

| | | | | | | |
|----|----------|-------|------------|-----|---------------|-------|
| TM | G. XXXVI | Br. 1 | Str. 47-66 | Niš | januar - mart | 2012. |
|----|----------|-------|------------|-----|---------------|-------|

UDK 159.922.8

Originalni naučni rad
Priljeno: 18.02.2009.

Jelica Petrović
Marija Zotović
Univerzitet u Novom Sadu
Filozofski fakultet, Odsek za psihologiju
Novi Sad

ADOLESCENTI U SRBIJI: U TRAGANJU ZA NOVIM VREDNOSTIMA*

Apstrakt

Osnovni predmet istraživanja u okviru ovog rada je ispitivanje zastupljenosti pojedinih vrednosnih dimenzija, kao i ispitivanje korelata vrednosnih orijentacija mladih u Srbiji. Istraživanje prikazano ovim radom sprovedeno je na uzorku od 1000 adolescenata prosečnog uzrasta 16 godina sa teritorije Vojvodine. Rezultati ovog istraživanja su pokazali da najveću popularnost među mladima imaju vrednosti samoaktualizacije i hedonističko utilitarne vrednosti čija nam prisutnost govori o činjenici da mladi ljudi pokazuju sklonost ka „kulturi narcizma“. Suštinu polnih razlika na ispitivanom uzrastu čini razlika između individualističke orijentacije i orijentacije ka drugim ljudima. Rezultati dalje pokazuju da ispitanici iz grada smatraju bitnijim relacione vrednosti, dok ispitanici sa sela značajnijim procenjuju religiju i vrednosti usmerene na održanje tradicije. Deca najniže obrazovanih roditelja i lošijeg materijalnog stanja visoko vrednuju popularnost i ugled u društvu, kao i hedonističko utilitarne i religijsko tradicionalističke vrednosti.

Ključne reči: vrednosti, adolescenti, vrednosne orijentacije mladih

petrovicns@ptt.rs

* Rad je deo projekta „Pordoica kao vrednost u društvu u procesu tranzicije“ koji podržava Pokrajinski Sekretarijat za nauku u i tehnološki razvoj

UVOD

Vrednosti spadaju u grupu fundamentalnih pojmova pomoću kojih se definišu neki drugi pojmovi, i stoga je određenje vrednosti uvek veoma složen posao.

Iako u literaturi nikada nije postignut konsenzus oko definicije vrednosti, uopšteno možemo reći da vrednosti uključuju sve oblike društvene svesti i delanja ljudi. Čini se da suštinu definisanja vrednosti čini aspekt sa kojeg se vrednosti i vrednosne orijentacije izučavaju. Tačnije, radi izbegavanja terminološke zbrke u istraživanjima se najčešće polazi od operacionalne definicije kakvu nalažu primenjene skale.

Nesto detaljnija određenja vrednosti vide kao centralne orijentire za ponašanje, mišljenje i osećanja, i podrazumevaju pružanje mogućnosti da se zauzme neki stav, da se unese smisao u način i stil života pojedinca ili društvene grupe. One nam govore o tome gde smo, šta hoćemo, čemu se posvećujemo i težimo, šta je važnije, šta cenimo i podstičemo kod sebe i drugih ljudi u svojoj okolini. Očigledno je da vrednosti nisu samo individualne, već i društvene tvorevine. Upravo zbog toga se o njima najčešće govori u vremenima brzih društvenih promena, kada se uslovi života i ciljevi brzo menjaju, kada stari referentni okviri ne odgovaraju novim ciljevima. Društvena tranzicija se često i definiše kroz slogan „*vrednosnog vakuuma*“ – koji sugerije da stare vrednosti nastaju, a nove, koje bi zauzele mesto prethodnima, još nisu stvorene.

Koje bi bile osnovne karakteristike vrednosti? Pre svega, vrednosti su *stabilne* – one predstavljaju relativno trajnu karakteristiku društvene svesti i svesti pojedinca. Kada bi vrednosti bile potpuno stabilne, individualne i socijalne promene bile bi nemoguće. S druge strane, kada bi bile potpuno nestabilne, kontinuitet ljudske ličnosti i jednog društva takođe ne bi bio moguć. Vrednosti su i *selektivne*, jer se rukovode izborom između različitih mogućnosti i ciljeva (tj. upućuju na neki izbor između različitih mogućnosti). *Poželjnost* je karakteristika vrednosti koja određuje šta treba činiti i kako treba živeti, jer podrazumeva koncepciju o nečemu što je lično i (ili) društveno poželjno. Vrednosti su uvek *pozitivne* za pojedinca koji ih prihvata; i na kraju, vrednosti predstavljaju *verovanje*, u kojima se ciljevi ili sredstva delovanja ocenjuju kao poželjna ili nepoželjna (Коковић 2005).

Pojmovi kao što su *vrednosti*, *vrednosne orijentacije*, *životni stil* i *vrednosni sistem* se vrlo često upotrebljavaju kao sinonimi. Čini se da, kada se govori o ličnosti, prihvatljiviji termin predstavljaju vrednosne orijentacije, a kada se raspravlja o društvu, onda su to vrednosti ili sistem vrednosti. Naime, naši su postupci češće određeni ne jednom vrednošću, već jednom organizovanom grupom vrednosti. Kada se nove vrednosti uče i usvajaju, one se zapravo integrišu u već postojeći, naučeni *sistem vrednosti*, koji je hijerarhijski organizovan – gde svaka vrednost ima svoje mesto i prioritet.

Nasuprot vrednostima i vrednosnom sistemu, vrednosnim orijentacijama se pridaje usmeravajuća funkcija u ponašanju, tako da možemo reći da *vrednosne orijentacije* podrazumevaju opšte principe ponašanja i delovanja u vezi sa određenim ciljevima, dok se *vrednosti* odnose na prihvaćene i cenjene ideje o društvenim odnosima koje nastojimo da ostvarimo. Možemo reći da su *vrednosne orijentacije* zapravo kristalizovane vrednosne dimenzije u nečijem sistemu vrednosti. Kuzmanović (1995) smatra da su vrednosne orijentacije „široki, manje artikulisani sistemi uverenja, a vrednosti više artikulisane određene konceptije o poželjnom“. Slično tome, Radin (Radin 1988; prema: Šram 2003) smatra da su za razliku od vrednosti, koje predstavljaju poželjne ciljeve, vrednosne orijentacije modeli ponašanja u funkciji ostvarenja vrednosti. Ako su vrednosne orijentacije modeli ponašanja, onda su one, u krajnjoj liniji, produkt određene strukture ličnosti koja generiše dati model ponašanja. Stoga, možemo reći da su vrednosne orijentacije konstrukti utemeljeni na međusobnoj povezanosti pojedinačnih vrednosnih preferencija koja formira strukturu na latentnom nivou, tj. da su vrednosne orijentacije faktorske komponente pojedinih vrednosti (Šram 2003).

