



# **VREDNOTE RAZLIČNIH GENERACIJ**

## **Sociologija**

Raziskovalna naloga

Avtorici : Annemarie Trunk

Maja Vogrinec

Mentorica: Nina Žnidarič

Somentor: Stanislav Bezjak

Velika Nedelja, 2018

## **ZAHVALA**

Zahvaljujeva se mentorici Nini Žnidarič in somentorju Stanislavu Bezjaku, da sta nama bila pripravljena posvetiti svoj čas ter naju s svojim strokovnim svetovanjem in potrpežljivostjo vodila v pravo smer. Zahvaljujeva pa se tudi šolskemu psihologu Marijanu Škvorcu, za pomoč pri izdelavi grafov.

# KAZALO

1	UVOD .....	6
2	TEORETIČNI DEL.....	7
2.1	Etika in morala.....	7
2.2	Norme ali vrednote .....	7
2.2.1	Norme.....	7
2.2.2	Vrednote.....	8
2.2.3	Klasifikacija vrednot.....	8
2.3	Kultura in oblikovanje vrednot.....	10
2.4	Generacija.....	10
2.5	Generacija in vrednote .....	12
2.5.1	Prevrednotenje ali konflikt vrednot .....	13
3	EMPIRIČNI ALI RAZISKOVALNI DEL .....	15
3.1	Metodologija .....	15
3.1.1	Anketa.....	15
3.2	Raziskava .....	15
3.2.1	Hipoteze .....	15
3.2.2	Udeleženci raziskave .....	15
3.2.3	Rezultati.....	16
3.2.3.1	Najpomembnejša vrednota generacije.....	17
3.2.3.2	Pomembnost posameznih vrednot na generacijo .....	21
3.2.3.3	Vpliv na oblikovanje vrednot posamezne generacije .....	25
4	ZAKLJUČEK.....	29
5	VIRI IN LITERATURA .....	33
6	PRILOGE.....	34

## KAZALO SLIK

Slika 1: Spremembe pomembnosti posameznih vrednotnih kategorij v obdobju 1992-2008 ločeno za mlado starostno skupino (do 29 let) in starejšo (nad 29 let) (Vir: SJM 1992, SJM 2008).....	13
Slika 2: Grafikon o pomembnosti posameznih vrednot slovenske mladine .....	14
Slika 3: Najpomembnejša vrednota generacije Z.....	19
Slika 4: Najpomembnejša vrednota generacije .....	20
Slika 5: Najpomembnejša vrednota generacije veteranov.....	21
Slika 6: Pomembnost vrednot: apolonske vrednote po starostnih skupinah.....	23
Slika 7: Pomembnost vrednot: dionizične vrednote po starostnih skupinah.....	25
Slika 8: Vpliv na oblikovanje vrednot generacije Z.....	27
Slika 9: Vpliv na oblikovanje vrednot generacije X.....	28
Slika 10: Vpliv na oblikovanje vrednot generacije veteranov.....	29

## KAZALO TABEL

Tabela 1: Struktura prostora 64 vrednot MLV-R (Muskova lestvica vrednot) .....	9
Tabela 2: Najpomembnejša vrednota generacije Z.....	18
Tabela 3: Najpomembnejša vrednota generacije X.....	19
Tabela 4: Najpomembnejše vrednote generacije veteranov.....	20
Tabela 5: Pomembnost vrednot: apolonske vrednote po starostnih skupinah.....	23
Tabela 6: Pomembnost vrednot: dionizične vrednote po starostnih skupinah.....	24
Tabela 7: Vpliv na oblikovanje vrednot generacije Z.....	26
Tabela 8: Vpliv na oblikovanje vrednot generacije X.....	27
Tabela 9: Vpliv na oblikovanje vrednot generacije veteranov.....	28
Tabela 10: Hipoteza 1.....	31
Tabela 11: Hipoteza 2.....	31
Tabela 12: Hipoteza 3.....	32

## **POVZETEK**

Raziskovalne naloge z naslovom Vrednote različnih generacij smo se lotili z namenom, da bi ugotovili ali drži stereotip, da današnja mladina nima vrednot oz. ali ima popolnoma drugačne vrednote od preostalih, starejših, generacij. Zanimalo nas je tudi, ali imajo različne generacije, ki so odraščale v različnih zgodovinskih obdobjih in družbenih razmerah, enake ali drugačne vrednote ter kako so se le-te spremenile. Empirični del smo izvedli s pomočjo ankete, ki smo jo razdelili med predstavnike treh različnih generacij. Anketirance stare do 28 let smo uvrstili v generacijo Z, anketirance med 35 in 57 let so umestili med predstavnike generacije X ter anketirance stare od 75 do 96 let smo uvrstili v generacijo veteranov. Z anketo smo skušali ugotoviti, katere izmed vrednot so različnim generacijam najpomembnejše in kdo je vplival na oblikovanje vrednot pripadnikov posameznih generacij. Ugotovili smo, da je vsem predstavnikom generacij najpomembnejše zdravje, sledijo mu družinska sreča ter ljubezen in zvestoba. Največji vpliv na oblikovanje vrednot pri vseh generacijah pa imajo starši.

**Ključne besede:** vrednote, generacija, generacija Z, generacija X, generacija veteranov.

## **ABSTRACT**

The aim of the research in Values of the different generations was to find out whether the stereotype regarding today's youth as the ones having no values or having completely different values from the remaining, older generations is true. We were also interested in whether the values of the different generations differ and how. The empirical part was conducted through a survey, distributed among the representatives of three different generations. Respondents aged less than 28 years were ranked in the generation, respondents between 35 and 57 years of age represent the generation X, and the respondents aged from 75 to 96 years are the generation of veterans. With this survey we tried to determine which values of the three different generations are the most important and who contributed to the design of values of the individual generation. We have found out that health, family happiness followed by love and fidelity are the most important values in all generations. The parents have the greatest influence on the formation of values in all generations.

**Key words:** values, generation, generation X, the generation of veterans.

# 1 UVOD

Mladi velikokrat slišimo: »Današnja mladina nima sploh nobenih vrednot več.« Pa ta stereotip zares drži? Imajo mladi morda samo drugačne vrednote od starejših?

Odločili smo se, da bomo v okviru raziskovalne naloge proučili vrednote različnih generacij. Z raziskavo smo tako v prvi vrsti želeli ugotoviti, ali imajo različne generacije, ki so odraščale v različnih zgodovinskih obdobjih in družbenih razmerah, enake ali drugačne vrednote. Ali se vrednote spreminjajo ter če se, kako se spreminjajo. Skušali bomo ugotoviti, katere so tiste vrednote, ki so najpomembnejše mladim in h katerim težijo starejši.

Navdih smo dobili, ko smo pri pouku slovenščine brali pesem Johna Lennona Imagine. Del iz pesmi se glasi:

»Zamisli si, da ni lastnine,  
ne vem, če sploh lahko?  
Brez pohlepa in gladu bratstvo  
med ljudmi naj bo.  
Pomisli, da prav vsi ljudje  
si naš svet dele.«

So se vrednote, ki jih je avtor omenjal že leta 1971, kaj spremenile? Ali je sodoben način življenja prevrednotil našo družbo ali imamo le drugačen odnos do tradicionalnih vrednot?

Da bi dobili vsaj nekaj odgovorov na ta vprašanja, smo izvedli anketo. Anketni vprašalnik so rešile tri generacije anketirancev, in sicer generacija veteranov (to so anketiranci rojeni med 1922 in 1943), generacija X (anketiranci rojeni med 1961 in 1980) in generacija Z (anketiranci rojeni po 1990). Rezultate ankete smo analizirali, interpretirali in med seboj primerjali rezultate po posameznih generacijah. Ugotovitve smo zapisali v zaključku raziskovalne naloge.

## 2 TEORETIČNI DEL

### 2.1 Etika in morala

*Etika* se ukvarja z upravičenostjo in smiselnostjo moralnih pravil in vrednot. S to besedo torej označujemo razmišljanje o moralnih pravilih, o tem kdaj ravnamo prav in kdaj narobe, kaj je pravično in kaj krivično.

Včasih so etična vprašanja težka in zapletena. Oglejmo si na primeru: *Nekateri športni copati in oblačila, ki jih prodajajo v Sloveniji, so bili izdelani v Indiji. Tam 10-letni otroci delajo po osem ali več ur na dan. Lastniki tovarn imajo velik dobiček, izkoriščajo poceni delovno silo, otroci tako zaslužijo evro ali dva na dan. Vendar s tem denarjem preživljajo starše, brate in sestre.* Tako se vprašamo, ali naj kupimo te športne copate? Če jih kupimo, podpiramo brezobzirno izkoriščanje otrok. Če pa jih ne kupimo, otroci ne bodo zaslužili niti tistega evra ali dveh in družine bodo še bolj stradale (Kaj je to etika?, 2017).

*Morala*, moralnost (lat. mos, mores = običaj) označuje obliko človekovega odnosa do sveta, drugih ljudi in do sebe. Nanaša se torej na tisto, kar je dobro in kar je slabo, kar je pravilno in kar je napačno pri človekovi osebnosti in njegovem postopanju (Morala, 2017). Npr. moralno pravilo mladim narekuje, da na avtobusu odstopijo sedež starejšim ali nosečnicam.

*Sociologija* je znanost ali veda, ki se sistematično ukvarja s preučevanjem (z empiričnim in teoretičnim raziskovanjem) družbe, družbenega življenja in življenjem posameznika v družbi. Raziskuje pogoje, procese in posledice človekovega bivanja (Sociologija, 2018). Del družbe je tudi kultura.

### 2.2 Norme ali vrednote

#### 2.2.1 Norme

Vsaka kultura vsebuje veliko število navodil, ki usmerjajo vedenje v določenih situacijah. Ta navodila imenujemo norme. Norma je poseben vodnik za delovanje, ki določa sprejemljivo in primerno vedenje v določenih situacijah (npr. norme oblačenja) (Haralambos M., Holborn M., 2001, str. 13).

Uveljavljajo se s:

- pozitivnimi (nagrade) sankcijami in
- negativnimi (kazni) sankcijami, ki so:
  - formalne (npr. kazen),
  - neformalne (npr. neodobravanje).

Ena izmed temeljnih človekovih potreb je ta, da se počuti varnega v okolju, v katerem biva. Zato smo ljudje nagnjeni k temu, da sledimo normam družbe in skupin, ki jim pripadamo, saj si želimo sprejetosti in odobravanja s strani ostalih. To pomeni, da posameznik ve, kakšno vedenje je v posamezni situaciji pričakovano in zaželeno, ve, kaj se od njega pričakuje, in prav tako lahko predvideva, kako se bo neka situacija razvijala. Vse to pa določajo norme, ki bi jih lahko opredelili torej kot pričakovane vzorce vedenja oziroma ravnanja in mišljenja.

Za norme bi lahko rekli, da urejajo in s tem poenostavljajo svet. Ko na primer spoznamo novo osebo, se po navadi predstavimo, rokujemo in v pogovoru načnemo kakšno lahkotno temo. Pogosto pa se zgodi, da ko spoznamo nekoga iz druge kulture, ne vemo točno, kaj je tisto »pravo« vedenje.

Toda norme niso nujno vedno dobre in ne preprečujejo zgolj nečesa slabega, ampak lahko preprečujejo tudi dobro. V neki mladostniški skupini je tako lahko kajenje normativno vedenje, pa vemo, da je kršenje te norme v tej skupini boljše kot pa njeno upoštevanje. Vemo tudi, da norme niso vedno enake, ampak so aktualne in spremenljive. S spremembo norm se spreminja tudi družba (Zakaj sploh imamo norme?, 2017).

## 2.2.2 Vrednote

*Kristina ni mogla verjeti svojim očem! Pravkar je našla črno plastično vrečko z velikansko vsoto denarja. Za toliko denarja bi morala delati več kot 20 let! In točno je vedela, kdo ga je izgubil. Kaj bi morala storiti? Kaj bi storili vi? Vaš odgovor odseva vaš pogled na poštenost in to, kako pomembna vam je ta vrednota v življenju (Moralne vrednote, ki nas resnično obogatijo, 2017).*

Vrednote usmerjajo naše življenje (Ovsenik, 2015, str. 17). Vrednota je prepričanje, da je nekaj dobro in zaželeno. Opredeljuje, kaj je pomembno, se izplača in je vredno truda (M. Haralambos, M. Holborn, 2001, str. 13). Že Aristotel (v Ovsenik, 2015, str. 18) je vrednoto poimenoval kot kombinacijo znanja, spretnosti in moralne odgovornosti.

Vrednote so torej moralna oziroma etična načela, ki jih imamo za pomembna in dobra. So neki cilji, ki jih cenimo, oziroma mišljenje o tem, kaj je dobro ali prav in za kaj si jih je vredno prizadevati. Te cilje visoko cenimo in usmerjajo naše interese in vedenja ter jih lahko poimenujemo tudi življenjska vodila, ki vplivajo na naše odločitve. Sem spadajo npr. odpuščanje, poštenost, ljubezen, spoštovanje življenja, solidarnost, mir ... Naše vrednote vplivajo na naše vedenje, prioritete in odnose z drugimi. Za vrednote je v vsakem primeru značilna vrednostna komponenta: vedno se nanašajo na stvari, ki jih bodisi pozitivno vrednotene in cenjene, bodisi negativno (ne-vrednote, antivrednote)(Musek, J., 2000, str. 5).

