CBOS
Centrum Badania Opinii Społecznej

KOMUNIKAT Z **BADAŃ**

ISSN 2353-5822

Nr 54/2025

Deklarowane wartości i cele życiowe młodych Polaków

Opracowała
Beata Roguska

Czerwiec 2025

Przedruk i rozpowszechnianie tej publikacji w całości dozwolone wyłącznie za zgodą CBOS.
Wykorzystanie fragmentów oraz danych empirycznych wymaga podania źródła

Znak jakości przyznany CBOS przez
Organizację Firm Badania Opinii i Rynku

Fundacja Centrum Badania Opinii Społecznej
ul. Świętojerska 5/7, 00-236 Warszawa
e-mail: sekretariat@cbos.pl; info@cbos.pl
http://www.cbos.pl
(48 22) 629 35 69

W skrócie

- Wśród najczęściej deklarowanych przez przedstawicieli generacji Y i Z wartości znalazły się: rodzina, zachowanie dobrego zdrowia, uczciwość, spokój, bezpieczeństwo finansowe, wolność i niezależność oraz zachowanie prywatności. Są one istotne prawie dla każdego, a ponad połowa umieszcza je wśród wartości dla siebie najważniejszych.

- Zdecydowanie najmniejsze znaczenie spośród uwzględnionych w badaniu wartości i dążeń ma sława – dla blisko dwóch trzecich respondentów jest ona nieistotna. Nisko w hierarchii wartości lokuje się także bogactwo – za ważne uważa je niewiele ponad połowa ankietowanych. Względnie niewielkie znaczenie ma wiara religijna, istotna dla połowy badanych.

- Społeczno-demograficzne zróżnicowania uznawanych wartości i celów życiowych dotyczą przede wszystkich wartości tradycyjnych. Mają one wyraźnie większe znaczenie dla pokolenia millenialsów, a więc badanych w wieku 30-44 lata, niż dla pokolenia Z – osób w wieku 18–29 lat. Najbardziej cenią je badani z wykształceniem zasadniczym zawodowym, respondenci słabo sytuowani oraz mieszkańcy wsi. Ponadto są one ważniejsze dla osób w związkach małżeńskich niż dla badanych żyjących w związkach nieformalnych.

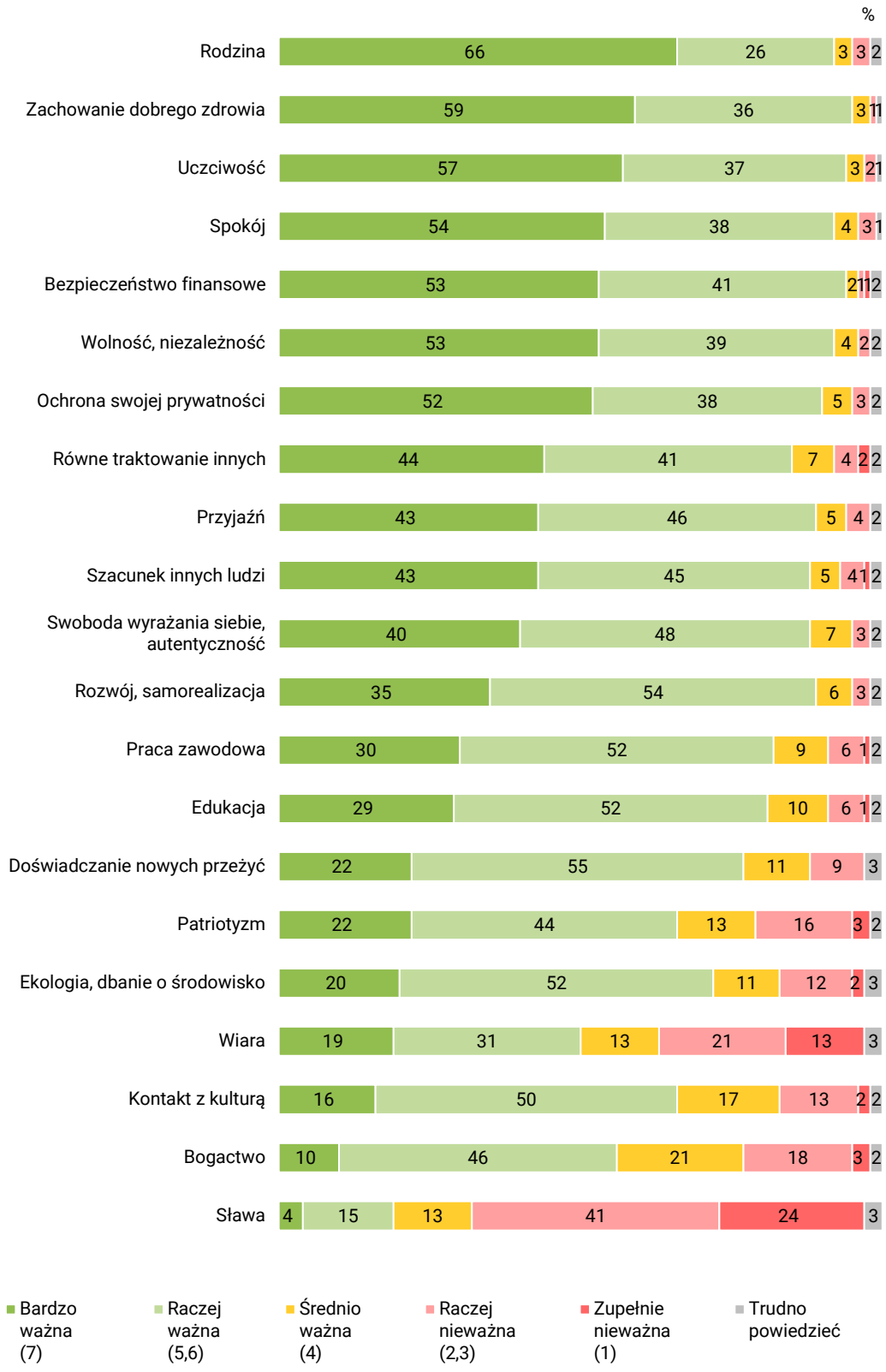
- Kobiety bardziej niż mężczyźni cenią wartości postmaterialistyczne, przy czym do takich wartości jak kontakt z kulturą, dbanie o środowisko, a także równe traktowanie szczególnie dużą wagę przywiązują kobiety z pokolenia millenialsów.