Kada je u pitanju razlika između vrednosnih orijentacija i životnog stila, možemo reći da vrednosna orijentacija predstavlja opšti cilj, a životni stil način ostvarivanja tog cilja (Кузмановић 1990). Neki autori smatraju da životni stilovi zapravo predstavljaju operacionalizaciju vrednosti, tj. da je jedan od mogućih načina operacionalizacije vrednosti opis pojedinih stilova života, na osnovu koga se zaključuje o vrednosnim orijentacijama za koje se pretpostavlja da leže u osnovi određenog stila života (Јоксимовић и Максић 2006). U savremenim sociološkim teorijama naglašava se sve veća individualizacija i pluralizacija životnih stilova, te se koncept životnog stila tretira kao najadekvatiji pristup fenomenima diferencijacije u postindustrijskim društvima. S obzirom na to da koncept životnog stila povezuje individualno delovanje sa društvenim sistemom, on se shvata kao idealan model prelaza sa mikro do makro nivoa sociološke analize (Tomić-Koludrović i Leburčić 2002).

Kao što ne postoji konsenzus oko definicije vrednosti, tako ne postoji ni kada je reč o vrstama vrednosti. Razlog tome je, između ostalog, i postojanje različitih kriterijuma klasifikacije – jedan od njih bio bi po *nosiocima vrednosti*, u kom slučaju bi smo ih podelili na individualne, grupne i opšte; druga klasifikacija po *sadržaju vrednosti* podrazumevala bi npr. estetske, političke, teorijske, socijalne, moralne, religiozne, ekonomske, itd.. Podela vrednosti koja se smatra najbolje diferenciranom je Rokičeva (Rokeach 1973) po kojoj postoje dve grupe osnovnih vrednosti: *terminalne* – koje predstavljaju ciljeve ljudske egzistencije i dele se na *personalne* (centrirane na sopstveno Ja) i *socijalne* (fokusrane na društvo). Drugu grupu vrednosti predstavljaju

instrumentalne vrednosti, koje se dalje dele na moralne vrednosti i na vrednosti kompetencije. Odnos između terminalnih i instrumentalnih vrednosti je funkcionalni odnos zavisnosti – jer su instrumentalne vrednosti sredstva za postignuće terminalnih vrednosti. Za Rokiča (1973) vrednosti imaju centralno mesto u strukturi ličnosti, i predstavljaju trajno verovanje da je specifičan način ponašanja ili življenja društveno ili lično poželjniji u odnosu na suprotni ili obrnuti način ponašanja ili življenja. Rokičeva teorija vrednosti je dominirala psihološkom scenom više od dvadeset godina. Osnovni nedostatak istraživanja inspirisanih njegovom teorijom bio je fokusiranje na isključivo specifične vrednosti. Naime, naglašavano je da vrednosti imaju važnu usmeravajuću ulogu u ponašanju pojedinca tek onda kada postoji vrednosni konflikt, tj. kada neko ponašanje rezultira posledicama koje su u skladu sa jednom vrednošću, ali su istovremeno u sukobu sa nekom drugom vrednošću koju pojedinac poseduje. Švarc (Schwartz 1992) sa ciljem proučavanja vrednosti kao integrisanih celina, njihove dinamike i strukture postavlja teoriju sadržaja i strukture vrednosti koja obuhvata tipologiju sa 10 vrednosnih orijentacija: nezavisnost, stimulacija, hedonizam, postignuće, moć, sigurnost, konformizam, tradicija, dobronamernost i univerzalizam. Švarc (1992) smatra da ponašanja usmerena prema određenom tipu vrednosti imaju psihološke, društvene i praktične posledice koje mogu biti ili kompatibilne (i u tom slučaju imaju zajedničku motivacionu orijentaciju) ili u konfliktu sa drugim tipovima vrednosti. Tako autor kreira dvodimenzionalni model vrednosti, čije su dimenzije:

1. *sopstveno odricanje* (koje obuhvata univerzalizam i dobronamernost i odražavaju prihvatanje drugih i brigu za njihovu dobrobit) naspram *samounapređenja* (koje obuhvata dostignuće i moć i označava postizanje ličnog uspeha i dominacije nad drugima)
2. *otvorenost za promene* (nezavisnost i stimulacija koje podrazumevaju slobodu misli i delovanja i sklonosti ka promena) nasuprot *zadržavanju tradicionalnih odnosa* (sigurnost, konformizam i tradicija) (Ferić 2007).

*Istraživanja vrednosti, vrednosnih orijentacija i
životnih stilova adolescenata*

Sigurno najobimnija, i po svim kriterijumima imponantna komparativna *Svetska studija vrednosti* (World Value Survey) sprovedena je na reprezentativnim uzorcima u više od 65 društava koja obuhvataju 85% ukupne populacije na zemlji, u trajanju od skoro četvrt veka (tačnije, od 1981. godine, videti u: Pavlović 2006; Pantić 2005). Analize podataka prikupljenih preko dvadeset godina dovele su do svojevrsnog kulturnog mapiranja sveta (global culture map) i, samim tim, stvorena je mogućnost

da se različite nacije i kulture međusobno porede s obzirom na dimenzije vrednosti (Inglehart 2004; prema: Павловић 2006). Prvu fundamentalnu dimenziju kulturnih varijacija čini dimenzija *tradicionalne* nasuprot *sekularno-racionalnim* vrednostima. Jedan pol dimenzije čine tradicionalne vrednosti koje predstavljaju stavove o važnosti Boga i religije, apsolutne standarde dobra i zla, potčinjavanje autoritetu, dominaciju muškaraca u društvenom, političkom i ekonomskom životu, kao i netolerantnost prema abortusu, razvodu, eutanaziji i samoubistvu. Suprotnost ovim tradicionalnim vrednostima su sekularno-racionalne vrednosti koje se često nazivaju „moderne” ili „postmoderne” vrednosti. Drugu dimenziju čini kontinuum koji na jednom svom polu ima vrednosti *oskudice* (survival values), a na drugom vrednosti *samoizražavanja* (self expression values). Glavna komponenta vrednosti blagostanja jeste polarizacija između materijalnih i postmaterijalnih vrednosti, odnosno pomak s naglaska na ekonomskoj i fizičkoj sigurnosti ka povećanju naglaska na samoizražavanju, subjektivnom osećaju blagostanja i kvaliteta života (Павловић 2006). Kulturno mapiranje sveta pokazalo je nedvosmisleno da bivše komunističke zemlje (i Srbija među njima) dele veoma slične vrednosti koje podrazumevaju kombinaciju vrednosti oskudice, tj. preživljavanja i sekularno racionalni autoritet. Kao uzroke ovoj pojavi navodi se širi deterministički splet istorijskih, ekonomskih, socijalnih, političkih i kulturoloških faktora (Пантић 2005).

