

ARTYKUŁY

MARZENA BLACHOWSKA-SZMIGIEL

ORCID: 0000-0001-6913-9711

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

E-mail: majek@amu.edu.pl

POKOLENIE Z NA FILOLOGII ROMAŃSKIEJ/FRANCUSKIEJ: ASPIRACJE ŻYCIOWE I WYZWANIA EDUKACYJNE

WPROWADZENIE

Pokolenie Z – urodzone w latach 1995–2012 (Juchnowicz, 2009 s. 118) – określane jako Zety, *always-on*, generacja C, pokolenie instant czy *homo mediens* (Melosik, 2003), to generacja cyfrowych tubylców (Prensky, 2001), dzieci Internetu (Wiktorowicz i in., 2016, s. 21). Żyją w świecie zdominowanym przez globalizację, cyfryzację, materializm i konsumpcjonizm, w kulturze instant opartej na zmianie, natychmiastowości, powierzchowności i bylejakości (Melosik, 2003). Doświadczają niestabilności politycznej, gwałtownych przemian technologicznych, nieprzewidywalnych trendów na rynku pracy oraz złożoności globalnych problemów, takich jak zmiany klimatu, migracje czy pandemia COVID-19. Ten świat, w którym nic nie pozostaje stałe, a instytucje, role społeczne i tożsamości nieustannie się przeobrażają, w naukach społecznych opisuje kategoria płynnej nowoczesności (Bauman, 2006), natomiast w zarządzaniu i edukacji – koncepcja VUCA (Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity) (Bennett i Lemoine, 2014). Oba pojęcia, choć wyrastają z odmiennych tradycji, mają charakter komplementarny: płynna nowoczesność akcentuje kulturowo-egzystencjalny wymiar życia w świecie pozbawionym stałych ram, podczas gdy ujęcie VUCA koncentruje się na praktycznych konsekwencjach niestabilności, złożoności i niejednoznaczności. Razem tworzą wielowymiarową perspektywę, która pozwala uchwycić

cić ambiwalentne doświadczenia pokolenia Z: z jednej strony nieograniczony dostęp do informacji, możliwości rozwoju i samoekspresji, z drugiej – poczucie niepewności, przeciążenia i fragmentaryzacji.

W dyskursie publicznym utrwalił się obraz pokolenia Z jako generacji zorientowanej przede wszystkim na sukces zewnętrzny, to znaczy dążącej do bogactwa, popularności i atrakcyjnego wizerunku (Twenge, 2017), a więc motywowanej zyskami zewnętrznymi i nastawionej materialistycznie (Zawadzka i in., 2015, s. 101). Oznacza to, że poczucie sukcesu i szczęścia w życiu daje im nabywanie i posiadanie. Obraz ten jest legitymizowany przez badania empiryczne (Anderson i Jiang, 2018; Dimock, 2019) i wzmacniany przez media społecznościowe, które promują natychmiastową rozpoznawalność oraz kreują aspiracje związane z widocznością w przestrzeni publicznej (Anderson i Jiang, 2018). W tej perspektywie Zety przedstawia się jako *ostentacyjnych konsumpcjonistów* (Rosiński, 2023), którzy pieniądze wydają przede wszystkim na rozrywki (Kubik i in., 2024, s. 18, 41), dążą do zdobycia popularności i pozycji społecznej w wirtualnej przestrzeni (Brosch, 2014, s. 286) oraz do atrakcyjnego wyglądu nawet kosztem zdrowia (Flis i Dębski, 2023, s. 17–19; Kubik i in., 2024, s. 71). Badania pokazują, że to pokolenie ukierunkowane na szybki awans społeczny, prestiż i rozpoznawalność, odznaczające się wysokimi oczekiwaniami wobec rynku pracy oraz ograniczoną cierpliwością w realizacji długofalowych celów (Dimock, 2019; Scholz, 2014) i budowania kariery w długim horyzoncie czasowym (Seemiller i Grace, 2019). Zety postrzegają edukację głównie jako narzędzie służące zdobywaniu kapitału zawodowego i społecznego, natomiast w mniejszym stopniu jako przestrzeń autentycznego samorozwoju i refleksji nad własną tożsamością oraz miejscem w świecie (Prensky, 2001; Twenge, 2017). Aspirują do zawodów gwarantujących wysokie zarobki, prestiż oraz możliwość szybkiej kariery – takich jak specjalista IT, influencer, menedżer czy przedsiębiorca (Dolot, 2018; Seemiller i Grace, 2019). Przedstawiciele tej generacji, częściej niż poprzednie pokolenia, deklarują gotowość zmiany pracy, jeśli nie spełnia ona ich oczekiwań, co istotne – nie tylko finansowych, ale także rozwojowych (Francis i Hoefel, 2018).

Jednocześnie coraz liczniejsze badania empiryczne (Anderson i Jiang, 2018; Dimock, 2019; Katz i in., 2021) oraz raporty instytucjonalne (Deloitte Global, 2025; OECD, 2023) wskazują, że wyżej przedstawiony obraz ma charakter redukcjonistyczny i nie oddaje w pełni złożoności aspiracji życiowych pokolenia Z. Obok dążenia do sukcesu zewnętrznego istotne miejsce dla Zetów zajmują wartości wewnętrzne: rozwój osobisty, poczucie sensu, więzi z innymi ludźmi czy zaangażowanie we wspólnotę (Deloitte Global, 2025; Dwivedula, 2021; Francis i Hoefel, 2018). Raporty dotyczące rynku pracy podkreślają, że Zety poszukują zawodów umożliwiających samorealizację i wywieranie realnego wpływu spo-

łecznego, a w badaniach stylów życia istotną rolę odgrywa dbałość o dobrostan psychiczny, autentyczność oraz równowaga między pracą a życiem osobistym (Deloitte Global, 2025; OECD, 2023). W literaturze podkreśla się również, że Zety częściej niż poprzednie generacje formułują aspiracje w kategoriach „bycia” – samorozwoju, satysfakcji z codzienności i pielęgnowania bliskich więzi – a nie wyłącznie „posiadania” czy zewnętrznych atrybutów sukcesu (Katz i in., 2021; Seemiller i Grace, 2019).

W rezultacie wyłania się bardziej złożony, wielowymiarowy obraz pokolenia Z – nie tylko jako konsumentów sukcesu i prestiżu, ale także jako generacji poszukującej głębszych form spełnienia i sensu. Ambiwalencja ta – równoczesne doświadczanie presji sukcesu i potrzeby autentyczności – znajduje odzwierciedlenie w ich tożsamości pokoleniowej, ujawniającej się w napięciu między dążeniem do stabilności a akceptacją zmienności (Bauman, 2006; Deloitte Global, 2025; Prensky, 2001). Na tym tle szczególnie istotne staje się zweryfikowanie, na ile ten dominujący w opinii publicznej obraz – eksponujący przede wszystkim zewnętrzne motywacje – znajduje faktyczne potwierdzenie w określonych warunkach edukacyjnych, w konkretnych grupach uczniów i studentów.

W świetle powyższych ustaleń w niniejszym artykule analizuję wyniki badania aspiracji życiowych studentów II roku studiów licencjackich na kierunku filologia romańska (obecnie filologia francuska). Badanie przeprowadzono w Instytucie Języków i Literatur Romańskich UAM w roku 2023 za pomocą platformy Teams. Uczestniczyło w nim 40 osób (38 studentek i 2 studentów) w wieku 21–22 lata. Następnie omówię wyzwania edukacyjne związane z dostosowaniem procesu kształcenia do aspiracji i potrzeb badanej grupy studentów, co prowadzi do refleksji nad koniecznością transformacji systemu edukacji formalnej, podjętej na zakończenie artykułu.

MATERIAŁ I METODY

Hipotezy i pytania problemowe

Studenci II roku filologii romańskiej/francuskiej reprezentują tę część pokolenia Z, która właśnie wchodzi na rynek pracy i aktywnie współtworzy rzeczywistość społeczną, co nadaje szczególne znaczenie ich aspiracjom życiowym. Biorąc pod uwagę dominujący w opinii publicznej obraz generacji Z – eksponujący orientacje na cele zewnętrzne – założono, że badana grupa za priorytetowe uznaje aspiracje życiowe reprezentowane przez triadę: *bogactwo*, *sława* i *wizerunek*. Natomiast aspiracje wewnętrzne – opisywane przez kategorie: *rozwój osobisty*, *związki z ludźmi* i *wspólnotowość* – postrzega jako drugoplanowe. Motywuje ją zatem perspektywa wymiernych korzyści, np. wyróżnienie się na rynku pracy,

lepsze możliwości zawodowe (wyższe zarobki, rozwój kariery, praca za granicą), prestiż i szacunek wśród rówieśników (znajomość rzadziej spotykanego języka obcego może budować wizerunek osoby kompetentnej i wykształconej), czy rozpoznawalność na arenie międzynarodowej itd.

Sformułowano następujące pytania problemowe:

1. Jakie znaczenie dla badanej grupy mają zewnętrzne cele życiowe reprezentowane przez triadę: *bogactwo, sława i wizerunek*, w porównaniu z celami wewnętrznymi, które wpisują się w kategorie: *rozwój osobisty, związki z ludźmi i wspólnotowość*?
2. Czy motywacja badanej grupy ma charakter instrumentalny?

W badaniu wykorzystano polską adaptacją kwestionariusza *Indeksu aspiracji* T. Kassera i R. Ryana (Zawadzka i in., 2015), służącego do pomiaru aspiracji zewnętrznych i wewnętrznych oraz aspiracji związanych ze zdrowiem. Teoretyczną podstawą *Indeksu aspiracji* jest koncepcja autodeterminacji, oparta na kontraście między wewnętrzną motywacją do działania a zewnętrzną presją. Osoby skupione na celach zewnętrznych cieszą się niższym dobrostanem i poczuciem jakości życia niż te nastawione na cele wewnętrzne, ponieważ z reguły działają ze strachu lub dla nagrody (Zawadzka i in., 2015). *Indeks aspiracji* pozwala sprawdzić, w jakim stopniu ludzie skupiają się na osiąganiu celów wewnętrznych w porównaniu z celami zewnętrznymi oraz jak waga i znaczenie celów wewnętrznych w porównaniu z celami zewnętrznymi wiąże się z poczuciem dobrostanu. W polskiej adaptacji kwestionariusza potwierdzono rzetelność i trafność wewnętrzną narzędzia oraz jego trafność kryterialną:

- istotnie dodatnie korelacje między uczuciami pozytywnymi i zadowoleniem z życia (miary dobrostanu) a aspiracjami wewnętrznymi oraz brak korelacji między uczuciami pozytywnymi i zadowoleniem a aspiracjami zewnętrznymi;
- istotnie dodatnie korelacje między aspiracjami zewnętrznymi a orientacją materialistyczną (tj. łączenie nabywania i stanu posiadania z sukcesem i szczęściem w życiu).