Giddens (v Ovsenik, 2015, str. 18) trdi, da se med posameznimi kulturami razlike kažejo kot vrednostne usmeritve, ki imajo pomemben vpliv na življenje ljudi in kulturo. Sistem skupnih vrednot in prepričanj ustvarja občutek pripadnosti.

Vrednote kot prepričanja o zaželenem odlikavajo družbeno v psihološkem ustroju posameznika. Kot ideali, cilji ali standardi oblikujejo točke stremjenja posameznikov in usmerjajo njihova življenja. Kot motivacijska vodila družbe in družbenih sprememb pa so vrednote prav tako vpete v vso družbeno življenje (prim. Ule, 2008; v Mladina, 2010, str. 232).

## 2.2.3 Klasifikacija vrednot

Lavrič in Musil (2010, str. 324–326) uporabljata naslednjo delitev vrednot:

- partikularne vrednote (medosebni odnosi, zdravje, iskreno prijateljstvo, družina),
- globalne vrednote (politika, vera, red neogroženost naroda),
- karieristične vrednote (uspeh v šoli, izobrazba, pripadnost delu),
- liberalne vrednote (svoboda mišljenja in delovanja, ustvarjalnost).

Klasifikacija vrednot zajema večje število vrednostnih kategorij, ki nam pomenijo življenjska vodila ali vrednostne usmeritve (Musek, 2015, str. 27):

- socialne (demokratske in družinske)
  - humanistične (izpolnitvene - pomenijo duhovno rast),
  - moralne (vežejo se na dolžnosti, odgovornosti),
  - potenčne (vežejo se na uspehe in dosežke),
  - hedonske (vežejo se na užitek).
- ➔ | **APOLONSKE VREDNOTE**
- ➔ | **DIONIZIČNE VREDNOTE**

Na najvišji ravni najdemo dve kategoriji – dionizične in apolonske vrednote.

Temu sledi 5 vrednotni tipov, ki so razdeljeni na vrednote srednjega obsega in na večje število vrednot.

Velja splošno prepričanje, da naj bi bil kot človek kot mladostnik bolj usmerjen k užitek in zabavi, torej k hedonskim vrednotam, ki so podskupina dionizičnih vrednot. Imenujejo se po bogu vina in zabave Dionizu. Nato postanejo vse bolj pomembni uspehi in dosežki (potenčne vrednote – podskupina dionizičnih vrednot). Šele kasneje v življenju začnejo prevladovati apolonske vrednote, ki so dobile ime po bogu lepote in popolnosti Apolona – odgovornosti in dolžnosti (moralne vrednote, socialne, humanistične) (Musek, 2015, str. 30–31).



**Tabela 1:** Struktura prostora 64 vrednot MLV-R (Muskova lestvica vrednot) (VIR: Musek 2015)

Vrednote	Srednji obseg	Večji obseg	Največji obseg
Enakopravnost med narodi, enakost, sloga, mir, strpnost, spoštovanje drugih kultur, solidarnost	Demokratske vrednote	Socialne vrednote	<b>Apolonske vrednote</b>
Ljubezen, družinska sreča, razumevanje s partnerjem, prijateljstvo, zvestoba, ljubezen do otrok, (pravičnost), spoštovanje življenja	Socialne in družinske vrednote		
Delavnost, spoštovanje zakonov, domoljubje, (varčnost), poštenost, dobrot, znanje, (pravičnost), (skromnost), izobrazba, (spoštovanje staršev), napredek	Vrednote integritete	Moralne vrednote	
Telesna kultura, zdrava hrana, varstvo okolja, znanstveni dosežki, spoštovanje staršev, (solidarnost)	Vrednote zdravega življenja in okolja		
Vera v Boga, izpolnjevanje verskih dolžnosti, skromnost, čistost	Religiozne vrednote		
Modrost, samoizpopolnjevanje, duhovna rast, resnica, poklicna uspešnost, upanje, dosežki, osebna nedotakljivost	Vrednote modrosti in aktualizacije	Humanistične vrednote	
Uživanje v umetnosti, kultura, ustvarjalni dosežki, uživanje narave	Kulturne vrednote	Hedonske vrednote	<b>Dionizične vrednote</b>
Družabnost, vznemirljivo življenje, zabava, prosti čas	Vrednote stimulacije		
Udobno življenje, počitek, zdravje, prosto gibanje, dobra hrana, dolgo življenje, dobri spolni odnosi	Čutne vrednote		
Podjetništvo, dobro gospodarjenje, varčnost, vodstvene sposobnosti, pravičnost	Ekonomске vrednote	Potenčne vrednote	
Prekašanje drugih, slava, moč, ugled, denar	Statusne vrednote		

Za doseganje vrednot smo se velikokrat pripravljali čemu odreči. V vrednotah se kažejo naši cilji, ki odsevajo naš kulturni in duhovni razvoj.

Za razliko od norm, ki dajejo točno določena navodila za ravnanje, so usmeritve, ki jih dajejo vrednote, bolj splošne. Vrednota je prepričanje, da je nekaj dobro in zaželeno. Opredeljuje, kaj je pomembno, se izplača in je vredno truda. Mnoge norme lahko razumemo kot odsev vrednot (Haralambos, Holborn, 2001, str. 13).

### 2.3 Kultura in oblikovanje vrednot

Kultúra je skupek dosežkov, vrednot človeške družbe kot rezultat človekovega delovanja, ustvarjanja (SSKJ, 2018).

Kultura neke družbe določa, kako pripadniki le-te razmišljajo in čutijo; usmerja njihovo delovanje in določa njihov pogled na življenje. Torej kultura opredeljuje sprejete načine vedenja za pripadnike določene družbe. Člani neke družbe svojo kulturo navadno dojemajo kot samoumevno, vendar je za kulturo značilno, da je naučena (Haralambos, Holborn, 2001, str. 11–15).

Proces, v katerem se posamezniki naučijo kulture svoje družbe imenujemo socializacija. Primarna socializacija, ki je verjetno najpomembnejši vidik socializacijskega procesa, poteka v otroštvu, navadno v okviru družine. V zahodni družbi so med izvajalci socializacije tudi izobraževalni sistem, poklicna skupina in vrstniška skupina (skupina, katere člani imajo podoben položaj in so pogosto približno enako stari). Socializacija ni omejena na otroštvo, temveč traja vse življenje (Haralambos, Holborn, 2001, str. 12–13).

Ključne vrednote oz. vrednotni sistem, ki deluje v dani kulturi, nedvomno pridobimo v procesu socializacije. Seveda so pri tem pomembne tudi lastne, individualne izkušnje. Na eni strani v procesu socialnega učenja pridobimo veliko informacij o splošno veljavnih vrednotah kulture, v kateri živimo. Ta vrednotna merila začenjamo že zgodaj sprejemati sami, jih osvojimo ali ponotranjimo. Odtlej so tudi naša vrednotna merila. Tista področja in dejavnosti, v katera vlagamo veliko duševne in osebne energije, avtomatično pridobivajo na vrednosti. Po vsej verjetnosti vplivajo tovrstne izkušnje na izoblikovanje vrednotnih prioritet in hierarhij pri posamezniku. In to je eden izmed tovrstnih razlogov, zakaj najdemo bistvene razlike v vrednotnih hierarhijah med ljudmi (npr. različnih poklicev) (Musek, J., 2000, str. 277–278).

Vrednote in vrednotni sistemi so pomembni, ne le samo z individualnega vidika, ampak tudi z družbenega. Upravičeno jih imamo za pomemben del procesa, v katerem neka družba reproducira svojo lastno strukturo. S prenosom vrednot na posameznika družba doseže, da bo ta s svojim ravnanjem prispeval k njenemu ohranjanju (Musek, J., 2000, str. 277–278). Lahko bi sklepali, da materializem kot vrednota povezuje veliko delov družbene strukture zahodne industrijske družbe. Ekonomski sistem proizvaja vrsto dobrin, ker šteje naraščajočo produktivnost kot pomemben cilj. Izobraževalni sistem se delno ukvarja s pridobivanjem veščin za razširitev proizvodnje. Družina pa deluje kot pomembna enota potrošnje. Politični sistem se deloma ukvarja z izboljšanjem materialnega življenjskega standarda, zato viša produktivnost (Haralambos, Holborn, 2001, str. 15–17).

### 2.4 Generacija

Vsak posameznik si ustvari svoj sistem vrednot. Tudi družba in generacija. Na vrednotah temeljijo družbene norme, bodisi kot zapisana ali nezapisana pravila obnašanja, s katerimi je povezana tudi morala (Ovsenik, Kozjek, 2015, str. 18). V raziskovalni nalogi bomo skušali ugotoviti, kako se vrednote spreminjajo skozi čas in kakšen pogled nanje imajo različne generacije ljudi.

SSKJ definira generacijo kot skupino, v katero spadajo ljudje, ki so približno iste starosti, ki živijo v istem času in imajo podobne interese ali nazore.

Z generacijskimi razlikami se bomo soočili šele, ko bomo poznali potrebe in vrednote različnih generacij. Generacijska slika, glede na leto rojstva, utemljuje pet tipov generacij, ki temeljijo na različnih karakteristikah in tudi vrednotah:

- generacije veteranov (1922–1943),
- baby boom generacija (1944–1960),
- generacija X (1961–1980),
- generacija Y (1981–1990) in
- generacija Z (rojeni v 90. letih prejšnjega stoletja).

*Generacija veteranov:* več kot polovica svetovne populacije, starejše od 50 let, spada v to kategorijo. Nanjo je vplivala povojna gradnja sveta. Značilno zanje je, da čutijo močno pripadnost kolektivnemu delu, zvesti, cenijo kolektivizem, pripadnost in družbene inštitucije. So odlični mentorji z dovolj znanja in izkušenj (Ovsenik, 2015, str. 22).

*Baby boom generacija:* pripadniki te generacije, so svoje vrednote oblikovali v času gospodarske rasti, optimizma in razvoja. Zaznamovali so jih prvi znaki krize, četudi so njihove vrednote podobne vrednotam generacije veteranov – zavzeto delo, zaposlitev, osebno prizadevanje, je zanje značilno, da so optimistični in da praviloma ostajajo vse življenje v isti organizaciji.

*Generacija X:* zaznamovalo jo je osamljeno otroštvo. Starši so gradili kariere, si prizadevali za ekonomski standard in za otroke niso imeli dosti časa. To je vplivalo na razvoj njihovih vrednot, ki se kažejo kot razpad vrednot. Posledica je ogromen porast ločitev, soočanje z nasiljem v šolah, problemi okolja, nuklearne nesreče in AIDS. Tradicionalne vrednote v tej generaciji izginjajo. Predstavniki generacije X ne želijo stalnih zaposlitev, želijo dobre pogoje za delo, so konkurenčni na trgu delovne sile. Strogo ločujejo zasebno od poslovnega, več časa namenjajo družini, prostemu času in hobijem. V delu iščejo zadovoljstvo, želijo fleksibilni delovni čas, pogosto so samostojni podjetniki (Ovsenik, 2015, str. 22). Glavne značilnosti te generacije so torej podjetnost, velika mera samostojnosti, usmerjenost v rezultate in ne v procese, spretnost v osebni in elektronski komunikaciji. Avtoritete pogosto izzivajo in radi kršijo pravila. Cenijo uravnovešenost poslovnega in družinskega življenja, njihova glavna vrednota pa je pravičnost (Žagar, 2009).

*Generacija Y:* ta generacija je še vedno neznanka, ki vrednote šele oblikuje. Od malih nog je izpostavljena številnim informacijam, iz tega izhaja tudi potreba po nenehni novi zabavi, tudi na delovnem mestu. Predstavniki te generacije zahtevajo višje plače, so izraziti individualisti, ki zahtevajo ogromno svobode pri delu, najraje delajo na projektih. Znanja in sposobnosti razvijajo samostojno, usmerjajo se na tista, ki imajo vrednost na trgu dela in ki povečujejo njihovo kakovost življenja. Ne želijo prevzemati odgovornost za druge, niso deloholiki, bolj cenijo osebno izražanje in raznovrstnost kot vertikalno napredovanje (Ovsenik, 2015, str. 22). Glavne značilnosti te generacije so samozavestnost in samozadostnost, inovativnost, pričakovanje hitrih nagrad in rezultatov, visoka raven civilne in globalne ozaveščenosti ter sposobnost opravljanja več nalog hkrati. Predstavniki te generacije cenijo možnost osebne rasti, pridobivanja novih znanj in izkušenj ... v kolikor je to še zabavno, pa toliko bolje!" (Žagar, 2009).

*Generacija Z:* imenujemo jo tudi mrežna generacija. Čas preživijo na spletu, imajo online identitete (96% je aktivnih na omrežju), med seboj so zelo povezani, želijo aktivno sodelovanje v vsem, kar vpliva na njihovo življenje. So ekspresivni, originalni, digitalni umetniki. Življenje jim predstavlja umetniško polje, želijo interaktivnost, socialne interakcije, zavračajo obsežna branja, hitro preusmerjajo pozornost, vendar so osveščeni, kar zadeva avtentičnost informacij. Njihove mreže so virtualne, hibridne. Spremenili bodo način potrošnje in komunikacije. Emocionalno so odprti, mobilni, učijo se z raziskovanjem. Prednost dajejo delu in učenju po lastni izbiri (Ovsenik, 2015, str. 22).

