianego modelu odróżniającym go od innych modeli wartości. Inglehart (1977) przyjął tezę o związku zmian wartości ze zmianami warunków życia społeczeństw. Jej podłożem było założenie, że rozwój ekonomiczny i wzrost poziomu dobrobytu prowadzą do zmian potrzeb ludzkich – zarówno podstawowych, materialnych (dotyczących poczucia bezpieczeństwa ekonomicznego oraz fizycznego a zaspokajanych przez dobra materialne /lub ich odpowiedniki/ oraz gwarantowanych przez ład społeczny, prawo itp.), jak i ponad-materialnych bądź post-materialistycznych (powiązanych z dążeniem do autonomii, podmiotowości, z wolnością słowa itp.). (Ustalenia te wpisują się, przynajmniej w pewnym stopniu, w tezę o adaptacji jednostek do środowiska. Nie można jednak odrzucić przypuszczenia, że zmiana potrzeb prowadzi do kolejnych zmian w systemie społeczno-ekonomicznym ukierunkowanych na dalszy wzrost dobrobytu. Zarysowuje się tu zatem sekwencja powiązanych zmian.) Badania, które zostały przeprowadzone w 43 społeczeństwach potwierdziły, że rozwój ekonomiczny

powiązany w percepcji ludzi ze wzrostem poziomu dobrobytu przyczynia się do zmian w obu kategoriach potrzeb (Inglehart, 1997). Wspomniane wyżej badania są częścią badań o zasięgu światowym, które są realizowane w ramach projektu *World Values Survey*.

W przywołanych badaniach proszono osoby badane o przypisanie rang kilku wartościom materialistycznym (na przykład: zwalczanie przestępczości, rozwój ekonomiczny (*maintain economy*) i kilku wartościom post-materialistycznym (na przykład: możliwość większego wpływu na decyzje władz, ochrona wolności wypowiedzi) – zgodnie z ich ważnością dla społeczeństwa/kraju badanych) kraju. Analiza odpowiedzi badanych ujawniła przesuwanie się preferencji w społeczeństwie: od celów materialistycznych do post-materialistycznych – wraz ze wzrostem dobrobytu. Wyniki badań pozwoliły też rozpoznać konsekwencje powyższych zmian: okazało się, że osoby zorientowane post-materialistycznie mają silniejsze pozytywne postawy wobec programów zorientowanych społecznie, takich jak równość zatrudnienia dla kobiet, prawa człowieka itp.

Należy zaznaczyć, że w niektórych badaniach wykorzystano krótką, bo cztero-itemową skalę wartości, która obejmowała dwie wartości materialistyczne i dwie – post-materialistyczne (p. Braithwaite, Makkai, Pittelkow, 1996; Maio, 2017). Niemniej jednak rezultaty tych eksploracji są interesujące i użyteczne dla predykcji zmian społeczno-ekonomicznych o wymiarze ponadjednostkowym a także zmian wartości i potrzeb mających wymiar indywidualny.

### **Model kołowy wartości społecznych**

**Wim B. G. Liebrand i Charles G. McClintock** zaproponowali komputerową procedurę pozwalającą badać zróżnicowanie procesów przetwarzania informacji i zorientowania na wartości społeczne. U podstawy tego podejścia badawczego leży model kołowy wartości i związana z nim procedura pomiaru (*Ring Measure of Social Values*) (Liebrand, 1984; Liebrand, McClintock, 1988). Badacze przyjęli społeczny punkt widzenia osobowości rozumianej jako mniej lub bardziej spójny system orientacji wpływający na decyzje i zachowania jednostki co do alokacji zasobów „do siebie” i „do innych”. W badaniach eksperymentalnych weryfikowali hipotezę zgodnie z którą oczekiwano, że czas przetwarzania poznawczego jest różny w zależności od rodzaju wartości społecznej (Liebrand, McClintock, 1988). Odnotowano, że czas odpowiedzi jest odmienny u osób kooperujących, współzawodniczących, altruistów i zorientowanych na siebie (indywidualiści). Jeden z rezultatów pokazuje, że osoby skłonne do kooperacji są bardziej niezdecydowane w podejmowaniu decyzji skutkujących negatywnymi efektami (tabela zysków i strat) dla innych, podczas gdy osoby skłonne do współzawodniczenia (konkurujący) – niechętnie przypisują innym pozytywne efekty, niechętnie dzielą się zyskami (Liebrand,