Zważywszy na cel badania, poniżej zostaną omówione wyniki pomiaru aspiracji zewnętrznych i wewnętrznych. Zarówno aspiracjom zewnętrznym, jak i wewnętrznym odpowiadają trzy kategorie celów życiowych. Dla aspiracji zewnętrznych są to: *bogactwo, sława i wizerunek* (odnoszące się do poczucia bezpieczeństwa, uznania, wpływu społecznego i prestiżu), a dla wewnętrznych: *związki z innymi, rozwój osobisty i wspólnotowość* (związane z rozwojem samoświadomości, budowaniem więzi emocjonalnych oraz z zachowaniami altruistycznymi). Kwestionariusz składa się z 35 stwierdzeń. Zestawienie stwierdzeń odnoszących się do celów zewnętrznych i wewnętrznych przedstawiono odpowiednio w tabelach 1 i 2.

Tabela 1*Aspiracje zewnętrzne*

Lp.	Bogactwo	Sława	Wizerunek
1	Mieć sukces finansowy	Być sławnym	Słyszeć komentarze, jak atrakcyjne wyglądam
2	Posiadać wiele drogich produktów	By moje nazwisko często pojawiało się w mediach	Skutecznie ukrywać oznaki starzenia
3	Mieć wystarczająco dużo pieniędzy, by kupić wszystko to, co się chce	By moje nazwisko było znane przez wielu ludzi	Osiągnąć świetny wygląd
4	Być zamożnym	Być podziwianym przez wielu różnych ludzi	Być na bieżąco z modą
5	Być bogatym	Być podziwianym przez wielu ludzi	Mieć wizerunek, który inni będą postrzegać jako godny zaufania

Adnotacja. Źródło: opracowanie własne.**Tabela 2***Aspiracje wewnętrzne*

Lp.	Związki z innymi	Rozwój osobisty	Wspólnotowość
1	Mieć dobrych przyjaciół, na których mogę liczyć	Dorosnąć i nauczyć się nowych rzeczy	Pracować nad lepszym bytem dla społeczeństwa
2	Dzielić życie z kimś, kogo kocham	Pod koniec życia być w stanie spojrzeć na moje życie jako pełne	Pomagać innym ulepszać ich życie
3	Mieć silne, bliskie związki z ludźmi	Osiągać coraz większy wgląd w to, dlaczego to robię, co robię	Pomagać ludziom w potrzebie
4	Czuć, że są ludzie, którzy mnie kochają i których ja kocham	Samemu decydować o tym, co robię, zamiast być popychanym	Być przy ludziach, którzy tego potrzebują, nie chcąc nic w zamian
5	Mieć głębokie i trwałe związki z innymi ludźmi	Wiedzieć i akceptować, kim naprawdę się jest	Pracować, by stworzyć lepszy świat

Adnotacja. Źródło: opracowanie własne.

W kwestionariuszu zastosowano siedmiostopniową skalę, co zwiększa precyzję i rzetelność badania. Badany ocenia w skali od 1 (*w ogóle nie*) do 7 (*bardzo/bardzo dużo*) ważność celu (*Jak ważny jest dla Ciebie ten cel?*), prawdopodobieństwo osiągnięcia celu w przyszłości (*Na ile prawdopodobne jest to, że osiągniesz ten cel w przyszłości?*) oraz stopień osiągnięcia celu (*Jak dużo z tego celu udało Ci się już osiągnąć?*).

ANALIZA WYNIKÓW

Analizę wyników kwestionariusza przedstawiam dla większej klarowności z uwzględnieniem liczby odpowiedzi respondentów oraz odpowiadających im wartości procentowych.

Cele zewnętrzne

Bogactwo

W kategorii *bogactwo* najbardziej kontrowersyjny okazał się cel 5 (Być bogatym), najmniej istotnym zaś cel 2 (Posiadać wiele drogich produktów). Cel 5 spolaryzował grupę: 15 uczestników badania (37,7%) oceniło jego ważność powyżej średniej, a 16 uczestników (39,7%) poniżej średniej, dla 9 osób (22,6%) ma on umiarkowane znaczenie. Warto zauważyć, że zaledwie 3 osoby (7,5%) uznały omawiany cel za bardzo ważny. W kwestii prawdopodobieństwa osiągnięcia celu 5 w przyszłości oraz aktualnego stopnia jego realizacji badani studenci wykazali znaczący pesymizm. Zaledwie 7 z nich (17%) oceniło możliwości jego realizacji powyżej średniej, 11 osób (28,3%) jako średnie, a 22 osoby (55%) poniżej średniej. W odniesieniu do aktualnego stopnia realizacji celu 5 aż 34 osoby (85%) oceniły go poniżej średniej, przy czym 19 osób (47,2%) uznało, że niczego w tym zakresie nie osiągnęło. Jedynie 2 osoby (6%) określiły dotychczasowy poziom realizacji celu 5 powyżej średniej, a 4 osoby (9%) postrzegają go jako średni.

W przypadku celu 2 aż 31 badanych studentów (77,3%) oceniło jego ważność poniżej średniej, a zaledwie 6 osób (15,2%) postrzega go jako szczególnie istotny, zaś 3 osoby (7,5%) określiły jego ważność jako średnią. W ocenie prawdopodobieństwa osiągnięcia omawianego celu w przyszłości oraz dotychczasowego stopnia jego realizacji uczestnicy badania wykazali znaczący pesymizm. Zaledwie 7 osób (17,2%) określiło możliwości jego realizacji w przyszłości powyżej średniej, 11 osób (26,3%) jako średnie, a 23 osoby (56,6%) poniżej średniej. Aż 33 osoby (83%) oceniły dotychczasowy stopień osiągnięcia tego celu poniżej średniej, z czego 16 osób (41,5%) stwierdziło, że nie osiągnęło niczego w tym zakresie.

Wśród celów z kategorii *bogactwo* szczególnie ważny okazał się natomiast cel 3 (Mieć wystarczająco dużo pieniędzy, by kupić wszystko to, co się chce): 33 osoby (81,1%) przyznały mu ocenę powyżej średniej. Dla 12 osób (30,1%) jest on szczególnie ważny, tyleż samo uznało go za dość ważny (30,2%), a dla 8 osób (20,8%) pozostaje ważny. Na miejscu drugim uplasował się cel 1 (Mieć sukces finansowy) – szczególnie istotny dla 28 uczestników badania (69,8%),

przy czym 6 osób (15,1%) określiło go jako bardzo ważny, 11 osób (26,4%) jako ważny i zbliżona liczba respondentów jako dość ważny (28,3%). Miejsce trzecie zajął cel 4 (Być zamożnym) – 22 osoby (54,7%) oceniły jego ważność powyżej średniej, przy czym zaledwie 3 osoby (7,5%) uznały go za bardzo ważny, 8 osób (20,8%) za ważny, a 11 osób (26,4%) za dość ważny. Szczegółowe wyniki dla omówionych wyżej celów przedstawia tabela 3.

Tabela 3

Ważność celów zewnętrznych z kategorii bogactwo (N = 40)

Cel	Ważność								
	powyżej średniej		łącznie powyżej średniej	średnia		poniżej średniej		łącznie poniżej średniej	
	7 pkt n (%)	6 pkt n (%)	5 pkt n (%)	5–7 pkt n (%)	4 pkt n (%)	3 pkt n (%)	2 pkt n (%)	1 pkt n (%)	1–3 pkt n (%)
3	12 (30,1)	8 (20,8)	12 (30,2)	33 (81,1)	4 (9,4)	1 (3,5)	1 (1,9)	1 (1,9)	3 (7,5)
1	6 (15,1)	11 (26,4)	11 (28,3)	28 (69,8)	5 (13,2)	2 (5,7)	2 (3,8)	3 (7,5)	7 (17)
4	3 (7,5)	8 (20,8)	11 (26,4)	22 (54,7)	11 (26,4)	1 (3,5)	6 (15,1)	0	7 (18,6)

Adnotacja. Źródło: opracowanie własne.

W ocenie prawdopodobieństwa osiągnięcia omawianych celów w przyszłości wśród badanych przeważa ostrożny optymizm z pewną dozą pesymizmu:

- w odniesieniu do celu 3 – prawie połowa (19 osób, tj. 48,2%) oceniła prawdopodobieństwo jego osiągnięcia powyżej średniej, ale aż 14 osób (34%) określiło je jako średnie, a 7 osób (17,8%) jako poniżej średniej;
- w odniesieniu do celu 1 – 17 osób (42,4%) oceniło szanse na jego realizację powyżej średniej, jednocześnie aż 14 osób (33%) postrzega je jako poniżej średniej, a 9 osób (23,7%) określiło je jako średnie;
- w zakresie celu 4 – 13 osób (32,1%) ocenia prawdopodobieństwo jego realizacji powyżej średniej, tyle samo (13 osób, tj. 32,4%) określa je jako poniżej średniej, a 14 osób (35,5%) uznaje je za średnie.

Szczegółowe wyniki odnoszące się do przedstawionych celów zawarto w tabeli 4.

Tabela 4*Prawdopodobieństwo osiągnięcia celów zewnętrznych z kategorii bogactwo (N = 40)*

Cel	Prawdopodobieństwo osiągnięcia celu w przyszłości								
	powyżej średniej			łącznie powyżej średniej	średnia	poniżej średniej			łącznie poniżej średniej
	7 pkt n (%)	6 pkt n (%)	5 pkt n (%)	5–7 pkt n (%)	4 pkt n (%)	3 pkt n (%)	2 pkt n (%)	1 pkt n (%)	1–3 pkt n (%)
3	2 (4,8)	3 (9,4)	14 (34)	19 (48,2)	14 (34)	3 (7,5)	3 (7,5)	1 (2,8)	7 (17,8)
1	2 (3,8)	3 (7,5)	12 (31,1)	17 (42,4)	9 (23,7)	10 (24,5)	1 (1,9)	3 (7,5)	14 (33,9)
4	1 (1,9)	2 (5,7)	10 (24,5)	13 (32,1)	14 (35,5)	8 (21,1)	4 (9,4)	1 (1,9)	13 (32,4)

Adnotacja. Źródło: opracowanie własne.

Zdecydowana większość uczestników badania wyraziła krytyczne stanowisko wobec aktualnego stopnia osiągnięcia celów 1, 3 i 4:

- 31 osób (77,3%) w odniesieniu do celu 1, z czego 13 uczestników (32%) stwierdziło, że cel ten nie został w ogóle zrealizowany;
- 30 osób (74,8%) w przypadku celu 4, przy czym 15 uczestników (37%) uznało stopień jego realizacji za bardzo niewielki;
- 25 osób (62,3%) w zakresie celu 3, w tym 12 uczestników (30,2%) uznało stopień jego osiągnięcia za bardzo niewielki.

Szczegółowe wyniki dla wyżej omówionych celów zamieszczono w tabeli 5.

Tabela 5*Aktualny stopień osiągnięcia celów zewnętrznych z kategorii bogactwo (N = 40)*

Cel	Aktualny stopień osiągnięcia celu								
	powyżej średniej			łącznie powyżej średniej	średnia	poniżej średniej			łącznie poniżej średniej
	7 pkt n (%)	6 pkt n (%)	5 pkt n (%)	5–7 pkt n (%)	4 pkt n (%)	3 pkt n (%)	2 pkt n (%)	1 pkt n (%)	1–3 pkt n (%)
1	0	1 (2,5)	2 (3,8)	3 (6,3)	7 (17,0)	8 (20,5)	10 (24,2)	13 (32,0)	31 (77,3)
4	0	0	2 (3,8)	2 (3,8)	8 (21,2)	7 (17,0)	15 (37,0)	8 (21,0)	30 (74,8)
3	0	2 (3,8)	2 (7,5)	4 (11,2)	11 (26,5)	7 (17,0)	12 (30,2)	6 (15,1)	25 (62,3)

Adnotacja. Źródło: opracowanie własne.