V procesu prevrednotenja stare vrednote ugašajo, nove pa se še niso oblikovale. Ta neprekinjen proces opazujemo in spremljamo skozi različne generacije in generacijske revolucije.

## 2.5 Generacija in vrednote

Vrednote torej zelo splošno opredelimo kot prepričanja, ki nam pomenijo univerzalna življenjska vodila in so na nek način tudi strateške smernice našega ravnanja (Musek, 2015, str. 27). Vrednote se pojavljajo v vseh kulturah. Raziskave kažejo, da je vrednotni sistem v isti kulturi zelo podoben in vedno nastopa v nekem kulturnem kontekstu ob stiku posameznika z okoljem. Pomemben dejavnik je vzgoja, ki s pridobljenimi vrednotami vpliva na to, kako se človek obnaša, ko stari (negativne ali pozitivne izbire).

Različno stari ljudje odraščajo v različnih razdobjih. Različni dogodki in odkritja zaznamujejo človeško preteklost, vrednote in ustvarjajo medgeneracijske jezove. Toda kulturne razlike, ki jih ustvarjajo pomembni družbeni dogodki, se vpletajo v način življenja generacij. Razvite družbe napredku z razvojem vrednot sledijo, v manj razvitih povzročajo nasprotja, frustracije in nemoč. Bogata paleta osebnih in organizacijskih vrednot, oblikujejo tudi razlike med generacijami (Ovsenik, 2015, str. 18).

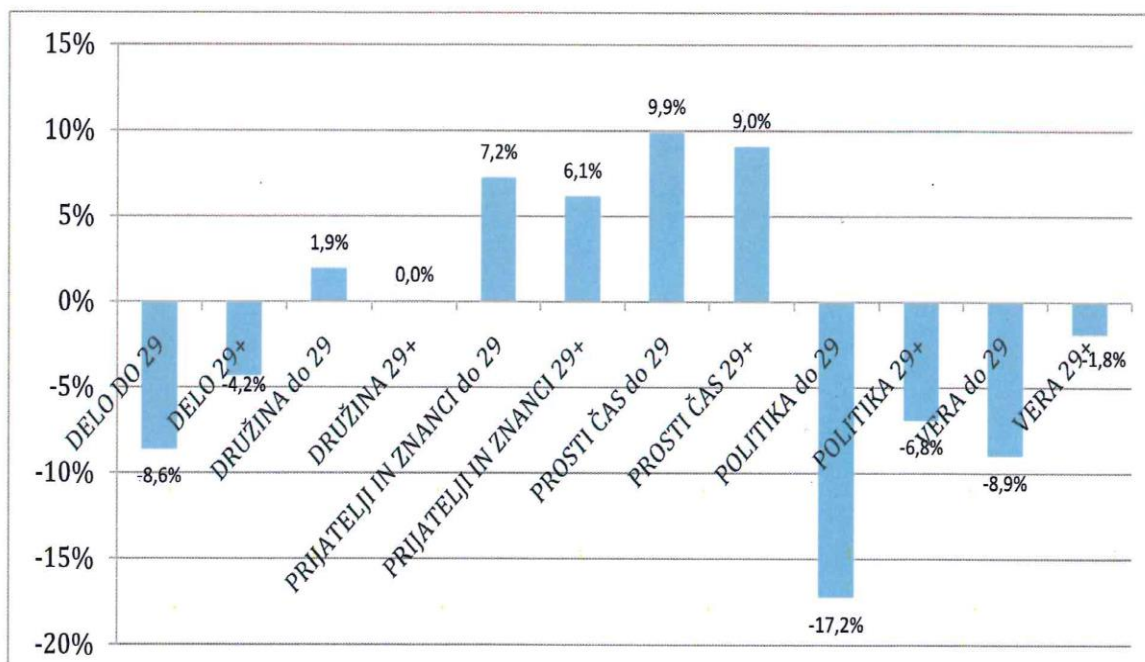
Srečujemo se torej z demografskim šokom, ki vpliva na šok vrednot. Če je vrednota idealna konstanta etičnega kodeksa in pomeni pomemben del njegovih trajnih življenjskih opredelitev, pomeni, da so vrednote osnova prepoznavanja osebne identitete (Nastran-Ule, 1993). Kultura formira vsebine in ideale, na katere se človek navezuje. V vrednotah se zrcali vse, kar je človeku vredno, dragoceno in sveto.

Vprašamo se, kako so se vrednote na prelomu stoletij spremenile. Danes tako velja, da kapitalistična, tekmovalna in individualistična ekonomija prevladala nad sočutjem. Altruizem postaja vedno večja iluzija. Priče smo medgeneracijskemu konfliktu, ki slabi komunikacijo, ogroža sodelovanje in izpodmika možnost inovativnega medgeneracijskega sodelovanja. Medgeneracijske razlike ovirajo sodelovalno delo. Motivacije, kot integrativnega sredstva, ki bi zadovoljila vse generacije, pa ne znamo vzpostaviti (Ovsenik, 2015, str. 18–19). V naši kulturi je npr. vrednota mladost. Če govorimo o osebni krizi vrednot, ta kriza lahko prerašča v krizo na družbeni ravni. Npr. starost postaja obremenjujoča perspektiva za človeka, ki se stara ter za družbo, v kateri se stara. Starejši se umikajo iz družbenega življenja in zapadajo v latentno stanje. Namesto, da bi produktivno doprinali, postajajo družbeni strošek. Z nekaj znanja IKT, ki bi jim ga lahko posredovali mlajši, bi starejši lahko aktivno živeli in ustvarjali veliko dalje (Ovsenik, 2015, str. 9).

Živimo v času, ko je vpliv globalizacije na spremembe, ki jih le-ta povzroča v človekovem življenju in ustvarjanju, izjemno velik. Svet postaja ogromna nakupovalna ulica, kjer posameznik lahko za določeno ceno dobi vse, kar želi, kar pa vedno znova ruši stare meje. Ob tem se srečujemo še s šokom vrednot, ki ga ob povečanem številu informacij in IKT, povzroča tehnični napredek.

Več kot polovica žensk starih do 32 let ne namerava imeti otrok, ker dajejo prednost karieri. Posledice izumrtja bele rase bodo primerljive kugi v 14. stoletju, čeprav se bo število svetovnega prebivalstva povečalo. Vrednota »delo« je očitno zamenjala vrednoto »otrok« (Ovsenik, 2015, str. 18–20).

Spremembe v družbi vplivajo tudi na spremembe v kulturi in preoblikovanje vrednot. Eden izmed pomembnih premikov je ravno prehod iz interesa posameznikov za družbo k interesu za individualno. Upad velikih idejnih tem (politika, vera, delo) in porast zasebne sfere (družina, prijatelji, prosti čas) je razviden tudi na spodnjem grafu, kjer je prikazan porast ali upad pomembnosti posameznih vrednotnih kategorij v obdobju od 1992 do 2008, ki so bile narejene na podlagi raziskav slovenskega javnega mnenja (SJM). Če primerjamo mlade do 30 let in tiste, nad 30 let, ugotovimo, da so v vseh vrednotnih kategorijah podobno usmerjeni, vendar pri mladih izstopa upad pomembnosti politike in vere (Mladina, 2010, str. 232).



**Slika 1:** Spremembe pomembnosti posameznih vrednotnih kategorij v obdobju 1992–2008 ločeno za mlado starostno skupino (do 29 let) in starejšo (nad 29 let) (Vir: SJM 1992, SJM 2008)

### 2.5.1 Prevrednotenje ali konflikt vrednot

V zadnjih letih v medijih pogosto poslušamo, da stare vrednote izginjajo. Tako starejši mladim stereotipno očitajo, da so nedelovni, leni, da imajo nerealna pričakovanja, da hlepijo lepo zabavi ... da ne razmišljajo o moralnih vprašanjih. Mladi hrepenijo po kakovostnem osebnem življenju, po svobodi, so vneti zagovorniki okolja ... Te vrednote nikakor ne morejo biti napačne, so pa drugačne od tistih, ki jih je poudarjala prejšnja generacija. Gre torej za konflikt vrednot ali le za spremembo v vrstnem redu vrednot (Moralne vrednote, ki nas resnično obogatijo, 2017).

Če povzamemo najpomembnejše ugotovitve mladinskih študij, je splošna značilnost populacije po 1990 (Z-generacije) preusmeritev iz ukvarjanja z družbo v ukvarjanje s samim seboj. Torej gre za premik od globalnih vrednot k partikularnim vrednotam (Mladina 2010, 2010, str. 324).

V slovenskem merilu je bila v letu 2000 in 2010 izvedena raziskava Bojana Musila in Mirana Lavriča (Mladina 2010), ki je med drugim proučevala tudi vrednote mladih. Mladim je najpomembnejša vrednota zdravje, med pomembnejše pa štejejo še prijateljstvo, družinsko življenje. Pri prvih treh vrednotah gre torej za usmerjenost v tradicionalizem in zasebnost. Naslednji sta svobodo delovanja in življenja ter uspeh v šoli ali poklicu. Nižje ocenjene so hedonske vrednote (materialne vrednote, vznemirljivo življenje, imeti moč nad drugimi). Iz raziskave Mladina 2000 in Mladina 2010 na nivoju hierarhije vrednot ni prišlo do očitnih sprememb, opazen je le trend upadanja velikih družbenih tem (npr. politika) in hkraten porast tem zasebnosti (npr. zdravje, družina, prijatelji) se pri slovenski mladini nadaljujeta. Višjo oceno od Mladine 2000 ima le »imeti moč nad drugimi« (Mladina 2010, str. 324–326).

Glede na starost so trendi pričakovani. Pomembnost vrednot tradicionalizma in zasebnosti (po Ule, Kuhar, 2000: 55), kamor lahko umestimo zdravje, red in stabilnost v družbi, vzdrževanje tradicionalni hvrednot, družinsko življenje, varovanje narave, z leti narašča, upada pa pomen vrednot: vznemirljivo

življenje in uspeh v šoli in poklicu. Velja prav tako poudariti, da se zgoraj omenjena skupina vrednot (usmerjenost v tradicionalizmu in zasebnost) pozitivno povezuje z usmerjenostjo v prihodnost (Mladina 2010, 324–326).



**Slika 2:** Grafikon o pomembnosti posameznih vrednot slovenske mladine (VIR: Mladina 2000 in Mladina 2010)

Med najbolj prvinskimi psihološkimi dejavniki, ki se postavljajo vrednotam po robu, so temeljne potrebe. Kadar so vrednote v konfliktu s potrebami, je povsem mogoče, da se bomo ravnali po aktualnih potrebah in motivih. Posebno, kadar gre za akutne in življenjsko pomembne potrebe in kadar delujejo te potrebe v stresnih, urgentnih situacijah. Ljudem, ki so lačni, utrujeni in prezebli, visoki ideali in vrednote navadno ne pomenijo veliko. Ta konfliktnost deluje tudi v najskrajnejših, a zato pogostejših različicah. Dijak in študent vesta, da je znanje in učenje pomembnejše, pa se vseeno odločita za zabavo: trenutna potreba jo je naredila privlačnejšo od dolgoročnega cilja, ki je sicer mnogo više na njuni vrednostni lestvici.

Pri tem pa je vendar zanimivo, da tudi v konfliktu z močno izraženimi potrebami, naše vrednote in ideali pogosto ne potegnejo vedno krajšega konca. Konflikt med potrebami in vrednotami v več pogledih spominja na situacijo odlaganja zadovoljitev, ki je v bistvu vedno tudi konflikt: izbira med takojšnjo zadovoljitvijo (ki je običajno manjša) in odloženo zadovoljitvijo (ki je običajno izdatnejša). Potrebe usmerjajo k neposrednemu in hitremu zadovoljstvu, vrednote in ideali pa k bolj posrednim, manj oprijemljivim in pogosto tudi bolj oddaljenim ciljem (Musek, J. 1993, str. 63).

## 3 EMPIRIČNI ALI RAZISKOVALNI DEL

### 3.1 Metodologija

Najprej smo naredili načrt izdelave raziskovalne naloge in obdelali literaturo na temo vrednot različnih generacij. Potem smo si zastavili hipoteze in cilj raziskovalne naloge ter določili potek dela. Za potrditev ali zavrnitev hipotez iz naloge smo izbrali metodo anketnega vprašalnika.

#### 3.1.1 Anketa

Anketa je zbiranje podatkov, mnenj in stališč s pomočjo vprašalnika. Pri anketi sestavimo vprašanja, na katera bi želeli pridobiti odgovore in jih razdelimo med tiste, od katerih hočemo odgovore izvedeti. Za razliko od intervjuja, kjer gre za neposreden pogovor med dvema osebama, anketo izvedemo pisno in anketirani nanje pisno odgovarjajo (Anketa, 2017).

Prednosti ankete so:

- omogoča relativno hitro zbiranje odgovorov na postavljena vprašanja od mnogih ljudi,
- omogoča hitro izražanje mnenja velikega števila ljudi,
- anketa je v večini primerov anonimna, zato so anketirani morda lahko odgovarjajo odkrito.

Slabosti ankete so:

- problem v razumevanju, ker je pisna dodatna pojasnila niso možna,
- v anketi predpostavljamo, da imajo vsi vprašani izoblikovan odnos do vsebine vprašanj, vendar to ne drži vedno (Anketa, 2017).