Badanym przedstawicielom dwóch generacji przestawiliśmy listę wartości i celów życiowych, prosząc o określenie ich wagi na siedmiostopniowej skali, gdzie 1 oznaczało, że dana wartość jest dla nich zupełnie nieważna, a 7 – że jest dla nich bardzo ważna[1]. Według deklaracji badanych, największe znaczenie w ich życiu ma rodzina, wśród najważniejszych wartości i dążeń znalazły się również: zachowanie dobrego zdrowia, uczciwość, spokój, bezpieczeństwo finansowe, wolność i niezależność oraz zachowanie prywatności. Są one istotne prawie dla każdego respondenta, zaś ponad połowa umieszcza je wśród wartości dla siebie najważniejszych (wybierając punkt 7 na skali). Ważne są także szersze relacje międzyludzkie – dość wysoko w rankingu lokują się takie wartości jak równe traktowanie innych oraz przyjaźń i szacunek innych ludzi. Kolejną grupę stanowią wartości związane z indywidualną ekspresją i samorealizacją, edukacją oraz pracą zawodową – są ważne dla ogromniej większości osób poniżej 45 roku życia, choć nie mają pierwszoplanowego znaczenia.

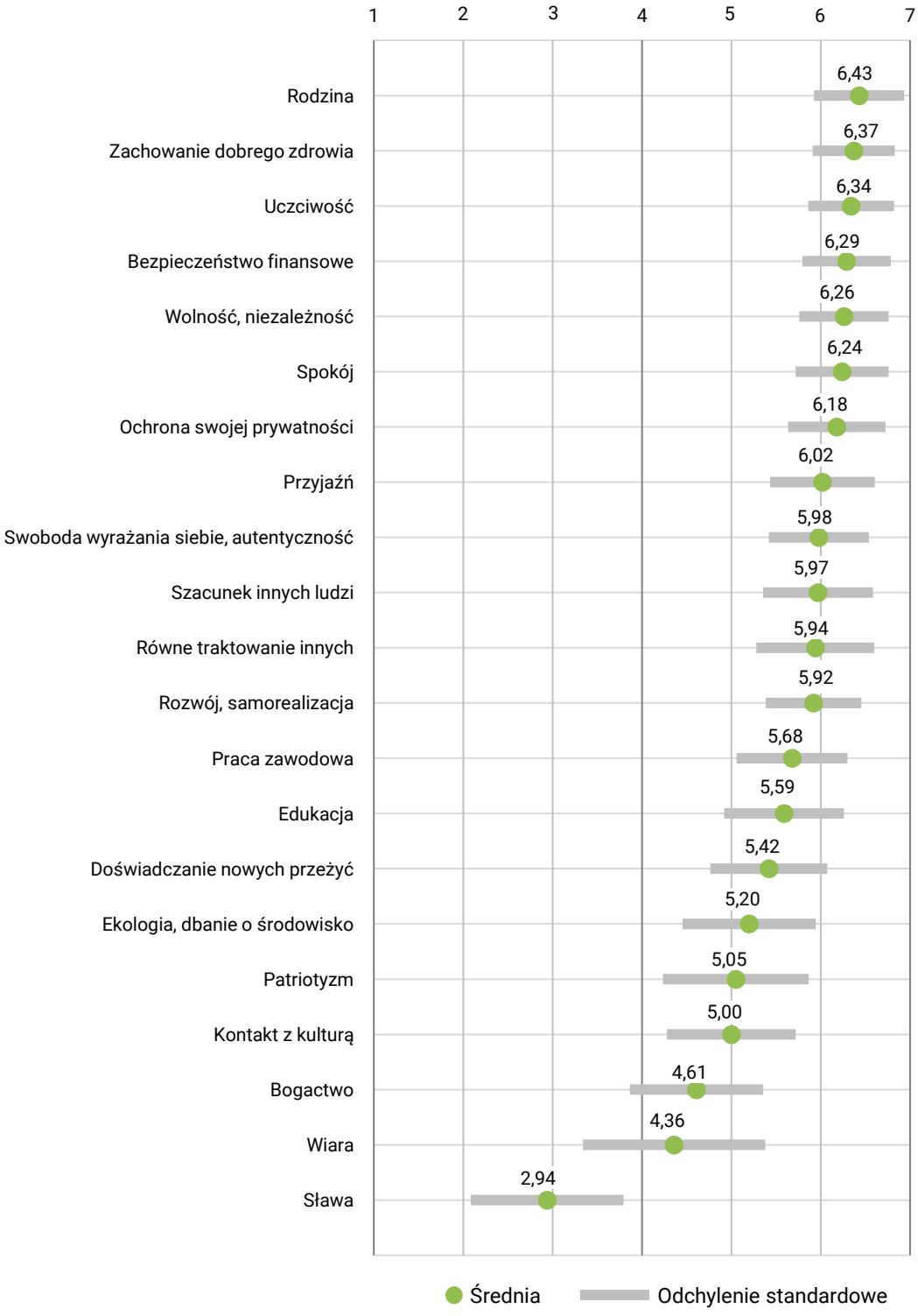
