

Vrednote generacij

Rok Ovsenik*

Alma Mater Europaea, Gosposka ulica 1, 2000 Maribor, Slovenija
rok.ovsenik@gmail.com

Domen Kozjek

Mercator d.d., Dunajska cesta 107, 1000 Ljubljana, Slovenija
domen.kozjek@telemach.net

Povzetek:

Raziskovalno vprašanje (RV): Ko smo raziskovali vrednote, so nas še posebej zanimala vprašanja, ki zadevajo moralno odgovornost generacije, njeno pripadnost organizaciji in duhovno rast. Odprli smo tudi vprašanje ali so moralne vrednote generacije Z nadgradnja generacije Y.

Namen: Želeli smo identificirati poglobitvene razlike med vrednotami generacij, da bi tako lahko prispevali k boljšemu sporazumevanju med generacijami.

Metoda: Kot metodo smo uporabili enosmerno analizo variance, box test, multivariatni test, Pillai's trace statistiko, Post hoc test LSD, PCA analizo – metodo glavnih komponent, faktorsko analizo, Barlettov test enakosti varianc, KMO test parcialnih korelacijskih koeficientov in metodo rotacije.

Rezultati: Raziskava pokaže, da obstaja med vrednotami generacij signifikantna razlika.

Organizacija: Z vrednotnimi razlikami se bodo morali soočiti menedžer na ravni organizacij in jih pri načrtovanju dela upoštevati.

Družba: Za boljše odnose v družbi bo potrebno vrednotne razlike preučiti, uskladiti ter generacije motivirati za gradnjo mostov med njimi.

Originalnost: Te vrste raziskave v Sloveniji še nismo zasledili.

Omejitve/nadaljnje raziskovanje: Raziskava se je fokusirala zgolj na vrednotne razlike med generacijami. Njeno nadgradnjo pa bo vsekakor pomenila raziskava, usmerjena v modeliranje ustreznih rešitev, ki bi prispevale k homogenizaciji družbe in boljšemu razumevanju v njej.

Ključne besede: vrednote, generacije, odnosi, osebnost, moralnost, življenjsko okolje.

1 Uvod

Vrednote usmerjajo naše življenje. Na njih gradimo vrednostne sodbe. V hitrem tempu življenja malokdaj razmišljamo o tem, katere vrednote živimo. Različni avtorji jih definirajo različno. Kluckhon v (Musek, 2000) in Giddens (1993, str.38) označujeta vrednote kot pojmovanje zelenega in pravičnega. C. Goldstein (v Kren – Obrhan, 1995, str.86) meni, da zdravo osebnost vodi en sam motiv: skladno uresničevanje osebnih želja v realnih možnostih življenjskega okolja. Prepričanja o tem, kaj je vredno, so za vsako okolje različna. Različna je tudi zaželenost, moralnost, etičnost in smiselnost dejanj.

* Rok Ovsenik.

Prejeto: 5. maj 2015; revidirano: 12. maj 2015; sprejeto: 18. maj 2015.

2 Znanstvena misel o vrednotah

2.1. Etimološke opredelitve

Musek (ib.) vrednote označi kot relativno trajna poimenovanja s cilji in pojavi, ki jih visoko cenimo, ki usmerjajo naše interese in vedenja ter jih zaradi tega poimenujemo življenjska vodila. Ne le, da vplivajo na naše odločitve, vplivajo tudi na naše opredelitve in so pomembne zlasti pri dolgoročnih življenjskih usmeritvah. Pogačnik (2002) razume vrednote kot ustrezno motivacijsko strukturo in kognitivno predelano motivacijsko usmerjenost. Bardi in Schwartz (2003) jih označita kot verovanje, prepričanje, spoznavne strukture, ki so tesno povezane s čustvi. Nanašajo se na zelene cilje in presegajo omejene okoliščine in akcije.

Vrednote torej uporabljamo kot merila izbir, ocenjevanj dejanj in dogodkov in jih opredelimo kot temeljna prepričanja o tem, kaj je dobro. Razumemo jih kot standarde, ki vključujejo poštenost, integriteto, sočutje, pogum, odgovornost, čast, domoljubje in spoštovanje. Vrednote so vodila, po katerih uravnavamo življenje in odnose z drugimi.

Vsak individuum si ustvari svoj sistem vrednot. Tudi družba in generacije. Na vrednotah temeljijo družbene norme, bodisi kot zapisana ali nezapisana pravila obnašanja, s katerimi je povezana tudi morala (Musek & Pečjak, 2001, str. 92).

Giddens trdi, da se med posameznimi kulturami razlike kažejo kot vrednostne usmeritve, ki imajo pomemben vpliv na življenje in kulturo. Sistem skupnih vrednot in prepričanj ustvarja skupno identiteto med udeleženci socialne mreže, ki temelji na občutku pripadnosti (Ovsenik, Ambrož, 2010, str.52). Že Aristotel (Kvas in Naka, 2004, str.9) je kombinacijo znanja, spretnosti in moralne odgovornosti poimenoval vrednota.

2.2 Vrednote skozi čas

Odraščali smo v različnih časovnih razdobjih, različni dogodki in odkritja so zaznamovali našo preteklost, naše vrednote in ustvarjali medgeneracijske jezove. Zgodba je stara kot človeštvo. Toda kulturne razlike, ki jih ustvarjajo pomembni dogodki okolja, se vpletajo v način življenja generacij. Razvite družbe napredku z razvojem vrednot sledijo, v manj razvitih povzročajo nasprotja, frustracije in nemoč. Povsod, tako na delovnem mestu, kot v domu za stare, kljub istemu cilju, različne vrednote eskalirajo v konflikte in probleme.