### 3.2 Raziskava

#### 3.2.1 Hipoteze

**Hipoteza 1:** Generaciji Z je popularnost najpomembnejša vrednota. Generaciji X je družinska sreča najpomembnejša vrednota. Generaciji veteranov pa je zdravje najpomembnejša vrednota.

**Hipoteza 2:** Vrednote med generacijami veteranov, X in Z se razlikujejo po tem, da se vrednote generacije veteranov in generacije X ukvarjajo z družbo (apolonske vrednote), vrednote generacije Z pa se ukvarjajo s posameznikom (dionizične vrednote).

**Hipoteza 3:** Na oblikovanje vrednot generacije veteranov najbolj vpliva cerkev, na generacijo X starši, na generacijo Z pa vrstniki.

#### 3.2.2 Udeleženci raziskave

Glede na teoretična izhodišča, ki smo jih povzeli v drugem delu raziskovalne naloge, smo se odločili, da bomo anketo izvedli le na treh od petih generacij. Odločili smo se za generacijo veteranov, X in Z; izpustili pa smo vmesne generacije, torej generacijo Y in baby boom. Za anketiranje omenjenih generacij smo se odločili, ker smo predvidevali, da bo razlika v vrednotah med generacijami, ki so starostno bolj odmaknjene večja kot med tistimi, ki so si po starosti bliže. Tako smo udeležence ankete razdelili v tri starostne skupine:

1. GENERACIJA VETERANOV (1922–1943)
2. GENERACIJA X (1961–1980)
3. GENERACIJA Z (rojeni po 1990)

V generacijo veteranov sodijo anketirani rojeni med letoma 1922 in 1943 (stari nad 74 let). Druga anketirana skupina pa so generacija X, torej rojeni med letoma 1961 in 1980 (stari od 38 do 57 let). Tretja, najmlajša, skupina anketiranih je rojena po letu 1990, torej so stari do 27 let. Iz vsake skupine

smo skušali anketirati najmanj 30 kandidatov, da bi na podlagi rešene ankete potrdili ali zavrnili zgornje hipoteze.

Najprej smo glede na hipoteze, ki smo si jih zastavili, oblikovali anketa vprašanja. Nato smo sestavili anketo, ki smo jo razdelili v pisni obliki in tudi v elektronski obliki. Delili smo jo tudi preko spleta s pomočjo družabnega omrežja Facebook, kjer smo na svoj profil prilepili kratko prošnjo za rešitev spletnega vprašalnika ter njegov link. Izvedli smo jo v brezplačni odprtokodni aplikaciji 1KA. Sprva smo se registrirali na spletnem portalu in določili uporabniško ime ter geslo. Nato smo ustvarili obvezna polja, ki jih morajo anketirani rešiti: to sta starostna skupina (do 28 let – generacija Z; od 38 do 57 let – generacija X in od 75 do 97 let – generacija veteranov) ter spol (ženski in moški). Potem smo uporabili tri različne tipe vprašanj: prvi je bil razvrščevalni tip, kjer so morali anketirani izmed 20 vrednotami izbrati najpomembnejše tri in jih označiti po priljubljenosti (1 – najpomembnejšo, 2 – manj pomembno, 3 – najmanj pomembno). Drugi tip je bila klasična tabela, pri kateri so morali anketirani pri vsaki od 20 vrednot določiti, koliko mu določena vrednota pomeni po lestvici (5 – zelo pomembna, 4 – pomembna, 3 – malo pomembna, 2 – ni pomembna in 1 – nikakor ni pomembna). Tretji tip pa je bilo vprašanje z več možnimi odgovori.

V naše veselje so se ljudje množično odzvali, saj je sodelovalo 45 moških in 96 žensk. Od tega kar 89 anketiranih, ki spadajo v starostno kategorijo do 28 let. 26 je bilo tistih, ki spadajo v starostno kategorijo od 35 do 57 let in enako število tistih (26), ki spadajo v starostno kategorijo od 65 do 97 let. Zadnjo generacijo smo anketirali na terenu s pisno anketo, ker smo predvidevali, da anketirani nad 75 let redkeje uporabljajo računalnik. Nato smo podatke iz pisne ankete veteranov vnesli v spletno aplikacijo.

### 3.2.3 Rezultati

Podatke smo nato zbrali in jih obdelali v že prej omenjeni aplikaciji 1KA, ki nam je bila v veliko pomoč, saj ta program omogoča tudi analizo zbranih podatkov, ter nam je tako razkril frekvenco, odstotek veljavno rešene ankete, kumulativo, število enot in povprečje. Kasneje smo podatke prenesli v program Exel 2013, kjer smo uredili zaporedje števil od naraščajočih do padajočih, ustvarili tabelo, jo prekopirali v Word 2013 in tam uredili ter oštevilčili, nato pa še narisali grafe s pomočjo Exela, jih imenovali ter prekopirali v Word, v katerem smo jih tudi oštevilčili.

V tem delu naloge vam bomo predstavili dobljene rezultate.

#### 3.2.3.1 Najpomembnejša vrednota generacije

**Prvo anketno vprašanje** je bilo: Katere od naštetih vrednot se Vam zdijo najpomembnejše? Izberite TRI po priljubljenosti. Označi jih z 1, 2 in 3. Z 1 označi najbolj priljubljeno. Anketiranim smo ponudili 20 vrednot, ki smo jih izbrali iz klasifikacije Muskova lestvica vrednot (MLV), ki smo jo predstavili v teoretičnem delu. Iz Muskove lestvice vrednot (MLV) smo tako izbrali nekaj vrednot iz vsake kategorije, da bi zajeli čim širši spekter vrednot. Ponudili smo tudi odgovor drugo, kjer bi anketirani sami lahko določili vrednoto, ki se jim zdi najpomembnejša. Vendar te možnosti ni izbral nihče izmed 141 anketiranih. V tabelah bomo najprej predstavili odgovore na vprašanja v točkah za posamezno generacijo (odgovore smo točkovali in jih obtežili, točke pa nato sešteli).

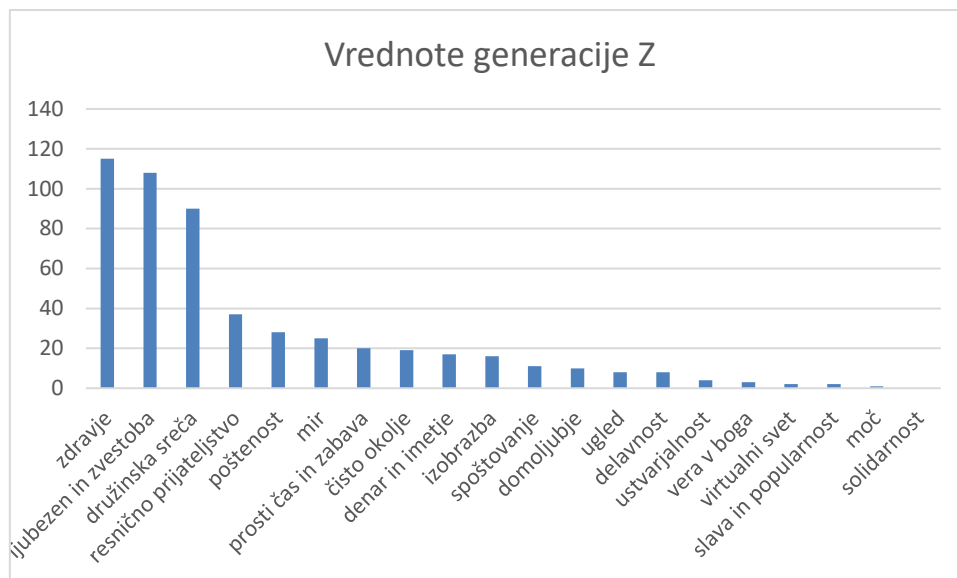
**Predstavniki generacije Z (do 28 let)** so na vprašanje, katere od naštetih vrednot se vam zdijo najpomembnejše, odgovorili:



**Tabela 2:** Najpomembnejša vrednota generacije Z

Katere od naštetih vrednost se vam zdijo najpomembnejše?	Generacija Z: do 28
Zdravje	115
Ljubezen in zvestoba	108
Družinska sreča	90
Resnično prijateljstvo	37
Poštenost	28
Mir	25
Prosti čas in zabava	20
Čisto okolje	19
Denar in imetje	17
Izobrazba	16
Spoštovanje	11
Domoljubje	10
Ugled	8
Delavnost	8
Ustvarjalnost	4
Vera v boga	3
Virtualni svet	2
Slava in popularnost	2
Moč	1
Solidarnost	0
Drugo	0

Po izvedeni anketi smo na podlagi zgornjih rezultatov ugotovili, da je mladim, starim do 28 let, med najpomembnejšimi vrednotami zdravje (115 točk), ljubezen in zvestoba (108 točk) ter družinska sreča (90 točk). S strmim padcem sledi resnično prijateljstvo (37 točk), poštenost (28 točk) mir (25 točk) ter zabava in prosti čas (20 točk). Med najmanj pomembne vrednote za uvrščajo vero v boga (3 točke), virtualni svet (2 točki), slava in popularnost (2 točki) in moč (1 točka). Solidarnosti kot vrednote pa si ni izbral noben predstavnik generacije Z.



**Slika 3:** Najpomembnejša vrednota generacije Z (Vir: lastni)

Pri hipotezi 1 smo predvidevali, da bo generaciji Z najpomembnejša vrednota popularnost. Po analizi rezultatov lahko opustimo prvi del hipoteze, da je generaciji Z najpomembnejša popularnost. Popularnost je od dvajsetih vrednot šele na osemnajstem mestu. Močno namreč prednjačijo zdravje, ljubezen in zvestoba ter družinska sreča.

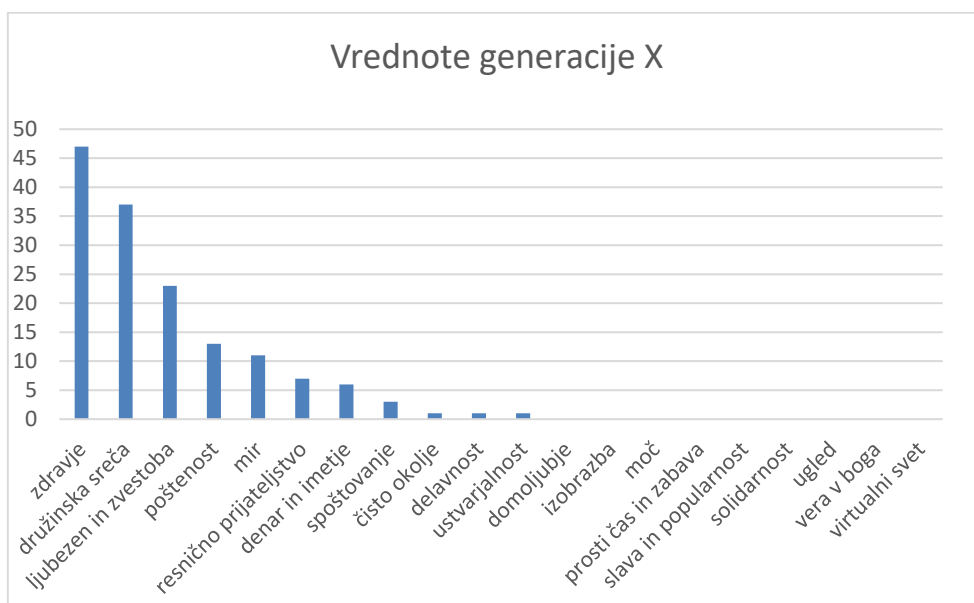
**Predstavniki generacije X (38–57 let) so na prvo anketno vprašanje, katere od naštetih vrednot se vam zdijo najpomembnejše, odgovorili:**

**Tabela 3:** Najpomembnejša vrednota generacije X

Katere od naštetih vrednot se vam zdijo najpomembnejše?	Generacija X: 38–57 let
Zdravje	47
Družinska sreča	37
Ljubezen in zvestoba	23
Poštenost	13
Mir	11
Resnično prijateljstvo	7
Denar in imetje	6
Spoštovanje	3
Čisto okolje	1
Delavnost	1
Ustvarjalnost	1
Domoljubje	0
Izobrazba	0
Moč	0
Prosti čas in zabava	0
Slava in popularnost	0
Solidarnost	0

Ugled	0
Vera v boga	0
Virtualni svet	0
Drugo	0

Iz analize podatkov smo ugotovili, da med najpomembnejše vrednote generacije X spadajo zdravje (47 točk), družinska sreča (37 točk) in ljubezen in zvestoba (23 točk). Med manj pomembne vrednote spadajo čisto okolje, delavnost in ustvarjalnost, ki so prejele po eno točko. Med nepomembne vrednote generacije X spadajo tudi domoljubje, izobrazba, moč, prosti čas in zabava, slava in popularnost, solidarnost, ugled, vera v boga in virtualni svet, saj niso prejele nobene točke. Zdi se nam, da so predstavniki generacije X odgovarjali bolj usklajeno, kakor predstavniki generacije Z, saj kar 9 od 20 naštetih vrednot ni dobilo nobene točke.



**Slika 4:** Najpomembnejše vrednote generacije X (Vir: lastni)

V drugem delu prve hipoteze smo trdili, da je generaciji X oz. ljudem starim med 36 in 57 najpomembnejša vrednota družinska sreča. Kar pa po zgornjih podatkih ne drži, kljub temu da je družinska sreča visoko na drugem mestu, ostaja med zdravjem (47) in družinsko srečo (37) 10 točk razlike.

