

ANNA MARIA ZAWADZKA

WARTOŚCI OSOBISTE TŁUMACZĄCE ORIENTACJĘ MATERIALISTYCZNĄ JEDNOSTKI

Celem badania było przeanalizowanie związku między wartościami osobistymi i orientacją materialistyczną jednostki. Przebadano 252 osoby, 109 mężczyzn i 143 kobiety, z wykształceniem średnim i wyższym, w wieku od 24 do 46 lat. Metodami, jakimi się posłużono, były: Skala Orientacji Materialistycznej, inspirowana koncepcją M. L. Richins, S. Dawson, i Skala Wartości M. Rokeacha (w adaptacji P. Brzozowskiego). Przeprowadzono analizę regresji wielokrotnej, metodą krokową. Stwierdzono, że wartości osobiste wiążą się z orientacją materialistyczną i tłumaczą ją w 29%. Orientacja materialistyczna wiąże się pozytywnie z „dostatnim życiem”, a negatywnie z „mądrością”, „równowagą wewnętrzną” i wartością „kochający”. Określono także wartości, które tłumaczyły orientację materialistyczną w analizowanych grupach płci i wieku. Analiza regresji wielokrotnej dla grup płciowych wykazała, że wartości wyjaśniały orientację materialistyczną w 34% u kobiet i 21% u mężczyzn. U kobiet orientacja materialistyczna wiąże się z „mądrością” i „równowagą wewnętrzną”, podczas gdy u mężczyzn nie ma ona związku z tymi wartościami. Analiza regresji wielokrotnej w dwóch grupach wiekowych wykazała, że wartości wyjaśniały orientację materialistyczną w 31% w grupie 24-35 lat i w 34% w grupie 36-46 lat. Dodatkowo w grupie wiekowej 24-35 lat orientacja materialistyczna wiąże się pozytywnie z „pokojem na świecie”, „szczęściem” oraz z wartością „o szerokich horyzontach”, a w grupie 36-46 lat – z „życiem pełnym wrażeń” i wartością „ambitny”. Zaobserwowano, że inne wartości instrumentalne wiązały się z orientacją materialistyczną w grupie kobiet i mężczyzn oraz osób w wieku 24-35 i 36-46 lat.

Słowa kluczowe: wartości osobiste, orientacja materialistyczna.

Część badaczy opisuje materializm jako wartość zajmującą centralne miejsce w systemie wartości osoby (*personal values materialism*). Materializm odzwierciedla przekonania na temat istotnego znaczenia posiadania dóbr materialnych w osiąganiu sukcesu i szczęścia w życiu (Richins, Dawson, 1992; Richins, Rudmin, 1994). W motywacyjnej teorii szczęścia, nawiązującej do teorii autodeterminacji R. M. Ryana, wyróżnia się dwa rodzaje motywacji – wewnętrzną i zewnętrzną – w dążeniu do satysfakcji i zadowolenia z życia (Ryan, Deci – za: Czapiński, 2004, s. 79). Motywacja zewnętrzna dotyczy czerpania zadowolenia z pieniędzy, dóbr materialnych i władzy, a motywacja wewnętrzna poszukiwania gratyfikacji w zaspokajaniu uniwersalnych potrzeb psychicznych, np. samorealizacji, afiliacji i służenia innym. Motywacją zewnętrzną charakteryzują się materialisci, którzy uważają, że bogactwo materialne jest głównym warunkiem udanego życia. Jak wynika z badań, ukierunkowanie materialistyczne może mieć negatywne skutki dla dobrostanu i satysfakcji z życia zarówno jednostki, jak i społeczeństwa. Zaobserwowano, że materialisci są mniej szczęśliwi w porównaniu z niematerialistami. Osoby mające wysokie aspiracje finansowe i dążące do zamożności mają obniżony poziom satysfakcji z życia w porównaniu z osobami nastawionymi na samorealizację i służenie innym (Kasser, Ryan, 1996). Z obserwacji psychologów wynika, że państwa żyjące w dobrobycie materialnym mają do czynienia z epidemią depresji wśród młodych ludzi (Seligman, 2004). Ponadto stwierdzono, że orientacja materialistyczna w społeczeństwie wiąże się z trwonieniem spuścizny kulturowej, spadkiem znaczenia tradycyjnych wartości religijnych i obniżeniem odpowiedzialności obywatelskiej (Schudson, 1991). Badacze starają się dociec, jakie są przyczyny kojarzenia dobrego życia z zamożnością i dobrobytem materialnym.

W badaniach przeprowadzonych głównie na próbach amerykańskich ustalono, że ukierunkowanie materialistyczne wiąże się pozytywnie z poszukiwaniem bezpieczeństwa finansowego, sukcesów finansowych, z wartością hedonizmu i potrzebą władzy, a negatywnie – z dążeniem do ciepłych relacji z innymi, wartością rodziny i religii (Burroughs, Rindfleisch, 2002; Keng i in., 2000; Richins, Dawson, 1992; Schmuck, Kasser, Ryan, 2000). Na tej podstawie można przypuszczać, że wartości osobiste, jakimi człowiek kieruje się w życiu, są istotnym źródłem jego ukierunkowania materialistycznego. Mimo dużego znaczenia niniejszego problemu liczba publikacji na temat związku materializmu z innymi ważnymi dla osoby wartościami jest znikoma.

Cel, który zrealizowano w prezentowanym badaniu, była analiza związku ukierunkowania materialistycznego z wartościami osobistymi jednostki. Pierw-

szym pytaniem, jakie postawiono, było: *Jakie wartości osobiste i w jaki sposób wiążą się z orientacją materialistyczną jednostki?* Ponadto, biorąc pod uwagę to, że proces socjalizacji kobiet i mężczyzn przebiega inaczej (Bem, 2000), a ukierunkowanie materialistyczne może być wynikiem procesu socjalizacji jednostki (Inglehart, 1990), postawiono drugie pytanie: *Jakie wartości osobiste wiążą się z orientacją materialistyczną u kobiet, a jakie u mężczyzn?* Zważywszy, że preferowane funkcje, dla których posiada się dobra, mogą być inne w zależności od wieku (Górnik-Durose 2002), postawiono trzecie pytanie: *Jakie wartości osobiste wiążą się z orientacją materialistyczną w dwóch badanych grupach wiekowych, tj. 24-35 i 36-46 lat?*

Za Richins i Dawson (1992) przyjęto, że orientację materialistyczną odzwierciedla łączenie przez człowieka nabywania i posiadania dóbr ze szczęściem i odnoszeniem sukcesu w życiu. Badanie wartości oparto na koncepcji Rokeacha (1973).