Živo bitje ravna po svojih vrednostnih pravilih. Ta pravila znotraj strok in poklicev oblikujejo profesionalno etiko. Vrednote oblikujejo naše obnašanje in delo. Bogata paleta osebnih in organizacijskih vrednot, ki jih živimo in upoštevamo v delovnem procesu, pripomore k odličnosti delovanja. Oblikuje tudi razlike med generacijami.

Prav ta problem so obravnavali znanstveniki na srečanju Council of conscience v Švici, 2009. leta (zbralo se jih je več kot tisoč). Javno so se opredelili za zlato pravilo osnovnih postulatov možnega preživetja. Polarizacija, ki je obeležena z močjo, ki ni v ravnotežju z neskončno komunikacijsko povezanostjo sodobnega sveta, so menili, kaže, da imajo katastrofe praviloma

domino značaj. Uporabili so postulate: nedotakljivost in spoštovanje vsakogar, poštene informacije mladim in učenje empatije in altruističnega odnosa.

Guruji modernega verovanja navajajo sočustvovanje kot nekaj, kar je vredno občudovanja, hkrati pa identificiramo dejstvo, da kapitalistična, tekmovalna in individualistična ekonomija zanika sočustvovanje in na prvo mesto postavlja sebe. Še več, pozitivisti trde, da je znanost edini kriterij resnice in da je egoizem zapisan v naših genih. Altruizem naj bi bil v današnjem času nenaravna iluzija.

Toda, naši možgani so možnost negovanja drugega človeka nasledili od toplokrvnih sesalcev, ki ne skrivajo radikalne odvisnosti od ljubezni. Torej, altruističnega obnašanja ljudi ne moremo omejiti izključno na svoje gene. Ghandi (TV intervju 2012) je zapisal, da nam je potrebna sprememba, še več, če jo želimo doživeti, moramo sprememba postati sami, - imamo naravno sposobnost tako za sočutje, kot za okrutnost.

Vrednote 21. stoletja so se spremenile. Razlik se zavedamo vsi. Priče smo medgeneracijskemu konfliktu, ki slabi komunikacijo, ogroža sodelovanje in izpodmika možnost inovativnega medgeneracijskega sodelovanja. Medgeneracijske razlike ovirajo sodelujoče delo. Motivacije, kot integrativnega sredstva, ki bi zadovoljil vse generacije, pa ne znamo vzpostaviti.

2.3 Okolje kot humus vrednot

Živimo v času, ko je vpliv globalizacije na spremembe, ki jih le ta povzroča v človekovem življenju in ustvarjanju, izjemno velik. Ne samo dejstvo, da svet postaja ogromna nakupovalna ulica, kjer posameznik lahko dobi vse v vsakem trenutku in po vsaki ceni, temveč tudi dejstvo, da se rušijo meje, povzroča, da vse več kultur in narodov postaja nova skupnost. To dejstvo zahteva novo paradigmo razumevanja vrednot.

Če smo še včeraj trdili, da v tej skupnosti (EU), verjamemo v eno denarno valuto in v eno gospodarstvo (kar je že samo po sebi povzročilo šok), danes lahko ta dejstva relativiziramo. Vse pogosteje srečujemo zapise, v katerih se pojavlja sum v ta cilj. Ob tem se srečujemo še s šokom vrednot, ki ga ob povečanem številu informacij in hitri IKT, povzroča tehnični napredek. Statistika beleži pad rodnosti. Izjema v evropskem okolju je Albanija. Leta 2050 bo na našem planetu po vseh prognozah sodeč živelo 8,8 milijarde ljudi, toda evropljanov bo 100 milijonov manj, kot jih je bilo leta 2000. Več kot polovico žensk, starih do 32 let ne namerava imeti otrok, ker dajejo prednost karieri. Posledice izumrtja bele rase bodo primerljive kugi v 14. stoletju, ki je za tretjino zdesetkala evropsko prebivalstvo. V Evropi bo že leta 2025 potrebno milijon in pol strokovnjakov informacijske tehnologije z drugih kontinentov. (Ovsenik, M. in ostali, 2012, str.6)

Vrednota »otrok« je očitno zamenjala vrednoto delo, ki mu podrejamo svoje osebno življenje. Ne razmišljamo o tem, da je človek tudi čustveno in socialno bitje. Tega se tudi menedžerji,

ki delegirajo naloge neosebno, ne zavedajo. Prav tako se tega ne zavedajo generacije, ki delajo za ali s starimi.

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). Večina nosi v sebi naravni občutek, da je vredno živeti, da je osciliranje med dobrim in slabim normalno, da kultura formira vsebine in ideale, na katere se človek navezuje. V vrednotah se zrcali vse, kar je človeku vredno, dragoceno in sveto. (Ovsenik, M. in ostali, 2012, str. 8)

V naši kulturi je vrednota mladost. Pa starost? Doživljamo starost kot čas, ki je letom vtisnil brazde modrosti? Kot čas, ki pomeni bogastvo izkušenj? Jo doživljamo kot čas, ko je človek bolan, ko postaja breme sebi, okolju in strošek družbi? Gre za način razumevanja presoje vrednotenja o tem, kaj je vredno. (Ovsenik, M. in ostali, 2012, str.9)

Raziskave kažejo, da je vrednotni sistem v isti kulturi zelo podoben, da osebno in socialno vedno nastopa v kulturnem kontekstu v okviru interakcije posameznika z okoljem.

Če govorimo o osebni krizi vrednot, ta kriza prerašča v etično krizo na družbeni ravni. Etični padci v okolju ne hrabrijajo za samokritičnost in za pripravljenost soočanja. Vrednote, kot esencialni del etike, bazirajo na srcu in na pameti. Na dobroti, ljubeznivosti, na emocionalni inteligenci in socialnem učenju. Vseživljenjsko učenje zadeva vrednotna in etična soočanja. Ne beležimo neetičnih področij. Tako, naprimer, za zagotavljanje zdravja potrebujemo zdravila, ki so hkrati pomoč za zdravje in hkrati strup za organizem; ali energije, ki so hkrati nujne za življenje in hkrati življenje uničujejo.