Zdecydowanie najmniejsze znaczenie spośród uwzględnionych w badaniu dążeń i wartości ma sława – dla większości (65%) jest ona nieistotna Nisko w hierarchii wartości lokuje się także bogactwo – za ważne uważa je nieco ponad połowa ankietowanych 56%, w tym za bardzo ważne – co dziesiąty. W świetle wielu badań, w tym badań CBOS, pokazujących spadek religijności Polaków, nie zaskakuje względnie niewielkie znaczenie wiary dla osób poniżej 45 roku życia. Jest ona istotna dla połowy badanych (w tym bardzo ważna jedynie dla 19%, którzy wybrali punkt 7 na skali), bez większego znaczenia – dla jednej trzeciej (34%). Dość nisko w hierarchii wartości lokuje się patriotyzm – ważny dla dwóch trzecich ankietowanych (ale bardzo ważny tylko dla niewiele więcej niż co piątego respondenta – 22%), a nieistotny dla 19% badanych. Do relatywnie mniej istotnych wartości należą także kontakt z kulturą (bardzo ważny dla 16% ankietowanych) oraz ekologia (bardzo ważna w opinii 20% badanych).

[1] Badanie **„Orientacje życiowe”** zostało zrealizowane metodą wywiadów bezpośrednich wspomaganych tabletami (MOBI – 88,7%) oraz wywiadów internetowych (CAWI – 11,3%) w okresie od 11 października do 11 listopada 2024 roku na próbie dorosłych mieszkańców Polski w wieku 18–44 lata (N=1573).