I. CHARAKTERYSTYKI TŁUMACZĄCE ORIENTACJĘ MATERIALISTYCZNĄ JEDNOSTKI – PRZEGLĄD BADAŃ

Na podstawie przeprowadzonych przez poprzedników badań stwierdzono, że wysoki materializm jednostki wiąże się z jej wygórowanymi oczekiwaniami dotyczącymi stanu posiadania, z wysokim konformizmem i podatnością na wpływy grupy związane ze stanem posiadania (Micken, 1993; Schroeder, Dugal – za: Graham, 1999). Zaobserwowano również, że wysoka ocena materializmu jako wartości wiąże się z wyższą świadomością statusu i pozycji społecznej jednostki (Chiagouris, Mitchell, 1997; Richins, Dawson, 1992; Richins, 1991) oraz że osoby wysoko oceniające materializm jako wartość przywiązują szczególną wagę do trzech funkcji posiadanych przez siebie dóbr: prestiżowej, interpersonalnej i zabezpieczającej (Górnik-Durose, 2002). Zauważono, że materializm przejawia się w kupowaniu produktów drogich i prestiżowych marek szczególnie wtedy, gdy zakup dotyczy towarów wyrazistych społecznie, tj. widocznych dla innych (Fournier, Richins, 1991). Analiza związku Skali Wartości Społecznych Kahle’a (LOV – List of Values – por. Kahle, Beaty, Homer, 1996) z materializmem jako wartością wykazała, że osoby nastawione materialistycznie przywiązują dużą wagę do bezpieczeństwa finansowego, a małą do ciepłych relacji z innymi (Keng i in., 2000; Richins, Dawson, 1992). Poza tym zaobserwowano, że materialści, bar-

dziej niż niematerialiści, wiążą bezpieczeństwo finansowe z sukcesem odniesionym w życiu i w większym stopniu kojarzą samorealizację z osiąganiem bezpieczeństwa finansowego i wolności niż takich celów życiowych, jak rodzina czy rozwój zawodowy (Keng i in., 2000). W kolejnych badaniach stwierdzono, że materializm wiąże się negatywnie z konformizmem, uniwersalizmem i życzliwością (mierzonymi Skalą Wartości S. Schwartz) oraz orientacją na wartości kolektywistyczne, tj. rodzinę i religię (Burroughs, Rindfleisch, 2002). W tych samych badaniach, na podstawie analizy skalowania wielowymiarowego wykazano, że materializm jako wartość lokuje się blisko wartości: hedonizmu, władzy i podwyższania własnej wartości oraz w opozycji do wartości: transcendencji siebie, uniwersalizmu i życzliwości. Zaobserwowano również, że materializm w większym stopniu wiąże się z potrzebą posiadania władzy nad innymi (dając możliwość panowania i kontroli nad innymi) niż z hedonizmem oraz że materializm wiąże się ze wzrastającym konfliktem wewnętrznym i stresem u osób, które jednocześnie mają wysoki poziom ukierunkowania na wartości kolektywistyczne (Burroughs, Rindfleisch, 2002). Przytoczone tu wnioski stanowiły bezpośrednią inspirację do przeprowadzenia prezentowanego badania.

II. METODA BADANIA

Na podstawie motywacyjnych teorii szczęścia (Czapiński, 2004) można wnioskować, że człowiek dąży do osiągania szczęścia poprzez realizację celów zewnętrznych w życiu, np. pieniędzy, władzy, lub wewnętrznych, np. ciepłych relacji z innymi, służenia innym. Przeprowadzone na innych próbach badania ukazały, że orientacja materialistyczna koreluje pozytywnie z „komfortem materialnym”, „bezpieczeństwem finansowym”, „hedonizmem” i „władzą”, natomiast negatywnie – z wartościami „ciepłe relacje z innymi”, „rodzina”, „religia” (Burroughs, Rindfleisch, 2002; Keng i in., 2000; Richins, Dawson, 1992; Schmuck, Kasser, Ryan, 2000). Co więcej, jednoczesne ukierunkowanie materialistyczne i na wartości kolektywistyczne rodzi konflikt wewnętrzny i brak satysfakcji w życiu (por. Burroughs, Rindfleisch, 2002).

Zmienną objaśnianą w tym badaniu była orientacja materialistyczna, a zmiennymi objaśniającymi – wartości preferowane przez badane osoby. Opierając się na przedstawionych wyżej uzasadnieniach teoretycznych i doniesieniach z badań, postawiono następujące hipotezy badawcze:

H.1. Wartości „dostatnie życie”, „przyjemność”, „uznanie społeczne”, „życie pełne wrażeń” wiążą się pozytywnie z orientacją materialistyczną.

H.2. Wartości „mądrość”, „równowaga wewnętrzna”, „prawdziwa przyjaźń”, „zbawienie”, „kochający” wiążą się negatywnie z orientacją materialistyczną.

W procesie socjalizacji dziewcząt i chłopców zwraca się uwagę na inne wzorce zachowań. W przypadku chłopców kształtuje się niezależność, osiągnięcia, skuteczność, samowystarczalność, natomiast w przypadku dziewcząt – umiejętności społeczne, interpersonalne i bezpiecznego ulokowania się w życiu (Lunt, Livingstone – za: Górnik-Durose, 2002). Dlatego założono, że inne wartości instrumentalne, tj. wartości odnoszące się do sposobu realizacji celów, będą się wiązać z orientacją materialistyczną u kobiet i u mężczyzn.

Wraz z wiekiem dobra zmieniają swoje funkcje dla jednostki – z funkcji instrumentalnych na symboliczne (Górnik-Durose, 2002). Zaobserwowano również, że zmianie ulegają czynniki kojarzone z „dobrym życiem”. Wzrasta znaczenie umiejętności kontroli otoczenia i autonomii, a spada jasność celu życia i potrzeba rozwoju osobistego (Ryff, Keyes, 1995). Badana grupa osób obejmuje dwa okresy rozwojowe: okres wczesnej dorosłości, tj. 25-35 lat, oraz okres średniej dorosłości, tj. 36-46 lat (Brzezińska, 2000). W okresie wczesnej dorosłości zadaniem jednostki jest ustanowienie silnych przyjaźni, wspólnoty z drugą osobą, w okresie średniej dorosłości – produktywność w pracy, utrzymywanie odpowiedniego poziomu ekonomicznego i dbałość o młodsze pokolenie.

Ze względu na specyfikę zadań rozwojowych założono, że inne wartości instrumentalne, tj. przekonania na temat sposobów realizacji celów, będą wiązać się z orientacją materialistyczną w wyróżnionych grupach wiekowych.

Grupa badana. Przebadano 252 osoby, 109 mężczyzn i 143 kobiety, w wieku od 24 do 46 lat, w tym 151 osób z wykształceniem średnim i 101 z wyższym. Zmiennymi, które kontrolowano, aby badana grupa była względnie jednorodna, były: wiek, poziom wykształcenia i niezależność finansowa badanych. Zaobserwowano, że wraz z wiekiem posiadanie zmienia swoje funkcje. Stąd wzięto pod uwagę dwie grupy wiekowe – 24-35 lat i 36-46 lat – przypadające na okres dorosłości. Sytuacja ekonomiczna osób i miejsce pochodzenia może różnicować postrzeganie posiadania dóbr (Górnik-Durose, 2002). Wykształcenie często łączy się z poziomem wynagrodzenia. Niskie wynagrodzenie może się wiązać z materializmem wynikającym z deprivacji podstawowych potrzeb (Inglehart, 1990). Dlatego wzięto pod uwagę osoby z wykształceniem średnim i wyższym; były one niezależne finansowo, samodzielnie podejmowały decyzje finansowe i nabywcze.