2.4 Dileme vrednot

Govorimo o vrednotni zbirki, ki povzroča spremembo paradigme. Capra, F. (2002, str. 112) jo je poimenoval točko preobrata, ki je potrebna, da bi mogli obvladati spremembe. Svet se spreminja, spreminjajo se vrednote, spreminja se razumevanje vrednot. Partikularno razumevanje vrednot nas izziva k novim opredelitvam: glede kloniranja, sprememb spola (Cerar, M., 2011). Potrebujemo prevrednotenje vrednot ali le pogled vase? V globino? Če starost ni vrednota, ali dajemo na etični ravni ustrezen odgovor? Kakšne so naše maksime? Je pomoč drugemu še vrednota? Kaj je s tabu temami? Ali misel še vzpodbudi pozitivno vibracijo, ki ustvarja magnetizem in se razprostere po prostoru, ko opravimo neko delo? Se subtilne energije odzivajo na ravni psihe, ko nekoga prizadenemo? Se skušamo učiti pozitivnega učenja? Iščemo znanje kot stimulacijo za pozitiven odziv? Kriza je izziv, ki zahteva odgovor. Tudi osebna. Najti moramo prava znanja in prave vrednote.

Etika emocionalnih predstav dobiva kulturni in vrednotni predznak. (Cerar, ib.) Kozmos funkcionira na ravni akcija-reakcija. Zato je potrebno izostriti pogled na vrednote in na imperativne, ki nas bodo vodili k cilju, da bi v procesu samopotrditve delali to, v kar

verjamemo. Neetična vedenja skrivamo s površnimi opravičili (npr. saj vsi delajo tako). Toda, kompleksnost okolja zahteva vrednotne temelje. Kant je trdil, da skozi dualizem prehajamo v duhovno stanje. Govorimo o krizi duha. Tudi med Slovenci. Rojeni na prepihu narodnih kultur smo vedno veljali za narod bistrih državljanov. Toda kriza duha danes odpira vprašanje, ali je plemenito, dobrosrčno delovanje še vedno vrednota. Ali je starost zares samo obremenjujoča perspektiva za človeka, ki se stara in za družbo, v kateri se stara. Poraja se vprašanje, ali je star človek res izključno motnja in strošek.

2.5 Družbena paradigma razumevanja generacijskih vrednot

Potrebno bi bilo razčleniti pogled na kompleksno situacijo življenja – od otroštva do starosti. Starost se ne zgodi naenkrat. Gre za proces dolgega razdobja malih izgub in možnost zgodnjih poslabšanj kognitivne funkcije. Človeški geni imajo v starosti manjšo vlogo kot v mladosti. Bolj navzoče v miselnem procesu z leti postaja genetsko nasledstvo. Geni so fleksibilni, svoje delovanje vzpostavljajo v določenih življenjskih okoliščinah. Kot pomemben dejavnik se pokaže vzgoja, ki s pridobljenimi vrednotami vpliva na to, kako se človek obnaša, ko stari. Gre za zavestno soočanje posameznika s potrebo po psihofizični aktivnosti in z deviantnim odnosom do negativnih izbir (opojne substance, teža, prehrana) (Ovsenik, M. in ostali, 2012, str.4). Pomembno vprašanje je torej, ali so stari vrednota ali družbeni strošek. Za civilizirano družbo stari ne pomenijo izključno stroška. Družba od njih dobiva. Poudariti velja zanikane vrednosti in znanja starih, ki so pomemben del človeškega kapitala podjetij in organizacij, katere so soustvarjali in katerih razvoj so nemalokrat iniciirali. Družba znanja z nerazumnimi potezami nepovratno zanika in izgublja pomemben del človeškega kapitala starih in s tem možnost razvijanja vitalnosti z doprinosi človeškega in socialnega kapitala. Paradigmo izključenosti in marginalnosti starih bo treba ponovno postaviti v fokus raziskovanja. Nove možnosti je mogoče iskati v reintegracijah v organizacije, katerim so stari posvetili življenje. Potrebno jih bo povprašati po nasvetih, po njihovem mnenju. Glede na to, da se to ne dogaja, se stari umikajo iz družbenega življenja in zapadajo v latentno stanje. Namesto, da bi produktivno doprinašali, postajajo družbeni strošek. Z nekaj znanja IKT, ki bi ga lahko posredovali mlajši, bi stari aktivno živeli in ustvarjali dalje.

Družbena skupnosti mora, če želi zagotoviti medgeneracijsko konstruktivno sodelovanje, usmeriti pozornost v zagotovitev tistih vrednot, ki bodo starega človeka in njegov stil življenja spet postavili na spoštljivo mesto. Daljša življenjska doba, ki jo opredeljujemo kot rezultat znanosti, napredka družbenega blagostanja in osveščanja starih, mora postati obdobje nove in pričakovane boljše kakovosti življenja. Star človek, njegovo delo, mora v družbeni zavesti predstavljati vrednoto. Sicer bomo priča borbi vrednot med generacijami. Že sedaj smo pogosto priča takim dogajanjem. V procesu prevrednotenja stare vrednote ugašajo, nove se še niso oblikovale. Ta neprekinjen proces opazujemo in spremljamo skozi različne generacije in generacijske revolucije. Z generacijskimi razlikami se bomo soočili šele, ko bomo poznali potrebe in vrednote različnih generacij. Generacijska slika, glede na leto rojstva, utemeljuje pet tipov generacij, ki temelje na karakteristikah in vrednotah osebnosti (Brečko, 2002, str.48). Gre za generacije: veteranov (1922 – 1943), baby boom generacijo

(1944 – 1960), generacijo X (1961 – 1980), generacijo Y (1981 – 1990) in generacijo Z (rojeni v 90. letih preteklega 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 so pripadniki kolektivnemu delu, zvesti, cenijo kolektivizem, pripadnost in družbene institucije. Obveznost postavljajo pred užitek, so odlični mentorji z dovolj znanja in izkušenj.

