

RELIGIOZNOST MLADIH Z GENERACIJE

Dijana SULEJMANOVIĆ
Univerzitet u Bihaću
dijana.sulejmanovic@ipf.unbi.ba

SAŽETAK: Predmet ovog rada je religioznost mladih Z generacije. Cilj istraživanja bio je da se ispituju različiti aspekti religioznosti kod ove populacije te da se, na temelju dobivenih podataka, bolje razumije uloga religioznosti u životima mladih ljudi, kao i uloga religijskih uvjerenja u oblikovanju njihovog vrijednosnog sistema. Istraživanje je provedeno na uzorku od 150 ispitanika starosti od 18 do 28 godina, od čega je bilo 94 ispitanika ženskog, a 56 ispitanika muškog spola. Primijenjeni su istraživački instrumenti: Kratka skala religioznosti, Upitnik emocionalne kompetentnosti, Rosenbergova skala samopoštovanja te Varijabla religijske samoidentifikacije, a od istraživačkih metoda korišteni su: metod teorijske analize, deskriptivno-analički servej metod i metod korelacije. Rezultati istraživanja su pokazali da mlade pripadnike Z generacije karakteriziraju specifični obrasci religioznosti, koji se odlikuju vrlo visokim stepenom religioznosti, uz visok stepen emocionalne kompetentnosti i samopoštovanja. S druge strane, sociodemografske karakteristike ispitanika (poput spola, dobi i stepena samoiskazane religioznosti) značajno ne utiču na razlike u religioznosti, emocionalnoj kompetentnosti i samopoštovanju. Analiza ispitivanih aspekata religioznosti omogućava bolje razumijevanje religioznih trendova i transformacija unutar savremenog društva, ali i potencijalnih implikacija za religijske zajednice, kao i za buduće generacije.

Ključne riječi: religija, religioznost, mladi, generacija Z

Uvod

Religioznost, kao složen i višeslojan društveni i kulturalni fenomen, značajan je faktor u proučavanju i razumijevanju nekog društva. Posljednjih decenija, a što odgovara generacijskoj kategoriji generacije Z, primjetan je trend pada religioznosti, a prednost u formiranju vrijednosnih orijentacija nekog društva zauzimaju individualističke, globalizaciji i modernizaciji usmjerene, vrijednosti i individualizacija duhovnosti.

Religijski identitet mladih predstavlja ključnu temu u savremenim sociološkim i psihološkim istraživanjima, jer oblikuje ne samo njihove duhovne i emocionalne aspekte, već i šire društvene, političke i kulturne

vrijednosti. Razumijevanje kako mladi ljudi danas doživljavaju i formiraju svoj religijski identitet u kontekstu postmodernog društva može pružiti značajne uvide u način na koji se oblikuju njihove vrijednosti, stavovi i ponašanja.

U ovom radu bavimo se ispitivanjem religioznosti mladih Z generacije, pri čemu će se analizirati njihovi stavovi prema religiji, njihovom poimanju i oblikovanju vlastitog religioznog identiteta. Pored analize relevantnih istraživanja i ranije dobivenih empirijskih podataka koji se odnose na ovaj problem, istraživanje je rađeno i u svrhu razmatranja načina na koji se religioznost ispoljava i razvija unutar kulturalnih i društvenih okolnosti.

Religioznost mladih

English i English (1976) daju jednu od temeljnih definicija religije opisujući je kao sistem shvatanja, vjerovanja, ponašanja, obreda i ceremonija pomoću kojih pojedinci ili zajednica stavljaju sebe u odnos s Bogom ili nadnaravnim svijetom i često u odnos jednih s drugima te od kojeg religiozna osoba dobiva niz vrednota prema kojima se ravna i prosuđuje naravni svijet. Religioznost se može definirati kao vjerovanje u nadnaravno biće koje prati osjećaj snage i moći koji su povezani upravo s njim. (Zrinščak, 2008:26) Religijski identitet je, navodi Dušanić (2019), pored religioznih uvjerenja, zasnovan i na doživljaju pripadnosti

određenoj religijskoj grupi. Svijest o religijskoj pripadnosti razvija se u ranom djetinjstvu, oko osme godine života (Hyde, 1990), a kasnije se usvajaju rituali, doktrine i sama vjera. (Beit-Hallahmi & Argyle, 1997)

U savremenom društvu, mediji, posebno društvene mreže i internet, imaju značajan uticaj na formiranje religioznosti mladih. Kroz digitalne platforme, mladi su u mogućnosti da se upoznaju s različitim religijskim tradicijama, uvjerenjima i praksama i na taj način prošire svoja gledišta i utiču na promjene u njihovoj religioznosti. Mladi ljudi koji odrastaju u multikulturnim i globaliziranim društvima imaju priliku da se upoznaju s različitim religijskim praksama i vjerovanjima, što može rezultirati većom religijskom tolerancijom i otvorenosću, ali također može izazvati konfuziju u vezi sa sopstvenim religijskim identitetom i vrijednostima. Mnogi mladi danas se ne identificiraju s tradicionalnim religijskim institucijama, dok se neki čak distanciraju od religije, što dovodi do smanjenja religijske pobožnosti i prakse. Istovremeno, postoji trend individualizacije religijskog identiteta, gdje mladi sve više kreiraju svoj lični religijski identitet, prema vlastitim potrebama i interesovanjima, a što može uključivati kombinaciju različitih religijskih tradicija ili čak duhovne, ali ne nužno i religijske prakse.