Procedura badania. Prezentowane badanie stanowiło część badań z zakresu psychologii konsumenta. Badanie prowadzono indywidualnie z każdą z badanych osób. Spotkania z badanymi odbywały się w kilku sesjach. Pierwsze sesje były poświęcone śledzeniu zakupów wybranych kategorii produktów określonych marek. Na ostatnim spotkaniu badani otrzymywali do wypełnienia kwestionariusze mierzące wybrane postawy nabywców, Skalę Wartości Milтона Rokeacha oraz Skalę Orientacji Materialistycznej, skonstruowaną na potrzeby niniejszych badań. Do pomiaru wartości osobistych posłużono się Skalą Wartości Ostatecznych i Instrumentalnych M. Rokeacha, w adaptacji P. Brzozowskiego (1989/1996). Za pomocą Skali Wartości zbadano wartości ostateczne, tj. przekonania na temat najważniejszych celów życiowych, i wartości instrumentalne, tj. przekonania na temat sposobów realizacji celów życiowych.

Wypełniając Skalę Wartości Rokeacha, badani oceniali (od „1” – najważniejsza do „18” – najmniej ważna), jak ważne są dla nich dwie niezależne grupy wartości: ostatecznych i instrumentalnych. Dokładny opis skali oraz jej parametry psychometryczne są podane w polskim podręczniku do metody (Brzozowski, 1989/1996). Na Skali Orientacji Materialistycznej badani zaznaczali swoje odpowiedzi, posługując się 5-stopniową skalą, gdzie „1” oznaczało „w ogóle nie zgadzam się z tym stwierdzeniem”, a „5” – „właśnie tak myślę”.

III. SKALA ORIENTACJI MATERIALISTYCZNEJ (SOM)

Podstawa teoretyczna narzędzia, zgodność i spójność wewnętrzna. Koncepcja materializmu Richins i Dawson (1992) stanowiła teoretyczną podstawę narzędzia badawczego skonstruowanego do pomiaru orientacji materialistycznej osób w tym badaniu. Zgodnie z tą koncepcją przyjęto, że orientacja materialistyczna polega na koncentracji jednostki na nabywaniu dóbr i łączeniu nabywania i stanu posiadania ze szczęściem i sukcesami odnoszonymi w życiu. Stwierdzenia Skali Orientacji Materialistycznej inspirowane były Skalą Wartości Materialnych (Material Values Scale) Richins, Dawson (1992). Dwie skale, służące do pomiaru materializmu, dostępne w języku polskim, są rozbudowane – zawierają 18 i 20 itemów (Górnik-Durose, 2002). Skala zastosowana w tym badaniu jest krótszą wersją Skali Wartości Materialnych, co przy prowadzeniu serii testów pozwala w pewnym stopniu kontrolować domniemania badanych osób dotyczące celu badania i udzielanie zgodnych z nimi odpowiedzi, skraca czas badania i zmniejsza liczbę arkuszy, jakie ma wypełniać badany (por. Richins, 2004). Poniżej zostały

przedstawione analizy statystyczne wskazujące na to, że użyte w badaniu narzędzie spełnia podstawowe wymogi metodologiczne.

Zastosowana w badaniu Skala Orientacji Materialistycznej zawierała dziewięć stwierdzeń. W pierwszej fazie konstrukcji skali poproszono sędziów kompetentnych o ocenę dziewięciu stwierdzeń przygotowanych na podstawie Skali Wartości Materialnych Richins i Dawsona (1992). Analiza zgodności ocen sędziów W Kendalla wyniosła 0,85.

Po przeprowadzeniu badania, na próbie liczącej 252 osoby, 141 kobiet i 111 mężczyzn w wieku 25-46 lat, aby wstępnie określić liczbę i rodzaj wymiarów orientacji materialistycznej, przeprowadzono eksploracyjną analizę czynnikową (metodą głównych składowych) (por. Król, Wieczorkowska, 2004). Dwa pierwsze czynniki otrzymały wartości własne dla głównych składowych powyżej jednego, tj. czynnik 1 – 4,08, czynnik 2 – 1,05. Następnie przeanalizowano graficzne kryterium interpretacji wartości własnych (wykres osypiska). Na podstawie tego kryterium okazało się, że najwłaściwszym rozwiązaniem jest rozwiązanie jednoczynnikowe. Biorąc pod uwagę przyjęte rozwiązanie jednoczynnikowe, zastosowano rotację *quartimax*. Ta metoda rotacji minimalizuje liczbę czynników i ułatwia interpretację stwierdzeń w kontekście czynnika. W ten sposób, posługując się metodą rotacji *Quartimax*, analizowano wielkości ładunków czynnikowych poszczególnych stwierdzeń i eliminowano te stwierdzenia, które ze względów treściowych zniekształcały jednorodną strukturę czynnika i których ładunki były niskie (poniżej 0,5). Na podstawie wielkości ładunków czynnikowych poszczególnych stwierdzeń zredukowano liczbę stwierdzeń z dziewięciu do pięciu. Na tych pięciu stwierdzeniach przeprowadzono ostateczną analizę głównych składowych. Wyodrębniony czynnik tłumaczył 54,8% wariancji całkowitej (zob. tab. 1).

Treść stwierdzeń otrzymanego czynnika dotyczy łączenia posiadania i dobrobytu materialnego z sukcesem życiowym i szczęściem (tab. 1). Aby oszacować rzetelność tak przygotowanej skali, przeprowadzono analizę α Cronbacha ($\alpha = 0,79$).

Następnym krokiem było zbadanie kolejnej grupy osób i przeprowadzenie analizy konfirmacyjnej. Procedura ta miała na celu określenie dobroci dopasowania wyodrębnionego w eksploracyjnej analizie czynnikowej jednoczynnikowego modelu orientacji materialistycznej. Próba składała się z 482 osób, 293 kobiet i 189 mężczyzn, w wieku 20-50 lat, z wykształceniem średnim i wyższym. Sprawdzone model jednoczynnikowy dla pięciu stwierdzeń.