Sława

W ocenie zdecydowanej większości uczestników badania spośród wszystkich celów zewnętrznych najmniej istotne są te związane ze sławą. Co więcej, badana grupa wykazała zdecydowany pesymizm zarówno w kwestii oceny prawdopodobieństwa osiągnięcia tych celów, jak i oceny dotychczasowego stopnia ich realizacji. Szczegółowe oceny przedstawiają się następująco:

- cel 4 (Być podziwianym przez wielu różnych ludzi) i cel 5 (Być podziwianym przez wielu ludzi) zostały uznane za szczególnie ważne przez zdecydowaną mniejszość uczestników badania (12 respondentów, tj. 30,3% w przypadku celu 4 i 29,3% w przypadku celu 5). Większość (24 osoby, tj. 60%) poniżej średniej oceniła prawdopodobieństwo osiągnięcia tych celów w przyszłości; zdecydowana większość krytycznie odniosła się do aktualnego stopnia ich realizacji (32 osoby, tj. 79%). W przypadku obydwu celów 13 osób (32,1%) uznało, że niczego do tej pory w ich zakresie nie osiągnęło;
- cel 1 (Być sławnym) jest szczególnie ważny dla zaledwie 8 osób (20,8%); prawie wszyscy badani poniżej średniej określili zarówno prawdopodobieństwo jego osiągnięcia w przyszłości (35 osób, tj. 86,8%), jak i dotychczasowy stopień jego realizacji (38 osób, tj. 94%);
- cel 3 (By moje nazwisko było znane przez wielu ludzi) za szczególnie istotny uznało jedynie 7 badanych (17%); zdecydowana większość poniżej średniej określiła prawdopodobieństwo jego osiągnięcia w przyszłości (28 osób, tj. 69,8%), a prawie wszyscy (37 osób, tj. 92,4%) poniżej średniej ocenili dotychczasowy stopień jego realizacji;
- cel 2 (By moje nazwisko często pojawiało się w mediach) jest szczególnie istotny dla zaledwie 2 osób (3,8%), zdecydowana większość (35 osób, tj. 86,8%) poniżej średniej oceniła prawdopodobieństwo jego osiągnięcia w przyszłości, prawie wszyscy (38 osób, tj. 94,4%) pesymistycznie postrzegają dotychczasowy stopień jego realizacji.

Wizerunek

Prawie wszyscy badani (38 osób, tj. 94,3%) uznali za szczególnie ważny cel 5 (Mieć wizerunek, który inni będą postrzegać jako godny zaufania). W tej podgrupie aż 23 osoby (58,4%) określiły go jako bardzo ważny, 8 osób (20,8%) jako ważny, a 6 osób (15,1%) jako dość ważny. Jednocześnie w ocenie prawdopodobieństwa osiągnięcia omawianego celu w przyszłości oraz w ocenie aktualnego stopnia jego osiągnięcia zdecydowana większość i większość wykazała optymizm. Aż 34 osoby (84,9%) oceniły powyżej średniej prawdopodobieństwo jego osiągnięcia w przyszłości, w tej podgrupie 8 osób (18,9%) uznało je za bar-

dzo duże, 14 osób (35,8%) za duże, a 12 osób (30,2%) za dość duże. Jednocześnie aktualny stopień osiągnięcia celu 5 uzyskał ocenę powyżej średniej aż od 26 uczestników badania (64%); w tej podgrupie 4 osoby (9,4%) uznały go za bardzo duży, 10 osób (24,5%) za duży, 12 osób (30,2%) za dość duży.

Ważność pozostałych celów została oceniona powyżej średniej przez zdecydowaną mniejszość badanej grupy: 11 osób (tj. 25,5%) przyznało ocenę powyżej średniej celowi 4 (Być na bieżąco z modą), 12 osób (30,2%) celowi 2 (Skutecznie ukrywać oznaki starzenia), a 15 osób (37,8%) celowi 1 (Słyszeć komentarze, jak atrakcyjnie wyglądam). Cel 3 (Osiągnąć świetny wygląd) podzielił uczestników badania w następujący sposób: 19 osób (tj. 47,2%), a więc prawie połowa grupy – oceniło jego ważność powyżej średniej, a 13 osób (32,9%) poniżej średniej, natomiast dla 8 osób (19,9%) przedstawia on umiarkowaną ważność. Szczegółowe wyniki przedstawia tabela 6.

Tabela 6

Ważność celów zewnętrznych z kategorii wizerunek (N = 40)

Cel	Ważność								
	powyżej średniej		łącznie powyżej średniej		średnia	poniżej średniej		łącznie poniżej średniej	
	7 pkt n (%)	6 pkt n (%)	5 pkt n (%)	5–7 pkt n (%)	4 pkt n (%)	3 pkt n (%)	2 pkt n (%)	1 pkt n (%)	1–3 pkt n (%)
4	2 (3,8)	2 (3,8)	7 (17,9)	11 (25,5)	2 (6,2)	4 (9,1)	7 (17,8)	16 (41,4)	27 (68,3)
2	3 (7,5)	3 (7,5)	6 (15,2)	12 (30,2)	4 (9,4)	7 (18,6)	7 (17,0)	10 (24,8)	24 (60,4)
1	2 (5,7)	5 (13,2)	8 (18,9)	15 (37,8)	4 (9,4)	4 (11,2)	7 (17,0)	10 (24,6)	21 (52,8)
3	4 (9,4)	7 (17,0)	8 (20,8)	19 (47,2)	8 (19,9)	5 (13,2)	5 (13,2)	3 (7,5)	13 (32,9)

Adnotacja. Źródło: opracowanie własne.

Jeśli chodzi o możliwości osiągnięcia omawianych celów w przyszłości, około połowa badanych oceniła poniżej średniej prawdopodobieństwo osiągnięcia celu 4 (21 osób, tj. 53,1%) i celu 1 (21 osób, tj. 52,7%), nieco mniej niż połowa (18 osób, tj. 45,1%) celu 2, a ponad jedna trzecia (16 osób, tj. 39,6%) celu 3. Jednocześnie około jedna czwarta i ponad jedna czwarta uczestników ocenia szanse na osiągnięcie celów 1, 2 i 3 jako średnie, wykazując ostrożny optymizm. Szczegółowe wyniki dla omawianych celów przedstawiono w tabeli 7.

Tabela 7*Prawdopodobieństwo osiągnięcia celów zewnętrznych z kategorii wizerunek (N = 40)*

Cel	Prawdopodobieństwo osiągnięcia celu w przyszłości								
	powyżej średniej		łącznie powyżej średniej	średnia	poniżej średniej		łącznie poniżej średniej		
	7 pkt n (%)	6 pkt n (%)	5 pkt n (%)	5–7 pkt n (%)	4 pkt n (%)	3 pkt n (%)	2 pkt n (%)	1 pkt n (%)	1–3 pkt n (%)
4	3 (7,5)	4 (11,2)	10 (24,5)	17 (43,2)	2 (3,75)	4 (9,4)	2 (5,7)	15 (38,0)	21 (53,1)
1	0	3 (7,5)	7 (17,2)	10 (24,7)	9 (22,6)	5 (13,2)	9 (22,5)	7 (17,0)	21 (52,7)
2	2 (5,7)	5 (11,3)	6 (15,2)	13 (32,2)	9 (22,7)	4 (11,2)	4 (9,4)	10 (24,5)	18 (45,1)
3	0	4 (9,4)	9 (22,7)	13 (32,1)	11 (28,3)	5 (13,2)	6 (15,1)	5 (11,3)	16 (39,6)

Adnotacja. Źródło: opracowanie własne.

W kwestii aktualnego stopnia osiągnięcia powyższych celów większość badanej grupy wykazała krytycyzm, przy czym największa liczba uczestników badania (27 osób, tj. 66,4%) poniżej średniej oceniła swoją dotychczasową skuteczność w ukrywaniu oznak starzenia (cel 2), a najmniejsza (21 osób, tj. 52,8%) w byciu na bieżąco z modą (cel 4). W tabeli 8 przedstawiono wyniki uporządkowane hierarchicznie, zaczynając od celu, który został oceniony jako najmniej istotny przez największą liczbę uczestników, aż po cel oceniony jako najmniej istotny przez najmniejszą liczbę uczestników.

Tabela 8*Aktualny stopień osiągnięcia celów zewnętrznych z kategorii wizerunek (N = 40)*

Cel	Aktualny stopień osiągnięcia celu								
	powyżej średniej			łącznie powyżej średniej	średnia	poniżej średniej			łącznie poniżej średniej
	7 pkt n (%)	6 pkt n (%)	5 pkt n (%)	5–7 pkt n (%)	4 pkt n (%)	3 pkt n (%)	2 pkt n (%)	1 pkt n (%)	1–3 pkt n (%)
2	2 (5,7)	1 (1,9)	3 (7,5)	6 (15,1)	7 (18,5)	8 (18,9)	4 (9,4)	15 (37,7)	27 (66,4)
3	0	1 (2,9)	7 (17)	8 (18,9)	7 (17,1)	9 (22,6)	8 (20,6)	8 (20,8)	25 (64,0)

cd. tab. 8

1	0	3	3	6	10	6	10	8	24
		(7,5)	(7,5)	(15,0)	(24,6)	(15,1)	(24,5)	(20,8)	(60,4)
4	1	2	8	11	8	3	5	13	21
	(1,9)	(5,7)	(20,8)	(28,4)	(18,8)	(7,5)	(11,8)	(33,5)	(52,8)

Adnotacja. Źródło: opracowanie własne.

Cele wewnętrzne

Związki z innymi

Uczestnicy badania w zasadzie zgodnie uznali za szczególnie istotne wszystkie cele życiowe z kategorii *związki z innymi*. Aż 39 osób (98,1%) powyżej średniej oceniło ważność celu 2 (Dzielić życie z kimś, kogo kocham), celu 4 (Czuć, że są ludzie, którzy mnie kochają i których ja kocham, celu 1 (Mieć dobrych przyjaciół, na których mogę liczyć) oraz celu 5 (Mieć głębokie i trwałe związki z innymi ludźmi), a 35 osób (88,7%) powyżej średniej określiło ważność celu 3 (Mieć silne, bliskie związki z ludźmi) Zdecydowana większość i większość uznała omawiane cele za bardzo ważne. Aż 36 osób (90,6%) określiło jako bardzo ważny cel 4, 33 osoby (83%) za taki uznały cel 2, a 32 osoby (79,2%) cel 1. Dla 25 osób (62,3%) bardzo ważny pozostaje cel 3, zaś dla 24 osób (60,4%) cel 5.