Baby boom generacija: pripadniki te generacije, so vrednote oblikovali v času gospodarske rasti, optimizma in razvoja (polet v veselje, kontracepcija). Zaznamovali so jih prvi znaki krize, četudi so njihove vrednote podobne vrednotam generacije veteranov – zavzeto delo, zaposlitev, osebno prizadevanje in visoka cena timskega dela, je zanje vendar 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 časa. To je vplivalo na razvoj njihovih vrednot, ki se kaže kot razpad vrednot. Posledica je ogromen porast ločitev, soočanje z nasiljem v šolah, vse več prikazov nasilja in vojn v medijih, zlomi borze, brezdomstvo, 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 ločijo zasebno od poslovnega, več časa namenjajo družini, prostemu času in hobijem. V delu iščejo zadovoljstvo, želijo fleksibilni delovni čas, pogosto so samostojni podjetniki.

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 generacije Y 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 odgovornosti za druge, niso deloholiki, bolj cenijo osebno izražanje in raznovrstnost kot vertikalno napredovanje.

Generacija Z: imenujejo jo tudi mrežna generacija. So wannabe umetniki, to so zgodovinarji s pomočjo wikipedie, kolumnisti s pomočjo blogov, programerji s pomočjo mysky in myspace, manekeni. Čas preživljajo na spletu, imajo online identitete (96% je aktivnih na omrežju), med seboj so zelo povezani, želijo aktivno sodelovati 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, pozornost posvečajo kinestetiki. Prednost dajejo delu in učenju po lastni izbiri. Prav ta, večkrat navajana raznolikost nas je spodbudila, da smo z raziskavo skušali ugotoviti, kakšne vrednote zasledimo v naši raziskovani populaciji.

3 Raziskava in razprava

3.1 Komentar raziskave

Tematika vrednot izziva vedno nove dileme. Odločili smo se, da bomo v raziskavi, v katero smo zajeli 810 respondentov, raziskali, kako so vrednote zastopane med raziskovano populacijo. 38% jih živi s partnerjem, 19,8% je ločenih, 18,5% je poročenih, 22,2% samskih in nekaj več kot 1% vdovcev.

Raziskovali smo ali se zavest o moralni odgovornosti povečuje z mlajšimi generacijami, ali sta pripadnost organizaciji in duhovna rast v neposredni v neposredni zvezi z generacijo Baby boom in ali je generacija Z informacijska nadgradnja generacije Y.

H1 Zavest o moralni odgovornosti se povečuje z mlajšimi generacijami

H2 Pripadnost organizaciji in duhovna rast sta v neposredni zvezi z generacijo Baby boom

H3 Generacija Z informacijska nadgradnja generacije Y

Spodnji tabeli prikazujeta frekvenčne porazdelitve glede na spol in status anketirancev.

Tabela 1: Spol

	Frekvenca	Odstotek	Veljavni odstotek	Kumulativni odstotek
Moški	370	45,7	45,7	45,7
Ženski	440	54,3	54,3	100,0
Total	810	100,0	100,0	

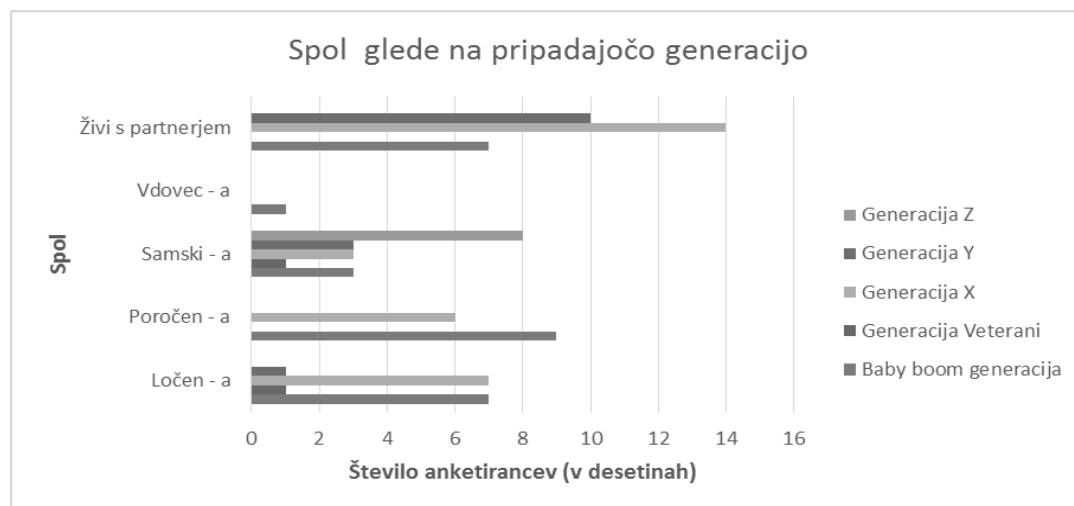
Tabela 2: Status

	Frekvenca	Odstotek	Veljavni odstotek	Kumulativni odstotek
Živi s partnerjem	310	38,3	38,3	38,3
Ločen - a	160	19,8	19,8	58,0
Poročen - a	150	18,5	18,5	76,5
Samski - a	180	22,2	22,2	98,8
Vdovec - a	10	1,2	1,2	100,0
Total	810	100,0	100,0	