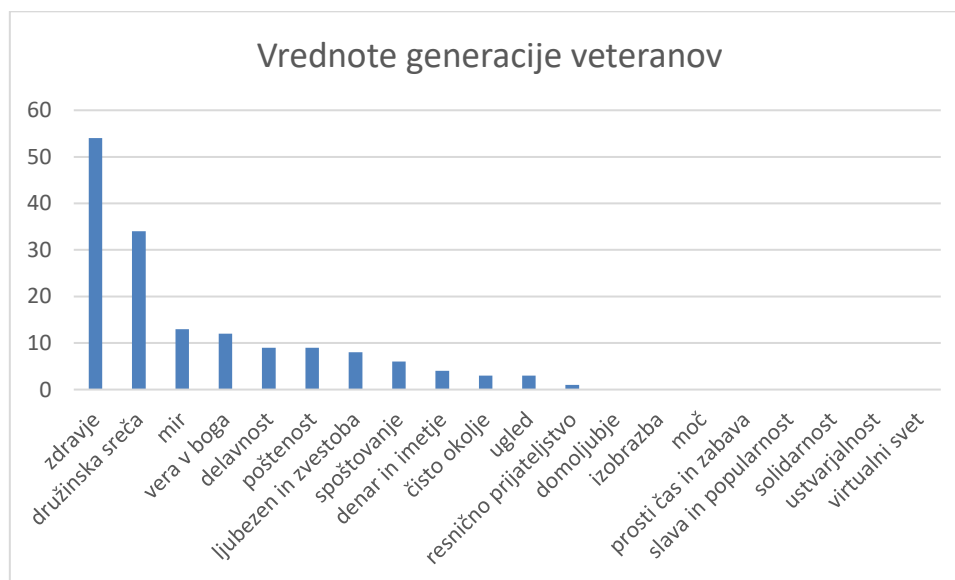
**Predstavniki generacije veteranov (75–96 let) so na prvo anketno vprašanje, katere od naštetih vrednot se vam zdijo najpomembnejše, odgovorili:**

**Tabela 4:** Najpomembnejše vrednote generacije veteranov

Katere od naštetih vrednot se vam zdijo najpomembnejše?	Generacija veteranov 75–96 let
Zdravje	54
Družinska sreča	34
Mir	13
Vera v boga	12

Delavnost	9
Poštenost	9
Ljubezen in zvestoba	8
Spoštovanje	6
Denar in imetje	4
Čisto okolje	3
Ugled	3
Resnično prijateljstvo	1
Domoljubje	0
Izobrazba	0
Moč	0
Prosti čas in zabava	0
Slava in popularnost	0
Solidarnost	0
Ustvarjalnost	0
Virtualni svet	0
Drugo	0

Iz zgornje tabele je razvidno, da je med najpomembnejšimi vrednotami zdravje (54 točk), družinska sreča (34 točk) in mir (13 točk). Podobno kot pri generaciji X tudi pri generaciji veteranov mnogo vrednot sploh ni dobilo točk. Med te vrednote sodijo domoljubje, izobrazba, moč, prosti čas in zabava, slava in popularnost, solidarnost, ustvarjalnost in virtualni svet. Anketirani so ogovarjali precej enotno in točke dodelili le 12 od 20 vrednot.



**Slika 5: Najpomembnejše vrednote generacije veteranov (Vir: lasten)**

Pri generaciji veteranov pa lahko potrdimo tretji del hipoteze 1, kjer smo predvidevali, da je ravno zdravje najpomembnejša vrednota ljudem, starim med 75 in 96 let. Tretji del prve hipoteze lahko tako potrdimo.

### 3.2.3.2 Pomembnost posameznih vrednot glede na generacijo

Pomembnost posameznih vrednot posamezne generacije smo preverjali z drugim vprašanjem. Drugo anketno vprašanje je bilo: Na lestvici od 1 do 5 označite, koliko Vam pomeni določena vrednota. Anketiranim smo tudi tokrat ponudili 20 vrednot, ki smo jih izbrali iz klasifikacije MLV. Izbrali smo enake vrednote kot v prvem anketnem vprašanju. Zapisali smo jih po abecednem redu. Vsaki vrednoti so anketirani določili vrednost na lestvici od 1 do 5, kjer je 1 – nikakor ni pomembna, 2 – ni pomembna, 3 – malo pomembno, 4 – pomembno in 5 – zelo pomembno.

S pomočjo tega vprašanja smo želeli potrditi ali zavrniti hipotezo, ali določeni generaciji pomenijo več vrednote, ki se ukvarjajo z družbo ali tiste, ki se ukvarjajo s posameznikom. Prve lahko poimenujemo kot apolonske ali tudi globalne vrednote, druge pa dionizične vrednote. Apolonske vrednote delimo na posamezne podskupine, in sicer na socialne, moralne in humanistične vrednote. Socialne vrednote iz vprašalnika so *mir, solidarnost, ljubezen, prijateljstvo in družinska sreča*. Med moralne tako sodijo *delavnost, domoljubje, izobrazba, čisto okolje, zdravje, spoštovanje in vera v boga*. Humanistični vrednoti pa sta *poštenost in ustvarjalnost*. Slednje ne umeščamo več med apolonske, ampak med dionizične vrednote. Dionizične vrednote pa delimo na potenčne, ki se vežejo na uspehe in dosežke (*denar in imetje, moč, ter slava in popularnost*) to so ter hedonske vrednote, ki se vežejo na užitke – to so *virtualni svet, prosti čas in zabava ter udobno življenje ter počitek*.

Na podlagi načina življenja smo predvidevali, da mladim do 28. leta (generaciji Z) več pomenijo dionizične vrednote, torej vrednote, ki se ukvarjajo s posameznikom, saj so mladi v prvi vrsti še del šolskega sistema, imajo več prostega časa, hodijo po zabavah, imajo udobno življenje, zvečinoma živijo pod streho staršev ter cenijo zdravje in prosto gibanje. Predvidevali smo, da se življenjski stil mladih tako bolj odraža v dionizičnih vrednotah vezanih na uspehe in užitke. Prav tako pa smo predvidevali, da se starejši zaradi njihovega načina življenja (zaposlitev, družina, manj prostega časa, več odgovornosti) bolj zanimajo za družbene teme in jim pripisujejo zato tudi večji pomen. Zato naj bi njihove vrednote v večji meri temeljile na ukvarjanju z družbo kot vrednote mladih do 28 let.

Če izhajamo iz teoretičnega dela naloge, opazimo, da nam prav tako mladinske študije kažejo (npr. Mladina 2000, 2010), da se je populacija po 1990 (Z-generacije) preusmerila iz ukvarjanja z družbo v ukvarjanje s samim seboj. Torej gre za premik od globalnih vrednot k partikularnim vrednotam. Mladi namreč hrepenijo po kakovostnem osebnem življenju, po svobodi, so vneti zagovorniki okolja, živijo ... Te vrednote nikakor ne morejo biti napačne, so pa drugačne od tistih, ki jih je poudarjala prejšnja generacija.

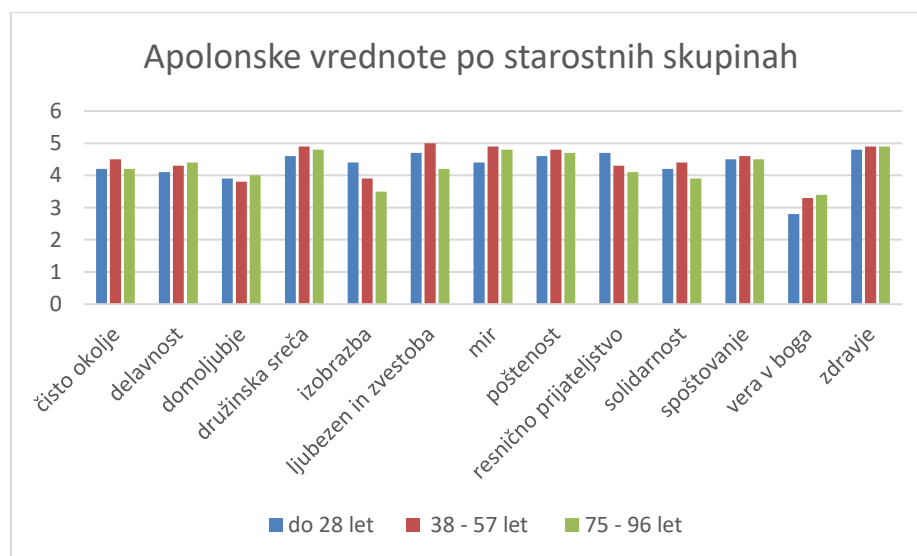
Tako smo v drugi hipotezi predvidevali, da imata generacija veteranov in generacija X zaradi življenjskega stila in bolj podobnih družbenih okoliščin, v katerih sta odraščali, več skupnega. Torej, da bodo predstavniki teh dveh generacij višje ocenili apolonske vrednote, ki v večji meri temeljijo na socialnih in moralnih temeljih ter se v večji meri ukvarjajo z družbo in družbenim življenjem, kakor pa dionizične vrednote. Prav tako pa smo predvidevali, da bodo mladi do 28 let, generacija Z, z višjimi ocenami oštevilčili vrednote, ki izhajajo iz ukvarjanja s samim seboj. Torej bodo dobile višje ocene dionizične vrednote, ki so vezane na užitke, dosežke in uspehe posameznika.

Zato smo vrednote iz vprašalnika obdelali v dveh skupinah. Najprej predstavimo apolonske vrednote (po MLV):

**Tabela 5: Pomembnost vrednot: apolonske vrednote po starostnih skupinah**

	Generacija Z do 28 let	Generacija X 38 –57 let	Generacija veteranov 75 –96 let
Čisto okolje	4,2	4,5	4,2
Delavnost	4,1	4,3	4,4
Domoljubje	3,9	3,8	4
Družinska sreča	4,6	4,9	4,8
Izobrazba	4,4	3,9	3,5
Ljubezen in zvestoba	4,7	5	4,2
Mir	4,4	4,9	4,8
Poštenost	4,6	4,8	4,7
Resnično prijateljstvo	4,7	4,3	4,1
Solidarnost	4,2	4,4	3,9
Spoštovanje	4,5	4,6	4,5
Vera v boga	2,8	3,3	3,4
Zdravje	4,8	4,9	4,9

Iz analize drugega vprašanja anketnega vprašalnika je razvidno, da med apolonskimi vrednotami pri generaciji Z najvišje mesto zavzame zdravje, sledi mu resnično prijateljstvo, ljubezen, družinska sreča in nato poštenost, s čimer je razviden odmik od prvega vprašanja, kjer so anketirani označevali vrednote po priljubljenosti. Tukaj namreč družinsko srečo zamenja resnično prijateljstvo, ki se pojavi na četrtem mestu. Z manj kot povprečno oceno 4 so pripadniki generacije Z ocenili domoljubje in vero v boga. Pripadniki generacije X so s 5 ocenili ljubezen, sledi ji zdravje in družinska sreča in mir. Glede na 1. vprašanje se pri generaciji X spremeni le vrstni red najbolj priljubljenih vrednot. Z manj kot povprečno oceno 4 so anketirani generacije X ocenili domoljubje, izobrazbo in vero v boga. Generaciji veteranov največ pomeni zdravje, družinska sreča in mir, ki so prav tako prve tri najbolj priljubljene vrednote generacije. S povprečno oceno manj kot 4 so pripadniki generacije veteranov ocenili solidarnost, izobrazbo in vero v boga.



**Slika 6: Pomembnost vrednot: apolonske vrednote po starostnih skupinah (Vir: lasten)**

Iz zgornjega grafa je razvidno, da so izmed 13 apolonskimi vrednotami pri 8 vrednotah vse vrednoti višje ali enake pri generaciji veteranov in X. Pripadniki generacije veteranov so glede na generacijo Z nižje ocenili izobrazbo, ljubezen, resnično prijateljstvo in solidarnost. Pripadniki generacije X pa so glede na generacijo Z nižje ocenili le domoljubje, izobrazbo in resnično prijateljstvo. Sicer je večina apolonskih vrednot (od 13 kar 8), dobila višje vrednosti pri generaciji veteranov in generaciji X, med njimi ni statistično pomembnih razlik. Zato smemo zaključiti, da predstavniki vseh treh generacij enako ocenjujejo apolonske vrednote.