Zdecydowana większość uczestników badania z optymizmem ocenia przyszłe osiągnięcia w odniesieniu do celów: 4 (35 osób, tj. 87,1%), 1 (33 osoby, tj. 83,1%), 5 (31 osób, tj. 76,3%) i 3 (28 osób, tj. 70,1%). Ponad połowa w taki sposób odnosi się do możliwości realizacji celu 2 (24 osoby, tj. 59,9%). Znikoma liczba uczestników badania wykazała w tej kwestii ostrożny optymizm (określając stopień osiągnięcia omawianych celów jako średni) i pesymizm (oceniając go jako poniżej średniej). W tabeli 9 przedstawiono wyniki w kolejności odpowiadającej omówieniu powyżej.

Tabela 9*Prawdopodobieństwo osiągnięcia celów wewnętrznych z kategorii związki z innymi (N = 40)*

Cel	Prawdopodobieństwo osiągnięcia celu w przyszłości								
	powyżej średnie		łącznie powyżej średniej		średnia		poniżej średniej		łącznie poniżej średniej
	7 pkt n (%)	6 pkt n (%)	5 pkt n (%)	5–7 pkt n (%)	4 pkt n (%)	3 pkt n (%)	2 pkt n (%)	1 pkt n (%)	1–3 pkt n (%)
4	14 (34,4)	16 (41,2)	5 (11,5)	35 (87,1)	1 (1,9)	3 (7,5)	0	1 (3,5)	4 (11)

1	16 (39,2)	10 (24,7)	7 (18,4)	33 (83,1)	4 (11,2)	2 (4,6)	0	1 (1,9)	3 (6,5)
5	9 (23,5)	11 (26,4)	11 (26,4)	31 (76,3)	7 (16,6)	2 (5,2)	1 (1,9)	0	3 (7,1)
3	7 (17,3)	15 (37,7)	6 (15,1)	28 (70,1)	9 (22,6)	2 (3,8)	1 (3,5)	0	3 (7,3)
2	8 (20,1)	10 (24,7)	6 (15,2)	24 (59,9)	8 (21,1)	4 (9,5)	3 (7,5)	1 (1,9)	8 (18,9)

Adnotacja. Źródło: opracowanie własne.

W kwestii dotychczasowego stopnia osiągnięcia celu zdecydowana większość badanych wykazała optymizm w ocenie celów 1 (33 osoby, tj. 81,5%) i 4 (29 osób, tj. 71,7%), większość w przypadku celów 3 (21 osób, tj. 51,8%) i 5 (21 osób, tj. 51%). Natomiast w mniejszości znalazły się osoby zadowolone z aktualnych osiągnięć w odniesieniu do celu 2 (15 osób, tj. 38%). Szczegółowe wyniki dla każdego z omawianych celów zawarto w tabeli 10.

Tabela 10

Aktualny stopień osiągnięcia celów wewnętrznych z kategorii związku z innymi (N = 40)

Cel	Aktualny stopień osiągnięcia celu								
	powyżej średniej			łącznie powyżej średniej	średnia		poniżej średniej		łącznie poniżej średniej
	7 pkt n (%)	6 pkt n (%)	5 pkt n (%)	5–7 pkt n (%)	4 pkt n (%)	3 pkt n (%)	2 pkt n (%)	1 pkt n (%)	1–3 pkt n (%)
1	14 (35,8)	8 (18,9)	11 (26,8)	33 (81,5)	5 (12,8)	1 (3,8)	0	1 (1,9)	2 (5,7)
4	9 (22,6)	12 (30,2)	8 (18,9)	29 (71,7)	6 (15,1)	3 (7,5)	1 (3,8)	1 (1,9)	5 (13,2)
3	4 (9,4)	6 (15,9)	11 (26,5)	21 (51,8)	7 (17,1)	5 (13,2)	3 (8,5)	4 (9,4)	12 (31,1)
5	4 (9,5)	7 (17,0)	10 (24,5)	21 (51,0)	11 (26,4)	5 (13,2)	3 (7,5)	1 (1,9)	9 (22,6)
2	6 (15,1)	6 (15,4)	3 (7,5)	15 (38,0)	5 (13,0)	3 (7,5)	7 (17,0)	10 (24,5)	20 (49,0)

Adnotacja. Źródło: opracowanie własne.

Rozwój osobisty

Badani uznali za priorytetowe wszystkie cele związane z rozwojem osobistym, wykazując względną jednomysłność w ocenie ich ważności. Znikoma liczba uczestników badania oceniła ważność omawianych celów jako średnią lub poniżej średniej. Szczegółowe wyniki zawarto w tabeli 11, w kolejności od celu, którego ważność oceniona została powyżej średniej przez największą liczbę uczestników badania.

Tabela 11

Ważność celów wewnętrznych z kategorii rozwój osobisty (N = 40)

Cel	Ważność								
	powyżej średniej			łącznie powyżej średniej	średnia		poniżej średniej		łącznie poniżej średniej
	7 pkt n (%)	6 pkt n (%)	5 pkt n (%)	5–7 pkt n (%)	4 pkt n (%)	3 pkt n (%)	2 pkt n (%)	1 pkt n (%)	1–3 pkt n (%)
5	32 (79,2)	8 (20,8)	0	40 (100)	0	0	0	0	0
1	23 (58,5)	13 (32,1)	3 (7,5)	39 (98,1)	1 (1,9)	0	0	0	0
4	28 (71,2)	7 (17,5)	4 (9,4)	39 (98,1)	1 (1,9)	0	0	0	0
2	30 (75,5)	6 (15,1)	2 (5,6)	38 (96,2)	0	0	0	0	2 (3,8)
3	21 (52,8)	9 (22,3)	6 (15,3)	36 (90,4)	2 (5,8)	2 (3,8)	0	0	0

Adnotacja. Źródło: opracowanie własne.

W odniesieniu do prawdopodobieństwa osiągnięcia celu w przyszłości zdecydowana większość wykazała optymizm w przypadku celu 1 (Dorosnąć i nauczyć się nowych rzeczy) (37 osób, tj. 93,5%), celu 5 (Wiedzieć i akceptować, kim naprawdę się jest) (30 osób, tj. 73,9%) i celu 4 (Samemu decydować o tym, co robię, zamiast być popychanym) (28 osób, tj. 70%), a większość w zakresie celu 3 (Osiągać coraz większy wgląd w to, dlaczego to robię, co robię) (26 osób, tj. 64,2%) i celu 2 (Pod koniec życia być w stanie spojrzeć na moje życie jako pełne) (26 osób, 64,1%). Szczegółowe wyniki dla poszczególnych celów zawarto w tabeli 12.

Tabela 12*Prawdopodobieństwo osiągnięcia celów wewnętrznych z kategorii rozwój osobisty (N = 40)*

Cel	Prawdopodobieństwo osiągnięcia celu w przyszłości								
	powyżej średniej			łącznie powyżej średniej	Średnia	poniżej średniej			łącznie poniżej średniej
	7 pkt n (%)	6 pkt n (%)	5 pkt n (%)	5–7 pkt n (%)	4 pkt n (%)	3 pkt n (%)	2 pkt n (%)	1 pkt n (%)	1–3 pkt n (%)
1	8 (20,8)	21 (52,0)	8 (20,7)	37 (93,5)	0	0	0	0	3 (6,5)
5	8 (20,8)	14 (34,2)	8 (18,9)	30 (73,9)	7 (18,8)	2 (5,4)	1 (1,9)	0	3 (7,3)
4	9 (22,7)	11 (26,5)	8 (20,8)	28 (70,0)	10 (24,5)	2 (5,5)	0	0	0
3	5 (11,8)	10 (26)	11 (26,4)	26 (64,2)	9 (22,6)	5 (13,2)	0	0	0
2	3 (7,5)	8 (18,9)	15 (37,7)	26 (64,1)	7 (17)	4 (11,3)	2 (5,7)	1 (1,9)	7 (18,9)

Adnotacja. Źródło: opracowanie własne.

Badana grupa nie wykazuje większego entuzjazmu w ocenie swoich dotychczasowych osiągnięć w zakresie omawianych celów. Z ostrożnym optymizmem i pewną dozą krytycyzmu odnosi się do aktualnych rezultatów w obszarze celów 1 i 4. W przypadku celu 1 18 osób (44%) ocenia dotychczasowy stopień jego realizacji powyżej średniej, 14 osób (35,3%) jako średni, a 8 osób (20,7%) poniżej średniej. W odniesieniu do celu 4 15 osób (36,8%) postrzega aktualny postęp w jego realizacji powyżej średniej, w ocenie 12 osób (30%) jest on średni, a dla 13 osób (33,2%) pozostaje poniżej średniej. Umiarkowany pesymizm cechuje oceny dotychczasowej realizacji celów 3 i 5. Cel 3 otrzymał oceny powyżej średniej od 12 osób (30,3%), 11 osób (27,1%) określiło aktualny stopień jego realizacji jako średni, a 17 osób (42,6%) poniżej średniej. Jeśli chodzi o cel 5, to 12 osób (29,1%) ocenia swoje postępy w jego realizacji powyżej średniej, 9 osób (22,6%) widzi je jako średnie, a 20 osób (48,4%) poniżej średniej. Znaczący pesymizm widoczny jest w ocenie aktualnego stopnia osiągnięcia celu 2. Aż 26 osób (66%) oceniło dotychczasowy poziom realizacji celu 2 poniżej średniej, 7 osób (17%) powyżej średniej i tyleż samo uznało za średni. Szczegółowe wyniki przedstawiono w tabeli 13 (w kolejności odpowiadającej powyższemu omówieniu).

Tabela 13*Aktualny stopień osiągnięcia celów wewnętrznych z kategorii rozwój osobisty (N = 40)*

Cel	Aktualny stopień osiągnięcia celu								
	powyżej średniej		łącznie powyżej średniej		średnia		poniżej średniej		łącznie poniżej średniej
	7 pkt n (%)	6 pkt n (%)	5 pkt n (%)	5–7 pkt n (%)	4 pkt n (%)	3 pkt n (%)	2 pkt n (%)	1 pkt n (%)	1–3 pkt n (%)
1	0	5 (11,6)	13 (32,4)	18 (44)	14 (35,3)	5 (13,2)	3 (7,5)	0	8 (20,7)
4	5 (11,6)	5 (11,6)	5 (13,6)	15 (36,8)	12 (30,0)	5 (13,2)	5 (12,5)	3 (7,5)	13 (33,2)
3	2 (3,8)	2 (5,7)	8 (20,8)	12 (30,3)	11 (27,1)	9 (22)	8 (20,6)	0	17 (42,6)
5	5 (13,4)	5 (11,5)	2 (4,2)	12 (29,1)	9 (22,6)	8 (18,9)	8 (20,8)	4 (9,4)	20 (48,3)
2	1 (1,9)	6 (15,1)	0	7 (17,0)	7 (17,0)	14 (34)	8 (20,8)	4 (11,2)	26 (66,0)

*Adnotacja. Źródło: opracowanie własne.**Wspólnotowość*

Prawie wszyscy respondenci powyżej średniej ocenili ważność pomagania ludziom w potrzebie (cel 3) (36 osób, tj. 90,9%,) oraz bezinteresownego bycia przy ludziach, którzy tego potrzebują (cel 4) (37 osób, tj. 91,7%). Zdecydowana większość (34 osoby, tj. 84,9%,) oceniła powyżej średniej ważność pracy dla stworzenia lepszego świata (cel 5), pomagania innym w ulepszaniu ich życia (cel 2) (31 osób, tj. 77,3%) oraz pracę nad lepszym bytem dla społeczeństwa (cel 1) (29 osób, tj. 71,7%). Szczegółowe wyniki dla poszczególnych celów przedstawia tabela 14.