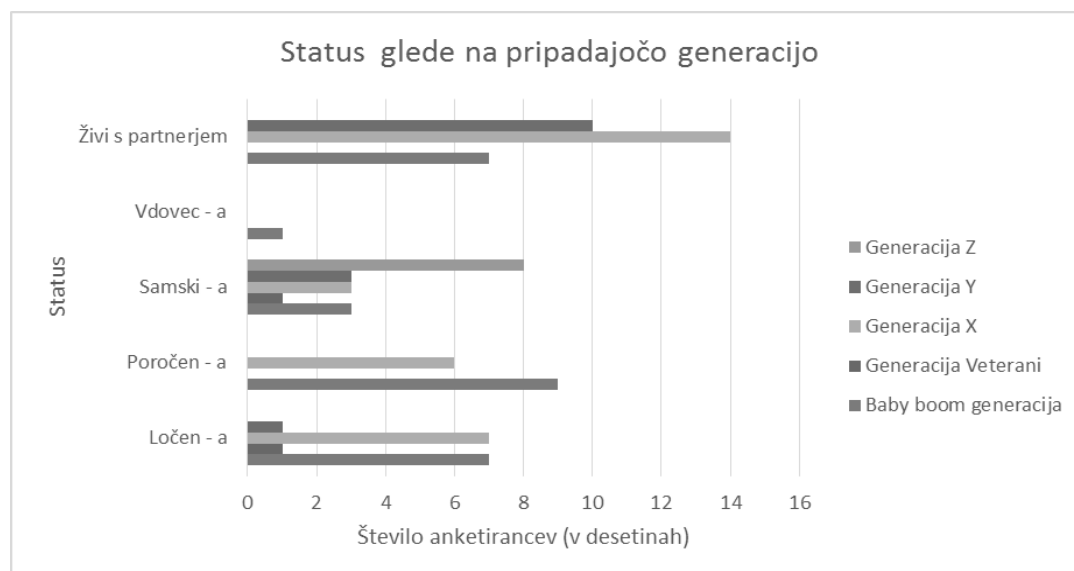
Tabela 3: Starost (Generacije) vsebuje klasifikacijo anketirancev glede na generacijo kateri pripadajo. Generacijski razredi so narejeni na podlagi odgovorov o starosti anketirancev. Tabela kaže, da je največ respondentov, predstavnikov generacije X in baby boom, manj kot petina je generacije y, še manj veteranov, generacija z je zastopana v deležu 9,9%.

Tabela 3:Starost (Generacije) 1

	Starost v letih	Frekvenca	Odstotek	Veljavni odstotek	Kumulativni odstotek
Generacija Z	do 23	80	9,9	9,9	100,0
Generacija Y	24 - 33	140	17,3	17,3	17,3
Generacija X	34 - 53	300	37,0	37,0	54,3
Baby boom generacija	54 - 69	270	33,3	33,3	87,7
Generacija Veterani	nad 70	20	2,5	2,5	90,1
Total		810	100,0	100,0	



Slika 1: Spol glede na pripadajočo generacijo



Slika 2: Status glede na pripadajočo generacijo

Uporabili smo metode kvantitativne statistike – faktorsko analizo in regresijsko analizo.

3.2 Zavest o moralni odgovornosti

Za raziskovanje ali se zavest o moralni odgovornosti povečuje z mlajšimi generacijami smo uporabili enosmerno analizo variance (One way Anova). S testom enakosti varianc smo želeli ugotoviti, ali so variance med odgovori glede na generacijo homogene.

Tabela 4: Test enakosti varianc - Moralna odgovornost

Lavenova statistika	df1	df2	Sig.
2,048	40	760	,096

ANOVA test ovrže hipotezo (Sig. > 0,05), da med generacijami, glede na odvisno variabla (Moralna odgovornost), obstajajo statistično signifikantne razlike.

Tabela 5: Test ANOVA - Moralna odgovornost

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Med skupinami	5,036	40	1,259	,711	,587
V skupini	134,544	760	1,770		
Skupaj	139,580	800			

Spodnja tabela prikazuje »Post Hoc« test. Razberemo, da se razlika povprečja odgovorov iz generacije v generacijo zmanjšuje. To razberemo tudi iz spodnjega grafikona. Ne glede na to hipoteze ne moremo potrditi, namreč vse razlike so statistično neznačilne.

Tabela 6: Post Hoc Test – Moralna odgovornost

LSD

(I) Starost (Generacije)	(J) Starost (Generacije)	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Generacija Y	Generacija X	-,12381	,43065	,775	-,9815	,7339
	Baby boom generacija	,17989	,43820	,683	-,6929	1,0526
	Generacija Veterani	,64286	1,00579	,525	-1,3603	2,6461
	Generacija Z	-,60714	,58970	,306	-1,7816	,5673

Torej je moralna odgovornost, ne glede na to, kateri generaciji respondenti pripadajo, dokaj homogena. To navaja k zaključku, da bi se, ob ustrezni mediaciji, generacije uspele medosebno povezati in dosežati sinergične učinke.

V nadaljevanju smo raziskali:

3.3 Pripadnost organizaciji in duhovna rast sta v neposredni zvezi z generacijo Baby boom.

Za raziskovanje, ali sta pripadnost organizaciji in duhovna rast v neposredni zvezi z generacijo Baby boom smo uporabili statistično metodo MANOVA. Box test je pokazal, da gre za homogenost varianc med variablami.

Tabela 7: Box Test

Box's M	7,333
F	,759
df1	9
df2	5852,584
Sig.	,655

Multivariantni test pokaže, da gre za statistično značilne razlike med generacijami in kombinaciji varibel Pripadnost in Duhovna rast. Spremljamo Pillai's Trace statistiko – vrednost sig. 0,01 (referenčna vednost < 0,05).