Religioznost mladih suočava se s brojnim izazovima u savremenom društvu. Jedan od najvećih izazova je balansiranje između tradicije i modernosti, gdje se mladi ljudi nalaze između očuvanja religijskih vrijednosti svojih porodica i društvene zajednice i želje da se uključe u globalizirani svijet s različitim vrijednostima i normama. Ipak, mladi danas imaju priliku da razvijaju jedinstvene oblike religijskog izraza koji se često temelje na ličnom duhovnom iskustvu i individualnim vrijednostima.

Istraživanja religioznosti na ovim prostorima posebno su se intenzivirala krajem 1960-ih godina pa sve do kulminacije religioznosti kao vrijednosne orijentacije 1990-ih. Ovome

je doprinosila i promjena političkih okolnosti, a promjena položaja religije u društvima se najviše očitovala kroz dopuštanje i promoviranje javne religioznosti. Institucionalnom religijskom edukacijom, odnosno uvođenjem vjeronauke u obrazovni sistem i javne škole, religija postaje značajan faktor u odgoju mladih generacija. (Bezinović i drugi, 2005)

Istraživanja religioznosti pokazuju da je ona najviša kod mladih (Marinović Jerolimov, 2002) te s godinama opada i potom dolazi do novog porasta religioznosti u starijoj dobi. Na našim prostorima dosadašnja istraživanja pravoslavne religioznosti (Turjačanin et al., 2010; Dušanić, 2013; Dušanić, 2019) pokazuju da se većina mladih izjašnjava religioznim (71%), ali se ta religioznost više verbalno ispoljava nego što se praktikuje kroz molitvu, posjećivanje bogomolja, čitanje vjerske literature i slično. (Dušanić, 2019) Religioznost mladih katoličke vjeroispovijesti je također vrlo izražena pa se u nekim istraživanjima (Mandarić, 2000) čak 53.4% ispitanih slaže s tvrdnjom: "Vjerujem u Isusa Krista i ono što naučava Učiteljstvo Katoličke crkve".

U istraživanjima o islamskoj religioznosti, posebno se izdvaja važnost namaza, ne samo kao oblika religioznosti, nego i indikatora predanosti i posvećenosti izvršavanju vjerskih obaveza. Isić-Imamović i Hasanagić (2020) naglašavaju da obavljanje namaza pomaže mladima u razumijevanju samih sebe, integraciji ega, suočavanju s neprijatnim životnim iskustvima i osjećanjima te doprinosi očuvanju mentalnog zdravlja i sprečavanju razvoja različitih psihičkih smetnji.

Povećana religioznost kod mladih obično je praćena izostankom sklonosti k maloljetničkoj delinkvenciji i drugim vidovima socijalno nepoželjnih i antisocijalnih ponašanja (Unlu i Sahin, 2016; Johnson, 2021), a razlog ovome može biti i obaveznost praćenja religijskih normi ponašanja, kao i izražena socijalna podrška unutar religijske grupe. (Allen i Lo, 2010)

Glock i Stark nude petodimenzionalni model religioznosti prema

kojem se religioznost posmatra kroz pet kategorija: ideološka dimenzija, ritualna praksa, religiozna iskustva, intelektualna dimenzija te dimenzija posljedica vjere za život. (Glock i Stark, 1965)

U nastavku će za svaku od ovih dimenzija biti prikazano kako se ona ispoljava među mladima.

Ideološka dimenzija (eng. Belief) podrazumijeva ličnu pobožnost, odnosno lično religiozno iskustvo pojedinca. Ova dimenzija obuhvata osnovna, temeljna vjerovanja koja određenu religiju čine specifičnom, naprimjer vjerovanje u jednog Boga Koji *nije rodio i rođen nije* (Kur'an, 112:3). Mladi, posebno mlade generacije koje ovdje posmatramo, mogu ovu dimenziju imati razvijeniju u odnosu na druge, jer ona zahtijeva ličnu posvećenost, ali je više nezavisna od socijalne podrške i aktuelnog sistema vrijednosti nego ostale dimenzije.

Ritualna praksa (engl. Practice) odnosi se na bilo koje lične ili javne oblike pobožnosti koji uključuju molitve, post, obilježavanje slave, krštenje i slično. Ova praksa ispoljava se od strane vjernika kroz određene obrede, naprimjer klanjanje namaza ili obavljanje obreda hadža.

Religiozna iskustva (engl. Experience) neposredni su doživljaji obraćanja Bogu, mistični doživljaji i druga neobična iskustva koja pojedinac ima.

Intelektualna dimenzija (engl. Knowledge) odnosi se na poznavanje sadržaja vjere, odnosno znanja o religijskim postulatima, normama, pravilima i obavezama.

Dimenzija posljedica vjere za život (engl. Consequences) jeste dimenzija koja pokazuje koliki uticaj vjera ima na život pojedinca, odnosno da li on mijenja svoje ponašanje i sistem vjerovanja i vrijednosti tako što usvaja određene vjerske istine, naprimjer obećanje zagrobnog života ili proživljenja i slično.

Značajna obilježja generacije Z

Prema Oxfordskom rječniku sociologije (Scott i Marshall, 2005), pojam *generacija* označava starosnu

kohortu koja se sastoji od članova društva koji su rođeni približno u isto vrijeme. Ovaj termin koristi se i kao društvena kategorija, kada predstavlja različite starosne grupe. Istraživački je posebno zanimljivo pitanje generacijskih promjena i međugeneracijskih razlika.