Tabela 14*Ważność celów wewnętrznych z kategorii wspólnotowość (N = 40)*

Cel	Ważność								
	powyżej średniej		łącznie powyżej średniej		średnia		poniżej średniej		łącznie poniżej średniej
	7 pkt n (%)	6 pkt n (%)	5 pkt n (%)	5–7 pkt n (%)	4 pkt n (%)	3 pkt n (%)	2 pkt n (%)	1 pkt n (%)	1–3 pkt n (%)
3	19 (47,5)	11 (26,4)	7 (17,0)	36 (90,9)	1 (1,5)	2 (3,8)	2 (3,8)	0	3 (7,6)

4	20 (49,1)	13 (32,1)	4 (10,5)	37 (91,7)	2 (5,7)	0	1 (2,6)	0	3 (8,3)
5	11 (28,3)	13 (32,1)	10 (24,5)	34 (84,9)	4 (9,4)	0	1 (3,8)	1 (1,9)	2 (5,7)
2	12 (30,2)	10 (24,5)	9 (22,6)	31 (77,3)	7 (17)	1 (3,8)	1 (1,9)	0	2 (5,7)
1	10 (24,5)	11 (26,4)	8 (20,8)	29 (71,7)	5 (11,3)	5 (13,2)	1 (1,9)	1 (1,9)	12 (8,3)

Adnotacja. Źródło: opracowanie własne.

W odniesieniu do prawdopodobieństwa osiągnięcia omawianych celów w przyszłości badana grupa wykazała:

- znaczący optymizm w przypadku celu 4 – z 31 osobami (77,4%) oceniającymi swoje szanse na jego realizację powyżej średniej oraz celu 3, gdzie 29 osób (73,5%) oceniło prawdopodobieństwo jego osiągnięcia powyżej średniej;
- umiarkowany optymizm w odniesieniu do celu 2 – z 26 osobami (64,1%) określającymi możliwości jego realizacji powyżej średniej;
- ostrożny optymizm w ocenie celu 5 – z 20 osobami (49,1%) oceniającymi prawdopodobieństwo jego osiągnięcia powyżej średniej;
- pesymizm w przypadku celu 1 – gdzie 17 osób (43,3%) oceniło powyżej średniej możliwości jego osiągnięcia w przyszłości.

Szczegółowe wyniki dla poszczególnych celów przedstawia tabela 15.

Tabela 15

Prawdopodobieństwo osiągnięcia celów wewnętrznych z kategorii wspólnotowość (N = 40)

Cel	Prawdopodobieństwo osiągnięcia celu w przyszłości								
	powyżej średnie			łącznie powyżej średniej	Średnia	poniżej średniej			łącznie poniżej średniej
	7 pkt n (%)	6 pkt n (%)	5 pkt n (%)	5–7 pkt n (%)	4 pkt n (%)	3 pkt n (%)	2 pkt n (%)	1 pkt n (%)	1–3 pkt n (%)
4	10 (24,5)	10 (24,6)	11 (28,3)	31 (77,4)	7 (17,0)	1 (2,8)	1 (2,8)	0	2 (5,6)
3	8 (20,8)	12 (30,2)	9 (22,5)	29 (73,5)	8 (18,9)	2 (5,7)	0	1 (1,9)	3 (7,6)
2	3 (7,5)	9 (22,6)	14 (34)	26 (64,1)	9 (22,6)	2 (5,7)	2 (5,7)	1 (1,9)	5 (13,3)

cd. tab. 15

5	2 (3,8)	5 (13,2)	13 (32,1)	20 (49,1)	13 (32,1)	3 (7,5)	4 (9,4)	0	7 (18,8)
1	3 (7,5)	3 (7,5)	11 (28,3)	17 (43,3)	12 (30,2)	6 (15,3)	2 (5,6)	2 (5,6)	11 (26,5)

Adnotacja. Źródło: opracowanie własne.

W odniesieniu do aktualnego stopnia realizacji poszczególnych celów z kategorii *wspólnotowość* badana grupa wykazała:

- umiarkowany optymizm w przypadku celu 4 – większość (24 osoby, tj. 60,4%) oceniła aktualny stopień jego realizacji powyżej średniej, 10 osób (24,5%) jako średni, a 6 osób (15,1%) poniżej średniej;
- ostrożny optymizm w odniesieniu do celu 3 (19 osób [47,1%] oceniło dotychczasowy poziom jego osiągnięcia powyżej średniej, a 11 osób [26,4%] jako średni) oraz celu 2 (11 osób [26,5%] oceniło jego realizację powyżej średniej, 14 osób [35,7%] jako średnią, a 15 osób [37,7%] poniżej średniej);
- znaczący pesymizm w zakresie celu 1 i celu 5. W przypadku celu 1 5 osób (13,2%) oceniło aktualny stopień jego realizacji powyżej średniej, 9 osób (22,6%) jako średni, a 26 osób (64,2%) poniżej średniej. W przypadku celu 5 5 osób (11,3%) określiło dotychczasowy stopień jego realizacji powyżej średniej, 10 osób (24,5%) jako średni, a 26 osób (64,2%) poniżej średniej.

Szczegółowe zestawianie wyników dla poszczególnych celów zawarto w tabeli 16.

Tabela 16

Aktualny stopień osiągnięcia celów wewnętrznych z kategorii wspólnotowość (N = 40)

Cel	Aktualny stopień osiągnięcia celu								
	powyżej średniej			łącznie powyżej średniej	średnia	poniżej średniej			łącznie poniżej średniej
	7 pkt n (%)	6 pkt n (%)	5 pkt n (%)	5–7 pkt n (%)	4 pkt n (%)	3 pkt n (%)	2 pkt n (%)	1 pkt n (%)	1–3 pkt n (%)
4	5 (13,2)	9 (22,6)	10 (24,6)	24 (60,4)	10 (24,5)	4 (9,4)	2 (5,7)	0	6 (15,1)
3	3 (7,5)	6 (15,1)	10 (24,5)	19 (47,1)	11 (26,4)	5 (11,3)	4 (9,4)	2 (5,8)	11 (26,5)
2	1 (1,9)	4 (9,5)	6 (15,1)	11 (26,5)	14 (35,7)	5 (11,3)	7 (17,0)	4 (9,4)	15 (37,7)

1	0	1 (1,9)	5 (11,3)	5 (13,2)	9 (22,6)	10 (24,5)	8 (18,9)	8 (20,8)	26 (64,2)
5	0	1 (1,9)	4 (9,4)	5 (11,3)	10 (24,5)	12 (30,2)	8 (20,8)	5 (13,2)	26 (64,2)

Adnotacja. Źródło: opracowanie własne.

DYSKUSJA WYNIKÓW

Wyniki badania wskazują, że studenci II roku filologii romańskiej/francuskiej należący do pokolenia Z, wbrew dominującemu w dyskursie publicznym przekonaniu, nie traktują aspiracji zewnętrznych jako nadrzędnych. Priorytetowe znaczenie mają dla nich aspiracje wewnętrzne – rozwój osobisty, relacje i wspólnotowość.

Badani studenci najwyższą rangę nadają relacjom interpersonalnym i dobrostanowi emocjonalnemu – większość respondentów jest zadowolona ze swoich dotychczasowych relacji i czuje się lubiana oraz kochana. Pomimo iż nie wszyscy współdzielą życie z partnerem, przyjaźń i miłość są uznawane za osiągalne i ważne elementy szczęśliwego życia. Jednocześnie studenci deklarują otwartość na dalszy rozwój osobisty. Chociaż dotychczasowe osiągnięcia w tym obszarze oceniają krytycznie, większość postrzega rozwój jako realną perspektywę, czego potwierdzeniem jest wysoki poziom optymizmu w odniesieniu do zdobywania nowych kompetencji interpersonalnych. Uzyskane wyniki są zbieżne z ustaleniami innych badań, które wskazują, że pokolenie Z, mimo częstego przedstawiania jako generacji materialistycznej, wysoko ceni wartości relacyjne i rozwój osobisty. Francis i Hoefel (2018) zauważają, że młodzi dążą do pracy i stylu życia, które umożliwiają im samorealizację i autentyczne więzi. Podobnie Seemiller i Grace (2019) pokazują, że studenci tej generacji definiują sukces częściej poprzez kategorie *bycia* niż *posiadania*. Również badania CBOS (2025) nad młodymi Polakami wskazują, że na pierwszym miejscu lokują oni zdrowie, rodzinę i relacje społeczne.

W badanej grupie w obszarze wspólnotowości zaobserwowano odwrotną zależność między rozmiarem działania a optymizmem respondentów – im większa skala i trudność zadania, tym niższy poziom optymizmu. Pomoc jednostkom w potrzebie została oceniona bardzo optymistycznie, natomiast działania na rzecz lepszego świata lub poprawy bytu całego społeczeństwa wiążą się z ostrożnym optymizmem lub pesymizmem. Tendencja ta znajduje potwierdzenie w badaniach globalnych – raport Deloitte Global (2025) pokazuje, że Zety chętnie angażują się w działania lokalne, jednocześnie wyrażają sceptycyzm wobec możliwości wpływu na zmiany globalne. Podobnie widzi to Twenge (2017), wskazując, że

ich deklarowany aktywizm współistnieje z poczuciem bezsilności wobec skali globalnych wyzwań.

Dalsze miejsca w hierarchii badanych celów zajęły aspiracje zewnętrzne, które w istocie odnoszą się do dwóch odmiennych stylów życia. Pierwszy z nich opiera się na poczuciu bezpieczeństwa, a jego fundamentami są stabilność, rzetelność i lojalność. Drugi zaś koncentruje się na uznaniu, wyrażającym się dążeniem do prestiżu i wpływu społecznego. Cele zewnętrzne związane ze stylem pierwszym obejmują: osiągnięcie sukcesu finansowego, zamożność, możliwość nabycia dowolnych dóbr oraz budowanie wizerunku opartego na zaufaniu. Pozostałe cele zewnętrzne charakteryzują styl drugi. Obydwa style obarczone są kosztami presji społecznej oraz rywalizacji, jednak w przypadku drugiego stylu koszty te są znacznie wyższe z uwagi na dodatkowe stresory wynikające z zależności prestiżu i wpływu społecznego od zmiennej opinii publicznej oraz aktualnych trendów. Warto zauważyć, że mniejsza zależność od presji i rywalizacji sprzyja pogłębianiu więzi interpersonalnych, rozwojowi osobistemu oraz postawom altruistycznym. Z kolei koncentracja na celach wewnętrznych redukuje negatywne skutki związane z presją społeczną i rywalizacją.