Svetska studija vrednosti još je jednom potvrdila da promene u kulturi i društvu u kome pojedinac živi neminovno donose preuređivanje vrednosnih prioriteta, što dalje narušava stabilnost vrednosnog sistema i postojeći red među vrednostima. S obzirom na to da su za nama (ali i ispred nas) turbulentna vremena u kojima su se promene odvijale velikom brzinom u svim segmentima društva, neophodno je sagledati kakve je tragove na sistem vrednosti ostavilo ovo vreme velikih društvenih kriza. Populacija na kojoj se najbolje sagledavaju otisci ovih promena su mladi, jer, nažalost, oni predstavljaju jednu od najranjivijih grupa u procesu tranzicije (Kovatacheva 2002; prema: Mihajlović 2004). Suština je u tome da je period adolescencije sam po sebi „tranzitoran“, jer su sve velike „tranzicije“ u ljudskom životu uglavnom skoncentrisane u ovom razvojnom periodu. I upravo ta preklapanja društvene krize sa prirodnim krizama, odnosno društvene tranzicije sa prirodnom tranzicijom u odraslost po pravilu ima katastrofalne posledice po omladinu, u smislu da društvena tranzicija remeti i pomera u korenu tokove prirodne tranzicije (Mihajlović 2004). Kako izgleda trend promene vrednosti kod mladih u Srbiji? S obzirom na to da su vrednosti, vrednosne orijentacije i životni stilovi veoma često korišćeni pojmovi u naučnim istraživanjima oko čijeg definisanja i razrančavanja još traju žive naučne rasprave, ne čudi heterogenost ni brojnost njihovih konceptualizacija. Kako je naredni deo ovog teksta posvećen komparaciji rezultata istraživanja vršenih u našoj

zemlji, koja su na različite načine definisala predmet svojih ispitivanja (uglavnom koristeći pomenute pojmove kao sinonime) odustaćemo od daljnjeg ulaženja u teorijske dileme definisanja i klasifikovanja vrednosti i vrednosnih orijentacija i predočiti neke od najrelevantnijih studija.

Jedno od prvih istraživanja vrednosti kod nas obuhvatilo je sledeće vrednosne orijentacije: estetska, hedonistička, ekonomsko-utilitarna, altruistička, delatna, sazajna, altruistička i usmerenost na moć i ugled (Pot i Хавелка 1973; prema: Јоксимовић и Максић 2006). Podaci su pokazali da srednjoškolci najviše prihvataju delatnu vrednosnu orijentaciju, zatim sazajnu i altruističku, dok su najmanje prihvaćene ekonomsko-utilitarna i orijentacija na moć i ugled. Slične raspodele dobijene su i drugim istraživanjima (npr. Васовић 1988; Лазаревић 1987): za većinu mladih, najprivlačniji bili su socijalni, odnosno stvaralački stil, dok je najmanje izražena bila usmerenost na moć i ugled. Istraživanja devedesetih godina (Попадић 1990; Попадић 1995) bila su usmerena na ispitivanje preferencije sledećih dimenzija: porodično sentimentalni stil, altruistički, sazajni, utilitarni, orijentacija na popularnost, egoistička orijentacija, prometejski aktivizam, hedonizam, religijsko-tradicionalni stil i orijentacija na moć. U prvom merenju (Попадић 1990) pokazalo se da je porodični stil najprivlačniji, a kao najmanje privlačna religijsko-tradicionalistička orijentacija i orijentacija na moć. Rezultati drugog merenja (Попадић 1995) ukazuju na određene promene u vrednosnim prioritetima mladih: raste popularnost religijsko-tradicionalističkih vrednosti, hedonističkog načina života i egoističke orijentacije, dok su altruistički i aktivistički stil postali manje popularni. O porastu popularnosti religijskog načina života u toku ovih godina izveštavaju i drugi autori (Кузмановић 1995). Rezultati ispitivanja istim instrumentom 2000. godine (Младеновић и Кнеbl 2000) pokazuju da je da je porasla popularnost hedonističkog na račun sazajnog stila života, odnosno da i dalje raste popularnost stilova života usmerenih na ličnu dobrobit.

Dakle, istraživanja promena vrednosnih orijentacija u protekle dve decenije u našoj zemlji govorela su o opadanju popularnosti životnih stilova koji podrazumevaju zalaganje za opšte interese i dobrobit drugih, a raste afinitet za načine života koji govore o usmerenosti ka ličnoj dobrobiti. Neki autori smatraju da ove promene nisu ni toliko velike kolike bi se, s obzirom na radikalne društvene promene i dramatične događaje proteklih godina, mogle očekivati (Јоксимовић и Максић 2006).

PREDMET ISTRAŽIVANJA

Podaci izneti u ovom članku deo su kompleksnog istraživanja koje je sprovedeno u okviru projekta „Porodica kao vrednost u društvu u

procesu tranzicije“ koji podržava Pokrajinski sekretarijat za nauku i tehnološki razvoj.

Osnovni predmet istraživanja u okviru ovog rada je ispitivanje zastupljenosti pojedinih vrednosnih dimenzija, kao i ispitivanje korelata vrednosnih orijentacija mladih u Srbiji, u prvom redu pola, mesta stanovanja, materijalnog stanja i obrazovanja roditelja. S obzirom na to da su na našim prostorima vrednosti mladih bile čest predmet istraživanja, cilj nam je bio i praćenje nekih opštih tokova u ovoj oblasti, jer su upravo mladi ona snaga koja na sebi nosi breme budućnosti.

METOD

Uzorak

Istraživanje prikazano ovim radom sprovedeno je na uzorku od 1000 adolescenata prosečnog uzrasta 16 godina sa teritorije Vojvodine. Uzorak je bio ujednačen po polu, tako da procenat muških ispitanika u uzorku iznosi 50,5%, a ženskih 49,5%. Iz gradskih sredina dolazi 40,9% ispitanika, a iz seoskih 59,1%. Podaci o stepenu obrazovanja roditelja i proceni materijalnog stanja dati su u tabelama 1 i 2.

Tabela 1. Stepenu obrazovanja roditelja

| Stepenu obrazovanja roditelja | Majka % | Otac % |
|-------------------------------|---------|--------|
| Osnovna škola | 9,8 | 7,4 |
| Srednja škola | 60,8 | 64,4 |
| Više i visoko obrazovanje | 29,4 | 28,2 |

Tabela 2. Procena materijalnog stanja ispitanika

| Procena materijalnog stanja | % |
|-----------------------------|------|
| Odlično | 14,8 |
| Dobro | 46,1 |
| Srednje | 32,8 |
| Loše | 6,2 |

Varijable i instrumenti istraživanja

Ispitanici su davali informacije o pomenutim socio-demografskim obeležjima, i popunjavali *Skalu vrednosnih orijentacija* od 23 ajtema. Tvrdnje koje čine skalu delom su preuzimane iz drugih istraživanja (pri čemu smo se rukovodili interpretacijama samih istraživača koji su ove tvrdnje prikazivali kao najdiskriminativnije), a delom formulisane za potrebe ovog istraživanja. Ispitanici su stepen slaganja sa tvrdnjom iskazivali četvorostepenom Likertovom skalom. Ponuđene vrednosne

orijentacije svakako da pokrivaju samo deo vrednosnog prostora mladih, tj pokazuju samo isečak njihovog sveta ideja o poželjnom, ali ipak, dobijeni rezultati ukazuju na neke bitne relacije u vrednosnom sistemu adolescenata.

S obzirom na to da je Skala vrednosti konstruisana za potrebe ovog istraživanja, te prvi put primenjena, urađena je provera njene faktorske strukture. Latentni prostor skale ispitivan je primenom faktorske analize sa Promax rotacijom. Na osnovu karakterističnih vrednosti izdvojeno je 6 faktora koji objašnjavaju 50.4% varijanse stavki (vidi tabelu 3).