Generacijska Strauss-Howe teorija predstavljena je 1991. u knjizi "Generations", a razrađena u "The Fourth Turning". (Strauss i Howe, 1997) Prema ovoj teoriji, velike promjene u SAD-u praćene su i generacijskim promjenama, a iste su primijećene i u drugim društvima. Društveni događaji i opća klima u kojoj neka generacija odrasta značajno će obilježiti sve one koji odrastaju unutar te generacije. Naprimjer, oni će imati vrlo slične stavove, navike i ponašanja, odnosno imat će specifičan zajednički kolektivni sistem vrijednosti. Promjene koje prate određene generacije karakteriziraju tehnološka dostignuća, brisanje vremenskih i prostornih ograničenja, ali i promjene u vrijednosnim sistemima i stavovima prema različitim društvenim pitanjima. Ove vrijednosti mogu se, u nekoj mjeri, razlikovati među pojedincima koji pripadaju istoj generaciji, ali će unutar grupe razlike biti značajno manje nego razlike između te i neke druge generacije.

Prema Strauss-Howe teoriji, svaka generacija traje 20-ak godina, a odlučujuće, značajne promjene vidljive su svake četiri generacije i one uključuju transformaciju društvenih struktura. Danas u literaturi razlikujemo sljedeće generacijske kategorije:

- *Tiha generacija* – rođeni prije 1945. godine,
- *Baby Boom(ers)* – rođeni nakon II svjetskog rata, tj. između 1946. i 1960. godine,
- *Generacija X* – rođeni između 1960. i 1980. godine,
- *Generacija Y (milenijalci)* – rođeni između 1981. i 1995. godine,
- *Generacija Z* – rođeni između 1996. i 2010. godine te
- *Generacija Alpha* – rođeni nakon 2011. godine. (Strauss i Howe, 1991; Polok i Szromek, 2024)

Generacija Z, ili Gen Z (Dimock, 2019). generacija je ljudi koji su još uvijek previše mladi da bi mijenjali svijet, ali njihov sistem vrijednosti ubrzo će postati kolektivna svijest. Neka od specifičnih, uočljivih obilježja pripadnika ove generacije jeste da su oni tolerantniji prema drugima nego prethodne generacije, da društvene mreže koriste za promoviranje trendova i vrijednosti, da su vrlo samostalni i manje svoju slobodu stavljaju u podređen položaj u odnosu na autoritete te su i manje religiozni. Kako su im obično oba roditelja zaposlena, odrastaju često sami i rano se nauče da budu nezavisni, što je možda i jedan od osnovnih razloga njihove nemarnosti za zvanične institucije. Vjerovanje bez pripadanja konkretnoj konfesiji, individualna duhovnost i sklonost traženju "religijskih prečica" čine se kao temeljne karakteristike religioznosti među mladima Z generacije. (Vukojević, 2020)

Dok su prethodne generacije oblikovane tradicionalnim religijskim normama i praksama, mladi Z generacije izloženi su često različitim uticajima na njihov odnos prema religiji i duhovnom. Tehnološki napredak, sveprisutnost društvenih mreža i interneta, omogućava im pristup raznovrsnim informacijama i perspektivama, a kako ova generacija posebno naglašava važnost autentičnosti i individualnosti, ovo se reflektira i na njihove religijske stavove i prakse. Mladi Z generacije često preispituju tradicionalne religijske norme i vrijednosti, što dalje oblikuje nove vidove duhovnosti, razvijene prije na ličnom iskustvu nego na tradicionalnim vrijednostima i običajima. Ova transformacija religioznosti može se pratiti ne samo kroz vrijednosti dobivene isključivo na upitnicima religioznosti nego i drugih konstrukta i faktora koji se nalaze unutar same religioznosti. Razumijevanje religioznosti kod Z generacije nije samo akademska tema, nego i značajno pitanje koje se odnosi na razumijevanje svakodnevnog života i vrijednosti mladih u globaliziranom savremenom svijetu.

Adolescencija je praćena brojnim, burnim i neočekivanim promjenama, a najznačajnije i najprimjetnije promjene dešavaju se u području emotivnog razvoja. Emocionalna kompetentnost, kao temelj sposobnosti čovjeka da osjeća empatiju, da prepozna vlastita i tuđa emotivna stanja i, u skladu s njima, da reaguje na adekvatan i (samo)podržavajući način, pokazuje se i kroz emocionalnu inteligenciju, a koju Takšić i drugi (2006) opisuju kao svijest o vlastitim i tuđim emocionalnim stanjima, što omogućuje učinkovitije suočavanje s potencijalnim problemima i regulaciju ponašanja. Emocionalnu inteligenciju opisuju i kao set sposobnosti koje uključuju tačno prepoznavanje, adekvatno izražavanje i upravljanje emocijama te upotrebu emocionalnih informacija u svakodnevnom funkcioniranju. (Bradić, Žauhar i Takšić, 2010) Ova sposobnost obrade i korištenja emocionalnih informacija nezanemariva je i kod poimanja koncepta Boga i razvoja duhovnosti i religioznosti uopće.

Model emocionalne inteligencije Mayera i Saloveya (1999) razlikuje četiri nivoa ove sposobnosti a to su: prepoznavanje, procjena i izražavanje emocija (kao najniži nivo), korištenje emocija za intelektualne procese, razumijevanje emocija te konačno upravljanje emocijama (kao najviši stepen razvijenosti ove sposobnosti). Posmatrajući ovaj model iz perspektive ispitivanja religioznosti kod mladih generacije Z, može se pretpostaviti da će više vrijednosti na svakom od nivoa značiti i višu religioznost – uspješnije prepoznavanje, procjena i izražavanje emocija vode ka povećanju empatije, boljem prepoznavanju svojih i tuđih emocija, a što je posebno važan aspekt duhovnosti. Dalje, korištenje emocija za intelektualne procese omogućava jasnije prepoznavanje sopstvene religioznosti, vodeći vjernika ka razvijanju osjećaja zahvalnosti, iskazivanju potrebe ili traženje Božije pomoći i zaštite. Treći nivo ove sposobnosti ili razumijevanje emocija također može biti u funkciji razvoja duhovnosti i prepoznavanja istinskih potreba

vjernika, a što bi u islamu, naprimjer, bilo opisano kao *ihsan*. Posljednji nivo ili upravljanje emocijama nije samo pokazatelj razvijenosti emocionalne inteligencije nego upućuje i na izgrađen zdrav odnos prema Bogu, odnosno na stabilnu i sigurnu afektivnu povezanost s Bogom.