Studenci II roku filologii romańskiej skłaniają się ku stylowi życia, który generuje mniejszą presję społeczną i ogranicza rywalizację, co wydaje się mieć związek z priorytetowym znaczeniem, jakie przypisują celom wewnętrznym. Zdecydowana większość docenia poczucie bezpieczeństwa oraz komfort życia, który chciałaby osiągnąć dzięki stabilnym zasobom finansowym, umożliwiającym zakup dóbr materialnych, odniesienie sukcesu finansowego i zamożność. Wyniki te są spójne z obserwacjami dotyczącymi szerszych tendencji pokolenia Z: badania Deloitte Global (2025) wskazują, że młodzi dorośli w zdecydowanej większości stawiają na równowagę między życiem zawodowym a prywatnym oraz na bezpieczeństwo finansowe, a jedynie 6% z nich traktuje awans na stanowisko kierownicze jako główny cel.

Chociaż dla badanych studentów istotne jest osiągnięcie celów związanych ze stabilnością finansową, oceniają oni krytycznie stopień ich realizacji. W przypadku studentów studiów dziennych może to wynikać z ograniczonych możliwości zarobkowych spowodowanych zobowiązaniami edukacyjnymi. Dodatkowo, wysokie oczekiwania wobec przyszłych osiągnięć finansowych mogą powodować poczucie niespełnienia na obecnym etapie życia. Mimo krytycznej oceny dotychczasowych osiągnięć uczestnicy badania postrzegają przyszłość z umiarkowanym optymizmem, co świadczy o zrównoważonym podejściu: z jednej strony mają nadzieję na stabilność finansową, którą mogą osiągnąć również dzięki studiom dziennym, z drugiej zaś są świadomi, że sukces finansowy wymaga wysiłku i może być trudny do osiągnięcia.

Niemal wszyscy badani studenci pragną być postrzegani jako osoby godne zaufania i co istotne – większość ocenia wysoko zarówno aktualny, jak i przyszły

stopień osiągnięcia tego celu. Wydaje się, że są przekonani o stabilności swoich zachowań, a dotychczasowe doświadczenia w relacjach społecznych, z których zdecydowana większość jest zadowolona, prawdopodobnie utwierdzają ich w przekonaniu o posiadaniu odpowiednich predyspozycji i cech pozwalających skutecznie budować zaufanie. Możliwe, że badani wierzą, iż wizerunek godny zaufania przyniesie im większe uznanie, lub chcą sprostować oczekiwaniom społecznym, ponieważ bycie godnym zaufania jest powszechnie uznawane za istotną i pozytywną cechę w społeczeństwie. Jednocześnie ważność zaufania dla pokolenia Z potwierdzają między innymi badania Katz, Ogilvie, Shaw i Woodhead (2021). Autorki zauważają, że przedstawiciele tego pokolenia są pragmatyczni, cenią bezpośrednią komunikację i oczekują zaufania opartego na rzeczywistych umiejętnościach i uczciwości. W praktyce oznacza to, że uznanie i prestiż w grupie rówieśniczej lub zawodowej nie wynikają już jedynie z faktu posiadania dóbr czy osiągnięcia spektakularnego sukcesu, ale w coraz większym stopniu z tego, co jednostka realnie potrafi i jak współpracuje z innymi (Katz i in., 2021, s. 65–85).

W odniesieniu do drugiego stylu życia przeważająca większość respondentów nie wykazuje szczególnego zainteresowania posiadaniem luksusowych dóbr, byciem podziwianym, rozpoznawalnym w mediach czy sławnym, jednocześnie pesymistycznie ocenia zarówno aktualny stopień, jak i możliwości osiągnięcia tych celów w przyszłości. Interesującym wyjątkiem jest ocena ważności celu 5 (Być bogatym) z kategorii *bogactwo*, która spolaryzowała grupę, co skłania do pytań o reprezentacje, przekonania i uprzedzenia związane z bogactwem. Polaryzacja grupy w tej kwestii może wynikać z różnych systemów wartości, aspiracji zawodowych i środowiska społecznego, z którego pochodzą badani – dla części z nich bogactwo może być kluczowym elementem stabilności finansowej i samorealizacji, podczas gdy inni nie uznają go za warunek szczęścia. Zróżnicowane doświadczenia finansowe w połączeniu z różnicami w statusie ekonomicznym mogą również wpływać na te postawy. Ci, którzy doświadczyli trudności finansowych, mogą przypisywać bogactwu większe znaczenie, podczas gdy osoby bardziej zamożne lub te, które cenią przede wszystkim rozwój osobisty i wspólnotowość, oceniają je jako mniej istotne. Warto zauważyć, że choć w dyskursie medialnym i marketingowym pokolenie Z często bywa przedstawiane jako zorientowane na luksus, sławę i wizerunek (Rosiński, 2023), badania psychologiczne wskazują, iż dla wielu młodych kluczowe pozostają wartości autentyczności, relacyjności i samorozwoju (Twenge i in., 2010; Zawadzka, 2013; Zawadzka i Lewandowska-Walter, 2016).

Większość badanych nie aspiruje również do fizycznej atrakcyjności rozumianej jako umiejętność skutecznego ukrywania oznak starzenia i podążania za trendami modowymi. Co jednak interesujące, niemal połowa uczestników badania przyznaje, że osiągnięcie świetnego wyglądu ma dla nich istotne znaczenie,

jednocześnie krytycznie ocenia swój aktualny wygląd i nie wierzy w możliwość jego zmiany. Ten pesymizm może wynikać z wpływu mediów i standardów społecznych dotyczących urody, które wywołują presję zwłaszcza na młode kobiety, a jednocześnie kreują niedoścignione wzorce piękna (Biały, 2003a; Rak-Suska, 2018). Wyniki odnoszące się do atrakcyjności fizycznej nabierają szczególnej wagi w kontekście faktu, że 95% grupy badawczej stanowią młode kobiety, które – jak wskazują badania – bardziej surowo oceniają własny wygląd (Biały, 2003b) i nadają mu ogólnie większe znaczenie (Zawadzka i in., 2015, s. 105). Poczucie niemożności poprawy swojego wyglądu może również odzwierciedlać obawy dotyczące przyszłości, starzenia się oraz presji społecznej związanej z utrzymaniem młodości. Aby potwierdzić powyższe założenia, konieczne byłyby dalsze, pogłębione badania.

Ów pesymizm w odniesieniu do aktualnego i potencjalnego stopnia osiągnięcia omawianych celów z kategorii *bogactwo*, *sława* i *wizerunek* rodzi pytania o głębsze przyczyny niskiej wartości, którą przypisują im badani. Możliwe wyjaśnienia obejmują nie tylko presję społeczną i medialną, lecz także wewnętrzne konflikty dotyczące dążeń materialnych i niematerialnych, jak również reprezentacji, przekonań czy uprzedzeń w tym obszarze. Młode kobiety mogą być bardziej skłonne do kwestionowania znaczenia materialnych sukcesów w kontekście szerszych życiowych priorytetów, takich jak relacje, rozwój osobisty czy samorealizacja. Pesymizm może wynikać także z poczucia braku kontroli nad czynnikami zewnętrznymi (np. społecznymi oczekiwaniami wobec wyglądu czy finansowego sukcesu), co dodatkowo wpływa na niską ocenę własnych możliwości w przyszłości.

Podsumowując, uzyskane wyniki potwierdzają rosnące znaczenie wartości wewnętrznych w systemie aspiracji młodych ludzi, zgodnie z wynikami międzynarodowych badań. Jednocześnie badanie ukazuje zróżnicowanie wewnątrzpokoleniowe, co sugeruje, że aspiracje studentów zależą nie tylko od przynależności generacyjnej, lecz także od kontekstu społeczno-kulturowego i środowiska edukacyjnego. Wartości rodzinne, przyjaźń, zdrowie i samorozwój pozostają priorytetowe, podczas gdy bogactwo i sława ustępują miejsca poczuciu bezpieczeństwa i autentycznym relacjom. Dalsze badania mogłyby pogłębić analizę czynników warunkujących materialistyczne i niematerialne aspiracje młodych dorosłych oraz zweryfikować hipotezy dotyczące zależności między poczuciem sprawstwa, autopercepcją a optymizmem w ocenie możliwości osiągnięcia celów.

Wskazując na rozbieżność między preferencjami badanej grupy w zakresie celów życiowych a obrazem priorytetów życiowych pokolenia Z, omówione wyżej wyniki prowadzą do wniosku, że generacyjne ujęcie potrzeb edukacyjnych może stanowić punkt odniesienia dla badań potrzeb konkretnych grup studentów. Fundamentem bowiem edukacji akademickiej realnie wspierającej rozwój jedno-

stek są programy elastycznie dostosowujące się do rzeczywistych potrzeb konkretnych grup studentów. Systematyczne monitorowanie aspiracji życiowych studentów różnych kierunków studiów pozwoliłoby trafniej te potrzeby rozpoznać w zależności od wybranej ścieżki akademickiej i roku studiów. Takie działanie w rezultacie stworzyłoby podwaliny dla edukacji bardziej elastycznej, dostosowanej do warunków płynnej nowoczesności, skuteczniej reagującej na dynamicznie zmieniające się potrzeby otoczenia społeczno-kulturowego, równoważącej standaryzację i indywidualizację/personalizację kształcenia.

WYZWANIA EDUKACYJNE

Biorąc pod uwagę wyniki przeprowadzonego badania, kluczowym wyzwaniem edukacyjnym na II roku studiów licencjackich na kierunku filologii romańskiej/francuskiej jest efektywne wsparcie studentów w rozwoju ich kompetencji osobistych, interpersonalnych, świadomości dobra wspólnego, jak również w zakresie zarządzania swoimi zasobami, planowania przyszłości zawodowej i podejmowania inicjatyw, które mogą zapewnić im stabilność finansową. Założenia programu kształcenia na kierunku filologii romańskiej/francuskiej, jego modułowa organizacja i humanistyczny charakter studiów sprzyjają wprowadzeniu działań edukacyjnych odpowiadających na potrzeby badanej grupy studentów.

Program kształcenia zakłada „wyrobienie u studentów potrzeby uczenia się przez całe życie oraz kreatywności w rozwoju intelektualnym i zawodowym” (Filologia francuska, b.d.), co więcej – zdaje się niwelować powszechnie dyskutowany dysonans między kulturą wspólnotową a kulturą korporacyjną, który dotyczy współczesny uniwersytet. Kultura wspólnotowa, wywodząca się z Humboldtowskiej wizji uniwersytetu, zakłada *jedność wiedzy, jedność badań i kształcenia oraz jedność profesorów i studentów*, kluczową rolę odgrywa w niej motywacja autoteliczna i cele wewnętrzne, podczas gdy kultura korporacyjna jest zorientowana na cele zewnętrzne i motywację zewnętrzną (Sztompka, 2014). Natomiast modułowa organizacja programu studiów na II roku filologii romańskiej/francuskiej – uwzględniająca podział na moduły obowiązkowe i fakultatywne – stwarza możliwość elastycznego wdrożenia zmian uwzględniających wspomniane wyżej potrzeby edukacyjne studentów. W ramach obowiązkowego modułu praktycznej nauki języka francuskiego (PNJF), zorganizowanego według poziomu biegłości językowej¹, możliwe jest na przykład wprowadzenie zajęć ze specjalistycznego języka francuskiego o tematyce zarządzania swoimi zasobami, planowania przy-

¹ Od ponad dwóch dekad na kierunku filologia romańska/francuska możliwe jest uczenie się języka francuskiego od podstaw.

szłości zawodowej i podejmowania inicjatyw, które mogą zapewnić – istotną dla badanej grupy – stabilność finansową (np. poprzez pracę jako freelancerzy w branży tłumaczeniowej czy edukacyjnej).