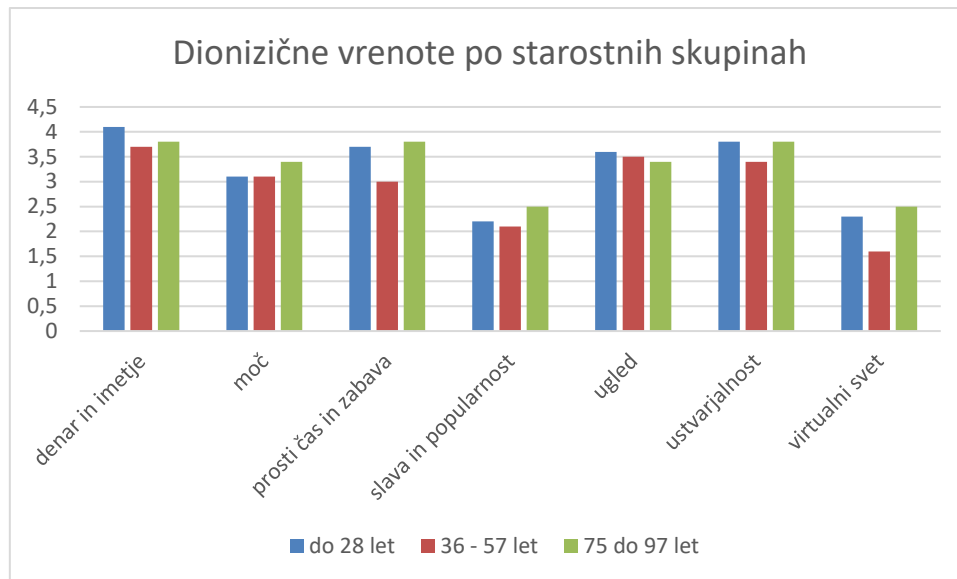
Glede na analizo podatkov so nas najbolj presenetilo spoznanje, da ima solidarnost najmanjšo povprečno oceno pri generaciji veteranov. Pričakovano pa se nam je zdelo, da pomen izobrazbe z leti pada, narašča pa pomen vere v boga in delavnosti. Zanimivo pa je z višanjem let z vedno nižjo oceno ocenjeno resnično prijateljstvo.

**Tabela 6:** Pomembnost vrednot: dionizične vrednote po starostnih skupinah

	<b>Generacija Z do 28 let</b>	<b>Generacija X 38 –57 let</b>	<b>Generacija veteranov 75 –96 let</b>
Denar in imetje	4,1	3,7	3,8
Moč	3,1	3,1	3,4
Prosti čas in zabava	3,7	3	3,8
Slava in popularnost	2,2	2,1	2,5
Ugled	3,6	3,5	3,4
Ustvarjalnost	3,8	3,4	3,8
Virtualni svet	2,3	1,6	2,5

S pomočjo lestvice iz 2. vprašanja smo želeli ugotoviti tudi ali generaciji Z več pomenijo dionizične vrednote, ki smo jih umestili v zgornjo tabelo.

Dionizične vrednote so prejemale nižje ocene na lestvici od 1 do 5 kakor pa apolonske. S povprečno oceno več kot 4 je bil izmed vseh dionizičnih vrednot ocenjen le denar in imetje pri generaciji Z. Sicer pa so pripadniki generacije Z večji pomen pripisali še ustvarjalnosti ter prostemu času in zabavi. Z najnižjo vrednostjo so ocenili (pod 3) virtualni svet ter slavo in popularnost. Pripadniki generacije X so z najvišjo oceno (3,7) ocenili denar in imetje, sledi mu ugled in ustvarjalnost. Z manj kot 3 pa prav tako slavo in popularnost ter virtualni svet (le 1,6). Pripadnikom generacije veteranov prav tako največ pomeni denar in imetje, prosti čas in zabava ter ustvarjalnost, ki so bili ocenjeni z isto oceno. Z oceno manj kot 3 so veterani prav tako kot pripadniki generacije X in Z ocenili virtualni svet ter slavo in popularnost.



**Slika 7:** Pomembnost vrednot: dionizične vrednote po starostnih skupinah

Iz zgornjega grafa je tako razvidno, da imajo pripadniki vseh generacij zelo podobne dionizične vrednote, saj so z zelo podobnimi vrednostmi ocenili iste dionizične vrednote. Razen z izjemo denarja, ki je pri generaciji Z dobil oceno nad 4, so namreč vse dionizične vrednote pri vseh generacijah ocenjene s povprečno ceno manj kot 4.

Presenetilo nas je, da so pripadniki generacije veteranov z višjo oceno, kakor pripadniki generacije Z in X ocenili ravno virtualni svet, za katerega smo pričakovali, da mu ne bodo pripisali posebnega pomena. Zanimivo je tudi, da pomen ugleda z leti pada in da prosti čas in zabava največ pomenita ravno generaciji veteranov, ki ju je zanimivo, najnižje ocenila generacija X.

Apolonske vrednote ukvarjajo z družbo oziroma se posredno ali neposredno nanašajo na bivanje s soljudmi. Medtem, ko se dionizične vrednote ukvarjajo s posameznikom in so usmerjene v sedanost. Večina višje ocenjenih vrednot pri vseh generacijah izhaja iz ukvarjanja z družbo, torej gre za apolonske vrednote. Le ena izmed dionizičnih vrednot (denar) je pri generaciji Z dobila oceno večjo kot 4. Torej smemo predvidevati, da so vrednote vseh treh generacij usmerjene v tradicionalizem in zasebnost, za katere velja večja usmerjenost v prihodnost. Z leti narašča pomembnost vrednot kot so: delavnost, vera v boga in zdravje. Z leti pa upada pomen izobrazbe, resničnega prijateljstva in ugleda.

Pri posameznih generacijah se je med njimi pokazala minimalna razlika v prid temu, da so apolonske vrednote bile višje ocenjene v vseh starostnih kategorijah. Vendar razlike niso statistično pomembne. Tako lahko zaključimo, da tako generacija Z kot generacija X in generacija veteranov enako ocenjujejo apolonske in dionizične vrednote. Med tema dvema skupinama torej ne delajo razlik. Torej zavržemo našo hipotezo.



### 3.2.3.3 Vpliv na oblikovanje vrednot posamezne generacije

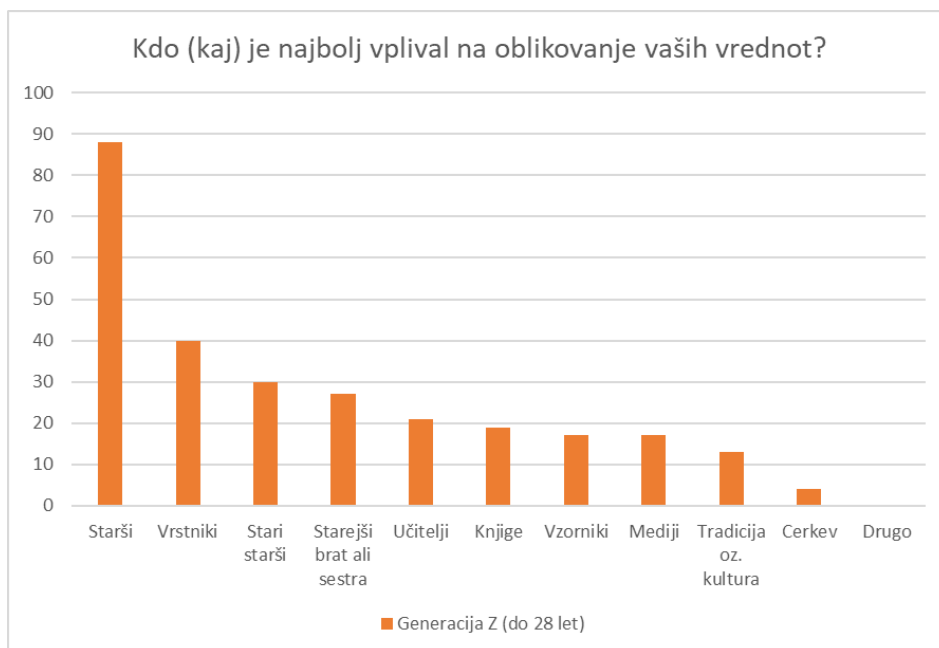
Tretje anketno vprašanje je bilo: Kdo (kaj) je najbolj vplival na oblikovanje vaših vrednot? Anketiranim generacije Z smo ponudili 10 odgovorov, izbrali pa so lahko tudi možnost drugo, kjer bi lahko anketirani sami ponudili odgovor, a te možnosti ni izbral noben izmed 141 anketiranih.

**Predstavniki generacije Z (do 28 let) so na tretje anketno vprašanje, kdo (kaj) je najbolj vplival na oblikovanje vaših vrednot, odgovorili:**

**Tabela 7:** Vpliv na oblikovanje vrednot generacije Z

Kdo (kaj) je najbolj vplival na oblikovanje vaših vrednot?	Generacija Z (do 28 let)	Odstotek
Starši	78	88
Vrstniki	36	40
Stari starši	27	30
Starejši brat ali sestra	24	27
Učitelji	19	21
Knjige	17	19
Vzorniki	15	17
Mediji	15	17
Tradicija oz. kultura	12	13
Cerkev	4	4
Drugo	0	0

Kar 88 % anketiranih meni, da so na njihove vrednote najbolj vplivali starši. Med drugim pomembno vlogo igrajo tudi vrstniki s 40 % in stari starši s 30 %. Močnejše vplivajo tudi sorojenci (27 %). Ugotovili smo, da tradicija oz. kultura (13 %) in cerkev (4 %) nimata velikega vpliva na oblikovanje njihovih vrednot.



**Slika 8:** Vpliv na oblikovanje vrednot generacije Z (Vir: lasten)

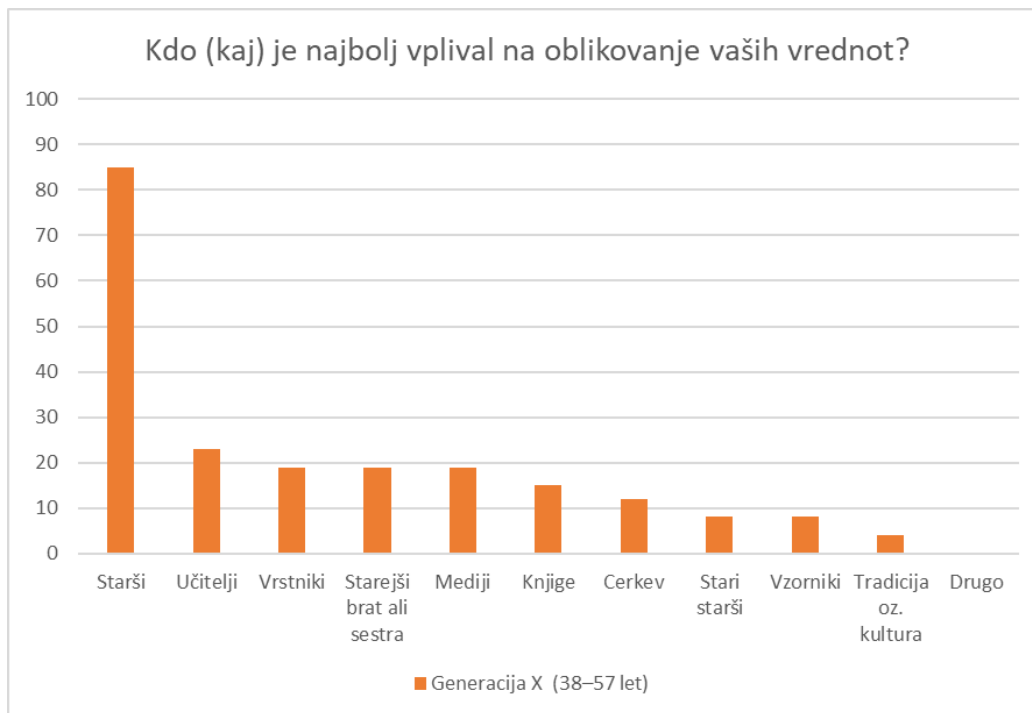
V prvem delu tretje hipoteze smo predvidevali, da bodo na oblikovanje vrednot generacije Z najbolj vplivali vrstniki. Iz odgovorov na tretje anketno vprašanje smo ugotovili, da na njihove vrednote najbolj vplivajo starši. Tako lahko prvi del tretje hipoteze zavrnemo, saj so pri oblikovanju vrednot generacije Z najpomembnejši starši in ne vrstniki.

**Predstavniki generacije X (38–57 let) so na tretje anketno vprašanje, kdo (kaj) je najbolj vplival na oblikovanje vaših vrednot, odgovorili:**

**Tabela 8:** Vpliv na oblikovanje vrednot generacije X

Kdo (kaj) je najbolj vplival na oblikovanje vaših vrednot?	Generacija X (38–57 let)	Odstotek
Starši	22	85
Učitelji	6	23
Vrstniki	5	19
Starejši brat ali sestra	5	19
Mediji	5	19
Knjige	4	15
Cerkev	3	12
Stari starši	2	8
Vzorniki	2	8
Tradicija oz. kultura	1	4
Drugo	0	0

Iz zgornje tabele je razvidno, da največji delež, in sicer 85 % anketiranih meni, da so na njihovo oblikovanje vrednot najbolj vplivali starši. Manjšo vlogo pri tem imajo učitelji (23 %), vrstniki, starejši brat/sestra, mediji, in sicer vsi z 19 %. Najmanjši vpliv pa imajo stari starši in vzorniki, oboji z 8 %. Le 4 % anketiranih menijo, da na oblikovanje njihovih vrednot vpliva tradicija oz. kultura.



**Slika 9:** Vpliv na oblikovanje vrednot generacije X (Vir: lasten)

Drugi del tretje hipoteze lahko potrdimo, saj smo v njem predvidevali, da bodo na oblikovanje vrednot generacije X najbolj vplivali starši, kar se je izkazalo, da je tudi res.