Metodološki okvir istraživanja

Problem istraživanja

Nezavisno, ali uporedo s porastom istraživačkog zanimanja za fenomen religioznosti, raste i interes za proučavanje emocionalne inteligencije. Razvijaju se prvi modeli i instrumenti mjerenja, a na našim prostorima najznačajnijim se izdvaja rad Vladimira Takšića (2006). Kao i kod religioznosti, emocionalna inteligencija mladih predstavlja izazovno i nedovoljno istraženo područje, a povezanost ovih fenomena koji se međusobno prepliću i nadopunjuju od značaja je i za razumijevanje istraživačkog problema kojim se bavimo u ovom radu.

Naše istraživanje bavi se ispitivanjem religioznosti među mladima Z generacije s posebnim fokusom na povezanost emocionalne kompetentnosti i samopoštovanja s religioznošću te uticajima sociodemografskih karakteristika spola, uzrasta i samoiskazane religioznosti. Korišteni su istraživački metodi: metod teorijske analize, deskriptivno-analitički servej metod i metod korelacije. Analiziranjem ovih faktora omogućit će se bolje razumijevanje uloge religioznosti u životima mladih ljudi, kao i uloga religijskih uvjerenja u oblikovanju njihovog vrijednosnog sistema.

Istraživačke hipoteze

Na temelju problema istraživanja formulirane su sljedeće istraživačke hipoteze:

H1: Mlade karakteriziraju specifični obrasci religioznosti koji se odlikuju visokim stepenom religioznosti, dok istovremeno pokazuju visok stepen samopoštovanja i emocionalne kompetentnosti.

H2: Sociodemografske karakteristike ispitanika (poput spola, dobi i samoiskazane religioznosti) značajno utiču na razlike u religioznosti, emocionalnoj kompetentnosti i samopoštovanju, pri čemu se očekuje da će ove varijable pokazivati različite obrasce ovisno o sociodemografskim faktorima.

Ispitanici

Istraživanje je provedeno na uzorku od 150 ispitanika, starijih pripadnika Z generacije starosti od 18 do 28 godina ($M = 21.72$, $SD = 3.36$), pri čemu je 94 ispitanika ženskog (62.7%), a 56 ispitanika muškog spola (37.3% uzorka). Svi ispitanici izjasnili su se kao pripadnici islamske vjeroispovijesti. U ispitivanju su učestvovali dobrovoljno, putem online ankete, a obuhvaćeni su studenti Univerziteta u Bihaću, trenutno nastanjeni na području Unsko-sanskog kantona. Z generacija bila je odabrana kao ciljna skupina zbog svog jedinstvenog pristupa životu, kao i specifičnog sistema vrijednosti. Ispitanici su bili informirani o svrsi istraživanja, a podaci su prikupljeni anonimno, čime je osigurana privatnost i povjerljivost informacija. Iako uzorak nije reprezentativan za cijelu populaciju, odabrana skupina omogućava detaljno razumijevanje specifičnih vrijednosti i stavova Z generacije kada je u pitanju problem ovog istraživanja.

Instrumenti

Kratka skala religioznosti korištena je za mjerenje religioznosti i njenog prakticiranja. Skala se sastoji od pet tvrdnji (Bezinović i drugi, 2005), gdje je prvonavedena tvrdnja "Vjerujem u Boga" osnovni indikator religioznosti, tj. religijske samoidentifikacije, a ostale tvrdnje su s njom u kauzalnom odnosu. Tvrdnja "Imam osjećaj da me Bog čuva" obuhvata protektivnu funkciju religioznosti i mjeri pozitivno religijsko iskustvo, dok tvrdnja "Bojim se Božije kazne" također mjeri religijsko iskustvo, ali negativnog kvaliteta i kroz emociju straha i doživljaja eksternalne kontrole

ponašanja ispitanika. Ove dvije tvrdnje jesu indikator tradicionalne religioznosti. Tvrdnja "Vjera mi pomaže da lakše podnosim životne teškoće i probleme" je u funkciji ispitivanja kako religioznost utiče na svakodnevni život vjernika, i ona je indikator posljedične dimenzije religioznosti. "Puno razmišljam o vjeri, religiji, Bogu" kao posljednja tvrdnja ove skale odgovara Allportovom viđenju "zrele religioznosti" (Allport, 1950), implicirajući duboko razmišljanje i intelektualnu angažovanost s ovim pitanjima.

Upitnik emocionalne kompetentnosti je prvobitno konstruiran s 45 tvrdnji (UEK-45, Takšić, 1998) i mjeri nivo emocionalne kompetentnosti ispitanika. Sadrži tri subskale koje procjenjuju sposobnost uočavanja i razumijevanja emocija, sposobnost izražavanja i imenovanja te sposobnost upravljanja emocijama. (Takšić, 2006) Primjeri tvrdnji su: "Dobro raspoloženje mogu zadržati i ako mi se nešto loše dogodi", "Lako ću smisliti način da pridem osobi koja mi se sviđa" te "Mogu opisati kako se osjećam". Upitnik se široko koristi u ispitivanjima karakteristika emocionalne inteligencije kao sposobnosti, ali se može posmatrati i kao crta ličnosti. (Bradić i drugi, 2010)