McClintock, 1988). Generalnie rezultaty badań prowadzonych zgodnie z modelem wartości potwierdzają znaczenie orientacji ku wartościom społecznym dla procesów decyzyjnych i w regulacji zachowania. Orientacje te są w dużej mierze kształtowane w czasie w związku z podejmowanymi przez poszczególnych ludzi próbami oddziaływania na innych ludzi i ich efektami. Omawiany model znajduje zastosowanie między innymi w badaniach psychologii społecznej, psychologii ekonomicznej, czy psychologii politycznej, w których wykorzystuje się „gry motywów mieszanych” (*mixed-motive game*) (por. Murphy i Ackerman, 2014; Aronson, Wilson, Akert, 1997; Grzelak, 2003). Jest użyteczny między innymi w negocjacjach, stymulacji zachowań pomocowych, działalności charytatywnej i ochronie środowiska przyrodniczego, w badaniach nad procesami wewnątrzgrupowymi, w tym w bliskich związkach (p. Maio, 2017).

### Model Kołowy wartości według Shaloma Schwartza

Kilkadziesiąt lat badań nad wartościami, które prowadzi **Shalom Schwartz** (1992, 1994, 1999, 2001, 2006, 2011, 2012) zaowocowało opracowaniem własnego modelu zwanego modelem kołowym wartości (*circular model*) (Schwartz, Bardi, 2001). Od dłuższego czasu badania nad strukturą wartości w modelu kołowym zaproponowanym przez Schwartza są realizowane także przez polskich psychologów (Cieciuch, 2013; Cieciuch, Zaleski, 2011) i nierzadko mają one charakter międzykulturowy (p. Cieciuch i in., 2014).

Ze względu na dużą liczbę opracowań polskojęzycznych tego modelu nie jest on szerzej omawiany w niniejszej publikacji niemniej jednak jego zasadnicze zręby zostały tu ukazane. Konstrukcja modelu opiera się na rozbudowanej kategoryzacji wartości obejmującej typy wartości i obszary wartości. Schwartz w wersji pierwotnej modelu uwzględnił dziesięć typów wartości: *uniwersalizm, życzliwość, tradycja, przystosowanie, bezpieczeństwo, władza, osiągnięcia, hedonizm, stymulacja i kierowanie sobą* (Schwartz, 1992). Kołowa struktura motywacyjna wartości jest modyfikowana na podstawie nowych badań (por. Cieciuch i in., 2014). Jedną z tych znaczących modyfikacji polega na propozycji uszczegółowienia typów wartości. W ostatnich badaniach wyłoniono 19 wartości, które zaklasyfikowano do 4 obszarów. I tak: (a) *kierowanie sobą w myśleniu* i *kierowanie sobą w działaniu* (we wcześniejszych opracowaniach traktowane łącznie) oraz *stymulacja* i *hedonizm* (definiowane zgodnie z wcześniejszym ich rozumieniem) tworzą wartość główną *otwartość na zmiany*; (b) *Wartości osiągnięcia* (skala określająca osobisty sukces zgodnie ze społecznymi standardami), *władza nad ludźmi* i *władza nad zasobami* (wartości te we wcześniejszych opracowaniach ujmowano łącznie) budują wartość główną *umacnianie siebie*; (c) siedem wartości: *prestż i pokora* (dwie nowe skale) oraz *bezpieczeństwo osobiste, bezpieczeństwo społeczne, przystosowanie do reguł* i *przystosowanie do ludzi* (cztery powyższe skale traktowane były łącznie