Tabela 3. Karakteristične vrednosti faktora i procenti objašnjene varijanse

| | karakteristična vrednost | procenat objašnjene varijanse |
|----------|--------------------------|-------------------------------|
| FAKTOR 1 | 3.5 | 15.1% |
| FAKTOR 2 | 3 | 13% |
| FAKTOR 3 | 1.7 | 7.4% |
| FAKTOR 4 | 1.3 | 5.5% |
| FAKTOR 5 | 1.1 | 4.8% |
| FAKTOR 6 | 1.1 | 4.6% |
| TOTAL | | 50.4% |

Prvi izdvojeni faktor objašnjava 15,1% ukupne varijanse. Sklop prvog izdvojenog faktora dat je u tabeli 4.

Tabela 4. Sklop prvog izdvojenog faktora

| Sadržaj stavke | R |
|--|------|
| Lepo je kad se te ljudi prepoznaju, kad se pojavljuješ u javnosti, u novinama i TV-u | ,879 |
| Važno je postati poznat i popularan | ,689 |
| Lepo je kad ti ljudi govore da super izgledaš | ,638 |
| Važno je da ti se drugi ljudi dive | ,582 |
| Treba se moderno ponašati i oblačiti bez obzira sviđa li se to većini | ,574 |

Stavke kojima je zasićen ovaj faktor opisuju tendenciju ka popularnosti, praćenju trendova i socijalnom prestižu. Ovako opisan faktor imenovali smo kao *popularnost*.

Drugi izdvojeni faktor objašnjava 13% ukupne varijanse (vidi tabelu 5).

Tabela 5. Sklop drugog izdvojenog faktora

| Sadržaj stavke | R |
|--|------|
| Bitno je u životu znati da postoje ljudi koje voliš i koji te vole | ,728 |
| Važno je podeliti život sa nekim koga voliš | ,638 |
| Važno je imati iskrene i trajne odnose sa bliskim ljudima | ,633 |

Stavke koje zasićuju drugi izdvojeni faktor opisuju visoko vrednovanje interpersonalnih relacija i kvaliteta socijalnih odnosa. Ovaj faktor imenovan je kao *relaciona orijentacija*.

Treći izolovani faktor objašnjava 7,4% ukupne varijanse. Stavke koje u najvećoj meri određuju ovaj faktor prikazane su u tabeli 6.

Tabela 6. Sklop trećeg izdvojenog faktora

| Sadržaj stavke | P |
|--|-------|
| Treba uvek pomoći ljudima u nevolji, bez obzira ko su i odakle | ,784 |
| Svi pojedinci treba da imaju ista prava, bez obzira na pripadnost različitim grupama | ,679 |
| Važnije je imati slobodu govora nego vlast ili bogatstvo | ,616 |
| Novac rešava sve, i zato čovek treba da ga stvori što više | -,381 |

Ovaj faktor zasićen je stavkama koje ukazuju na altruističko ponašanje, visoko vrednovanje jednakosti među ljudima i nematerijalnu orijentaciju. Treći izdvojeni faktor imenovali smo kao *altruističko – liberalistička orijentacija*

Četvrti izdvojeni faktor objašnjava oko 5,5% ukupne varijanse, i stavke kojima je on zasićen date su u tabeli 7.

Tabela 7. Sklop četvrtog izdvojenog faktora

| Sadržaj stavke | R |
|--|------|
| Treba živeti u skladu sa pravilima i zahtevima svoje vere | ,806 |
| Ljudski život određuje Božja volja | ,769 |
| Prošlost našeg naroda bi trebala za sve nas da bude svetinja | ,642 |

Stavke koje ulaze u sklop četvrtog izdvojenog faktora opisuju snažnu religijsku orijentaciju i poštovanje tradicionalnih vrednosti, te je nazvan *religijsko-tradicionalistička orijentacija*.

Peti izdvojeni faktor objašnjava oko 4,8% ukupne varijanse, i stavke kojima je on zasićen date su u tabeli 8.

Tabela 8. Sklop petog izdvojenog faktora

| Sadržaj stavke | R |
|--|------|
| Važno je da se svaki čovek iskaže ka stvaralačka i potpuna ličnost | ,783 |
| Važno je da život pojedinca bude smislen i kompletan | ,608 |
| U svemu što radimo treba nastojati da to bude drugačije i bolje | ,484 |
| Važno je da se čovek celog života razvija i uči nešto novo | ,380 |

Stavke koje ulaze u sklop petog izdvojenog faktora opisuju sklonost ka neprestanom usavršavanju i ličnom rastu, te je nazvan *samoaktualizacija*.

Šesti izdvojeni faktor objašnjava oko 4,6% ukupne varijanse, i stavke kojima je on zasićen date su u tabeli 9.

Tabela 9. Sklop šestog izdvojenog faktora

| sadržaj stavke | R |
|--|------|
| Treba živeti veselo i bezbrižno | ,728 |
| Treba što više ugađati samom sebi | ,571 |
| U svim stvarima u životu treba prvo sagledati svoj lični interes | ,557 |
| Treba voditi život ispunjen prijatnostima i zadovoljstvom | ,471 |

Stavke koje ulaze u sklop šestog izdvojenog faktora opisuju tendenciju ka lagodnom životu i sagledavanju sopstvene koristi. Ovaj faktor nazvan je *hedonističko-utilitarna orijentacija*.

REZULTATI

Ispitivanje zastupljenosti pojedinih vrednosnih orijentacija

Pregled zastupljenosti ponuđenih vrednosnih dimenzija dat je u tabeli 10.

Tabela 10. Zastupljenost pojedinih vrednosnih orijentacija

| | min | Max | AS | SD |
|--------------------|-----|-----|-----|-----|
| Samoaktualizacija | 1 | 12 | 9,8 | 1,6 |
| Hedonističko-util. | 2 | 12 | 8,6 | 1,9 |
| Relacione | 0 | 9 | 8,3 | 1,1 |
| Altruističko-lib | 0 | 12 | 7,5 | 2,0 |
| Popularnost | 0 | 15 | 7,5 | 3,1 |
| Religijsko-tradic. | 0 | 9 | 5,2 | 2,3 |

Rezultati pokazuju da najveću popularnost među mladima (u smislu najveće prosečne vrednosti, tj. slaganja sa njihovom važnošću za

pojedince) imaju vrednosti samoaktualizacije, a za njima slede hedonističko utilitarne i relacione vrednosti. Altruističko-liberalne vrednosti i popularnost su niže cenjene, a najmanje važnosti ispitanici pridaju religijsko-tradicionalnim vrednostima.

Relacije između vrednosnih orijentacija adolescenata i pola, mesta stanovanja, materijalnog stanja i obrazovanja roditelja

Vrednosne orijentacije i polne razlike. Analiza je ukazala na statistički značajne polne razlike u pojedinim vrednosnim orijentacijama adolescenata (vidi tabelu 11).

Tabela 11. Razlike u vrednostima s obzirom na pol

| POL | Popular. | | Relacione | | Altruist-liberal. | | Religijsko-tradicion. | | Samoakt. | | Hedonist-utilitar. | |
|--------|----------|--------|-----------|--------|-------------------|--------|-----------------------|--------|----------|--------|--------------------|-----------------|
| | as | t-test | as | t-test | as | t-test | as | t-test | as | t-test | as | t-test |
| Muški | 20 | ,05 | ,15 | 4,49 | ,12 | 3,41 | 12 | ,65 | ,17 | 5,04 | 06 | nije stat. znač |
| Ženski | ,20 | <.01 | 15 | <.01 | 11 | <.01 | ,12 | <.01 | 16 | <.01 | -06 | nije stat. znač |

Ispitanici muškog pola imaju izraženije vrednosne orijentacije koje se odnose na popularnost i socijalni prestiž i religijsko tradicionalističke vrednosne orijentacije, dok ispitanice postižu više skorove na relacionim, zatim altruističko liberalističkim orijentacijama i više su usmerene ka ličnom razvoju (vrednosti samoaktualizacije). Na hedonističko utilitarnoj vrednosnoj orijentaciji nisu dobijene statistički značajne razlike.