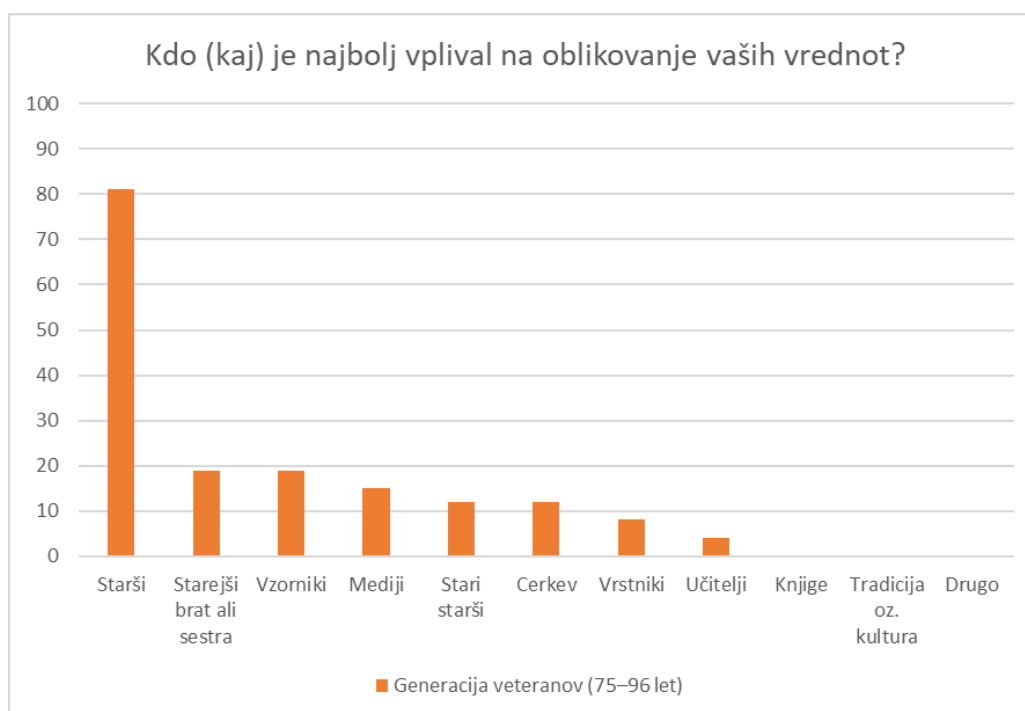
**Predstavniki generacije veteranov (75–96 let) so na tretje anketno vprašanje, kdo (kaj) je najbolj vplival na oblikovanje vaših vrednot, odgovorili:**

**Tabela 9:** Vpliv na oblikovanje vrednot generacije veteranov

Kdo (kaj) je najbolj vplivalo na oblikovanje vaših vrednot?	Generacija veteranov (75–96 let)	Odstotek
Starši	21	81
Starejši brat ali sestra	5	19
Vzorniki	5	19
Mediji	4	15
Cerkev	3	12
Stari starši	3	12
Vrstniki	2	8
Učitelji	1	4

Kdo (kaj) je najbolj vplivalo na oblikovanje vaših vrednot?	Generacija veteranov (75–96 let)	Odstotek
Knjige	0	0
Tradicija oz. kultura	0	0
Drugo	0	0

Pri tretjem delu tretje hipoteze pa smo predvidevali, da na oblikovanje vrednot generacije veteranov najbolj vpliva cerkev, a smo ugotovili, da je cerkev z 12 % šele na petem mestu. Med najpomembnejše dejavnike namreč spadajo starši z 81 %, starejši brat/sestra in vzorniki, oboji samo z 19 %. Med dejavnike z manjšim vplivom sodijo učitelj, knjige in tradicija oz. kultura.



**Slika 10:** Vpliv na oblikovanje vrednot generacije veteranov (Vir: lasten)

Tretji del tretje hipoteze lahko potemtakem opustimo.

Tretjo hipotezo kot celoto lahko prav tako kot prvo delno potrdimo, saj je bil samo en del od treh pravilno sklepan. Z največjim odstotkom, in sicer nad 80 % anketiranih iz vseh generacij meni, da so na njihove vrednote najbolj vplivali starši. Nato sledi strm padec v odstotkih, kjer pri generaciji Z (do 28 let) s 40 % sledijo vrstniki, za katere smo predvidevali, da bodo imeli največji vpliv. Pri generaciji X (38–57 let) drugo mesto zavzamejo učitelji. Generaciji veteranov (75–96) pa prav tako s strmim padcem odstotkov na 19 sledijo starejši bratje ali sestre ter vzorniki. Pri generaciji veteranov je zanimivo ravno to, da je cerkev skupaj s starimi starši šele na petem mestu (od 10 možnih odgovorov) in tako ne igra pomembne vloge v oblikovanju vrednot te generacije. Medtem ko se cerkev pri generaciji X pojavlja šele na 7 mestu (12 %) in pri generaciji Z na zadnjem, 10 mestu (4 %). Vrstniki pa se s 13 % pri generaciji X pojavljajo na 3 mestu in pri generaciji veteranov s 8 % na 7 mestu.

## 4 ZAKLJUČEK

»Kaj nam je v življenju najpomembnejše?«

Na prvi pogled se zdi to vprašanje enostavno. Ko pa smo se lotili raziskovanja vrednot in smo želeli ugotoviti, ali so različno starim ljudem v isti kulturi pomembne različne vrednote in ali se vrednote skozi čas spreminjajo, smo naleteli na veliko vprašanj, na katera ni bilo enostavno dobiti odgovorov.

Na začetku smo naredili načrt raziskovanja, oblikovali teoretični del in si zastavili 3 hipoteze. Pri pisanju teoretičnega dela naloge sta nam bila še posebej v pomoč članek Vrednote generacij, Muskova Nova psihološka teorija vrednot, po kateri smo prevzeli klasifikacijo ter Haralambosova in Holbornova Sociologija, ki nam je bila v pomoč pri definiranju pojmov.

Naša anketa je vsebovala le tri vprašanja različnih tipov. Prvo se je navezovalo na prvo hipotezo določanja treh najpomembnejših vrednot posamezne generacije. Pri drugem vprašanju so anketirani na lestvici od 1 do 5 označevali pomembnost vrednot. Tretje vprašanje pa je bilo zastavljeno z namenom, da ugotovimo, kdo oz. kaj je najbolj vplivalo na oblikovanje vrednot posamezne generacije.

Glede na teoretična izhodišča ločimo 5 različnih generacij: generacija veteranov (1922–1943), baby boom generacija (1944–1960), generacija X (1961–1980), generacija Y (1981–1990) in generacija Z (rojeni v 90. letih prejšnjega stoletja). Anketirali smo le 3, saj smo želeli prikazati generacije s približno 10-letnim razmahom. Tako smo anketirali posameznike do 28 let – generacija Z; od 38 do 57 let – generacija X in od 75 do 97 let – generacija veteranov. Rešenih je bilo 141 anket, od tega 26 anketirancev generacije veteranov, 26 iz generacije X in 89 generacije Z. 26 anket je bilo rešeno pisno, preostale pa so anketirani rešili v spletni aplikaciji 1KA, ki nam je bila v veliko pomoč. Ker smo hipoteze zastavili precej kompleksno, smo po analizi rezultatov ankete vse tri naše hipoteze zavrnil, čeprav je bil pri vsaki hipotezi del zasnovan pravilno.

**V prvi hipotezi** smo predvidevali, da je generaciji Z (mladim do 28. leta) najpomembnejša vrednota popularnost, generaciji X (ljudem starih med 36 do 57 let) družinska sreča, generaciji veteranov (ljudem starih med 55 do 97 let) pa zdravje. Po analizi ankete pa smo ugotovili, da je vsem anketiranim generacijam najpomembnejša vrednota zdravje. Ugotovili smo celo, da so anketirani iz generacije X in Z vse do 5. mesta vrednote postavili v isti vrstni red, torej zdravje, ljubezen, družinsko srečo, resnično prijateljstvo, poštenost in mir. Pri generaciji Z je še posebej zanimivo, da je popularnost, ki smo jo zaradi življenjskega stila mladih pričakovali na prvem mestu, šele na osemnajstem mestu. Tako smemo trditi, da sta si generacija X in Z po priljubljenosti vrednot precej bolj podobni, kot smo pričakovali in se bistveno bolj razlikujeta od generacije veteranov. Za generacijo veteranov smo sicer pravilno predvidevali, da jim največ pomeni zdravje. Na 2. mestu je družinska sreča, ki tudi pri generaciji X in Z spada med prve tri najbolj priljubljene vrednote. Od tretjega mesta naprej se vrednote veteranov od generacije X in Z začnejo bistveno razlikovati. Tretje mesto zaseda mir (5 mesto pri generaciji X in Z), sledi ji vera v boga (med zadnjimi petimi vrednotami generacije X in Z), na 5. mestu je delavnost (v drugi polovici pri generaciji X in Z), 6. mesto zavzame poštenost (4 mesto pri generaciji X in Z) in šele takrat ljubezen (2. in 3. mesto pri generaciji X in Z).

**Hipotezo 1 glede na izsledke ankete zavrnamo.**

**Tabela 10:** Hipoteza 1

HIPOTEZA 1	UGOTOVITEV	
Generaciji Z je popularnost najpomembnejša vrednota.	ZAVRNJENA	Generaciji Z je zdravje najpomembnejša vrednota.
Generaciji X je družinska sreča najpomembnejša vrednota.	ZAVRNJENA	Generaciji X je zdravje najpomembnejša vrednota.
Generaciji veteranov je zdravje najpomembnejša vrednota.	POTRJENA	Generaciji veteranov je zdravje najpomembnejša vrednota.

**V drugi hipotezi** smo se osredotočili na apolonske in dionizične vrednote, zato se je hipoteza glasila da se vrednote med generacijami veteranov, X in Z razlikujejo po tem, da so višje ocenjene vrednote generacije veteranov in generacije Z tiste, ki se ukvarjajo z družbo (apolonske vrednote), višje ocenjene vrednote generacije Z pa se ukvarjajo s posameznikom (dionizične vrednote). Vendar smo po analizi rezultatov ankete ugotovili, da so ocene vrednot med vsemi tremi generacijami zelo podobne oz., da ni statistično pomembnih razlik med vrednotami vseh treh generacij. Kljub temu, da iz teorije in raziskav, ki so bile narejene na večjem vzorcu, izhaja, da je splošna značilnost populacije po letu 1990 (Z-generacije) preusmeritev iz ukvarjanja z družbo v ukvarjanje s samim seboj. Torej gre za premik od globalnih vrednot k partikularnim vrednotam (Mladina 2010, 2010, str. 324). Naš vzorec, še posebej generacije X in veteranov (26 anketiranih), je bil precej majhen, iz česar najbrž izhaja naš dobljen rezultat. Če bi vzorec povečali, bi morda lahko pričakovali statistično večje razlike v smeri trenda premikanja vrednot iz zanimanja za družbeno sfero v ukvarjanje s samim seboj in s tem v večjo usmerjenost jo v sedanost.

Po analizi anketnega vprašalnika je presenetljivo pri določenih apolonskih vrednotah (izobrazba, resnično prijateljstvo) dobljena povprečna vrednost pri generaciji Z celo večja kot pri generaciji X in veteranih. Prav tako se je zgodilo obratno in imajo nekatere dionizične vrednote (ugled, denar in imetje, ustvarjalnost) večjo vrednost pri generaciji X in generaciji.

**Hipotezo 2 na podlagi rezultatov analize zavrnamo.**

**Tabela 11:** Hipoteza 2

HIPOTEZA 2	UGOTOVITEV	
Vrednote generacije veteranov, X in Z se razlikujejo po tem, da se vrednote generacije veteranov in generacije X ukvarjajo z družbo (apolonske vrednote) vrednote generacije Z pa se ukvarjajo s posameznikom (dionizične vrednote).	ZAVRNJENA	Vrednote generacije veteranov, X in Z se razlikujejo po tem, da se vrednote generacije veteranov in generacije X ukvarjajo z družbo (apolonske vrednote) vrednote generacije Z se ne razlikujejo od vrednot preostalih dveh generacij.

**Pri tretji hipotezi** smo se poglobili v vpliv na oblikovanje vrednot pri teh treh generacijah. Predvidevali smo, da na oblikovanje vrednot generacije veteranov najbolj vpliva cerkev, na generacijo X starši, na generacijo Z pa vrstniki, s katerimi mladi do 28 let preživijo tudi največ časa.

Vendar smo ugotovili, da nad 80 % anketiranih iz vseh generacij meni, da so na njihove vrednote najbolj vplivali starši. Nato sledi strmi padec v odstotkih, kjer pri generaciji Z (do 28 let) s 40 % sledijo vrstniki, za katere smo predvidevali, da bodo imeli največji vpliv. Pri generaciji X (38–57 let) je bila naša hipoteza postavljena pravilno, saj so starši kot najbolj vpliven dejavnik te generacije visoko pred drugimi 9 dejavniki. Pri generaciji veteranov pa nas je presenetilo to, da je cerkev skupaj s starimi starši šele na petem mestu (od 10 možnih odgovorov) in tako ne igra pomembne vloge v oblikovanju vrednot te generacije. Kljub temu smo ugotovili, da se z leti vpliv cerkve vseeno večja, medtem ko vpliv vrstnikov manjša. Pri mladih so torej opazne vrednote, na katere tradicija in religija vse manj vplivata, največji vpliv pa še vedno ohranjajo starši.