Rosenbergova skala samopoštovanja (RSES – Rosenberg Self-Esteem Scale; Rosenberg, 1965) sastoji se od 10 tvrdnji koje su namijenjene mjerenju globalne vrijednosne orijentacije prema sebi (Lacković-Grgin, 1994), tj. samovrijednosti ili samopoštovanja, a na način da se mjere pozitivna i negativna osjećanja prema samom sebi. Primjeri tvrdnji su: "U cjelini, zadovoljan/na sam sobom", "Sposoban/na sam da radim stvari podjednako dobro kao i drugi ljudi" te "Smatram da, u najmanju ruku, vrijedim podjednako kao i druge osobe". Tvrdnje definirane u negativnom smjeru se obrnuto boduju. Ova skala je prevedena i prilagođena brojnim jezicima, a danas se široko upotrebljava za mjerenje samopoštovanja i smatra se pouzdanim instrumentom. (Schmitt i Allik, 2005)

Varijabla religijske samoidentifikacije (tzv. Proširena skala religioznosti; Bezinović, Marinović Bobinac i Marinović Jerolimov, 2005) sastoji se od 6 mogućih kategorija, odnosno samoprocjena koje ukazuju na odnos ispitanika prema religiji i to od 1 = "Uvjereni sam vjernik/ca i prihvatam sve što moja vjera uči" do 6 = "Nisam religiozan/na i protivnik/ca sam religije". Ispitanici biraju samo jednu od ponuđenih kategorija, ovisno o tome koja njih lično najbolje opisuje.

U instrumentarij je uključeno i nekoliko pitanja o sociodemografskim karakteristikama ispitanika, odnosno o spolu i uzrastu te je ponuđeno pitanje kojoj konfesiji ispitanik pripada.

Tvrđnje iz korištenog instrumentarija su semantički jasne, jednoznačne i lako razumljive te su često korištene u svakodnevnom jeziku. Ukupan skor na svakom od primijenjenih instrumenata govori o izraženosti mjerene pojave pa viši skor ukazuje na višu religioznost, emocionalnu kompetentnost ili samopoštovanje. Pritom, ukupni skor na svakom upitniku je podijeljen s brojem tvrdnji pa je tako teorijski raspon odgovora na svakom od upitnika bio od 1 do 5, čime je omogućeno lakše prikazivanje podataka.

Obrada podataka

Izračunati su osnovni statistički parametri: frekvencije, postoci,

aritmetičke sredine, standardne devijacije, minimalni i maksimalni rezultat. Relacije među varijablama prikazane su pomoću Pearsonovog koeficijenta korelacije, a intergrupne razlike provjerene su pomoću t-testa za nezavisne uzorke.

Rezultati istraživanja

Deskriptivna analiza dobivenih podataka (Tabela 1) pruža osnovne informacije o distribuciji podataka i karakteristikama uzorka (N= 150), sastavljenog od 94 ispitanika ženskog i 56 ispitanika muškog spola starosti od 18 do 28 godina, prosječne starosti oko 22 godine.

Tabela 1. Osnovni parametri deskriptivne statistike za ispitivane varijable (N= 150)

Varijabla	M (SD)	Minimalne i maksimalne vrijednosti	α
religioznost	4.90 (.23)	3.20 – 5.00	.66
emocionalna kompetentnost	3.96 (.67)	1.80 – 5.00	.90
samopoštovanje	3.71 (.73)	2.00 – 5.00	.83

Kako je prikazano u Tabeli 1, ispitanici su imali izuzetno visoke vrijednosti na Kratkoj skali religioznosti, što znači da ovaj uzorak izvještava o značajnom stepenu samoprocijenjene religioznosti. Vrijednosti emocionalne

kompetentnosti su također visoke, a što je i očekivano, s obzirom na visoku religioznost. Ispitanici pokazuju i povišene vrijednosti za varijablu samopoštovanje. Na svim instrumentima ostvarene su maksimalne

teorijske vrijednosti, dok su empirijske minimalne vrijednosti više od teorijskih minimalnih vrijednosti za sve ispitivane varijable. Cronbachovo alpha potvrđuje zadovoljavajuću pouzdanost korištenog instrumentarija.

Tabela 2. Varijabla religijske samoidentifikacije (N= 150)

Opća procjena religioznosti	f	%
Uvjereni sam vjernik/ca i prihvatam sve što moja vjera uči	130	86.7
Religiozan/na sam, premda ne prihvatam sve što moja vjera uči	12	8.0
Prema religiji sam ravnodušan/na	7	4.7
Nisam religiozan/na, iako nemam ništa protiv religije	1	.7

Kako je prikazano u Tabeli 2, najveći broj ispitanika (86.7%) izjašnjava se kao uvjereni vjernici koji prihvataju vjersko učenje religije kojoj pripadaju, tj. islamsko

učenje, dok se tek 13.4% uzorka ne identifikira s islamskim učenjem u ovolikoj mjeri. Nije bilo ispitanika u uzorku koji su se izjasnili kao nereligiozni.

Iako uzorak nije bio spolno ujednačen, ispitane su i spolne razlike u varijablama istraživanja, a značajnost dobivenih razlika prikazana je u Tabeli 3.

Tabela 3. Spolne razlike u ispitivanim varijablama (N= 150)

Varijabla	Spol	M (SD)	t (p), df= 148
religioznost	muški	4.92 (.21)	1.161 (.24)
	ženski	4.88 (.24)	
emocionalna kompetentnost	muški	4.00 (.82)	.534 (.59)
	ženski	3.94 (.56)	
samopoštovanje	muški	3.75 (.69)	.456 (.65)
	ženski	3.69 (.76)	

$p < .01^{**}$, $p < .05^{*}$

Prema podacima prikazanim u Tabeli 3, ne postoje statistički značajne razlike u odgovorima koje muški i ženski ispitanici daju prilikom samopoznavanja o stepenu svoje religioznosti, emocionalnoj kompetentnosti ili samopoštovanju. Dakle, iako momci ostvaruju više skorove u odnosu na djevojke, ove razlike nisu statistički značajne te se može zaključiti kako ne postoje spolne razlike u navedenim varijablama, a na osnovu podataka dobivenih u ovom istraživanju.