Z uwagi na humanistyczny charakter studiów na filologii romańskiej/francuskiej wsparcie studentów w osiąganiu priorytetowych celów życiowych może odbywać się poprzez działania językowe i niejęzykowe na tekstach francuskojęzycznych i polskojęzycznych, które wpisują się w dyskurs literacki, naukowy i popularny dyskurs psychologiczny oraz dyskurs filozoficzny (epistemologiczny, etyczny, aksjologiczny). Tekst staje się dla nas wielowymiarowym narzędziem, które oprócz tradycyjnej funkcji dydaktycznej pełni funkcję wychowawczą i terapeutyczną. W zakresie funkcji dydaktycznej tekst służy rozwijaniu sprawności rozumienia, pisanie i mówienie w języku francuskim jako obcym. Poprzez działania na tekstach francuskojęzycznych rozwijamy kompetencję językową, komunikacyjną, pragmatyczną, (inter)kulturową, dyskursywną, redakcyjną, inspirujemy i motywujemy do dalszej nauki języka francuskiego. Funkcja wychowawcza tekstu odnosi się do kształtowania wartości (etycznych, kulturowych i światopoglądowych), postaw, wiedzy i umiejętności, rozwijania empatii, krytycznego myślenia, wpajania norm społecznych i etycznych (Czernianin i Czernianin, 2014, s. 13). Natomiast terapeutyczna funkcja tekstu obejmuje biblioterapię i pisanie terapeutyczne. W przypadku biblioterapii poprzez lekturę odpowiednio dobranych tekstów oddziałujemy na różne sfery psychiki odbiorcy: poznawczą, emocjonalną, społeczną, motywacyjną, duchową, nieświadomą (Czernianin i Czernianin, 2014, s. 13). Pisanie terapeutyczne zaś służy ekspresji emocji, autorefleksji, uwalnianiu stresu poprzez następujące działania:

- spisywanie myśli i uczuć w celu lepszego zrozumienia i przepracowania trudnych emocji, np. smutku, żalu czy lęku;
- prowadzenie dzienników, pisanie esejów o swoich przeżyciach, co pozwala na refleksję nad sobą, swoimi działaniami i myślami, lepsze zrozumienie własnych reakcji i przekonań;
- pisanie o stresujących wydarzeniach, co pomaga w złagodzeniu napięcia emocjonalnego.

Zważywszy na wyniki przeprowadzonego badania, praca z odpowiednio dobranymi tekstami literackimi, filozoficznymi i psychologicznymi może wspierać umiejętności interpersonalne, poczucie sensu i sprawstwa, empatię, pomagać w redukcji presji materialistycznych wzorców narzucanych przez media. W przypadku uczniów z rodzin uchodźczych uczących się języka angielskiego jako drugiego biblioterapia okazała się użytecznym narzędziem dydaktycznym, wspierającym proces przetwarzania doświadczeń poprzez identyfikację z tekstem oraz formułowanie refleksji w formie ustnej i pisemnej (Rubio Cancino i Buitrago Cruz, 2019). Natomiast w badaniach przeprowadzonych wśród chińskich dzieci pozostawio-

nych przez rodziców migrujących do miast w poszukiwaniu pracy (*left-behind children*) wykazano, że interwencja biblioterapeutyczna oparta na tematycznych anglojęzycznych książkach obrazkowych znacząco poprawia ich kompetencje regulacji emocji oraz wyniki w nauce języka angielskiego (Hu, 2019). Co więcej, nawet w sytuacjach, w których nauczyciele nie mają doświadczenia z tą metodą, podkreślają jej potencjał w budowaniu poczucia wspólnoty i bezpieczeństwa w klasie (Nehmeh i Assaf, 2024).

Jednocześnie zastosowanie takich metod jak: mentoring, projekty grupowe, symulacje, debaty, inscenizacje, Problem-Based Learning (PBL), stwarza możliwość lepszego zrozumienia siebie oraz swoich relacji z innymi, jak również rozwoju kompetencji interpersonalnych w zakresie efektywnej współpracy, negocjacji czy rozwiązywania problemów.

Proponowane narzędzia, ze względu na swój elastyczny charakter, mogą być wykorzystywane w różnych modułach i adaptowane do zmieniających się potrzeb kolejnych roczników. Ich zastosowanie wymaga jednak po pierwsze – dostosowania do zróżnicowanego poziomu biegłości językowej studentów II roku (czyli grupy zaawansowanej [B1], średniozaawansowanej [A2] oraz początkującej), po wtóre – merytorycznego przygotowania nauczycieli akademickich, po trzecie – wdrożenia systemu oceniania postępów oraz motywowania studentów.

Jeśli chodzi o zróżnicowany poziom biegłości językowej, to stanowi on istotne wyzwanie w kontekście integracji funkcji dydaktycznej, wychowawczej i terapeutycznej tekstów, jak również przy wdrażaniu projektów grupowych, PBL, symulacji, debat czy inscenizacji. Jednym z potencjalnych rozwiązań jest wprowadzenie spersonalizowanych ścieżek edukacyjnych opartych na mentoringu, z wykorzystaniem narzędzi e-learningowych, dla studentów wymagających szczególnego wsparcia dydaktycznego.

Natomiast merytoryczne przygotowanie nauczycieli akademickich dotyczy przede wszystkim: zintegrowania zagadnień związanych z finansami i przedsiębiorczością z zajęciami językowymi, pracy z tekstami o funkcji wychowawczej i terapeutycznej oraz wdrożenia metody PBL. W pierwszym przypadku istotne jest zrozumienie, jak wprowadzać tematykę związaną z finansami, przedsiębiorczością w sposób przystępny i adekwatny do poziomu językowego studentów. Ważne jest również zapewnienie kontekstu kulturowego oraz realnych przykładów, które pozwolą studentom zrozumieć znaczenie finansów i przedsiębiorczości w ich przyszłym życiu zawodowym i osobistym. W drugim przypadku kluczowa jest umiejętność doboru treści tekstów (tj. dostosowania jej do wieku, poziomu rozwoju emocjonalnego i intelektualnego, potrzeb, poziomu biegłości językowej studenta).

Tekst o funkcji wychowawczej i terapeutycznej ma jednocześnie wspierać emocjonalnie i być pomocny w rozwiązywaniu problemów napotykanym przez

studentów, nie może wyzwalać niezamierzonych reakcji emocjonalnych (trudnych emocji), powinien być pozbawiony oceny i nacechowania emocjonalnego, ma zachęcać do introspekcji, a jednocześnie nie wywoływać oporu lub poczucia zniechęcenia. W przypadku pracy metodą PBL istotne jest natomiast zaangażowanie nauczycieli akademickich w przygotowanie scenariuszy oraz umiejętne połączenia celów językowych z rozwijaniem umiejętności rozwiązywania problemów (*problem-solving*).

Skuteczne wdrożenie powyższych treści, narzędzi i technik wymaga przemysłanego podejścia do oceniania postępów studentów. Aby uchwycić pełen zakres rozwijanych kompetencji, niezbędne jest ocenianie kształtujące, które oprócz jasno określonych celów i kryteriów sukcesu zapewnia przestrzeń na konstruktywną informację zwrotną, pytania i dyskusję, samoocenę i refleksję nad własnym procesem uczenia się oraz możliwość poprawy wyników i pogłębienia rozumienia materiału.

Ostatnim, ale równie istotnym wyzwaniem, jest motywowanie studentów. W badanej grupie dominuje motywacja autoteliczna. Symulacje, inscenizacje czy pisanie terapeutyczne mogą skutecznie wspierać ten rodzaj motywacji, umożliwiając studentom doświadczenie głębszego sensu nauki i bezpośrednich efektów ich pracy. Jednocześnie w trosce o zapewnienie jednostce holistycznego i zrównoważonego rozwoju ważne jest ukazanie korzyści płynących z stosowania wymienionych technik w kontekście przyszłej pracy zawodowej, np. jako narzędzi wspomagających przygotowanie do rozmowy kwalifikacyjnej (symulacje i inscenizacje) lub jako wsparcie w komunikacji z wymagającym przełożonym (prowadzenie dziennika).

PODSUMOWANIE

Omówione w niniejszym artykule badanie nie może zostać uogólnione na pozostałe i kolejne roczniki studentów filologii romańskiej/francuskiej. Niemniej, uwidaczniając rozbieżność między aspiracjami życiowymi przeciętnego przedstawiciela pokolenia Z a aspiracjami studentów II roku tego kierunku, staje się kolejnym głosem w dyskusji nad zagadnieniem „edukacji adekwatnej, [...] takiej, która wywiera realny wpływ na młode pokolenie i może stanowić źródło zmiany społecznej” (Melosik, 2003 s. 19). W tym kontekście kluczowym wyzwaniem wydaje się znalezienie równowagi między standaryzacją a indywidualizacją i personalizacją edukacji formalnej. Zapewniając spójność i porównywalność wyników, standaryzacja z jednej strony ułatwia ocenę osiągnięć edukacyjnych oraz przygotowanie absolwentów do ogólnych wymagań rynku pracy. Z drugiej jednak

strony wpisuje jednostki w ramy jednolitych, przewidywalnych norm i wymagań, ograniczając rozwój ich potencjału twórczego, co w dłuższej perspektywie hamuje wzrost kapitału ludzkiego i innowacyjności społeczeństwa. Indywidualizacja i personalizacja kształcenia pozwalają natomiast uczniom/studentom podążać za swoimi zainteresowaniami i predyspozycjami. Z uwagi jednak na dominującą organizację klasowo-lekcyjną, która poważnie ogranicza elastyczność systemu edukacji, wdrożenie tych podejść wymaga dodatkowych zasobów i większego nakładu czasu, wiąże się z trudnościami w ocenianiu postępów. Edukacja formalna niestety nie nadąża za dynamicznie zmieniającymi się realiami płynnej nowoczesności, a inercja systemu w istotny sposób utrudnia dążenie do równowagi między unifikacją a wspieraniem różnorodności i kreatywności (Leśniewska, 2015; Medoń, 2024; Melosik, 2003; Morbitzer, 2012).

Współczesna edukacja formalna potrzebuje elastycznych rozwiązań, które w sposób naturalny mogłyby zastąpić tradycyjny system klasowo-lekcyjny zarówno na poziomach przedakademickich, jak i akademickim. W przypadku formalnego kształcenia przedakademickiego wciąż aktualne jest stwierdzenie Morbitzera (2014) sprzed dwóch dekad: „W zasadzie szkoła działa według schematów sprzed co najmniej dwustu lat, pielęgnując system klasowo-lekcyjny, podział na przedmioty, realizując zajęcia według zasady uniwersalnego rozmiaru, tj. nauczając wszystkich – jakże różnych – uczniów tych samych treści, w tym samym czasie i jednakowych warunkach” (s. 137). Kształcenie akademickie natomiast, choć wciąż w dużej mierze opiera się na tradycyjnym modelu klasowo-lekcyjnym, zmierza w kierunku bardziej elastycznych i nowoczesnych rozwiązań. Modułowa organizacja programów studiów, możliwość wyboru ścieżek kształcenia i specjalizacji stanowi odpowiedź na zmieniające się oczekiwania studentów i dynamiczne wymagania rynku pracy. Z uwagi na fakt, że nauka na uczelniach wyższych nie jest obowiązkowa, a wybór kierunku studiów należy do absolwentów szkół średnich, elastyczność w kształceniu staje się kluczowym elementem budowania atrakcyjności i konkurencyjności uczelni.