Vrednosne orijentacije i mesto stanovanja. Ispitanici iz grada smatraju bitnijim relacione vrednosti, dok ispitanici sa sela značajnijim procenjuju religiju i vrednosti usmerene na održanje tradicije. Na ostalim faktorskim skorovima nisu dobijene statistički značajne razlike (tabela 12).

Tabela 12. Razlike u vrednostima s obzirom na mesto stanovanja

| | Popular. | | Relacione | | Altruist-liberal. | | Religijsko-tradicion. | | Samoakt. | | Hedonist-utilitar. | |
|------|----------|-----------------|-----------|--------|-------------------|-----------------|-----------------------|--------|----------|-----------------|--------------------|-----------------|
| | as | t-test | as | t-test | as | t-test | as | t-test | as | t-test | as | t-test |
| Grad | ,03 | nije stat. znač | 08 | ,13 | ,07 | nije stat. znač | ,15 | 3,84 | 02 | nije stat. znač | ,07 | nije stat. znač |
| Selo | ,01 | stat. znač | ,06 | <.05 | 05 | stat. znač | 11 | <.01 | ,01 | stat. znač | 05 | stat. znač |

Vrednosne orijentacije i obrazovanje roditelja. Analiza varijanse potvrdila je postojanje razlika u vrednosnim orijentacijama adolescenata u odnosu na obrazovanje oca. Post hoc analizom (Scheffe test) utvrđeno

je da deca najniže obrazovanih očeva visoko vrednuju popularnost i ugled u društvu, kao i hedonističko utilitarne i religijsko tradicionalističke vrednosti. Između dece srednje i visoko obrazovanih očeva nisu nađene razlike (tabela 13).

Tabela 13. Razlike u vrednostima s obzirom na obrazovanje oca

| | Popular. | | Relacione | | Altruist-liberal. | | Religijsko tradicion. | | Samoakt. | | Hedonist-utilitar. | |
|---------|----------|--------|-----------|--------|-------------------|--------|-----------------------|--------|----------|--------|--------------------|--------|
| | as | t-test | as | t-test | as | t-test | as | t-test | as | t-test | as | t-test |
| Osnov. | 33 | ,561 | ,22 | nije | ,09 | nije | 25 | ,252 | 05 | nije | 45 | ,244 |
| Srednje | ,04 | | 01 | stat. | 00 | stat. | 04 | | ,01 | stat. | 01 | |
| Visoko | ,01 | <.05 | 04 | znač | 00 | Znač | ,13 | <.05 | 03 | znač | ,16 | <.01 |

Kada je u pitanju obrazovanje majke, slika je ista kao i u prethodnom slučaju. Deca najniže obrazovanih majki visoko vrednuju popularnost i ugled u društvu, kao i hedonističko utilitarne i religijsko tradicionalističke vrednosti (tabela 14).

Tabela 14. Razlike u vrednostima s obzirom na obrazovanje majke

| | Popular. | | Relacione | | Altruist-liberal. | | Religijsko tradicion. | | Samoakt. | | Hedonist-utilitar. | |
|---------|----------|--------|-----------|--------|-------------------|--------|-----------------------|--------|----------|--------|--------------------|--------|
| | as | t-test | as | t-test | as | t-test | as | t-test | as | t-test | as | t-test |
| Osnov. | 15 | ,372 | ,07 | nije | 21 | nije | 22 | ,225 | ,22 | nije | 16 | 002 |
| Srednje | 04 | | ,02 | stat. | ,01 | stat. | 02 | | 03 | stat. | 05 | |
| Visoko | ,13 | <.05 | 09 | znač | ,07 | Znač | ,13 | <.05 | 04 | znač | ,18 | <.05 |

Vrednosne orijentacije i procenjeno materijalno stanje ispitanika. Analiza varijanse potvrdila je postojanje razlika u vrednosnim orijentacijama adolescenata u odnosu na procenjeno materijalno stanje. Post hoc analizom (Scheffe test) utvrđeno je da deca koja svoje materijalno stanje procenjuju kao odlično visoko vrednuju popularnost i ugled u društvu, kao i hedonističko utilitarne vrednosti u odnosu na vršnjake koji materijalno stanje svoje porodice vide drugačije. Takođe je uočljiv i jasan trend opadanja važnosti hedonističko-utilitarnih vrednosti i popularnosti sa lošijom procenom ("opadanjem") materijalnog stanja ispitanika (tabela 15).

Tabela 15. Razlike u vrednostima s obzirom na materijalno stanje ispitanika

| Procen mater. Stanja | Popular. | | Relacione | | Altruist-liberal. | | Religijsko-tradicion. | | Samoakt. | | Hedonist-utilitar. | |
|----------------------|----------|--------|-----------|--------|-------------------|--------|-----------------------|--------|----------|--------|--------------------|--------|
| | as | t-test | as | t-test | as | t-test | as | t-test | as | t-test | as | t-test |
| odlično | 40 | 1,20 | ,19 | nije | ,16 | nije | ,05 | nije | ,09 | nije | 30 | ,350 |
| Dobro | 01 | | 02 | stat. | 04 | stat. | 05 | stat. | 00 | stat. | ,00 | |
| srednje | ,16 | <.01 | 02 | znač | 00 | Znač | ,03 | znač | 01 | znač | ,11 | <.01 |
| Loše | ,28 | | 09 | | ,01 | | ,38 | | 18 | | ,05 | |

DISKUSIJA REZULTATA

Prvi cilj ovog istraživanja bio je ispitivanje važnosti ponuđenih vrednosnih orijentacija. Rezultati pokazuju da najveću popularnost među mladima imaju vrednosti samoaktualizacije, hedonističko utilitarne i relacione vrednosti. Altruističko-liberalne vrednosti i popularnost su niže cenjene, a najmanje važnosti ispitanici pridaju religijsko-tradicionalnim vrednostima.

Možemo reći da se dobijeni rezultati slažu sa nalazima nekih skorijih istraživanja, gde je zaključeno da samoaktualizacija (npr. Kuzmanović i Petrović 2007; Popadić 1995) i hedonizam (Joksimović 1992; Šram 2004) jesu visoko prihvaćene vrednosti, dok se popularnost dosledno predstavljala kao najmanje važan cilj.