Tab. 1. Skala Orientacji Materialistycznej
– analizy czynnikowe, eksploracyjne i confirmacyjne

Stwierdzenia	Grupa 1 Analiza eksploracyjna (model jednoczynnikowy) <i>N</i> = 252	Grupa 2 Analiza confirmacyjna (model jednoczynnikowy) <i>N</i> = 482	
	ładunki czynnikowe	wartość parametru	wartość <i>t</i> Studenta
Uważam, że szczęście wiąże się z życiem w luksusie, posiadaniem wielu dóbr	0,78	0,65	10,8
Zamożność materialna jest wyznacznikiem sukcesu życiowego	0,77	0,67	10,5
Jednym z elementów sukcesu życiowego jest to, co człowiek posiada	0,77	0,90	13,7
Rzeczy, które mam mówią o tym, jak mi idzie w życiu	0,69	0,84	14,5
Uważam, że posiadanie wielości dóbr nie zwiększa poczucia szczęścia w życiu	0,68	-0,29	-4,7
% wariancji tłumaczonej przez czynnik	56,80 %	–	
χ^2	–	12,8; <i>p</i> <0,03	
<i>df</i>	–	5	
RMSEA	–	0,06	
RMR	–	0,05	
SRMR	–	0,04	
GFI	–	0,99	
AGFI	–	0,97	
α Cronbacha	0,79	0,70	

Wartość testu χ^2 była istotna statystycznie ($\chi^2_{(5)} = 12,8; p < 0,03$). Według teoretyków analizy confirmacyjnej może to być związane z liczebnością grupy. Twierdzą oni, że przy dużych próbach χ^2 może osiągać istotne wartości (por. Zakrzewska, 2004). Wartości pozostałych wskaźników ogólnego dopasowania wskazują na dobre dopasowanie testowanego jednoczynnikowego modelu orientacji materialistycznej: wielkość przybliżonego błędu wariancji – RMSEA = 0,06, wielkość wariancji resztkowej – RMR = 0,05, standardowa wielkość wariancji resztkowej – SRMR = 0,04, wielkość wskaźnika zgodności – GFI = 0,99 i wyrównanego

wskaźnika zgodności – AGFI = 0,97. Pozostałe wskaźniki, tj. ładunki każdego ze stwierdzeń na poszczególne czynniki, mieściły się w przedziale 0,30 – 0,90; wartości t dla ładunków były istotne, tj. mieściły się w przedziale $t = 5-14$ (por. tab. 1). Na stwierdzeniach testowanego jednoczynnikowego modelu orientacji materialistycznej przeprowadzono analizę α Cronbacha. Wartość α Cronbacha była istotna ($\alpha = 0,70$). Można stwierdzić, że tak przygotowana Skala Orientacji Materialistycznej spełniała podstawowe wymogi metodologiczne, a zatem można było ją zastosować w analizie przedstawionego problemu badawczego.

IV. WYNIKI

W celu zbadania, jakie wartości osobiste tłumaczą orientację materialistyczną jednostki, zastosowano analizę regresji wielokrotnej. Odpowiedzi badanych dotyczące wartości przekodowano tak, aby wartości bardziej cenione przez badanych uzyskiwały wyższe rangi, a mniej cenione – odpowiednio niższe rangi (1 = 18, 2 = 17, 3 = 16, ..., 18 = 1). Zabieg ten umożliwiał kontrolę znaku współczynników analizy regresji, tj. korelacje dodatnie oznaczały, że wraz ze wzrostem jednej zmiennej wzrastają wartości drugiej zmiennej, a w przypadku korelacji ujemnych – wraz ze wzrostem jednej zmiennej malały wartości drugiej zmiennej. Aby zastosowanie analizy regresji wielokrotnej było możliwe, dane rangowe przeliczono na dane standaryzowane „z” (por. Brzozowski, 1989/1996). Biorąc pod uwagę bardzo dobre wartości zgodnościowych statystyk analizy czynnikowej, lepsze w porównaniu z wartością α Cronbacha, za wynik orientacji materialistycznej przyjęto wynik czynnikowy (tzw. *factor score*). Zastosowano model analizy regresji wielokrotnej – metodę krokową, co pozwoliło określić zmienne niezależne (wartości), które w istotny sposób służą przewidywaniu badanej zmiennej zależnej (orientacji materialistycznej). Wyniki wartości osobistych badanych osób wprowadzono dwoma blokami, tj. dla wartości ostatecznych i dla wartości instrumentalnych.

W wyniku przeprowadzonej procedury statystycznej okazało się, że zastosowany model analizy regresji był istotny ($F_{(4,246)} = 25,5; p < 0,001$). W przypadku orientacji materialistycznej wartości osobiste tłumaczyły 28% zmienności w badanej próbie. Największy procent zmienności tłumaczyły następujące wartości: „dostatnie życie” (dostatnie życie) – 20%, „mądrość” (dojrzałe rozumienie życia) – 3%, „równowaga wewnętrzna” (brak konfliktów wewnętrznych) – 3% i „kocha-

jący” (czuły, delikatny) – 2%. Istotne współczynniki analizy regresji β przedstawiono w tabeli 2.

Tab. 2. Współczynniki analizy regresji wielokrotnej (metoda krokowa)
– wartości osobiste tłumaczące orientację materialistyczną

Model	Wartości osobiste	β	Błąd standardowy	t
Krok 4	dostatnie życie	0,42	0,06	7,6***
	mądrość	-0,18	0,05	-3,4***
	równowaga wewnętrzna	-0,14	0,06	-2,5**
	kochający	-0,16	0,06	-3,0**

Poziomy istotności: **-0,01; ***-0,001; $R = 0,54$; $R^2 = 0,29$; skorygowane $R^2 = 0,28$

Wielkości współczynników β wskazują, że wartość „dostatnie życie” wiąże się pozytywnie, bardzo istotnie z orientacją materialistyczną (por. tab. 2). Pozostałe wartości – „mądrość”, „równowaga wewnętrzna” i „kochający” – wiążą się negatywnie z orientacją materialistyczną. Wynik ten można interpretować następująco: im większe znaczenie przypisuje się wartości „dostatnie życie”, tym większe ukierunkowanie materialistycznie, a im większe znaczenie przypisuje się wartościom „mądrość”, „równowaga wewnętrzna” i „kochający”, tym mniejsze ukierunkowanie materialistycznie jednostki. Potwierdziła się więc hipoteza dotycząca związku wartości „dostatnie życie”, „mądrość”, „równowaga wewnętrzna” i „kochający” z orientacją materialistyczną jednostek. Okazało się, że wartości „przyjemność”, „uznanie społeczne”, „życie pełne wrażeń”, „prawdziwa przyjaźń” i „zbawienie” nie miały istotnego znaczenia w przewidywaniu ukierunkowania materialistycznego w badanej grupie.

Następnie zbadano, które z wartości, mimo że nie tłumaczą orientacji materialistycznej jednostki, mogą z nią współwystępować. W tym celu przeprowadzono analizę korelacji r Pearsona, w której wzięto pod uwagę wynik czynnikowy dla orientacji materialistycznej i przeliczone z rang wyniki z dla wartości osobistych, co zdecydowało o wyborze niniejszego testu. Uzyskane wyniki ukazały, że orientacja materialistyczna koreluje istotnie pozytywnie z wartościami „dostatnie życie”, „uznanie społeczne”, „ambitny”, „logiczny”, „uzdolniony”, natomiast istotnie negatywnie – z wartościami „mądrość”, „równowaga wewnętrzna”, „świat piękna”, „wolność”, „kochający”, „uczciwy” i „wybaczący” (tab. 3). W tej pracy badawczej postawiono hipotezę, że znaczenie wartości „uznanie spo-

łeczne” wiąże się pozytywnie z orientacją materialistyczną. Okazało się, że badane zmienne współwystępowały ze sobą. Wraz ze wzrostem wyniku świadczącego o orientacji materialistycznej badanych osób rosła ranga wartości „uznanie społeczne”.