RYS. 1. Proszę określić, jak ważne są w Pana(i) życiu poniższe wartości.



RYS. 2. Proszę określić, jak ważne są w Pana(i) życiu poniższe wartości.
Średnie na skali od 1 – zupełnie nieważna, do 7 – bardzo ważna



Analiza czynnikowa pozwoliła nam ustrukturalizować uwzględnione w badaniu wartości i cele życiowe. W jej wyniku wyodrębniliśmy cztery typy wartości. Pierwszy czynnik obejmuje wartości podstawowe, uniwersalne, powszechnie i najbardziej jednoznacznie podzielane: spokój, bezpieczeństwo finansowe, zachowanie dobrego zdrowia, ochronę prywatności, rodzinę, pracę zawodową, uczciwość. Można powiedzieć, że stanowią one fundament bezpiecznej egzystencji – na poziomie biologicznym, materialnym oraz społecznym. W ramach drugiego czynnika znalazły się wartości wskazujące na aspiracje i dążenia wykraczające poza opisane powyżej minimum. Są to wartości emancypacyjno-indywidualistyczne, które – za Ronaldem Inglehartem – można określić jako postmaterialistyczne. Zaliczamy do nich: kontakt z kulturą, ekologię, rozwój i samorealizację, równe traktowanie, swobodę wyrażania siebie i autentyczność oraz edukację. Trzecią grupę stanowią wartości tradycyjne – wiara i patriotyzm. W czwartym czynniku ujęte są wartości najmniej istotne, ważne dla stosunkowo niewielkiej grupy osób: sława i bogactwo.

TABELA 1

Uznawane wartości	Czynnik 1 Wartości podstawowe, istotne dla wszystkich	Czynnik 2 Wartości postmaterialistyczne	Czynnik 3 Wartości tradycyjne	Czynnik 4 Wartości istotne dla nielicznych
Spokój	**0,697**			
Bezpieczeństwo finansowe	**0,668**			0,305
Zachowanie dobrego zdrowia	**0,670**			
Ochrona swojej prywatności	**0,616**			
Uczciwość	**0,576**			
Rodzina	**0,572**		0,372	
Szacunek innych ludzi	**0,513**	0,311	0,343	
Wolność, niezależność	**0,488**	0,413		
Praca zawodowa	**0,385**			
Kontakt z kulturą		**0,711**		
Ekologia, dbanie o środowisko		**0,614**		
Doświadczanie nowych przeżyć		**0,584**		0,397
Rozwój, samorealizacja	0,345	**0,584**		
Równe traktowanie innych	0,345	**0,580**		
Swoboda wyrażania siebie, autentyczność	0,377	**0,545**		
Edukacja		**0,526**		
Przyjaźń	0,357	**0,470**		
Wiara			**0,776**	
Patriotyzm			**0,714**	
Bogactwo				**0,827**
Sława			0,347	**0,646**
Procent wyjaśnionej wariancji	20	16	9	8

Zastosowano analizę głównych składowych z rotacją Varimax. W tabeli uwzględniono ładunki czynnikowe >/= 0,3

Społeczno-demograficzne zróżnicowania uznawanych wartości i celów życiowych dotyczą przede wszystkim wartości tradycyjnych. Najmniej przywiązane są do nich osoby o wyższym statusie społeczno-ekonomicznym – badani z wyższym wykształceniem, o miesięcznych dochodach *per capita* od 6000 zł wzwyż oraz mieszkańcy dużych miast, natomiast najbardziej – respondenci z wykształceniem zasadniczym zawodowym, osoby słabo sytuowane (szczególnie mające miesięcznie do dyspozycji mniej niż 2000 zł na osobę), a także mieszkańcy wsi. Wartości tradycyjne są ważniejsze dla osób w związkach małżeńskich niż dla żyjących w związkach nieformalnych.

Tradycyjne wartości mają wyraźnie większe znaczenie dla pokolenia millenialsów, a więc badanych w wieku 30–44 lata, niż dla pokolenia Z (osób poniżej 30 roku życia). Istotne znaczenie ma orientacja światopoglądowa i polityczna. Przywiązanie do tradycyjnych wartości deklarują przede wszystkim osoby religijne – regularnie uczestniczące w praktykach religijnych – oraz badani identyfikujący się z prawicą, natomiast najmniej istotne są one dla osób w ogóle niepraktykujących oraz deklarujących lewicowe poglądy polityczne.