**Hipoteza 3 je zavrnjena.**

**Tabela 12:** Hipoteza 3

<b>HIPOTEZA 3</b>	<b>UGOTOVITEV</b>	
Na oblikovanje vrednot generacije veteranov najbolj vpliva cerkev	<b>ZAVRNJENA</b>	Na oblikovanje vrednot generacije veteranov najbolj vplivajo starši
na generacijo X starši,	<b>POTRJENA</b>	generacije X starši
na generacijo Z pa vrstniki.	<b>ZAVRNJENA</b>	na generacijo Z pa starši.

Najbolj so nas presenetili izsledki ankete pri prvem vprašanju, kjer so anketirani izbirali tri najbolj priljubljene vrednote. Nobeden izmed 89 anketiranih generacije Z, ki odrašča s sodobno tehnologijo in po nekaterih raziskavah velik del svojega dneva preživi v virtualnem svetu, ni umestil vrednote virtualni svet med najpomembnejše tri, temveč so med najpomembnejše uvrstili bolj tradicionalne vrednote kot so npr. ljubezen in zvestoba, zdravje in družinska sreča. Rezultat kaže na veliko odstopanje od splošnega prepričanja, da mladostnikom do 28. leta največ pomeni internet. Zamajali smo tudi stereotip o mladih, ki govori, da nimajo več vrednot. Ugotovili smo celo, da so si njihove vrednote po priljubljenosti izjemno podobne z vrednotami generacije X in se tako le malo bolj razlikujejo od generacije veteranov.

Zanimivost, ki je nismo predvidevali je tudi ta, da je odstotek pomembnosti virtualnega sveta pri generaciji veteranov večji kot pa pri generaciji Z. Pri generaciji veteranov je bil namreč odstotek za 0,3 procenta večji od generacije Z. Pričakovano pa se nam je zdelo, da pomen izobrazbe z leti pada, narašča pa pomen vere v boga in delavnosti. Zanimivo pa je z višanjem let z vedno nižjo oceno ocenjeno resnično prijateljstvo. Med dionizičnimi vrednotami pa vse generacije na prvo mesto postavljajo denar in imetje. Najmanjšo povprečno oceno izmed vseh vrednot so pripadniki generacije Z dodelili slavi in popularnosti, za katero smo predvidevali, da bo visoko med priljubljenimi vrednotami. Manjšo povprečno oceno med vsemi vrednotami vseh generacij so dodelili le še virtualnemu svetu pripadniki generacije X.

Glede na analizo podatkov nas je presenetilo tudi spoznanje, da ima solidarnost najmanjšo povprečno oceno pri generaciji veteranov. Največji odstotek je pri generaciji X s 4,4, ki bi ga morda lahko povezali tudi z družbenimi okoliščinami časa, ko je ta generacija odraščala, morda je na rezultat vplival tudi John Lennon, ki je s svojim razmišljanjem o miru, ljubezni, enotnosti, solidarnosti in prijateljstvu ... inspiriral tudi našo nalogo.

V pesmi Imagne si Lennon želi, da bi si ljudje predstavljali svet brez lastnine, da bi bili solidarni in bi tako končali svetovno lakoto, zagotovili mir. Kapitalizem in potrošništvo, katerega del smo postali, postavljata danes denar na vedno višje mesto med vsemi vrednotami. V tem duhu potrošništva bodo v prihodnosti najbrž vedno bolj vstopale v ospredje statusne vrednote (npr. pomen znamk oblačil, modnih dodatkov, telefonskih aparatov, avtomobilov, imetja ...), hkrati pa se bo krepil pomen individualizma (zelo pomembno, da smo kakorkoli drugačni in vpadljivi). Zanimivo bi bilo raziskati, ali bodo v prihodnosti sedaj vodilne tradicionalne zamenjale statusne vrednote in ali bo prepad med vrednotami različnih generacij v naslednjih letih zaradi hitrega tehnološkega razvoja in vedno večje pomembnosti kapitala postal vedno večji ali se bodo prevrednoti le vrednote vseh generacij.

Veseli nas, da je anketo, ki smo jo delili preko socialnih omrežij, rešilo kar veliko število ljudi. Spoznali smo, da so si vrednote generacij v naši kulturi, zelo podobne in da trditev, da mladi nimajo več nobenih vrednot, ostaja le stereotip. Mladi se, kljub temu da preživijo veliko časa za računalniki, namreč tudi zavedajo, kaj pomenijo drobne stvari kot npr. ljubezen, zdravje, družina in mir, ki nam in ljudem okoli nas prinašajo osebno srečo in zadovoljstvo.



## 5 VIRI IN LITERATURA

- Anketa*. Wikipedija. Dostop: <https://sl.wikipedia.org/wiki/Anketa> (2.1.2017)
- Blažič M., M. *Novi svet iz besed 9*. 1. izd. Ljubljana: Rokus Kett, 2016.
- Haralambos, M., Holborn, M. *Sociologija*. 1. izd. Ljubljana: DZS, 2001.
- Kaj je to etika?* Gibanje OPS. Dostop: <https://www.gibanje-ops.com/dejavnosti-gibanja-ops/drugacna-politika/112-kaj-je-to-etika-> (5.11.2017)
- Lennon, J. Imagine*. Google Play Music. Dostop: [https://play.google.com/music/preview/Tighlz7umdjp5wfpigvibnnzeq?lyrics=1&utm\\_source=google&utm\\_medium=search&utm\\_campaign=lyrics&pcampaignid=kp-songlyrics](https://play.google.com/music/preview/Tighlz7umdjp5wfpigvibnnzeq?lyrics=1&utm_source=google&utm_medium=search&utm_campaign=lyrics&pcampaignid=kp-songlyrics) (15.10.2017)
- Metoda*. SSKJ. Dostop: [http://bos.zrc-sazu.si/cgi/a03.exe?name=sskj\\_testa&expression=ge=metoda](http://bos.zrc-sazu.si/cgi/a03.exe?name=sskj_testa&expression=ge=metoda) (22.11.2017)
- Mihelčič-Hladnik, M. *Etika in družba. Učbenik za 7. razred osnovne šole*. 1. izd. Ljubljana: DZS, 1998.
- Mladina 2000: slovenska mladina na prehodu v tretje tisočletje. Znanstvena monografija. Ljubljana: Ministrstvo za šolstvo, znanost in šport, Urad Republike Slovenije za mladino. Maribor: Aristej, 2002.
- Mladina 2010: družbeni profil mladih v Sloveniji. Znanstvena monografija. Maribor: Aristej, 2011.
- Moralna*. Wikipedija. Dostop: <https://sl.wikipedia.org/wiki/Moralna> (15.10.2017)
- Moralne vrednote, ki nas resnično obogatijo*. JW.org. Dostop: <https://www.jw.org/sl/publikacije/revije/g201311/moralne-vrednote-obogatijo-zivljenje/> (15.10.2017)
- Musek, J. *Nova psihološka teorija vrednot*. 1. izd. Ljubljana: EDUCY d.o.o. in Inštitut za psihologijo osebnosti, 2000.
- Musek, J. *Osebnost, vrednote in psihično blagostanje*. 1. izd. Ljubljana: Znanstvena založba Filozofske fakultete, 2015.
- Ovsenik, R, Kozjek, D. Vrednote generacij. Revija za univerzalno odličnost. Junij 2015, letnik 4, številka 2, str. 17–32. [http://www.fos-unm.si/media/pdf/ruo/01\\_vrednote\\_generacij.pdf](http://www.fos-unm.si/media/pdf/ruo/01_vrednote_generacij.pdf) (16. 12. 2017)
- Sociologija*. Wikipedija. Dostop: <https://sl.wikipedia.org/wiki/Sociologija> (22.11.2017)
- Ule, M. (1996c). Vrednote. V M. Ule (ur.). *Mladina v devedesetih: Analiza stanja v Sloveniji* (235-260). Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče
- Zakaj sploh imamo norme?* Mladi.net. Dostop: <http://www.mladi.net/content/view/2780/82/> (5.11.2017)
- Žagar, L. Intervju: Kako obvladovati razlike med pripadniki generacij X in Y. *Akademija finance*, 4. februar 2009. Dostop: <https://akademija.finance.si/236618?cctest&> (20. 12. 2017)

## 6 PRILOGE

### PRILOGA 1:

### ANKETA

Pozdravljeni!

Sva Annemarie Trunk in Maja Vogrinec, učenki 9. razreda OŠ Velika Nedelja. Pripravljava raziskovalno nalogo z naslovom **VREDNOTE RAZLIČNIH GENERACIJ**. Vaši odgovori nama bodo v veliko pomoč pri pripravi empiričnega dela naloge, zato Vas prosiva za iskrenost pri odgovarjanju.

Hvala.

Annemarie Trunk in Maja Vogrinec

---

**Spol** (obkroži)

M

Ž

**Starost** : \_\_\_\_\_ let

**1. Katere od naštetih vrednot se Vam zdijo najpomembnejše? Izberite TRI po priljubljenosti.**

**(Izberi tri. Označi jih z 1, 2 in 3. Z 1 označi najbolj priljubljeno.)**

a) \_\_\_\_\_ čisto okolje

j) \_\_\_\_\_ prosti čas in zabava

b) \_\_\_\_\_ denar in imetje

k) \_\_\_\_\_ resnično prijateljstvo

c) \_\_\_\_\_ delavnost

l) \_\_\_\_\_ slava in popularnost

č) \_\_\_\_\_ domoljubje

m) \_\_\_\_\_ solidarnost

d) \_\_\_\_\_ družinska sreča

n) \_\_\_\_\_ spoštovanje

e) \_\_\_\_\_ izobrazba

o) \_\_\_\_\_ ugled

f) \_\_\_\_\_ ljubezen in zvestoba

p) \_\_\_\_\_ ustvarjalnost

g) \_\_\_\_\_ mir

r) \_\_\_\_\_ vera v boga

h) \_\_\_\_\_ moč

s) \_\_\_\_\_ virtualni svet

i) \_\_\_\_\_ poštenost

š) \_\_\_\_\_ zdravje

t) \_\_\_\_\_ drugo: \_\_\_\_\_

**2. Na lestvici od 1 do 5 označite, koliko Vam pomeni določena vrednota .**

1	2	3	4	5
<i>nikakor ni pomembna</i>	<i>ni pomembna</i>	<i>malo pomembna</i>	<i>pomembna</i>	<i>zelo pomembna</i>

a) čisto okolje	1 2 3 4 5	j) prosti čas in zabava	1 2 3 4 5
b) denar in imetje	1 2 3 4 5	k) resnično prijateljstvo	1 2 3 4 5
c) delavnost	1 2 3 4 5	l) slava in popularnost	1 2 3 4 5
č) domoljubje	1 2 3 4 5	m) solidarnost	1 2 3 4 5
d) družinska sreča	1 2 3 4 5	n) spoštovanje	1 2 3 4 5
e) izobrazba	1 2 3 4 5	o) ugled	1 2 3 4 5
f) ljubezen in zvestoba	1 2 3 4 5	p) ustvarjalnost	1 2 3 4 5
g) mir	1 2 3 4 5	r) vera v boga	1 2 3 4 5
h) moč	1 2 3 4 5	s) virtualni svet	1 2 3 4 5
i) poštenost	1 2 3 4 5	š) zdravje	1 2 3 4 5

**3. Kdo (kaj) je najbolj vplival na oblikovanje Vaših vrednot?**

- |                                      |                          |
|--------------------------------------|--------------------------|
| a) starši                            | e) vzorniki              |
| b) stari starši                      | f) cerkev                |
| c) starejši brat ali starejša sestra | g) tradicija oz. kultura |
| č) učitelji                          | h) mediji                |
| d) vrstniki                          | i) knjige                |
|                                      | j) drugo: _____          |

## PRILOGA 2:

### INSPIRACIJSKA PESEM

#### John Lennon – Zamisli si/Predstavljaljaj si (Lennon, 2017)

*Prevedel Jani Kovačič (Blažič M., 2016, str. 12):*

Pomisli, da ni raja,  
poskusi, saj bo šlo,  
ni pekla pod nami  
a nad nami le nebo.  
Zamisli si, da ljudje  
prav vsak dan žive.

Pomisli, da držav ni,  
poskusi – ni težko,  
ni treba ubit ne umirat'  
brez religij vse naj bo.  
Pomisli – vsi ljudje  
V miru naj žive.

Vem, porečeš, ti kar sanjaj,  
a povem ti, nisem sam,  
upam, da se nam pridružiš  
in naš svet bo en kot sam!

Zamisli si, da ni lastnine,  
ne vem, če sploh lahko?  
Brez pohlepa in gladu  
bratstvo med ljudmi naj bo.  
Pomisli, da prav vsi ljudje  
si naš svet dele.

Vem, porečeš, ti kar sanjaj,  
a povem ti, nisem sam,  
upam, da se nam pridružiš  
in naš svet bo kot en sam!

Imagine there's no heaven  
It's easy if you try  
No hell below us  
Above us only sky  
Imagine all the people  
Living for today ...

Imagine there's no countries  
It isn't hard to do  
Nothing to kill or die for  
And no religion too  
Imagine all the people  
Living life in peace, you ...

You may say I'm a dreamer  
But I'm not the only one  
I hope some day you'll join us  
And the world will be as one.

Imagine no possessions  
I wonder if you can  
No need for greed or hunger  
A brotherhood of man  
Imagine all the people  
Sharing all the world, you ...

You may say I'm a dreamer  
But I'm not the only one  
I hope some day you'll join us  
And the world will be as one.