Ako znamo da je jedna od osnovnih karakteristika perioda adolescencije traganje za identitetom i smislom, kada se ispituju sopstvene granice i potrebe za ličnim rastom i razvojem su na vrhuncu, očekivano je da su vrednosti samoaktualizacije ubedljivo najcenjenije. S druge strane, adolescencija je i normativno period života kada se zadovoljstva ostvaruju direktno, po hedonističkom principu, tako da možemo reći da i prisustvo hedonističko utilitarnih vrednosti u aksiološkom sistemu adolescenata jeste očekivano, kao uzrasni fenomen. Međutim, mogli bismo očekivati i da vrednosti samoaktualizacije predstavljene pre svega idejama o iskazivanju sebe kao stvaralačke ličnosti budu u negativnoj korelaciji sa idejama o lagodnom životu, lične koristi i hedonističkim obrascem koji podrazumeva potrebu za neposrednim zadovoljavanjem svojih želja. Koezistenciju ovih vrednosnih orijentacija neki autori tumače postojanjem jedne vrste konflikta između individualnih i kolektivnih vrednosti. Šram (2004) smatra da su na individualnom nivou kod srednjoškolske omladine prisutne intrizične vrednosti, dok je na kolektivnom nivou prisutna internalizacija društvenih ekstrizičnih vrednosti koje pre svega podrazumevaju lagodan i bezbrižan život. Tačnije, radi se refleksiji vrednosnog sistema koji postoji u globalnom društvu.

Visoka pozicija relacionih vrednosti takođe je opravdana, posebno na ispitivanom uzrastu, kada se pojavljuju prve heteroseksualne veze, a potreba za druženjem i produbljivanjem bliskosti sa vršnjacima je veoma izražena. Ovaj rezultat je u skladu sa prethodnim nalazima kod kojih je utvrđena visoka popularnost socijalnog stila života (npr. Васовић 1988).

Relativno nisko vrednovanje altruističko-liberalističke orijentacije ne predstavlja novinu u odnosu na prethodna istraživanja. Već je pomenuto da su ispitivanja promena vrednosnih orijentacija u protekle dve decenije u našoj zemlji bila saglasna da su životni stilovi koji podrazumevaju zalaganje za opšte interese i dobrobit drugih bili u opadanju, dok je među mladima rastao afinitet za načine života koji govore o usmerenosti ka ličnoj dobrobiti (Јоксимовић и Максић 2006). Tako je na primer, u istraživanju Јоксимовићеve (1992) utvrđeno da je najprihvaćeniji životni stil utilitarni, zatim hedonistički, dok su altruistički i prometejski stil manje privlačni. Manja izraženost altruističke orijentacije pripisuje se strahu od materijalne oskudice (Schaff 1989) i društvenoj krizi (tj. klimi koja podstiče egoističku orijentaciju), ali se takođe naglašava da uvek postoji alternativa koja zavisi od opšteg usmerenja društva, jer kriza može podsticati i altruističke i egoističke vrednosti, u zavisnosti od toga da li se rešenja teškoća traže u solidarnosti ili u ličnoj snalažljivosti (Јоксимовић 2003). Možemo se složiti sa ovim stanovištem, tim pre što ajtemi koji u našem istraživanju čine faktor altruističko-liberalističkih vrednosti opisuju i toleranciju ("Svi pojedinci treba da imaju ista prava, bez obzira na pripadnost različitim grupama"), kao i nematerijalističke vrednosti („Važnije je imati slobodu govora nego vlast ili bogatstvo“; i negativna korelacija sa ajtemom: „novac rešava sve, i zato čovek treba da ga stvori što više“), što su svakako vrednosti koje su u širem društvenom okruženju potisnute na marginu. U nekim istraživanjima se opominje da se egoistička klima odrazila i na školsku sredinu, gde se naglasak stavlja na takmičenje i lično postignuće, uz zanemarivanje saradnje i uzajamnog pomaganja. Potrebno je još istaći da je hedonističko utilitarna orijentacija pozitivno povezana sa agresivnošću, a negativno sa altruističkim vrednostima (Јоксимовић 2003).

Na poslednjem mestu u aksiološkom sistemu mladih nalaze se religijsko tradicionalne vrednosti. U toku devedesetih godina rasla je popularnost religijsko tradicionalističke orijentacije (Кузмановић 1995; Пантић 1990; Попадић 1995), iako ne treba ispustiti iz vida činjenicu da je ova orijentacija i tada zauzimala poslednji rang među ostalim ponuđenim vrednosnim dimenzijama. Pošto religiozna orijentacija predstavlja komponentu tradicionalističkog vrednosnog sistema, promene u religioznoj orijentaciji smatrale su se znakom retraditionalizacije, koja se počela javljati u toku raspada socijalističkog sistema i jugoslovenske državne zajednice, kao jedan od odgovora na društvenu krizu i krizu vrednosti.

Većina autora (Bešić i Đukanović 2000; Јоксимовић 2005) smatra

da je odnos prema religiji u našoj sredini više pod uticajem aktuelne ideološko-političke klime (pre svega one u kojoj je religioznost bila socijalno poželjna) nego što je odraz dubljih i trajnijih ličnih uverenja i vrednosti, te da je uzlet religioznosti u tranziciji privremenog karaktera. Mišljenja smo da dolazi do stagnacije interesovanja mladih za religiju u odnosu na period od pre nekoliko godina, i to pre svega usled intenziviranog pojavljivanja nekih oblika svetovnih religija. Uz to, ne treba zanemariti činjenicu da ajtemi koji govore o religioznim vrednostima uglavnom sadrže barem implicitnu pretpostavku o spoljašnjem lokusu kontrole („ljudski život određuje Božja volja“), a kognitivno funkcionisanje u adolescentnom periodu karakteriše *intelektualni egocentrizam* koji se javlja u formi mesijantva, tj. osećanju moći u kreaciji i sprovođenju ideja o reformi postojećeg poretka stvari, što svakako podrazumeva unutrašnji lokus kontrole.

Drugi cilj istraživanja odnosio se na ispitivanje postojanja razlika u vrednosnom sistemu adolescenata s obzirom na pol, mesto stanovanja, obrazovanje roditelja i materijalno stanje. Kada su u pitanju polne razlike, rezultati su pokazali da ispitanici muškog pola imaju izraženije vrednosne orijentacije koje se odnose na popularnost i religijsko tradicionalističke vrednosne orijentacije, dok ispitanice više cene relacije, altruističko liberalističke vrednosti i vrednosti samoaktualizacije. To bi praktično značilo da suštinu polnih razlika na adolescentnom uzrastu čini razlika između individualističke orijentacije i orijentacije ka drugim ljudima. Ova razlika uglavnom se pripisuje različitim socijalizacijskim uticajima kada je muško, odnosno žensko dete u pitanju. Suštinu feminine orijentacije čini osećanje povezanosti sa drugima, pa su tako devojčice od najranijih dana usmerene na povezanost i privrženost drugima, i ta orijentacija ih predodređuje da budu zainteresovane za skladne intimne odnose i emocionalni život uopšte (Gilligan 1977; prema: Миочиновић 1988). Nasuprot tome, izgleda da se tipična maskulina orijentacija u našem društvu ogleda u zadržavanju još uvek dominantnog tradicionalističkog patrijarhalnog obrasca, koji može biti i posledica transgeneracijskog prenosa, odnosno porodične i društvene klime.

Rezultati dalje pokazuju da ispitanici iz grada smatraju bitnijim relacije vrednosti, dok ispitanici sa sela značajnijim procenjuju religiju i vrednosti usmerene na održanje tradicije.