w modelu pierwotnym) oraz *tradycja* (opis niezmienny) tworzą wartość główną nazwaną jako *zachowawczość*; (d) wartość *życzliwość* w rozumieniu niezawodności oraz troskliwości, a także *uniwersalizm* (społeczny, ekologiczny i odnoszący się do tolerancji), które są uszczegółowieniem skal *życzliwość* i *uniwersalizm* występujących w modelu „klasycznym” – konstytuują wartość główną *przekraczanie siebie* (p. Pilarska, Liberska, 2017).

Próby przedstawienia wartości w kole spotykają się jednak z krytyką niektórych badaczy albowiem wyniki ich eksploracji wskazują, że człowiek może preferować wartości znajdujące się na przeciwległych miejscach koła – a to zaprzecza założeniom leżącym u podstaw modelu kołowego Schwartza (por. Nikiel, 2015).

## Funkcjonalna teoria wartości

**Valdiney Veloso Gouveia** jest autorem nowego modelu wartości obejmującego sześć kategorii wartości uporządkowanych według dwóch kryteriów odwołujących się funkcji wartości, a mianowicie (a) ekspresja poziomów potrzeb i (b) wyznaczanie celów aktywności i zasad zachowania. W ten sposób powstał model sześciopolowy (2x3) (tabela 1). Kategoryzacja ta tworzy podstawę funkcjonalnej teorii wartości (*the Functional Theory of Human Values*).

Badacz do pomiaru ważności wartości proponuje stosować skalę 7-punktową (1 – zupełnie nieważne, 7 – bardzo ważne). Wyniki analiz statystycznych danych uzyskanych od 13000 osób badanych potwierdzają zasadność klasyfikowania wartości na podstawie wyróżnionych sześciu funkcji. Powyższy model – i związana z nim teoria funkcjonalna wartości – nie zakłada wykluczania się, opozycji czy też wspomagania się grup wartości, ani potrzeb z nimi powiązanych (np. centralne wartości zabezpieczają wartości osobiste i społeczne). Gouveia przyjmuje zatem odmienne założenie od przyjętego w modelu Schwartza.

Tabela 1. Kategoryzacja funkcji wartości w teorii funkcjonalnej wartości

Zasadnicza funkcja wartości		Wyznaczanie celów aktywności i zasad zachowania		
Ekspresja dwóch poziomów potrzeb:  <b>Rozwoju</b>	<b>Cele osobiste</b>	<b>Cele centralne</b>	<b>Cele społeczne</b>	
	Wartości stymulacji/ pobudzenia Wyrażają potrzeby gratyfikacji, przyjemności, różnorodności, odmienności (cele i zasady: emocje, przyjemność, seksualność)	Wartości ponadosobiste Wyrażają potrzeby estetyczne, poznania, samorealizacji (cele i zasady: piękno, wtedza, dojrzałość)	Wartości interaktywne są punktem odniesienia dla wszystkich innych wartości. Cele: ochrona podstawowych potrzeb przeżycia i ogólniejszych potrzeb (np. samorealizacji) (cele i zasady: uczuciowość, przynależność, wsparcie)	
<b>Przeżycia / przetrwania</b>	<b>wartości osiągnięcia</b> Wyrażają podstawowe potrzeby zabezpieczające przetrwanie i związane z nimi cele osobiste (cele i zasady: siła, prestiż, sukces)	wartości istnienia / bytu Wyrażają podstawowe potrzeby fizjologiczne i potrzeby bezpieczeństwa (cele i zasady: zdrowie, stabilność/ stałość, przeżycie)	<b>Wartości normatywne</b> Wyrażają potrzeby przetrwania przez cele społeczne: bezpieczeństwa i kontroli (cele i zasady: posłuszeństwo, religijność, tradycja)	

(opracowanie własne na podstawie: Gouveia i in., 2014, Mało, 2017)

Powyższy model jest jeszcze stosunkowo mało znany i wymaga kontynuowania badań nad przyjmowanym w nim podejściem do wartości skoncentrowanym na funkcjach.