Iako su provjerene i značajnosti

razlika u ispitivanim varijablama s obzirom na uzrast ispitanika, dobivene su značajne razlike samo za varijablu Samopoštovanje, gdje je utvrđena pozitivna, statistički značajna povezanost na nivou značajnosti .01, pa se zaključuje da stariji ispitanici imaju nešto više samopoštovanje ($r = .330$, $p = .00$).

Nije dobivena statistički značajna povezanost ispitivanih varijabli s varijablom religijske samoidentifikacije, osim s ukupnim skorom na Kratkoj skali religioznosti, gdje je povezanost statistički značajna na nivou .01 ($r = .458$, $p = .00$),

a što je i očekivano jer je na različit način mjerena ista vrijednosna orijentacija.

U Tabeli 4 prikazane su interkorelacije ispitivanih varijabli. Statistički značajna povezanost postoji između religioznosti i emocionalne kompetentnosti i ova značajnost je na nivou .01, dok nije dobivena statistički značajna povezanost religioznosti sa samopoštovanjem. Emocionalna kompetentnost i samopoštovanje koreliraju uz statističku značajnost, također na nivou .01. Obje navedene korelacije su niske i pozitivne.

Tabela 4. Interkorelacije za ispitivane varijable (N= 150)

r (p)	Religioznost	Emocionalna kompetentnost	Samopoštovanje
religioznost	1		
emocionalna kompetentnost	.369**	1	
samopoštovanje	.101	.284**	1

$p < .01^{**}$, $p < .05^{*}$

Izračunate su vrijednosti deskriptivne statistike za sve čestice primijenjenih skala. Na osnovu prikazanih podataka, najviše aritmetičke sredine dobivene na Kratkoj skali religioznosti su za tvrdnju "Vjerujem u Boga" ($M = 4.99$), nakon čega slijedi tvrdnja "Imam osjećaj da me Bog čuva" ($M = 4.97$), a ostale tvrdnje na ovoj skali su također procijenjene vrijednostima iznad 4.0. Na Upitniku emocionalne kompetentnosti su najviše skorovane tvrdnje "Iz neugodnih iskustava učim kako se ubuduće ne treba ponašati"

($M = 4.43$) i "Lako primijetim promjenu raspoloženja svoga prijatelja" ($M = 4.40$), a na Skali samopoštovanja tvrdnje "Smatram da posjedujem veliki broj pozitivnih osobina" ($M = 4.31$) i "Sposoban/na sam da radim stvari podjednako dobro kao i drugi ljudi" ($M = 4.27$).

Diskusija rezultata

Područje psihologije religije i psihologije religioznosti istraživački je suvremenski aktuelno jer je pojedinac – a samim time i njegovo vjerovanje

– osnovna jedinica koju izučava psihologija. Psiholozi u svojim ispitivanjima, propitivanjima i testiranjima te u svojim empirijskim istraživanjima tragaju za odgovorima na pitanje determinanti ili prediktora određenog ponašanja, kako kod pojedinca tako i na nivou grupe. Poznavanje okolnosti u kojima se određeno ponašanje obično javlja može u značajnoj mjeri pomoći pri kreiranju različitih socijalnih politika, osmišljavanju preventivnih programa i tretiranja fenomena iz oblasti socijalne patologije i psihopatologije.

Ova studija ispitala je odnos religioznosti, uspješnosti regulacije emocija i stepena samopoštovanja na uzorku (N=150) mladih islamske vjeroispovijesti. Postavljene istraživačke hipoteze djelimično su potvrđene ovim istraživanjem. Mladi tzv. Z generacije karakteriziraju specifični obrasci religioznosti, koji se odlikuju visokim stepenom religioznosti, dok istovremeno pokazuju visok stepen samopoštovanja i emocionalne kompetentnosti i ova hipoteza je u potpunosti potvrđena ovim istraživanjem. S druge strane, sociodemografske karakteristike ispitanika, kao što su spol, dob i samoiskazana religioznost, nisu značajno uticale na razlike u religioznosti, emocionalnoj kompetentnosti ili samopoštovanju.

Ovi nalazi sugeriraju da su se obrasci religioznosti i emocionalne kompetencije među mladima možda razvili na načine koji su neovisni o konvencionalnim sociodemografskim karakteristikama i možda odražavaju određene promjene u društvenim okruženjima i kulturnim normama primjenjivim na oblikovanje mladih generacija. Ovaj odnos može biti rezultat individualiziranih pristupa religijskim uvjerenjima i naglašene težnje za osobnom autonomijom, pri čemu im religija nema ulogu primarnog izvora emocionalne podrške, ali je značajan i neizostavan faktor u razvoju identiteta kod mladih i njihovog vrijednosnog sistema. Takav bi odnos mogao biti rezultat individualiziranijeg pristupa religijskom uvjerenju, uz naglašenu želju za osobnom autonomijom, koja je donekle karakteristična za generaciju Z.