Znaczenie wartości postmaterialistycznych w największym stopniu różnicuje płeć – są one zdecydowanie ważniejsze dla kobiet niż dla mężczyzn. Względnie dużą wagę przywiązują do nich także mieszkańcy dużych miast oraz osoby deklarujące lewicowe poglądy polityczne, stosunkowo małą – mieszkańcy małych miast i wsi oraz badani deklarujący prawicowe poglądy polityczne.

Mniejsze różnice dotyczą wartości podstawowych, choć wyraźniej ich znacznie akcentują kobiety niż mężczyźni, osoby żyjące w związkach małżeńskich niż niebędące w związku (także nieformalnym), badani z wyższym wykształceniem niż mający wykształcenie poniżej średniego.

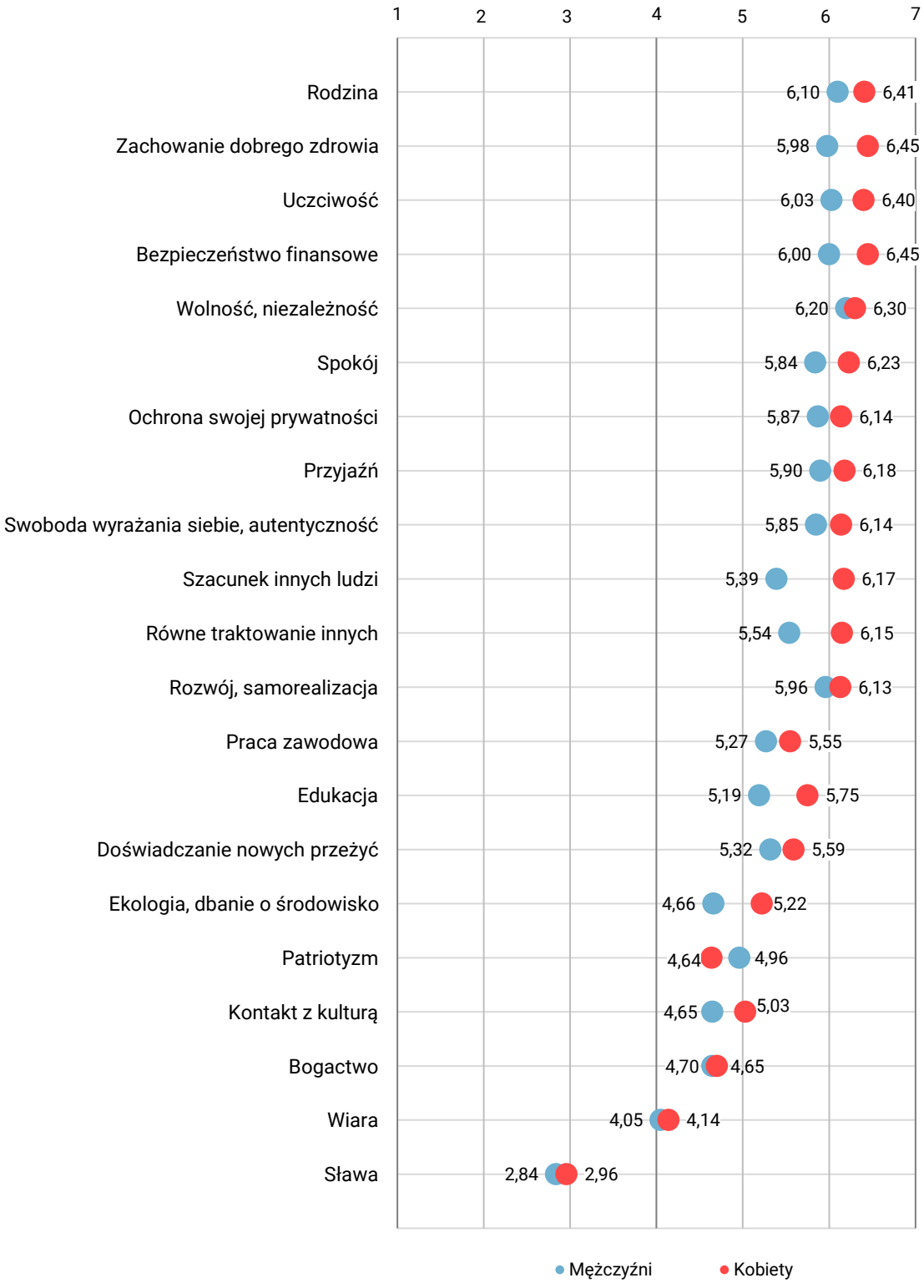
W przypadku takich wartości jak bogactwo i sława nie obserwujemy wyraźnych zależności społeczno-demograficznych.