W niniejszym artykule w syntetyczny sposób przedstawiono teorie i modele wartości obecne w psychologii, które mają największą siłę oddziaływania na powstawanie nowych podejść teoretycznych i badawczych w tym obszarze. Przybliżono podstawowe założenia i sposoby kategoryzowania wartości, które propagowali Allport, Rokeach, Inglehart, Liebrand i McClintock oraz Schwartz. Analizy teoretyczne i omówienia rezultatów eksploracji empirycznych, które im poświęcono zajmują tysiące stron w czasopismach i monografiach. O ich generatywnym charakterze świadczą zarówno liczne doniesienia badawcze potwierdzające poprawność tych konceptualizacji, jak też podważające ich założenia bądź wskazujące ograniczenia, jak również nowe koncepcje wartości budowane na fundamentach „starych” modeli.

Wielość prac podejmujących tę problematykę dowodzi przekonania psychologów o znaczeniu wartości dla ukształtowania centralnych struktur psychologicznych Osoby (struktury Ja, tożsamości, osobowości), kierunku aktywności oraz sposobu funkcjonowania jednostek i grup społecznych. Jednak, wbrew oczekiwaniom niektórych, czynniki sytuacyjne wywierają większy wpływ na zachowanie niż wartości (Wojciszke, 2012). Chociaż nie udało się do tej pory rozwiązać problemu uniwersalności wartości (ich treści i struktury), to poszukiwania empiryczne (w pewnym stopniu) wskazują na związki między sposobem uporządkowania wartości pod względem ich ważności a kondycją społeczeństwa i ich zmiany zachodzące wraz z przemianami cywilizacyjnymi, w tym z rozwojem ekonomicznym.

## Literatura

- Allport, G.W., Vernon, P.E., Lindzey, G. (1970). *Study of Values (Revised third edition)*. Chicago, IL: Riverside Publishing Company.
- Aronson, E., Wilson, T.D., Akert, R.M. (1997). *Psychologia społeczna: serce i umysł*. Poznań: Wydawnictwo Zysk i S-ka.
- Bernard, M., Maio, G.R., Olson, J.M. (2003). The vulnerability of values to attack: Inoculation of values and values-relevant attitudes. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 29, 63-75.
- Braithwaite, V.A., Makkai, T., Pittelkow, Y. (1996). Inglehart's materialism-postmaterialism concept: Clarifying the dimensionality debate through Rokeach's model of social values. *Journal of Applied Social Psychology*, 26, 1536-1555.