Tabela8: Multivariantni test

Effect		Value	F	Sig.
Intercept	Pillai's Trace	,907	365,368 ^b	,000
	Wilks' Lambda	,093	365,368 ^b	,000
	Hotelling's Trace	9,743	365,368 ^b	,000
	Roy's Largest Root	9,743	365,368 ^b	,000
Starost Generacije	Pillai's Trace	,305	3,418	,001
	Wilks' Lambda	,711	3,494 ^b	,001
	Hotelling's Trace	,386	3,568	,001
	Roy's Largest Root	,317	6,029 ^c	,000

Tabela 9: Test medsebojne primerjave variabel Pripadnost in Duhovna rast

Source	Dependent Variable	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	Pripadnost	3,812	2,075	,092
	Duhovna rast	8,381	4,527	,002
Intercept	Pripadnost	500,674	272,493	,000
	Duhovna rast	619,162	334,447	,000
Starost Generacije	Pripadnost	3,812	2,075	,092
	Duhovna rast	8,381	4,527	,002
Error	Pripadnost	1,837		
	Duhovna rast	1,851		
Total	Pripadnost			
	Duhovna rast			
Corrected Total	Pripadnost			
	Duhovna rast			

Test medsebojne primerjave variabel Pripadnost in Duhovna rast primerja razlike med vsako variblo in generacijo. Gre za test ANOVA. Variabla pripadnost je statistično neznačilna ($p > 0,05$), Variabla Duhovna rast pa kaže, da gre za razlike, ki niso nastale slučajno, ampak so vpliv sprememb v mišljenju generacije (oz. anketirancev).

V nadaljevanju spremljamo odklone s »post hoc« testom LSD (metodo najmanjših odklonov).

Tabela 10: Test LDS

Dependent Variable		Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	
Pripadnost	Generacija Y	Generacija X	,2429	,43873	,582
		Baby boom generacija	,2169	,44642	,628
		Generacija Veterani	1,6429	1,02466	,113
		Generacija Z	-,9821	,60076	,106
	Generacija X	Generacija Y	-,2429	,43873	,582
		Baby boom generacija	-,0259	,35958	,943
		Generacija Veterani	1,4000	,98992	,161
		Generacija Z	-1,2250*	,53937	,026
	Baby boom generacija	Generacija Y	-,2169	,44642	,628
		Generacija X	,0259	,35958	,943
		Generacija Veterani	1,4259	,99335	,155
		Generacija Z	-1,1991*	,54564	,031
	Generacija Veterani	Generacija Y	-1,6429	1,02466	,113
		Generacija X	-1,4000	,98992	,161
		Baby boom generacija	-1,4259	,99335	,155
		Generacija Z	-2,6250*	1,07162	,017
	Generacija Z	Generacija Y	,9821	,60076	,106
		Generacija X	1,2250*	,53937	,026
		Baby boom generacija	1,1991*	,54564	,031
		Generacija Veterani	2,6250*	1,07162	,017
Duhovna rast	Generacija Y	Generacija X	,1810	,44039	,682
		Baby boom generacija	-,9524*	,44811	,037
		Generacija Veterani	-,7857	1,02854	,447
		Generacija Z	-1,6607*	,60303	,007
	Generacija X	Generacija Y	-,1810	,44039	,682
		Baby boom generacija	-1,1333*	,36094	,002
		Generacija Veterani	-,9667	,99366	,334
		Generacija Z	-1,8417*	,54141	,001
	Baby boom generacija	Generacija Y	,9524*	,44811	,037
		Generacija X	1,1333*	,36094	,002
		Generacija Veterani	,1667	,99710	,868
		Generacija Z	-,7083	,54770	,200
	Generacija Veterani	Generacija Y	,7857	1,02854	,447
		Generacija X	,9667	,99366	,334
		Baby boom generacija	-,1667	,99710	,868
		Generacija Z	-,8750	1,07567	,419
	Generacija Z	Generacija Y	1,6607*	,60303	,007
		Generacija X	1,8417*	,54141	,001
		Baby boom generacija	,7083	,54770	,200
		Generacija Veterani	,8750	1,07567	,419

Ugotovimo, da so dejanske razlike aritmetičnih sredin med (glede na variabla Pripadnost) med Baby boom generacijo in ostalimi generacijami največje, vendar razlika statistično ni značilna. Enako velja tudi za variabla Duhovna rast. Zaradi statistično značilne razlike med generacijami (multivariantni test) $p = 0,01$, ter tudi dejansko ugotovljenimi razlikami med aritmetičnimi sredinami posameznih generacij hipotezo potrdimo.

3.4 Generacija Z - informacijska nadgradnja generacije Y

Za raziskovanje ali je generacija Z –informacijska nadgradnja generacije Y smo uporabili statistično metodo enosmerne analize variance (One way ANOVA) in faktorsko analizo - PCA metodo. Test enakosti varianc je pokazal, da so variance med odgovori, glede na generacijo, homogene, zato smo nadaljevali z analizo.

Tabela 11: Test enakosti varianc – Poznavanje sodobne informacijske tehnologije

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
2,823	40	760	,063

ANOVA test potrди hipotezo (Sig. > 0,05), da med generacijami, glede na odvisno variabla (Poznavanja sodobne informacijske tehnologije), obstajajo statistično signifikantne razlike.