Naturalnym kierunkiem rozwoju formalnej edukacji przedakademickiej i akademickiej wydaje się organizacja oparta na modelu indywidualnych i spersonalizowanych ścieżek kształcenia, w którym nauczanie realizowane jest w podejściu hybrydowym, ze wsparciem sztucznej inteligencji w roli interaktywnego nauczyciela, a fundamentem relacji nauczyciel – uczeń jest mentoring i tutoring. Taka organizacja stworzyłaby przestrzeń dla rzeczywistego dialogu między potrzebami otoczenia społecznego a aspiracjami jednostki, w intencji pomnażania dobra wspólnego, w atmosferze troski o zrównoważony rozwój uniwersalnych kompetencji kluczowych na rynku pracy oraz indywidualnych predyspozycji.

BIBLIOGRAFIA

- Anderson, M., Jiang, J. (2018, 31 maja). *Teens, social media & technology 2018*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/internet/2018/05/31/teens-social-media-technology-2018/>
- Bauman, Z. (2006). *Phylna nowoczesność* (tłum. T. Kunz). Wydawnictwo Literackie.
- Bennett, N., Lemoine, G.J. (2014). What VUCA really means for you. *Harvard Business Review*, 92(1/2), 27–42.
- Biały, K. (2003a). *Dbałość o własną sylwetkę. Komunikat z badań*. CBOS. https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2003/K_154_03.PDF
- Biały, K. (2003b). *Stosunek do własnego ciała – ideal pięknej kobiety i przystojnego mężczyzny. Komunikat z badań*. CBOS. https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2003/K_152_03.PDF
- Brosch, A. (2014). Autoprezentacja nastolatków w mediach społecznych. W: M. Sokołowski (red.), *Oblicza Internetu. Sieciowe dyskursy. (Roz)poznawanie cyfrowego świata* (s. 283–289). Wydawnictwo Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Elblągu.
- CBOS (2025). *Deklarowane wartości i cele życiowe młodych Polaków. Komunikat z badań*. CBOS. https://www.cbos.pl/PL/publikacje/raporty_tekst.php?id=7033
- Czernianin, W., Czernianin, H. (2014). O funkcji terapeutycznej i wychowawczej dzieła literackiego w badaniach biblioterapeutycznych – na przykładzie psychoanalitycznych interpretacji baśni Bruno Bettelheima oraz interpretacji Pisma Świętego z perspektywy psychologii głębi Anzelma Grüna. *Przegląd Biblioterapeutyczny*, 4(2), 11–32.
- Deloitte Global. (2025). *Gen Z and Millennial survey: Growth and the pursuit of money, meaning, and well-being?* <https://www.deloitte.com/content/dam/assets-shared/docs/campaigns/2025/2025-genz-millennial-survey.pdf>
- Dimock, M. (2019, 17 stycznia). *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins>
- Dolot, A. (2018). The characteristics of Generation Z. *e-mentor*, 74(2), 44–50. <https://doi.org/10.15219/em74.1351>
- Dwivedula, R. (2021). Life goals of Generation Z workforce: An empirical study. *European Journal of Applied Positive Psychology*, 5(3), 1–4. <https://www.nationalwellbeingsservice.org/wp-content/uploads/2021/02/EJAPP-5-3.pdf>
- Filologia francuska. (b.d.). Sylabus UAM. <https://sylabus.amu.edu.pl/pl/20/3/2/9/127>
- Flis, J., Dębski, M. (2023). *Młode głowy. Raport z badania dotyczącego zdrowia psychicznego, poczucia własnej wartości i sprawczości wśród młodych ludzi*. Fundacja UNAWEZA.
- Francis, T., Hoefel, F. (2018, 12 listopada). „True Gen”: *Generation Z and its implications for companies*. McKinsey & Company. <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/true-gen-generation-z-and-its-implications-for-companies>
- Hu, N. (2019). The effect of bibliotherapy on emotion regulation competence and language learning outcomes: A study on left-behind children in China. *Education & Learning: Global Creative Leader*, 9(3), 1–27. <https://doi.org/10.34226/gcl.2019.9.3.1>
- Juchnowicz, M. (2009). *Kulturowe uwarunkowania zarządzania kapitałem ludzkim*. Wolters Kluwer Business.
- Katz, R., Ogilvie, S., Shaw, J., Woodhead, L. (2021). *Gen Z, explained: The art of living in a digital age*. University of Chicago Press.
- Kubik, A., Rogacz-Czerpak, P., Korczak-Malczevska, A., Landowska, A. (2024). *Raport. Gen Z o sobie i otaczającym ich świecie. Jakie są polskie Zetki?* Uniwersytet SWPS i They.pl. https://www.they.pl/polskiezetki/GenZ_o_sobie_raport_Theypl_Uniwersytet_SWPS.pdf

- Leśniewska, G. (2015). Edukacja w XXI wieku. *Folia Pomeranae Universitatis Technologiae Stetiniensis. Oeconomica*, 319(79)2, 137–146.
- Medoń, S. (2024, 12 października). *W Polsce liczą się „d*pogodziny”. Wypalamy kolejne pokolenie.* SmogLab. <https://smoglab.pl/w-polsce-licza-sie-dpogodziny-wypalamy-kolejne-pokolenie>
- Melosik, Z. (2003). Edukacja, młodzież i kultura współczesna. Kilka uwag o teorii o praktyce pedagogicznej. *Chowanna*, 1(19), 19–37.
- Morbitzer, J. (2012, 17 stycznia). *Szkola w epoce płynnej nowoczesności.* EduNews. <https://www.edunews.pl/badania-i-debaty/opinie/1766-szkola-w-epoce-plynnej-nowoczesnosci-1>
- Morbitzer, J. (2014). Nowa kultura uczenia się – ku lepszemu edukacji w cyfrowym świecie. W: A. Kamińska, K. Denek, P. Oleśkiewicz (red.), *Edukacja jutra. Od tradycji do nowoczesności. Aksjologia w edukacji jutra* (s. 137–148). Oficyna Wydawnicza „Humanitas”.
- Nehmeh, L., Assaf, J. (2024). The implementation of bibliotherapy as an intervention tool by Lebanese English language teachers. *Gloria for International Multidisciplinary Studies*, 1(1), 1–22. <https://gloria-leb.org/Bibliotherapy.htm>
- OECD. (2023). *OECD employment outlook 2023. Artificial Intelligence and the Labour Market.* OECD Publishing. https://www.oecd.org/en/publications/oecd-employment-outlook-2023_08785bba-en.html
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants Part 1. *On the Horizon*, 9(5), 1–6. <https://doi.org/10.1108/10748120110424816>
- Rak-Suska, M. (2018). Estetyzacja ciała – wzorce piękna i urody w perspektywie ewolucyjnej. *Pro-sopon. Europejskie Studia Społeczno-Humanistyczne*, 25(4), 291–299.
- Rosiński, K. (2023, 10 kwietnia). *Pokolenie Z wydaje pieniądze na „ostentacyjny konsumpcjonizm”. Millenials stawiają na doświadczenia.* Money.pl. <https://www.money.pl/pieniadze/pokolenie-z-wydaje-pieniadze-na-ostentacyjny-konsumpcjonizm-millenials-stawiaja-na-doswiadczenia-6884904657116064a.html>
- Rubio Cancino, E.M., Buitrago Cruz, C.P. (2019). Exploring the use of bibliotherapy with English as a Second Language students. *English Language Teaching*, 12(7), 98–106. <https://doi.org/10.5539/elt.v12n7p98>
- Scholz, T. (2014). *Digital labor: The Internet as playground and factory.* Routledge.
- Seemiller, C., Grace, M. (2019). *Generation Z: A century in the making.* Routledge.
- Sztompka, P. (2014). Uniwersytet współczesny: Zderzenie dwóch kultur. *Nauka*, (1), 7–18.
- Twenge, J.M. (2017). *iGen: Why today's super-connected kids are growing up less rebellious, more tolerant, less happy and completely unprepared for adulthood.* Atria Books.
- Twenge, J.M., Campbell, S.M., Hoffman, B.J., Lance, C.E. (2010). Generational differences in work values: Leisure and extrinsic values increasing, social and intrinsic values decreasing. *Journal of Management*, 36(5), 1117–1142. <https://doi.org/10.1177/0149206309352246>
- Wiktorowicz, J., Warwas, I., Kuba, M., Staszewska, E., Woszczyk, P., Stankiewicz, A., Kliombka-Jarzyna, J. (2016). *Pokolenia – co się zmienia? Kompendium zarządzania multigeneracyjnego.* Wolters Kluwer.
- Zawadzka, A.M. (2013). Aspiracje materialistyczne młodzieży w kontekście preferowanych wartości i dobrostanu. *Czasopismo Psychologiczne*, 19(1), 7–16.
- Zawadzka, A.M., Duda, J., Rymkiewicz, R., Kondratowicz-Nowak, B. (2015). Siedmiowymiarowy model aspiracji życiowych Kassera i Ryana. Analiza trafności i rzetelności narzędzia. *Psychologia Społeczna*, 10(1(32)), 100–111.
- Zawadzka, A.M., Lewandowska-Walter, A. (2016). Wartości, style przywiązania i samoocena a materializm nastolatków. *Polskie Forum Psychologiczne*, 21(3), 394–409. <https://doi.org/10.14656/PFP20160305>

Author: Marzena Blachowska-Szmigiel

Title: Generation Z in Romance philology: Life aspirations and educational challenges

Keywords: Generation Z; life aspirations; Romance/Frenche philology; index aspirations

Discipline: Pedagogy

Language: Polish

Document type: Article

Summary

In the light of humanistic discourse, the typical representative of Generation Z is oriented towards external goals (wealth, fame, image) and therefore motivated by external benefits. Although the generational perspective facilitates the definition of educational standards, it also leads to simplification and stereotyping, which may result in the stigmatisation of the individual and a mismatch between the educational process and their real aspirations and needs. From a didactic point of view, it is therefore legitimate to ask to what extent the image of Generation Z presented above is reflected, in a specific educational context, in specific groups of students. In this article, we answer this question with reference to second-year students of Romance philology (now: French philology) in undergraduate studies. To this end, we discuss the results of a survey of their life aspirations, which leads us to identify their educational needs and the challenges they pose to academic staff. Although the study discussed in the article cannot be generalised to other or subsequent cohorts of students in Romance/French philology, its results encourage a discussion about the search for a balance between standardisation and individualisation/personalisation of formal education at every level. In the longer term, we will consider possible directions for the transformation of formal education in the context of liquid modernity.