- Cieciuch, J. (2013). Kształtowanie się systemu wartości od dzieciństwa do wczesnej dorosłości. Wydawnictwo Liberi Libri.
- Cieciuch, J., Zaleski, Z. (2011). Polska adaptacja Portretowego kwestionariusza wartości Shaloma Schwartza. *Czasopismo Psychologiczne*, 17(2), 251-262.
- Cieciuch, J., Davidov, E., Vecchione, M., Beierlein, C., Schwartz, S.H. (2014). The Cross-National Invariance Properties of a New Scale to Measure 19 Basic Human Values: A Test Across Eight Countries. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 45(5):764-776.
- Crocker, J., Niiya, Y., Mischkowski, D. (2008). Why does writing about important values reduce defensiveness? Self - affirmation and the role of positive other-directed feelings. *Psychological Science*, 19, 740-747.
- Gouveia, V.V., Meira, M., da Silva Gusmão, E.E., de Souza, M.J., Cunha de Souza, L. E. (2008). Valores humanos e interesses vocacionais: um estudo correlacional. *Psicologia em Estudo*, v. 13, 3, 603-611.
- Grzelak, J. Ł. (2003). Współzależność społeczna. [W:] J. Strelau (red.), *Psychologia. Podręcznik akademicki* (t. 3, s. 125-145). Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Hall, C.S., Lindzey, G. (2001). *Teorie osobowości*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Inglehart, R. (1977). *The Silent Revolution: Changing Values and Political Styles among Western Publics*. Princeton: Princeton University Press.
- Inglehart, R. (1995). Changing Values, Economic Development and Political Change, *International Social Science Journal*, 145, 379-404.
- Inglehart, R. (1997). *Modernization and postmodernization: Cultural, economic, and political change in 43 societies*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Kopelman, R.E., Rovenpor, J. L., Guan, M. (2003). The study of values: Construction of the fourth edition. *Journal of Vocational Behavior*, 62, 203-220.
- Kouzakova, M., Ellemers, N., Harnick, F., Scheepers, D. (2012). The implications of value conflict: How disagreement on values affects self-involvement and perceived common ground. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 38, 798-807.
- Liebrand, W. B. G. (1984). The effect of social motives, communication and group size on behaviour in a N-person multi-stage mixed-motive game. *European Journal of Social Psychology*, 14, 239-264.
- Liebrand, W.B.G., McClintock, C.G. (1988). The ring measure of social values: A computerized procedure for assessing individual differences in information processing and social value orientation. *European Journal of Personality*, Vol. 2, 3, 217-230.

- Maio, G., Pakizeh, A., Cheung, W.-Y., Ress, K. (2009). Changing, priming, and acting on values: Effects via motivational relations in a circular model. *Journal of Personality and Social Psychology*, 97(4), 699–715.
- Maio, G., Roese, N., Seligman, C., Katz, A. (1996). Rankings, ratings and the measurement of values: Evidence for the superior validity of ratings. *Basic and Applied Social Psychology*, 18(2), 171–181.
- Nikiel, T. (2015). Wartości w procesie rozwoju człowieka dorosłego. W: A. Kałużna-Wielobób (red.), *Specyfika rozwoju człowieka dorosłego. Procesy, struktury, mechanizmy rozwoju* (s. 157-174). Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Pilarska, N., Liberska, H. (2017). *Kim jest współczesny młody katolik? Wybrane aspekty obrazu psychologicznego*. Bydgoszcz: Wydawnictwo Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego.
- Rokeach, M. (1973). *The nature of human values*. New York: The Free Press.
- Rokeach, M. (1982). On the validity of Spranger-based measures of value similarity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 42(1), 88–89.
- Rokeach, M., Ball-Rokeach, S. (1989). Stability and change in American value priorities 1968–1981. *American Psychologist*, 44(5), 775–784.
- Rokeach, M., Regan, J. (1980). The role of values in the counseling situation. *Personnel and Guidance Journal*, 58(9), 576–582.
- Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. *Advances in Experimental Social Psychology*, 25, 1-65.
- Schwartz, S. H. (1994). Are there universal aspects in the structure and contents of values? *Journal of Social Issues*, 50, 4, 19–45.
- Schwartz, S. H. (1999). A theory of cultural values and some implications for work. *Applied Psychology: An International Review*, 48, 1, 23–47.
- Schwartz, S. H. (2006). Basic human values: theory measurement and applications. *Revue française de sociologie*, 47, 4, 929–968.
- Schwartz, S. H., Bardi, A. (2001). Value hierarchies across cultures: Taking a similarities perspective. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 32, 3, 268–290.
- Schwartz, S. H., Cieciuch, J., Vecchione, M., Davidov, E., Fischer, R., Beierlein, C., Ramos, A., Verkasalo, M., Lönnqvist, J.-E., Demirutku, K., Dirilen-Gumus, O., Konty, M. (2012). Refining the theory of basic individual values. *Journal of Personality and Social Psychology*, 103, 4, 663–688.
- Tetlock, P.E. (1986). A value pluralism model of ideological reasoning. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50, 819-827.
- Wojciszke, B. (2012). *Psychologia społeczna*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.