Tab. 3. Wyniki analizy korelacji r Pearsona orientacji materialistycznej i wartości osobistych ogółem oraz w dwóch grupach płciowych i wiekowych

Orientacja materialistyczna	Wartości osobiste	Ogółem $N = 252$	Kobiety $N = 143$	Mężczyźni $N = 109$	Wiek 24-35 $N = 140$	Wiek 36-46 $N = 112$
	dostatnie życie	0,45***	0,50***	0,40***	0,48***	0,43***
mądrość	-0,24***	-0,31***	–	-0,22**	-0,23**	
poczucie dokonania	–	0,16*	–	–	–	
prawdziwa przyjaźń	–	–	–	–	-0,25**	
przyjemność	–	0,16*	–	–	–	
równowaga wewnętrzna	-0,24***	-0,25**	-0,21*	-0,25**	-0,23*	
świat piękna	-0,18**	-0,17*	-0,20*	-0,18*	-0,18*	
uznanie społeczne	0,15**	–	0,20*	–	0,27**	
wolność	-0,13**	-0,18*	–	–	–	
zbawienie	–	–	-0,17*	-0,15*	–	
życie pełne wrażeń	–	–	–	–	0,25**	
ambitny	0,16*	0,22*	–	–	0,26**	
czysty	–	0,17*	–	0,17*	–	
intelektualista	–	–	0,18*	–	–	
kochający	-0,16*	–	-0,20*	–	-0,19*	
odpowiedzialny	–	–	–	–	-0,16*	
logiczny	0,13*	–	–	0,15*	–	
odważny	–	–	0,16*	–	0,23**	
posłuszny	–	0,19*	–	–	0,21*	
uczciwy	-0,11*	-0,21**	–	–	-0,18*	
uzdolniony	0,11*	–	–	0,17*	–	
wybaczący	-0,16**	-0,14*	-0,20*	–	-0,23*	

Poziomy istotności: * -0,05; ** -0,01; *** -0,001

Następnie przebadano związek wartości osobistych z orientacją materialistyczną u kobiet i mężczyzn. Zanim przystąpiono do testowania istotności modelu analizy regresji, przeanalizowano różnice między rangami przypisywanymi wartościom w grupach: kobiet i mężczyzn. Należało sprawdzić, w jakim stopniu płęć

może zróżnicować badane zależności. W celu porównania różnic między średnimi rangami w wyodrębnionych grupach zastosowano test *U* Manna-Whitneya dla dwóch niezależnych grup. Umożliwia on porównywanie danych odzwierciedlających skale porządkowe. Porównano średnie rang dla wartości osobistych w grupie kobiet i mężczyzn (rangi dla wartości odpowiadały następującemu porządkowi: 1 – najmniej ważna, 18 – najważniejsza). Okazało się, że grupy te różniły się istotnie co do wartości: „poczucie dokonania” ($z = -3,3, p < 0,001$; $X_{\text{kobiety}} = 7,1, X_{\text{mężczyźni}} = 9,1$), „poczucie własnej godności” ($z = -2,1, p < 0,03$; $X_{\text{kobiety}} = 12,1, X_{\text{mężczyźni}} = 11,2$), „równowaga wewnętrzna” ($z = -2,2, p < 0,03$; $X_{\text{kobiety}} = 11,5, X_{\text{mężczyźni}} = 10,4$), „równość” ($z = -1,9, p < 0,05$; $X_{\text{kobiety}} = 6, X_{\text{mężczyźni}} = 7,2$), „wolność” ($z = -2,8, p < 0,005$; $X_{\text{kobiety}} = 10,4, X_{\text{mężczyźni}} = 12,1$), „ambitny” ($z = -3,8, p < 0,001$; $X_{\text{kobiety}} = 10, X_{\text{mężczyźni}} = 11$) i „kochający” ($z = -3,2, p < 0,002$; $X_{\text{kobiety}} = 14,3, X_{\text{mężczyźni}} = 12,7$). W ten sposób ukazano, że rangi przypisywane dwóm wartościom, tj. „równowaga wewnętrzna” i „kochający”, które tłumaczyły orientację materialistyczną, różniły się u kobiet i mężczyzn. Dla kobiet obydwie te wartości miały większe znaczenie niż dla mężczyzn.

W następnej kolejności przeprowadzono analizę regresji wielokrotnej (metodą krokową) dla obydwu grup płciowych. Zarówno w grupie kobiet, jak i mężczyzn testowany model okazał się istotny (kobiety – $F_{(4,135)} = 18,7, p < 0,001$; mężczyźni – $F_{(2,106)} = 12,5, p < 0,001$). Wartości osobiste wyjaśniały większy procent wariancji w przypadku kobiet (skorygowane $R^2 = 0,34$) niż mężczyzn (skorygowane $R^2 = 0,21$). Co więcej, orientację materialistyczną u kobiet wyjaśniały cztery wartości, podczas gdy u mężczyzn – tylko dwie. Zarówno u kobiet, jak i u mężczyzn orientację materialistyczną wyjaśniały wartości: „dostatnie życie” ($K = 24\%$; $M = 16\%$) i „kochający” ($K = 2\%$; $M = 5\%$), natomiast wartości „mądrość” (6%) i „równowaga wewnętrzna” (2%) wyjaśniały orientację materialistyczną tylko w przypadku kobiet.

Opierając się na wielkości współczynników β , możemy określić charakter zależności między wartościami osobistymi i orientacją materialistyczną u kobiet i u mężczyzn (tab. 4). Wartość „dostatnie życie” wiąże się pozytywnie z orientacją materialistyczną w obydwu grupach płciowych. Pozostałe wartości wiążą się negatywnie z orientacją materialistyczną. Są to: u mężczyzn – „kochający”, u kobiet – „mądrość”, „równowaga wewnętrzna” i „kochający”. Oznacza to, że im bardziej osoby cenią wartość „dostatnie życie”, tym większe ukierunkowanie materialistyczne, a im bardziej cenią wartości „kochający” (mężczyźni) czy „mąd-

rość”, „równowagę wewnętrzną”, „kochający” (kobiety), tym mniejsze ukierunkowanie materialistyczne.