Tabela 12: Test ANOVA - Poznavanje sodobne informacijske tehnologije

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	33,116	40	8,279	5,195	,001
Within Groups	121,106	760	1,594		
Total	154,222	800			

Gre za očitne premike na področju poznavanja tehnologije iz generacije v generacijo, kar pravzaprav ni presenečenje. Za potrditev zadnje hipoteze smo izvedli tudi faktorsko analizo, natančneje PCA analizo. Gre za metodo glavnih komponent. S to metodo smo želeli ugotoviti skrite komponente, ki bi lahko natančneje pojasnile, kaj najbolj zaznamuje generacijo Z. Ugotovitve smo primerjali s teoretičnimi trditvami generacije X.

Faktorska analiza

Tabela 13: KMO in Bartlettov test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,752
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	221,717
	df	300
	Sig.	,004

Izvedli smo Bartlettov test enakosti varianc med K vzorci in KMO test parcialnih korelacijskih koeficientov.

Pregled Bartlettovega testa o enakosti varianc med vzorci kaže, da so variance med vzorci različne ($p < 0,04$). Tudi KMO test nakazuje, da je vsota parcialnih korelacijskih koeficientov majhna. To potrđi rezultat KMO testa 0,752, kar pomeni srednje dobro pojasnitev potencialnih glavnih komponent.

Komunitete

V spodnji tabeli prikazujemo, kolikšen skupni delež variance prikazanih vprašanj lahko pojasnimo z ekstrahiranimi glavnimi komponentami. V tabeli označujemo z rumeno barvo 5 vprašanj pri katerih lahko pojasnimo največji delež.

Tabela 14: Komunitete

	Initial	Extraction		Initial	Extraction
Odrekanje in delo v korist družbe na splošno	1,000	,366	Poznavanje sodobne informacijske tehnologije	1,000	,939
Potrpežljivost	1,000	,693	Svoboda pri delu	1,000	,813
Imate izkušnje in ste jih pripravljani deliti ostalimi	1,000	,753	Eksperimentiranje pri delu	1,000	,645
Timsko delo	1,000	,757	Projektno delo	1,000	,840
Osebnostno prizadevanje za skupno dobro	1,000	,833	Osebnostno izražanje skozi delo	1,000	,591
Optimizem	1,000	,452	Moralna odgovornost	1,000	,931
Duhovna rast	1,000	,959	Družbena osveščenost	1,000	,627
Pripadnost	1,000	,350	Samozavest	1,000	,947
Pragmatičnost	1,000	,645	Učenje z raziskovanjem	1,000	,663
Stroga ločitev poslovno - zasebno	1,000	,957	Splet vam pomeni okno v svet	1,000	,126
Individualizem	1,000	,788	Komunicirate preko spletnih omrežij / online identitete	1,000	,244
Globalni pristop k rešitvam	1,000	,822	Emocionalno odprti	1,000	,545
Hobiji in šport	1,000	,644			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. Starost (Generacije) = Generacija Z b. c. d.

Metoda glavnih komponent

Z metodo glavnih komponent smo izbrali 3 glavne komponente oziroma latentne spremenljivke, ki jih pojasnjuje spodnja tabela.

Tabela 15: Latentne spremenljivke

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadingsb
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total
1	7,017	28,070	28,070	7,017	28,070	28,070	6,298
2	5,864	23,457	51,526	5,864	23,457	51,526	5,933
3	4,048	16,191	67,717	4,048	16,191	67,717	5,152
4	3,863	15,454	83,171				
5	2,043	8,173	91,343				
6	1,477	5,908	97,251				
7	,687	2,749	100,000				

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. Starost (Generacije) = Generacija Z

Rotacija glavnih komponent

Pri identifikaciji glavnih treh komponent je bila uporabljena poševna metoda rotacije – Direct Oblimin. Iz spodaj prikazane Vzorčne matrike ugotavljamo, da je s 1. prvo ugotovljeno komponento povezanih največ vprašanj, ki zadevajo svobodo pri delu, moralno odgovornost in individualizem, medtem ko je z 2. komponento povezanih največ odgovorov na vprašanja, ki pojasnjujejo poznavanje informacijske tehnologije, globalni pristop in učenje z raziskovanjem. Tretja komponenta predstavlja duhovno rast in ločevanje družine in posla.

Tabela 16: Vzorčna matrika

	Component				Component		
	1	2	3		1	2	3
Odrekanje in delo v korist družbe na splošno	-,388		-,457	Poznavanje sodobne IKT	,526	-,810	
Potrpežljivost	,597		-,577	Svoboda pri delu	-,751		,490
Imate izkušnje in ste ih pripravljeno deliti ostalimi	,354	-,711	,349	Ekperimentiranje pri delu	-,723	-,115	-,329
Timsko delo	-,497	,680	-,218	Projektno delo	-,697	-,399	,442
Osebnostno prizadevanje za skupno dobro	-,625	-,585	,317	Osebnostno izražanje skozi delo	,590	,100	,483
Optimizem		,644	-,190	Moralna odgovornost	,916		,297
Duhovna rast	-,193	,673	,685	Družbena osveščenost	,629	,318	-,360
Pripadnost	-,180	-,268	-,495	Samozavest	,290	-,865	-,340
Pragmatičnost	,305	,460	,584	Učenje z raziskovanjem		,805	
Stroga ločitev poslovno - zasebno	,310	-,210	,904	Splet vam pomeni okno v svet	,156	,273	,165
Individualizem	,805	,367		Komunicirate preko spletnih omrežij / online identitete	-,422	-,154	-,206
Globalni pristop k rešitvam	,247	,802	-,343	Emocionalno odprti	,733		
Hobiji in šport	-,719	,348		Poznavanje sodobne informacijske tehnologije	,526	-,810	
				Svoboda pri delu	-,751		,490

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. Starost (Generacije) = Generacija Z

b. 3 components extracted.