Ovakav nalaz je u skladu sa ostalim istraživanjima i u našoj zemlji, ali i u regionu (npr. Локсимовић 2005; Мариновић-Јеролимов 2002; prema: Локсимовић 2005). Ovaj rezultat je takođe i očekivan, s obzirom da je selo tradicionalno uporište klasične religioznosti koja se na selo kao centar društvenog života oslanjala vekovima, u vremenu kada je imala apsolutnu dominaciju u društvu. Neki autori smatraju da će narednom periodu (paralelno sa jačanjem građanskog društva) klasična religija zauzeti manje značajno mesto, jer će proces tranzicije pomoći rastakanje jedne globalne društvene zajednice i nastanak partikularnih i relativno autonomnih društvenih grupa, čime se automatski povećavaju neki

alternativni, svetovni oblici religije (Bešić i Đukanović 2000). Iako bi se moglo očekivati da je otuđenje u gradskim sredinama zastupljenije, podatak da su relacione vrednosti (važnost slobode izbora u ljubavi i iskrenih i trajnih odnosa sa bliskim ljudima) cenjenije u gradovima govori nam o ubrzanoj emancipaciji i izraženijem osećanju mogućnosti izbora kod mladih iz urbanih sredina.

Kada je u pitanju obrazovanje roditelja, slika je sledeća: deca najniže obrazovanih roditelja visoko vrednuju popularnost, kao i hedonističko utilitarne i religijsko tradicionalističke vrednosti.

Podatak da religioznost raste sa opadanjem stručne spreme roditelja potvrđen je i u drugim istraživanjima (Мариновић-Јеролимов 2002; prema: Јоксиминовић 2005), gde se naglašava da se religioznost vezuje za niži, manje privilegovan društveni položaj i veću otuđenost od ključnih institucija društveno-političkog sistema.

Podatak o visokom vrednovanju hedonističko utilitarne orijentacije u porodicama nižeg obrazovnog statusa možemo protumačiti u svetlu šireg društvenog konteksta, sa čime se slažu i drugi autori (Јоксиминовић и Максић 2006). Naime, hedonističko-utilitarna orijentacija podrazumeva ugađanje samom sebi, orijentaciju ka ličnoj koristi i uživanje u neposrednim zadovoljstvima. U vremenu naglih društvenih promena, pre svega vremenu opšte nesigurnosti i materijalne oskudice najviše su ugroženi najniži slojevi društva. U ovakvim vremenima, odricanje i planiranje "na duži rok" i nema puno smisla, čime se može objasniti visoko vrednovanje hedonističko-utilitarnog stila života.

U vezi sa prethodno rečenim je i visoko vrednovanje popularnosti (slave, socijalnog prestiža, modnih trendova i sl.). Možemo pretpostaviti da je u porodicama nižeg obrazovnog statusa i kulturni nivo porodice niži, te da je prodor masovne kulture ovde lakši. Tačnije, mediji kao važni tvorci vrednosti najlakše nađu put do najnižih slojeva društva koje nekritički guta plasirane trendove obilate kvazi vrednostima i populisanjem idolatrije.

Nadalje, rezultati našeg istraživanja pokazuju da adolescenti koji svoje materijalno stanje procenjuju kao odlično visoko vrednuju popularnost i ugled u društvu, kao i hedonističko utilitarne vrednosti u odnosu na svoje vršnjake lošijeg materijalnog stanja. Tačnije, postoji jasan trend opadanja ovih vrednosti sa lošijom procenom („opadanjem“) materijalnog stanja ispitanika. Skloni smo verovanju da ovaj podatak ne govori samo o vrednosnim orijentacijama, već i o upražnjavanom načinu života, jer su vrednosti, tj. Stilovi življenja determinisani ne samo ličnim željama i preferencijama, već i objektivnim mogućnostima za njihovu realizaciju, a mogućnosti svakako rastu sa porastom materijalnog stanja.

ZAKLJUČAK

Rezultati ovog istraživanja su pokazali da najveću popularnost među mladima imaju vrednosti samoaktualizacije i hedonističko utilitarne

vrednosti čija nam prisutnost govori o činjenici da mladi ljudi pokazuju sklonost ka „kulturi narcizma“. Mišljenja smo da društvene korene ove slike treba tražiti u spoju uslova i načina života mladih, ali i u specifičnom kulturnom i vrednosnom nasleđu. Činjenica da vrednosni sistem mladih ljudi predstavlja mešavinu samoaktualizirajućih vrednosti i pragmatizma i hedonizma govori nam o nekoj vrsti konflikta između individualnih i kolektivnih vrednosti, tj. o refleksiji vrednosnog sistema koji postoji u globalnom društvu (Šram 2004). Tačnije, adolescenti na individualnom nivou prihvataju intrizične vrednosti, dok su, sa druge strane, u današnjem vremenu i prostoru obasuti kvazi vrednostima kojih ima u svim sferama društvenog života i kulture. Nepostojanje uređenog sistema i nedostatak osećanja sigurnosti svakako da ne podstiče planiranje na duže staze, već pre jednu društveno destruktivnu filozofiju lagodnog života koja podrazumeva uživanje u neposrednim zadovoljstvima („filozofiju prezenta“).

Činjenica da socio demografske varijable dobro diskriminišu populaciju adolescenta u pogledu prihvatanja ponuđenih vrednosti govori u prilog tezi o nepostojanju homogenizacije vrednosti u savremenom društvu. Ovaj rezultat pre odslikava već dugo prisutnu nasilnu društvenu polarizaciju, gde različitim grupama ljudi nije omogućen pristup sličnim materijalnim dobrima, i samim tim sličnim načinima života.

S obzirom na to da je jedan od preduslova za ubrzavanje društvenog razvoja promena zatečenih, često okoštalih vrednosti, koje predstavljaju činilac ometanja tranzitivnih procesa u svim domenima društvenog života (Пантић 2003), postavlja se pitanje na koji način možemo kontrolisati modifikaciju vrednosnog sistema kod mladih. Istraživanja su pokazala da se vrednosti kao „konceptije poželjnosti“ u izvesnoj meri mogu planirati, pa čak i implantirati radi akceleracije društvenog razvoja. Tačnije, vrednosti s jedne strane odslikavaju sadašnjost, uključujući i vezu sa prošlošću, a s druge strane, sadrže potencijal za prevazilaženje stvarnosti, što podrazumeva i okrenutost ka budućnosti (Пантић 1990; 2003).

Glavnu ulogu u procesu kontrole nad pogledima na svet, stremljenjima a i težnjama mladih ljudi kao snage koja nosi na sebi breme budućnosti svakako da ima pre svega porodica. Međutim, upravo se porodica našla na udaru tranzicionih promena koje su postavile oštre zahteve na sve aspekte življenja (Petrović 2007). Krizu porodica stručnjaci prepoznaju kao refleksiju društva u tranziciji, a njene efekte najjasnije uočavaju na deci (Дадасовић и Дадасовић 2004; Petrović 2007). Jedna od najvidljivih promena unutar porodičnih odnosa je sve izrazitija težnja za slobodom i individualizmom svih njenih članova. Međutim, sudeći po rezultatima ovog istraživanja, izgleda da ove tendencije podrazumevaju ne samo potrebu za individualnom afirmacijom svakog pojedinca, već potpunu afirmaciju individualizma.

S druge strane, svakako da i škola ima velikog udela u formiranju vrednosti mladih. Pitanje je samo odluke da li će ti uticaji spontani i

stihijski ili brižljivo planirani, (tj. da li su deo zvaničnog ili skrivenog kurikuluma – Јоксимовић 2003), u čemu bi svakako poslednju reč trebalo da da šira društvena zajednica.