Tab. 4. Współczynniki analizy regresji wielokrotnej (metoda krokowa)
– wartości osobiste tłumaczące orientacje materialistyczną
z rozróżnieniem płci i wieku badanych osób

Płeć	Model	Wartości osobiste	β	Błąd standardowy	t
Kobiety	krok 4	dostatnie życie	0,46	0,07	6,6***
		mądrość	-0,23	0,07	-3,2**
		równowaga wewnętrzną	-0,16	0,07	-2,3*
		kochający	-0,14	0,08	-2,02*
Mężczyźni	krok 2	dostatnie życie	0,43	0,09	5,0***
		kochający	-0,24	0,08	-2,8**
Wiek	Model	Wartości osobiste	β	Błąd standardowy	t
24-35 lat	krok 6	dostatnie życie	0,41	0,07	5,6***
		pokój na świecie	0,18	0,07	2,4*
		mądrość	-0,18	0,07	-2,5**
		równowaga wewnętrzną	-0,18	0,07	-2,5*
		szczęście	0,17	0,07	2,3*
		o szerokich horyzontach	0,14	0,07	2,0*
36-46 lat	krok 6	dostatnie życie	0,31	0,08	3,7***
		mądrość	-0,22	0,08	-2,7**
		życie pełne wrażeń	0,23	0,09	2,9**
		równowaga wewnętrzną	-0,17	0,08	-2,2**
		czysty	-0,24	0,09	-2,9**
		ambitny	0,22	0,09	2,6*

Poziomy istotności: *-0,05; **-0,01; ***-0,001; kobiety $F_{(4,135)} = 18,7***$; $R = 0,60$; $R^2 = 0,36$; skorygowane $R^2 = 0,34$; mężczyźni $F_{(2,106)} = 12,5***$; $R = 0,47$; $R^2 = 0,22$; skorygowane $R^2 = 0,21$; wiek 24-35 lat $F_{(6,132)} = 11,4***$; $R = 0,58$; $R^2 = 0,34$; skorygowane $R^2 = 0,31$; wiek 36-46 lat $F_{(6,104)} = 10,4***$; $R = 0,61$; $R^2 = 0,38$; skorygowane $R^2 = 0,34$

Aby pogłębić prowadzoną analizę, przeprowadzono analizę korelacji testem r Pearsona. Zastosowanie tej analizy miało umożliwić wskazanie wartości, które współwystępują z materialistyczną orientacją u kobiet i u mężczyzn. W przypadku kobiet okazało się, że orientacja materialistyczna koreluje istotnie pozytywnie z wartościami: „dostatnie życie”, „poczucie dokonania”, „przyjemność”, „ambitny”, „czysty” i „posłuszny”, natomiast istotnie negatywnie z wartościami: „mąd-

rość”, „równowaga wewnętrzna”, „świat piękna”, „wolność”, „uczciwy”, „wybaczający”. W przypadku mężczyzn orientacja materialistyczna pozytywnie koreluje z wartościami: „dostatnie życie”, „uznanie społeczne”, „intelektualista”, „odważny” i negatywnie z wartościami: „równowaga wewnętrzna”, „świat piękna”, „zbawienie”, „kochający” i „wybaczający” (por. tab. 3). W grupie kobiet „przyjemność” koreluje pozytywnie, a w grupie mężczyzn „zbawienie” koreluje negatywnie z orientacją materialistyczną. A zatem hipoteza dotycząca współwystępowania „przyjemności” i „zbawienia” z orientacją materialistyczną w tych grupach potwierdziła się. Stwierdzono również, że w przypadku wartości instrumentalnych wraz ze wzrostem orientacji materialistycznej wzrasta ranga wartości „ambitny”, „czysty” i „posłuszny” u kobiet, a „intelektualista” i „odważny” u mężczyzn, maleje natomiast ranga wartości „uczciwy” u kobiet i „kochający” u mężczyzn. Zgodnie z przyjętymi założeniami można zatem stwierdzić, że inne wartości instrumentalne wiąże się z orientacją materialistyczną kobiet i mężczyzn.

Następnie przetestowano związek wartości osobistych z orientacją materialistyczną w badanych grupach wiekowych: 24-35 lat i 36-46 lat. Podobnie jak w przypadku grup płciowych, zanim przystąpiono do właściwej analizy, przetestowano różnice między rangami wartości w dwóch grupach wiekowych, tj. 24-35 lat i 36-46 lat, za pomocą testu *U* Manna-Whitneya (dla dwóch niezależnych grup). Okazało się, że badane grupy różniły się istotnie co do wartości: „bezpieczeństwo narodowe” ($z = -4,8, p < 0,001; X(24-35) = 7,5, X(36-46) = 10,8$), „bezpieczeństwo rodziny” ($z = 4,4, p < 0,001; X(24-35) = 13,9, X(36-46) = 16$), „dojrzała miłość” ($z = -4,1, p < 0,001; X(24-35) = 13,4, X(36-46) = 11,4$), „prawdziwa przyjaźń” ($z = -2,8, p < 0,005; X(24-35) = 11, X(36-46) = 9,7$), „szczęście” ($z = -2,6, p < 0,01; X(24-35) = 12,4, X(36-46) = 11,5$), „życie pełne wrażeń” ($z = 4,2, p < 0,001; X(24-35) = 7,3, X(36-46) = 4,9$), „niezależny” ($z = -2,6, p < 0,008; X(24-35) = 10,5, X(36-46) = 8,8$) i „pomocny” ($z = -2,4, p < 0,02; X(24-35) = 8,7, X(36-46) = 10,2$). Rangi przypisywane powyżej wymienionym wartościom różnią się więc w badanych grupach. Przeprowadzona analiza regresji wielokrotnej (metodą krokową) wykazała, że testowany model jest istotny w obydwu badanych grupach (24-35 lat – $F_{(6,132)} = 11,4, p < 0,001$; 36-46 lat – $F_{(6,104)} = 10,4, p < 0,001$). Wartości osobiste wyjaśniały podobny procent wariancji w przypadku obydwu grup (24-35 lat – skorygowane $R^2 = 0,31$; 36-46 lat – skorygowane $R^2 = 0,34$). W grupie wiekowej 24-35 lat orientacja materialistyczna wiąże się z wartościami „dostatnie życie” (22%), „pokój na świecie” (2%), „mądrość” (2%), „równowaga wewnętrzna” (2%), „szczęście” (2%) i „o szerokich ho-

ryzontach” (1%), zaś w grupie wiekowej 36-46 lat – z wartościami „dostatnie życie” (17%), „mądrość” (5%), „życie pełne wrażeń” (3%) i „równowaga wewnętrzna” (2%) oraz „czysty” (3%) i „ambitny” (3%). Na podstawie wielkości współczynników β możemy określić charakter zależności między wartościami osobistymi i orientacją materialistyczną w omawianych grupach (por. tab. 4). Orientacja materialistyczna wiąże się pozytywnie z wartościami: „dostatnie życie” – w obydwu wiekowych grupach, z „pokój na świecie”, „szczęście” i „o szerokich horyzontach” – w grupie wiekowej 24-35 lat, „życie pełne wrażeń” i „ambitny” – w grupie wiekowej 36-46 lat, zaś negatywnie – z wartościami „mądrość” i „równowaga wewnętrzna” w obydwu badanych grupach. Uzyskane wyniki wskazują na to, że im większą rangę osoba w grupie wiekowej 24-35 lat przypisuje wartościom „dostatnie życie”, „pokój na świecie”, „szczęście” i „o szerokich horyzontach”, a w grupie wiekowej 35-46 lat wartościom „dostatnie życie”, „życie pełne wrażeń” i „ambitny”, tym bardziej jest ukierunkowana materialistycznie. A zatem hipoteza dotycząca związku wartości „życie pełne wrażeń” z orientacją materialistyczną potwierdziła się w grupie osób w wieku 36-46 lat.