Warto przyjrzeć się bliżej hierarchii wartości i celów życiowych przedstawicieli obu pokoleń w podziale na płeć. Analiza ich deklaracji dotyczących uznawanych wartości prowadzi do kilku wniosków.

- Generalnie kobiety, niezależnie od wieku, bardziej niż mężczyźni cenią **wartości postmaterialistyczne**, przy czym do takich wartości jak kontakt z kulturą, dbanie o środowisko, a także równe traktowanie szczególnie dużą wagę przywiązują kobiety z pokolenia millenialsów.
- Dla kobiet z pokolenia millenialisów większe znaczenie niż dla innych kategorii mają także takie fundamentalne wartości jak **rodzina** oraz **szacunek innych ludzi**, **uczciwość**, **ochrona prywatności**, **zdrowie i spokój**. Ogólnie rzecz biorąc, tego rodzaju wartości – jak już wcześniej wspomniano – bardziej cenią kobiety niż mężczyźni, przy czym najmniej ważne są one dla młodych mężczyzn.
- **Pracę zawodową** silniej wartościują przedstawiciele pokolenia millenialsów niż pokolenia Z, co jest zrozumiałe, bowiem prawie jedna trzecia osób w wieku 18–29 lat (31%) zadeklarowała, że nie pracuje, a dalsze 14% – stwierdziło, że pracuje jedynie dorywczo. Dla porównania: wśród badanych od 30 do 44 roku życia niepracujący stanowili 9%, zaś pracujący dorywczo – 4%. Co ciekawe, mniej cenią pracę zawodową młodzi mężczyźni niż młode kobiety. W obu grupach odsetek niepracujących jest taki sam (po 31%), jednak mężczyźni z pokolenia Z nieco częściej niż kobiety z tego pokolenia pracują dorywczo (16% wobec 11%).
- **Tradycyjne wartości** – wiara i patriotyzm – są ważniejsze dla pokolenia millenialsów niż dla pokolenia Z. Dla kobiet z tego pokolenia wyraźnie większe znaczenie niż dla pozostałych analizowanych grup , w tym także dla ich równolatków, ma wiara.