Iako ovim istraživanjem nisu ispitivane vrijednosti koje se neposredno vezuju uz fenomen religioznosti, dobiveni su značajni uvidi u složenost i prisutnost religioznosti među pripadnicima jedne specifične grupe, subkulture, tj. mladih tzv. Z generacije. Iako dosadašnja istraživanja nisu ukazivala na izraženost religioznosti kod ove grupe, dobiveni podaci mogu se razumjeti i iz perspektive socijalne poželjnosti, odnosno davanja odgovora u skladu s trenutnim, konformističkim vrijednostima gdje je religioznost prihvaćena i prikazana kao vrijednost od strane izvora koje mladi smatraju relevantnim, kao što su vršnjaci, a posebno društvene mreže. Naredna istraživanja trebalo bi da ovdje dobivene podatke uporede s vrijednostima koje mladi istog uzrasta imaju na pojedinačnim dimenzijama religioznosti.

Ipak, kako se može pretpostaviti na osnovu ovdje dobivenih rezultata, mladi Z generacije predstavljaju istraživački vrlo zanimljivu populaciju, a razumijevanje njihovog usvajanja i održavanja vrijednosti i vrijednosnih orijentacija omogućit će lakše i bolje razumijevanje vrijednosti koje će se tek razvijati i koje će biti temelji moralnog rasuđivanja, kritičkog mišljenja, načina rješavanja problemskih situacija i slično, u predstojećim decenijama, odnosno u vremenu kada Z generacija počinje prezentirati vrijednosti iz kojih djeluje prema svijetu.

Zaključak

Današnja tendencija mladih je graditi svoj identitet na osobnom uvjerenju i iskustvu. Stoga, iako religija

ne mora nužno biti primarni izvor emocionalne pomoći, ona pridonosi tom formiranju njihovog identiteta i sistema vrijednosti. U tom kontekstu, religija se može više promatrati u području moralnih načela i osjećaja zajedništva, a ne tradicionalnih oblika vjerske pripadnosti ili autoriteta. Ovo može pružiti objašnjenje za visoku emocionalnu kompetenciju i visoko samopoštovanje čak i usred nepostojanja tradicionalnih religijskih normi.

Nalazi dobiveni u ovom istraživanju mogli bi utrti put daljnjim studijama koje bi pokušale detaljno objasniti kako se religioznost uklapa u šire društveno i kulturno okruženje mladih ljudi u kontekstu o kojem je riječ i kako zasebne dimenzije religioznosti počinju utjecati na emocionalno sazrijevanje i samopoštovanje.

Implikacije ovih rezultata sugeriraju da bi društvo trebalo razviti bolje razumijevanje religioznosti koja nije nužno vezana uz institucionalne oblike, već prema osobnim uvjerenjima i duhovnim potrebama pojedinca. Takođe, obrazovne i kulturne institucije mogu koristiti ove uvide za kreiranje programa koji bolje odgovaraju potrebama mladih u pogledu religijske i duhovne edukacije, a polazeći od specifičnosti koje odlikuju Z generaciju.

Za buduća istraživanja može se preporučiti uključivanje većeg uzorka, kao i istraživanje uloge novih medija u oblikovanju religioznih stavova i vrijednosti mladih. Pored toga, dalja istraživanja trebaju se baviti i dubljim uvidima u način na koji mladi usklađuju svoje religijske vrijednosti sa životnim stilom te ličnim i društvenim normama.

Literatura

- Allen, T. M. i Lo, C. C. (2010). Religiosity, spirituality, and substance abuse. *Journal of Drug Issues*, 40 (2), 433–459.
- Allport, G. W. (1950). *The individual and his religion: a psychological interpretation*. Macmillan.
- Beit-Hallahmi, B., & Argyle, M. (1997). *The psychology of religious behaviour, belief and experience*. London: Routledge.
- Bezinović, P., Marinović Bobinac, A. i Marinović Jerolimov, D. (2005). Kratka ljestvica religioznosti: validacija na uzorku adolescenata. *Društvena istraživanja*, 14 (1-2), 135–153.
- Bradić, S., Žauhar, V. i Takšić, V. (2010). Faktorska struktura Upitnika emocionalne kompetentnosti (UEK-45) u različitim kulturama. *XVII. Dani psihologije u Zadru – Sažetci radova*. Zadar: Odjel za psihologiju Sveučilišta u Zadru, str. 22.
- Dimock, M. (2019). Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. *Pew Research Center*, 17 (1), 1–7.
- Dušanić, S. (2013). Religioznost i određeni korelati mentalnog zdravlja mladih. *Godišnjak za psihologiju*, 9 (11), 57–67.