Ponadto określono jeszcze inne od zakładanych wartości, które tłumaczyły orientację materialistyczną w każdej z badanych grup wiekowych. Podobnie jak w przypadku całej grupy i dwóch grup płciowych, tak i tutaj przeprowadzono analizę korelacji testem r Pearsona. W przypadku grupy w wieku 24-35 lat orientacja materialistyczna koreluje istotnie pozytywnie z wartościami „dostatnie życie”, „czysty”, „logiczny”, „uzdolniony”, natomiast istotnie negatywnie z wartościami „mądrość”, „równowaga wewnętrzna”, „świat piękna” i „zbawienie”, natomiast w grupie wiekowej 36-46 lat orientacja materialistyczna pozytywnie koreluje z wartościami „dostatnie życie”, „uznanie społeczne”, „życie pełne wrażeń” „ambitny”, „odważny” i „posłuszny”, zaś negatywnie – z wartościami „mądrość”, „prawdziwa przyjaźń”, „równowaga wewnętrzna”, „kochający”, „odpowiedzialny”, „uczciwy” i „wybaczący” (por. tab. 3). Warto zwrócić uwagę, że w przypadku omawianych grup, zgodnie z przyjętymi hipotezami, orientacja materialistyczna koreluje pozytywnie z wartościami „uznanie społeczne” i „życie pełne wrażeń” oraz negatywnie z wartościami „prawdziwa przyjaźń” i „zbawienie”. A zatem w grupie osób w wieku 24-35 lat wraz ze wzrostem wyniku orientacji materialistycznej maleje ranga wartości „zbawienie”. Z kolei w grupie osób w wieku 36-46 lat wraz ze wzrostem wyniku orientacji materialistycznej wzrasta ranga wartości „uznanie społeczne” i „życie pełne wrażeń”, a maleją – wartości „prawdziwa przyjaźń”. Te wartości mogą więc współwystępować z orientacją

materialistyczną u osób w określonym przedziale wieku. Wraz ze wzrostem wyniku badanych osób w orientacji materialistycznej wzrasta ranga wartości „czysty”, „logiczny” w grupie 24-35 lat, a „uzdolniony”, „ambitny”, „odważny” i „posłuszny” w grupie 36-46 lat, i maleje ranga wartości „kochający”, „odpowiedzialny”, „uczciwy” i „wybaczący” w grupie 36-46 lat. Tym samym, zgodnie z przyjętym założeniem, okazało się, że inne wartości instrumentalne współwystępowały z orientacją materialistyczną osób w dwóch badanych grupach wiekowych.

V. DYSKUSJA I WNIOSKI

Prezentowany artykuł miał na celu przeanalizowanie związku orientacji materialistycznej z ważnymi dla jednostki wartościami. W ramach prowadzonych badań ustalono, że orientacja materialistyczna zależy od znaczenia wartości „dostatnie życie”, „mądrość”, „równowaga wewnętrzna” i „kochający” oraz współwystępuje z wartością „uznanie społeczne”. Uzyskane wyniki znajdują potwierdzenie w rezultatach innych badań. Zaobserwowano, że wysoki poziom materializmu wiąże się z przypisywaniem szczególnego znaczenia wartości „bezpieczeństwo finansowe”, a małego – wartości „ciepłe relacje z innymi” (Keng i in., 2000) oraz że materializm wiąże się negatywnie z orientacją na wartości kolektywistyczne – rodzinne i duchowe (Burroughs, Rindfleisch, 2002). W ramach prezentowanego badania dodatkowo zaobserwowano, że orientacja materialistyczna koreluje negatywnie z wartością „wolność” i „świat piękna”, co oznacza, że w badanej próbie wraz ze wzrostem ukierunkowania materialistycznego malało znaczenie tych wartości. Wyniki te można interpretować, nawiązując do koncepcji wartości Rokeacha i motywacyjnych teorii szczęścia (por. Czapiński, 2004). W koncepcji Rokeacha (1973) „wolność” dotyczy znaczenia niezależności i wolności wyboru, a „świat piękna” – znaczenia piękna przyrody i sztuki. Realizacja tych wartości jest kierowana motywacją wewnętrzną, a nie zewnętrzną, jak ma to miejsce w przypadku ukierunkowania materialistycznego.

Orientacja materialistyczna współwystępuje z wartością „przyjemność” w grupie kobiet. W innym badaniu stwierdzono, że osoby, dla których ważne są zarówno posiadanie, jak i wartości kolektywistyczne, przeżywają stany napięcia i mają gorsze samopoczucie niż osoby, które koncentrują się na posiadaniu, a wartości kolektywne uznają za mało ważne (por. Burroughs, Rindfleisch, 2002). Na tej podstawie można przypuszczać, że wraz ze wzrostem orientacji materialistycznej kobiet może wzrastać znaczenie wartości „przyjemność”. Im w więk-

szym stopniu kobieta kojarzy szczęście i sukces z posiadaniem, tym większe znaczenie może mieć dla niej „przyjemność”. U badanych mężczyzn i w grupie osób w wieku 24-35 lat orientacja materialistyczna koreluje negatywnie ze „zbawieniem”. Wzrost ukierunkowania materialistycznego u tych osób powoduje, że maleje u nich znaczenie wartości „zbawienie”. Rezultaty te nawiązują do badań poprzedników, ukazujących, że materializm koreluje negatywnie z wartościami duchowymi (por. Burroughs, Rindfleisch, 2002).

W przypadku prezentowanego tu badania stwierdzono, że wartość „życie pełne wrażeń” współwystępuje z ukierunkowaniem materialistycznym w grupie osób w wieku 35-46 lat. Uzyskane rezultaty mogą mieć także swoje wytłumaczenie w przypisywaniu innych funkcji posiadaniu przedmiotów w różnych okresach życia (Górnik-Durose, 2002). Im człowiek starszy, tym ważniejsza jest funkcja symboliczna i interpersonalna posiadanych dóbr, a te generują u jednostki określone przeżycia. Poszukując wytłumaczenia dla współwystępowania orientacji materialistycznej z wartością „życie pełne wrażeń” w omawianej grupie, można odwołać się także do potencjalnych źródeł satysfakcji z życia człowieka w różnym wieku. Jasność celu życia i potrzeba rozwoju osobistego maleją wraz z wiekiem (Ryff, Keyes, 1995). „Życie pełne wrażeń” (aktywność i doznania) kojarzy się z młodością i w ten sposób przedłuża możliwość gromadzenia i posiadania, czyli osiągnięcia szczęścia i sukcesu w życiu.

Wśród wartości instrumentalnych Rokeach (1973) wyróżnił: kompetencyjne, tj. związane z „dobrym życiem” własnym, i moralne, tj. związane z „dobrym życiem” innych. Ogólnie rzecz biorąc, wyniki analizy korelacji ukazały, że wartości kompetencyjne („ambitny”, „logiczny”, „uzdolniony”) korelują pozytywnie, a wartości moralne („uczciwy”, „wybaczący”) negatywnie z orientacją materialistyczną badanych osób.