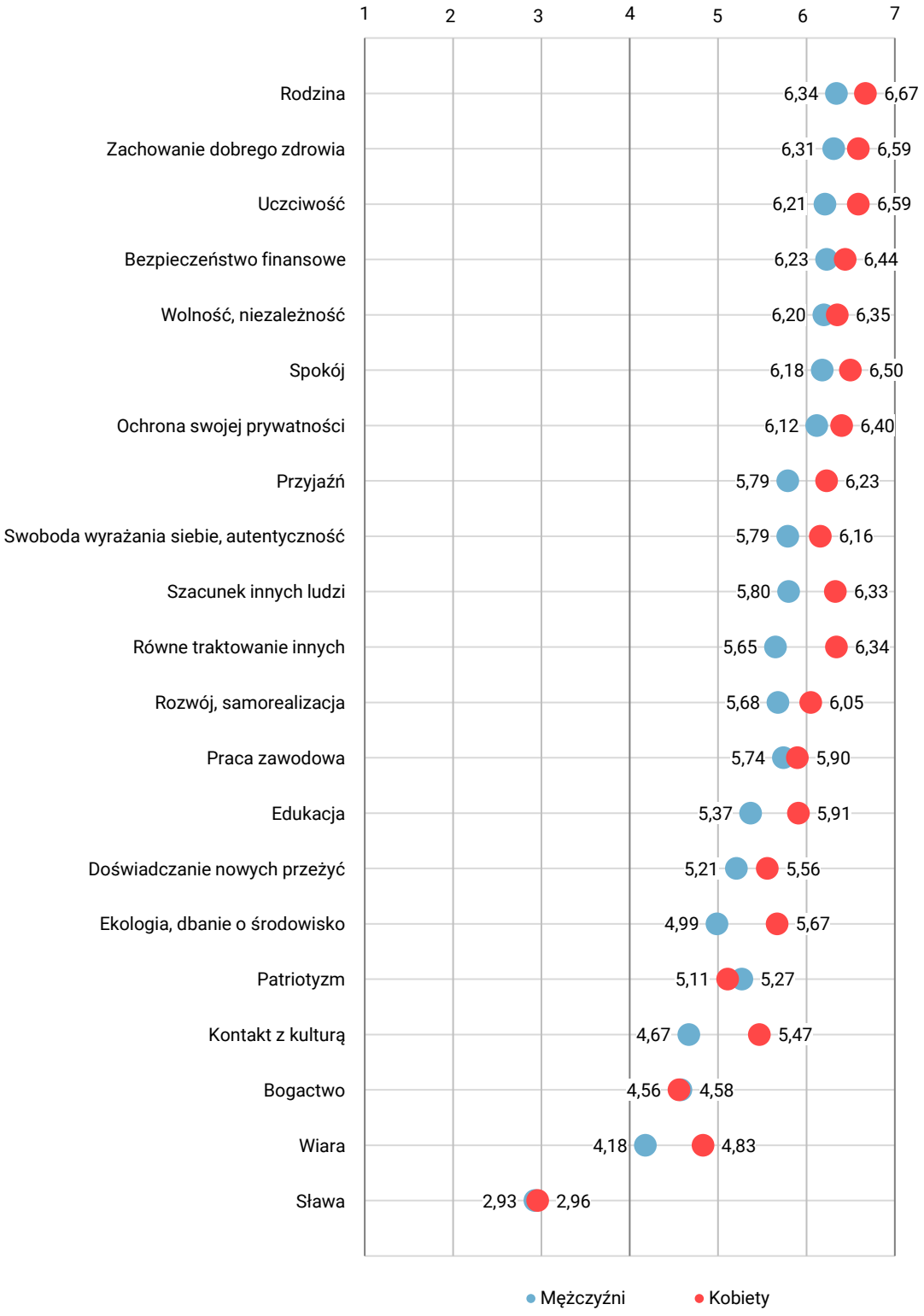
RYS. 3. Proszę określić, jak ważne są w Pana(i) życiu poniższe wartości.

Średnie dla kobiet i mężczyzn z pokolenia Z na skali od 1 – zupełnie nieważna, do 7 – bardzo ważna

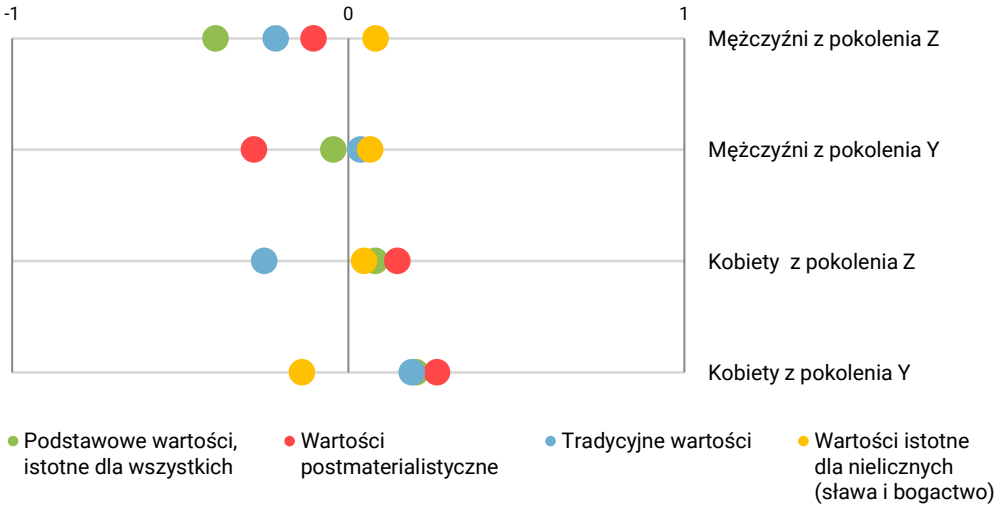


RYS. 4. Proszę określić, jak ważne są w Pana(i) życiu poniższe wartości.

Średnie dla kobiet i mężczyzn z pokolenia Y na skali od 1 – zupełnie nieważna, do 7 – bardzo ważna



RYS. 5. Uznawane wartości a płeć i przynależność pokoleniowa



Rysunek prezentuje średnie wartości ładunków czynnikowych, czyli współczynników korelacji między zmienną a składowymi