Z ugotovljenimi novimi 3 komponentami lahko ugotovimo, da generacijo Z zaznamuje v prvi vrsti individualizem, svoboda pri delu in eksperimentiranje pri delu. Generaciji je pomembna moralna odgovornost, ki sloni na vrednotah. Hipotezo potrdimo. Generacija Z je informacijska nadgradnja generacije Y.

4 Zaključek

Vrednote so del našega vsakdana. Prisotne so v vseh generacijah. Generacijsko se spreminjajo. Raziskava kaže, da med respondenti ni statistično pomembnih razlik glede zavesti o moralni odgovornosti. Opazne so razlike glede pripadnosti organizaciji in glede duhovne rasti. Le te so pogojene z vplivom sprememb na mišljenje mlajših generacij. Pričakovano smo ugotovili, da se generacije razlikujejo glede sposobnosti za uporabo informacijske tehnologije, saj gre za bistvene premike v poznavanju sodobnejših tehnologij pri mlajših generacijah. Vsekakor postaja jasno, da v nasprotju s starejšimi generacijami, ki so bile predane kolektivu in vzajemnemu, skupnemu delu, mlajše generacije beležijo odmik.

Želijo svobodo pri delu in možnost individualnega ustvarjanja, četudi so tudi mlajše generacije visoko odgovorne. Njihova prednost je tudi v tem, da pristopajo k problemom globalno, učijo se z raziskovanjem in sposobnostjo vsesplošne uporabe IKT. (Ovsenik, R., Ovsenik, M., Spitzer, 2013, str.7) Tudi duhovno dimenzijo razvijajo, značilno zanje je, da ločujejo družino in delo, medtem ko so starejše generacije delo postavljale v prvi plan. Generacija Z, kot smo predvideli, je nadgradnja generacije Y, kar se kaže v izredno visoki stopnji individualizma, želji po eksperimentiranju in svobodi pri delu.

Raziskava pokaže, da, imajo vse generacije izrazite vrednote, ki jim sledijo in ki jih bo družba morala preučiti, uskladiti in posamezne generacije motivirati za gradnjo mostov med njimi, če sledimo želji po homogenizaciji družbe, kar ponuja smernice za nadaljne raziskovanje. Raziskave te vrste v Sloveniji še ne beležimo zato pomeni prispevek k znanosti in stroki.

Reference

1. Bardi, A., & Schwartz, S., H. (2003). *Values and behavior: Strength and structure of relations*. Personality and Social Psychology Bulletin, 29.
2. Capra, F., (2002). *The hidden connections: A science for sustainable living*. New York, Knopf Doubleday Publishing group.
3. Cerar, M. (2011). *Mesto etike v vseživljenjskem učenju*. 23. Forum odličnosti in mojstrstva, Otočec.
4. Giddens, A. (1993). *New Rules of Sociological Method: A positive critique of interpretative Sociologies*. Stanford University Press, California.
5. Kren-Obran, T. (1995). *Vrednote mladih: med ideali kulture in resnico*. Didakta, Ljubljana.
6. Kvas, A., Naka, S. (2004). *Razvoj vrednot in načelo pravičnosti*. Obzornik zdravstvene nege, 38(4).
7. Musek, J., Pečjak, V. (2001). *Psihologija*. Educy, Ljubljana
8. Musek, J. (2000). *Psychological models and theories of personality*. Ljubljana, Filozofska fakulteta.
9. Nastran-Ule, M. (1993). *Psihologija vsakdanjega življenja*. Zbirka družboslovje, Ljubljana.
10. Ovsenik, M., Ambrož, M. (2010). *Celovitost in neznatnost organizacije*. Inštitut za management, Ljubljana.
11. Ovsenik, M., Bratina, A., Železnik, D., Spitzer, A. (2012). *Vrijednosti na propuhu*. DIT, Lovran.
12. Ovsenik, R., Ovsenik, M., Spitzer. (2013). *Intellectual capital as a challenge for intergenerational gap*. Društvo i tehnologija, Lovran.
13. Pogačnik, V. (2002). *Pojmovanje in struktura osebnih vrednot*. Psihološka obzorja, Ljubljana.

Izredni profesor dr. Rok Ovsenik je doktoriral leta 2003 na Fakulteti za organizacijske vede Univerze v Mariboru. Po službovanju na Turistici UP je služboval na Kompas v USA. Predava na Fakulteti za organizacijske študije in na Alma Mater Europaea. Je avtor monografij in znanstvenih člankov.

Domen Kozjek je magistriral na Turistici, UP, sedaj pa zaključuje doktorski študij na Fakulteti za organizacijske študije Novo mesto. Zaposlen je v upravi Mercatorja. Je avtor znanstvenih in strokovnih člankov.

Abstract:

Values of generations

Research Question (RQ): When we studied the values we were particularly interested in issues concerning moral responsibility with regard to a generation, loyalty to the organization and spiritual growth and, finally, whether moral values of Generation Z are an upgrade of Generation Y.

Purpose: We wanted to identify the main differences between the values of generations, so we could contribute to a better understanding between the generations.

Method: As a research method we used one-way analysis of variance, box test, multivariate test, Pillai's trace statistics, Post hoc LSD test, PCA analysis - principal component analysis, factor analysis, Bartlett test of equality of variances, KMO test of partial correlation coefficients and the method of rotation.

Results: The research shows that between the values of generations exists a significant difference.

Organization: Managers will have to confront value differences on the level of organizations and take them into account at work planning.

Society: For better relationships in society it will be necessary to examine value differences, coordinate them and motivate generations to build intergenerational bridges.

Originality: This type of research has not yet been detected in Slovenia.

Limitations/Future Research: The research focused only on the value differences between generations. Its upgrade would be a research, oriented into modeling appropriate solutions, which would contribute to a homogenization of society and a better understanding of it.

Keywords: values 1, generations 2, relationship 3, personality 4, morality 5, life environment 6.