- Dušanić, S. (2019). Religijski identitet mladih u Republici Srpskoj: važnost, percepcija i mjerenje. *Godišnjak za psihologiju*, 16, 137-156.
- English, H. B., English, A. C. (1976). *A Comprehensive Dictionary of Psychological and Psychoanalytical Terms*. New York: David McKay Company, Inc.
- Glock, C. Y. i Stark, R. (1965). *Religion and society in tension*. Skokie: II Rand Mc Nally.
- Hyde, K. E. (1990). *Religion in childhood and adolescence: A comprehensive review of the research*. Religious Education Press.
- Isić-Imamović, A., & Hasanagić, A. (2020). Psihološki aspekti religijskog iskustva mladih u islamskoj molitvi – namazu. *Novi muallim*, 21 (81), 15-22.
- Johnson, B. R. (2021). How religion contributes to the common good, positive criminology, and justice reform. *Religions*, 12 (6), 402.
- Lacković-Grgin, K. (1994). *Samopoimanje mladih*. Jastrebarsko: Naklada Slap.
- Mandarić, V. B. (2000). *Religiozni identitet zagrebačkih adolescenata*. Zagreb: Institut društvenih znanosti.
- Marinović Jerolimov, D. (2002). Religioznost, nereligioznost i neke vrijednosti mladih. U: V. Ilišin i F. Radin (ur.), *Mladi uoči trećeg milenija* (str. 79-124), Zagreb, Institut za društvena istraživanja u Zagrebu i Državni zavod za zaštitu obitelji, materinstva i mladeži.
- Mayer, J. D., & Salovey, P. (1999). Što je emocionalna inteligencija? U: P. Salovey, D.J. Sluyter (Ur.), *Emocionalni razvoj i emocionalna inteligencija – pedagoške implikacije* (19-55) (prijevod B. Jakovljević). Zagreb: Educa.
- Mihaljević, V. (2017). Religijski pokreti u djelu Željka Mardešića – društvenost homo religiosus-a. *Crkva u svijetu*, 52 (4), 752-767.
- Pavić, Ž. (2016). *Postmodernost društvo i nevidljiva religioznost*. Osijek: Odjel za kulturologiju sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Matrica Hrvatska – Ogranak u Osijeku.
- Polok, G. i Szromek, A. R. (2024). Religious and Moral Attitudes of Catholics from Generation Z. *Religions*, 15 (1), 25.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Schmitt, D. P. i Allik, J. (2005). Simultaneous administration of the Rosenberg Self-Esteem Scale in 53 nations: Exploring the universal and culture-specific features of global self esteem. *Journal of Personality and Social Psychology*, 89, 623-642.
- Scott, J. & Marshall, G. (2005). *A Dictionary of Sociology*. Oxford University Press.
- Strauss, W. i Howe, N. (1991). *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069* (1 ed.). New York: William Morrow and Company.
- Takšić, V. (1998). *Validacija konstrukta emocionalne inteligencije*. Doktorska disertacija. Zagreb: Odsjek za psihologiju Filozofskog fakulteta u Zagrebu.
- Takšić, V., Mohorić, T. i Munjas, R. (2006). Emocionalna inteligencija: teorija, operacionalizacija, primjena i povezanost s pozitivnom psihologijom. *Društvena istraživanja*, 15, 729-752.
- Turjačanin, V., Majstorović, D., Turjačanin, M., Milosavljević, B., Dušanić, S. i Lovrić, S. (2010). *Tolerancija u društvu*. Banjaluka: Centar za kulturni i socijalni popravak.
- Unlu, A. i Sahin, I. (2016). Religiosity and youth substance use in a Muslim context. *Journal of ethnicity in substance abuse*, 15 (3), 287-309.
- Vukojević, B. (2020). Odnos generacije Z prema religiji. *Politeia*, 10 (20), 139-152.
- Zrinščak, S. (2008). Što je religija i čemu religija: sociološki pristup. *Bogoslovska smotra*, 78 (1), 25-37.

الموجز

تدين شباب الجيل Z

ديانا سليمانوفيتش

يتحدث هذا المقال عن تدين شباب الجيل Z، وقد كان هدف البحث دراسة جوانب التدين المختلفة عند هذه الفئة، وزيادة فهم دور التدين في حياة الشباب، وكذلك دور المعتقدات الدينية في تشكيل نظام القيم الخاص بهم، بناء على البيانات التي تم الوصول إليها. وقد أجري البحث على عينة مكونة من 150 شخصا تراوحت أعمارهم من 18 إلى 28 عاما، منهم 94 أنثى، و 56 ذكرا، وقد طبقت أدوات البحث الآتية: مقياس التدين القصير، واستبيان الكفاءة العاطفية، ومقياس روزنبرغ لتقدير الذات، ومُعامل تحديد الهوية الذاتية الدينية، كما استخدمت طرق البحث الآتية: طريقة التحليل النظري، وطريقة المسح الوصفي التحليلي، وطريقة الارتباط. وأظهرت نتائج البحث أن شباب جيل Z يتميزون بأنماط محددة من التدين، تتسم بمستوى عال جدا من التدين، مع مستوى عال من الكفاءة العاطفية وتقدير الذات. ومن ناحية أخرى، فإن الخصائص الاجتماعية والديموغرافية للمستطلعة آراؤهم (مثل الجنس والعمر ودرجة التدين الذاتي) لا تؤثر بشكل كبير في الاختلافات في التدين والكفاءة العاطفية وتقدير الذات. إن تحليل جوانب التدين في الدراسة يمكن من زيادة فهم الاتجاهات والتحولات الدينية داخل المجتمع المعاصر، فضلا عن التأثير المحتمل في المجتمعات الدينية، وفي الأجيال القادمة.

الكلمات الرئيسية: الدين، التدين، الشباب، الجيل Z

Summary

RELIGIOSITY OF GENERATION Z

Dijana Sulejmanović

The subject matter discussed here is the religiosity of Generation Z. Our goal was to evaluate various aspects of this group of youth's religiosity and thus better understand the role of religion in their lives. We also wanted to see to what extent religious beliefs affect their system of values in general. The research was conducted on a sample of 150 respondents aged between 18 and 28, of whom 94 were female and 56 were male. The research instruments used here are: A Short scale for Religiosity, a Questionnaire about Emotional Competence, Rosenberg's Scale of Self-esteem, and The Variable of Religious self-identification. As for the methods, we used: the method of theoretical analysis, the descriptive-analytical survey method, and the method of correlation. The results showed that the youth of Generation Z can be characterized by a specific form of religiosity, marked by a very high degree of religiousness, and with a high level of emotional competence and self-esteem. On the other hand, the socio-demographic profile of the respondents (like gender, age, and a degree of self-declared religiosity) does not significantly impact differences in religiosity, emotional competence, and self-esteem. Analysis of these aspects provides a better understanding of religious trends and transformation within contemporary society, and it also provides religious communities with an insight into potential implications for future generations.

Keywords: religion, religiosity, youth, Generation Z