Wyniki zaprezentowanego badania świadczą o tym, że orientacja materialistyczna u kobiet i u mężczyzn koreluje pozytywnie z innymi wartościami instrumentalnymi. Były nimi: u kobiet – „ambitny” i „czysty”, a u mężczyzn – „intelektualista” i „odważny”. Taki stan rzeczy może wiązać się z odmiennym procesem socjalizacji mężczyzn i kobiet, który kształtuje przekonania na temat sposobów osiągnięcia celów – różnych dla obydwu płci (Lunt, Livingstone – za: Górnik-Durose, 2002). W innych badaniach stwierdzono, że poziom aspiracji finansowych jest istotnie wyższy u mężczyzn niż u kobiet (Kasser, Ryan, 1996).

Podobnie jak w przypadku badanych grup płciowych, tak i w przypadku grup wiekowych stwierdzono, że inne wartości instrumentalne korelują pozytywnie

z orientacją materialistyczną w dwóch analizowanych grupach. W grupie osób w wieku 24-35 lat były to: „czysty”, „logiczny”, „uzdolniony”, a w grupie w wieku 36-46 lat – „odważny” i „posłuszny”. Nawiązując do charakterystyk dwóch badanych okresów rozwojowych można przypuszczać, że inne przekonania dotyczące realizacji celów współwystępują z orientacją materialistyczną w grupie osób w wieku 24-35 lat i w wieku 36-46 lat.

Przedstawione wyniki badań wskazują, że analiza wartości stanowi istotny kierunek poszukiwania przyczyn kształtowania się postaw materialistycznych i poczucia bądź braku poczucia zadowolenia z życia oraz że badania takie warto prowadzić wieloaspektowo, tj. uwzględniając płeć i okresy rozwojowe badanych osób.

BIBLIOGRAFIA

- Bem, D. J. (2000). *Męskość, kobiecość. O różnicach wynikających z płci*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Brzezińska, A. (2000). *Spoleczna psychologia rozwoju*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Brzozowski, P. (1989/1996). *Skala Wartości (SW). Polska adaptacja Value Survey M. Rokeacha*. Warszawa: Pracownia Testów Psychologicznych Polskiego Towarzystwa Psychologicznego.
- Burroughs, J. E., Rindfleisch, A. (2002). Materialism and well-being: Conflicting values perspective. *Journal of Consumer Psychology*, 29, 348-370.
- Chiagouris, L., Mitchell, L. E. (1997). The new materialists. W: L. R. Kahle, L. Chiagouris (red.), *Values, lifestyle and psychographics* (s. 263-281). Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.
- Czapiński, J. (2004). Psychologiczne teorie szczęścia. W: J. Czapiński (red.), *Psychologia pozytywna. Nauka o szczęściu, zdrowiu, sile i cnotach człowieka* (s. 51-102). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Fourier, S., Richins, M. L. (1991). Some theoretical and popular notions concerning materialism. *Journal of Social Behaviour and Personality*, 6, 403-414.
- Górnik-Durose, M. (2002). *Psychologiczne aspekty posiadania – między instrumentalnością a społeczną użytecznością dóbr*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Graham, J. F. (1999). Materialism and consumer behaviour: Toward a clearer understanding. *Journal of Social Behaviour and Personality*, 14, 241-256.
- Inglehart, R. (1990). *Culture shift in advanced industrial society*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Kahle, L. R., Beatty, S. E., Homer, P. (1986). Alternative measurement approaches to consumer values: The List of Values (LOV) and Values and Life Style (VALS). *Journal of Consumer Research*, 13, 405-409.
- Kasser, T., Ryan, R. M. (1996). Further examining the American dream: Differential correlates of intrinsic and extrinsic goals. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22, 280-287.

- Keng, K. A., Kwon, J., Tan, S. J., Wirtz, J. (2000). The influence of materialistic inclination on values, life satisfaction, and aspirations: An empirical analysis. *Social Indicators Research*, 49, 317-333.
- Król, G., Wieczorkowska, G. (2004). Budowanie wskaźników za pomocą analizy czynnikowej. W: J. Brzeziński (red.), *Metodologia badań psychologicznych. Wybór tekstów* (s. 391-416). Warszawa: Wydawnictwo PWN.
- Micken, K. S. (1993). Materialism and the self. *Dissertation Abstracts International*, 54-10A, 3813-4074.
- Richins, M. L. (1991). Social comparison and the idealised images of advertising. *Journal of Consumer Research*, 18, 71-83.
- Richins, M. L. (2004). The material value scale: Measurement properties and development of short form. *Journal of Consumer Research*, 31, 209-219.
- Richins, M. L., Dawson, S. (1992). A consumer values orientation and its measurement: Scale Development and Validation. *Journal of Consumer Research*, 19, 303-317.
- Richins, M. L., Rudmin, F. W. (1994). Materialism and economic psychology. *Journal of Economic Psychology*, 15, 217-231.
- Rokeach, M. (1973). *The nature of human values*. New York: Free Press.
- Ryff, D. C., Keyes, C. L. M. (1995). The structure of psychological well-being revised. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, 719-727.
- Schmuck, P., Kasser, T., Ryan, R. M. (2000). Intrinsic and extrinsic goals: Their structure and relationship to well-being in German and US college students. *Social Indicator Research*, 50, 225-241.
- Schudson, M. (1991). Delectable materialism: Where the critics of consumer culture wrong all along. *American Prospect*, 2, 26-35.
- Seligman, M. E. (2004). Psychologia pozytywna. W: J. Czapiński (red.), *Psychologia pozytywna. Nauka o szczęściu, zdrowiu, sile i cnotach człowieka* (s. 18-32). Warszawa: PWN.
- Zakrzewska, M. (2004). Konfirmacyjna analiza czynnikowa w ujęciu pakietu statystycznego LISREL 8.51 (2001) Karla G. Joreskoga i Daga Sorboma. W: J. Brzeziński (red.), *Metodologia badań psychologicznych. Wybór tekstów* (s. 391-416). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

HUMAN VALUES ACCOUNTING FOR MATERIALISTIC ORIENTATION

S u m m a r y

The aim of research was to investigate relationships between human values and materialistic orientation. Two-hundred-fifty-two subjects were surveyed: 109 males and 143 females, aged 24 to 46, with secondary education and university degree. The following methods were used: Materialistic Orientation Scale inspired by Richins and Dawson's theory, and Rokeach Value Survey. Multiple linear regression analysis was applied. It was found out that human values were linked with materialistic orientation and explained 29% of its variance. Materialistic orientation correlated

positively with comfortable life and negatively with wisdom, inner harmony and loving. Multiple regression analysis showed that human values explained 34% of variance in materialistic orientation in the group of females and 21% in the group of males. Moreover, materialistic orientation is linked with wisdom and inner harmony of women, whereas it was not linked with the above values in males. Multiple regression analysis showed that human values explained 31% of variance in materialistic orientation in subjects aged 24 to 35, and 34% in subjects aged 36 to 46. Materialistic orientation was positively linked with such values as 'peace in the world', 'happiness' and 'broad-mindedness' in subjects aged 24 to 35, whereas it was positively linked with an 'exciting life' and 'ambition' in subjects aged 36 to 46. Other instrumental values were found to be linked with materialistic orientation both in females and males, and in age groups 24 to 35 and 36 to 46.

Key words: human values, materialistic orientation.