Opšti je utisak autora ovog istraživanja da su dobijeni rezultati ipak daleko od pesimističkih, slažući se sa tvrdnjama da promene unutar sistema vrednosti nisu ni toliko velike, ni mračne. Kolike bi se, s obzirom na radikalne društvene promene i dramatične događaje proteklih godina, mogle očekivati (Јоксимовић и Максић 2006). Osnovna preporuka za dalja istraživanja bila bi da se napravi iscrpnija kategorizacija ponuđenih vrednosnih orijentacija, kao i da se longitudinalnim praćenjem promena proveriti da li su pomenute vrednosne orijentacije samo deklarativno, površinski, tj. konformistički usvojene ili su dublje interiorizovane.

LITERATURA

- Bešić, Miloš i Đukanović Borislav. 2000. *Bogovi i ljudi: religioznost u Crnoj Gori*. Podgorica: CID i SoCen.
- Васовић, Мирјана 1988. Вредности припадника неформалних група. У *Млади и неформалне групе*, приредили Снежана Јоксимовић и сар., 174-216. Београд: ИИЦ ССО Србије и ЦИР ССО Београд.
- Дадасовић Миодраг и Дадасовић Б. 2004. Трансформација македонске породице у транзицији. У *Изазови породица, изазови породичних терапеута у времену транзиције*, приредила Јасминка Веселиновић, 254-68. Београд: Центар за породицу.
- Joksimović, Snežana. 1992. Odnos učenika prema pojedinim stilovima života kao pokazatelj njihovih vrednosnih orijentacija. *Psihologija* 25(1-2):7-23.
- Јоксимовић, Снежана. 2003. Допринос школе формирању вредности младих. У *Промене вредности и транзиција у Србији: поглед у будућност*, 173-79. Београд: Friedrich Ebert Stiftung и Институт друштвених наука.
- Јоксимовић, Снежана. 2005. Индивидуалне карактеристике и религиозност адолесцената. *Зборник института за педагошка истраживања* 2:115-31.
- Јоксимовић, Снежана и Славица Максић. 2006. Вредносне оријентације адолесцената: Усмереност према сопственој добробити и добробити других. *Зборник Института за педагошка истраживања* 2:415-29.
- Коковић, Драган. 2005. *Пукотине културе*. Нови Сад: Прометеј.
- Kuzmanović, Borislav. 1990. Vrednosne orijentacije učenika završnog razreda osnovne škole. U *Образовна и развојна постигнућа ученика на крају основног школовања*, приредио Nenad Havelka i сар., 215-235. Београд: Филозофски факултет - Институт за психологију.
- Кузмановић, Борислав. 1995. Друштвене промене вредносних оријентација ученика. *Психолошка истраживања* 7:17-48.
- Kuzmanović, Borislav i Nebojša Petrović. 2007. Struktura preferencija i društvenih ciljeva srednjoškolaca. *Psihologija* 40(4):567-85.
- Лазаревић, Душанка. 1987. Стилони живота младих као садржај групног рада са ученицима адолесцентног доба. *Зборник Педагошке академије за образовање васпитача* 11:35-40.
- Mihajlović, Srećko. 2004. Oduzimanje budućnosti – omladina Srbije u vodama tranzicije. U *Млади загубљени у транзицији*, приредио Srećko Mihajlović, 17-39. Београд: Centar za proučavanje alternativa.
- Миочиновић, Љиљана. 1988. *Когнитивни и афективни чиниоци у моралном раз-*

- воју. Београд: Просвета.
- Mladenović, Uroš i Jasna Knebl. 2000. Vrednosne orijentacije i preferencije stilova života adolescenata. *Psihologija* 3–4:435–54.
- Пантић, Драгољуб. 1990. *Промене вредносних оријентација младих у Србији*. Београд: Институт друштвених наука и Центар за политиколошка истраживања и јавно мњење.
- Пантић, Драгољуб. 2003. Будућност транзиције у Србији зависно од промена вредности. У *Промене вредности и транзиција у Србији: поглед у будућност*, 13–21. Београд: Friedrich Ebert Stiftung и Институт друштвених наука.
- Пантић, Драгољуб. 2005. Да ли су вредности бивших комунистичких земаља сличне? *Зборник Матице српске за друштвене науке* 118–119:46–69.
- Павловић, Зоран. 2006. Вредности у Србији у другом добу модернизма. *Социолошки преглед* 2:247–62.
- Petrović, Jelica. 2007. Odnosi u porodicama u Vojvodini: podela uloga, vaspitno ponašanje roditelja i porodična klima. U *Porodice u Vojvodini: karakteristike i funkcionalnost*, priredili Marija Zotović i sar., 23–47. Novi Sad: Filozofski fakultet u Novom Sadu.
- Попадић, Драган. 1990. Ученичке преференције начина живота. У *Ефекти основног школовања*, приредили Ненад Хавелка и сар., 235–59. Београд: Институт за психологију.
- Попадић, Драган. 1995. Узрасне и генерацијске разлике у преференцији животних стилова. *Психолошка истраживања* 7:71–88.
- Rokeach, Milton. 1973. *The nature of human values*. New York: Free Press.
- Schaff, Adam. 1989. *Kamo vodi taj put?* Zagreb: Globus.
- Schwartz, Shalom. 1992. Universals in the content and structure values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. *European journal of social psychology* 30:177–98.
- Tomić-Koludrović, Inga. i Leburic Anči. 2002. *Sociologija životnog stila*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.
- Ferić, Ivana. 2007. Univerzalnost sadržaja i strukture vrijednosti: Podaci iz Hrvatske. *Društvena istraživanja* 1–2:3–26.
- Šram, Zlatko. 2003. Vrijednosne orijentacije i struktura ličnosti: relacije na srednjoškolskom uzorku završnog razreda. *Pedagogija* 3–4:91–114.
- Šram, Zlatko. 2004. Vrednosti i devijantno ponašanje mladih. U *Mladi zagubljeni u tranziciji*, priredio Srećko Mihajlović, 65–95. Beograd: Centar za proučavanje alternativa.

Petrović Jelica, Zotović Marija, University of Novi Sad, Faculty of Philosophy,
Department of Psychology, Novi Sad

ADOLESCENTS IN SERBIA: SEARCHING FOR NEW VALUES

Abstract

The main focus of the research presented in this paper was the analysis of Serbian youth values and the identification of their value-orientation correlates. The research sample consisted of 1.000 adolescents, average age 16, from different parts of the autonomous province of Vojvodina. Research results show that the values of self-actualization and abstract hedonistic-utilitarian values are the most popular ones

among Serbian youth. These results indicate that the "culture of narcissism" is present among Serbian youth. Gender differences were found with regard to individualistic orientation and orientation towards other people. We also found significant differences in the degree of rating and the importance assigned to certain values relative to the participants' place of residence. Adolescents from urban areas rated relational values as the most significant, while religious and traditional values were the most popular ones among adolescents from rural areas. The participants whose parents' education level was the lowest and who lived in poorer financial circumstances rated the most highly the values of popularity and social reputation, as well as the hedonistic-utilitarian orientation and religious and traditional values.

Key Words: values, adolescents, youth value orientation.