

УДК 316.477

DOI <https://doi.org/10.32782/2707-0409.2025.1.26>

Романенко С. В.

кандидат соціологічних наук, доцент,

доцент кафедри соціальної роботи

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

e-mail: s.romanenko@onu.edu.ua

ORCID ID: 0000-0002-7406-9137

ЦИФРОВЕ ПОКОЛІННЯ ЯК ОБ'ЄКТ СОЦІАЛЬНОГО КОНСУЛЬТУВАННЯ (НА ПРИКЛАДІ МОНІТОРИНГОВОГО ВИМІРУ)

Постійне спостереження, вимір та вивчення підростаючого покоління – одне з головних завдань соціальних та поведінкових наук, яке закладає основу для формування стратегій соціального та психологічного консультування, напрямів раннього втручання для подолання більшості вікових криз. І в цьому спеціалісти Одеського національного університету імені І. І. Мечникова не відстають від своїх вітчизняних та закордонних колег. Мета статті – надати уявлення про основні здобутки чергового етапу моніторингового соціологічного дослідження «Старшокласник», що проводиться в Одесі з 1993 р. з інтервалом три роки. Репрезентативне опитування 2024 р. охоплювало учнів 10–11-х класів чотирьох міст різних регіонів України, а тому ці дані дають змогу краще зрозуміти сьогоденне покоління старшокласників, наших завтрашніх абітурієнтів та клієнтів, виміряти їх соціальне самопочуття та самовідчуття, урахувуючи реалії військового стану; співставити життєві плани, ціннісні орієнтації з планами та орієнтаціями попередників; оцінити особливості самоідентифікації підлітків у сучасній ситуації цифрової трансформації соціальної сфери; побачити цілісну картину трансформації інституту сім'ї та зміни поколінь в Одесі та Україні у цілому.

Ключові слова: моніторинг, цифрове покоління, цифрова трансформація, підлітки, постмодерн, метамодерн, соціальне консультування.

Постановка проблеми. Сьогодні ми все частіше чуємо про формування нового покоління, яке зростало в умовах цифрової трансформації, про їхні надзвичайні можливості та поведінкові особливості. Їх називають поколінням Z, зумерами, цифровим поколінням, цифровими аборигенами. Сьогодні це вже підлітки, юнаки та молоді люди, наші студенти та майбутні абітурієнти, що народилися з кінця 90-х років до приблизно 2012 р. Головна їхня особливість у тому, що вони зростали та соціалізувалися в умовах розповсюдження Інтернету і просунутих версій електронних гаджетів, здійсненої цифрової трансформації суспільства. Тобто це покоління, що знає доінтернетівські та докомп'ютерні часи лише за розповідями, фільмами та книгами. Це покоління, яке виховували люди покоління постмодерну, що відмовлялося від слідування метанаративам та традиційним цінностям, а тому ціннісні зрушення у цьому новому поколінні більш яскраво виражені. Нове покоління з молоком матері увібрало цінності постмодерну та

пішло далі, і сьогодні їх відносять уже до представників постпостмодерну або метамодерну [6]. Це покоління, яке бажає вести життя, відмінне від батьків. Теоретикиметамодерну описують його як структуру відчуття, настрою, залежності від загального стану організму, його рівня енергії, рівня ресурсів для боротьби зі змінами навколишнього середовища [10]. Метамодерн – це новий рівень мовних ігор, у якому можуть поєднуватися несумісні, суперечливі ідеї, жодна з яких може не мати відношення до істини, а істину кожен вибирає самостійно виходячи з вибраної системи сенсів. Ключові риси представників метамодерного покоління – це наївність, щирість і серйозність, де тактика симуляції замінюється міфом, меланхолія – надією, а демонстративність – контрактом [10].

Усі ці суперечливі характеристики не можуть не викликати цікавості дослідників. Тому перспектива фіксації та виміру рис метамодерну в одеських та українських старшокласниках становить певний науковий і практичний інтерес, стає важливою підставою для формування стратегій соціального та психологічного консалтингу, практик соціальної роботи та раннього втручання з дітьми, підлітками та молоддю, їхніми родинами, особливо з найбільш уразливими категоріями клієнтів молодшого віку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми соціалізації, становлення, життєвого визначення підлітків та молоді давно знаходяться в полі зору дослідників у галузі соціальних наук: філософів, соціологів, психологів, педагогів. Роботи Ч.Х. Кулі, С. Холла, К. Гріффіна, Е. Еріксона становлять визнану теоретичну базу сучасних досліджень. Праця Н. Хоува та У. Штрауса [9] стала відправною точкою для сучасних описів поколінь та справжньою handbook для всіх, хто цікавиться теорією поколінь. У ній міститься аналіз американського соціуму від часів освоєння американського континенту до ХХІ ст., який показав, що покоління формуються історичними подіями, які впливають на формування системи цінностей. У сучасному ж глобальному соціумі, що характеризується планетарним впливом соціальних, політичних, економічних подій, можна знайти спільні риси генерацій незалежно від їх географічної приналежності.

Однак найбільш суттєву роль у розвитку цих теорій мають емпіричні дослідження, що закладають основу для подальших наукових теоретизувань та реалізації прикладної функції кожної із соціальних наук. Серед вітчизняних спроб такого вивчення прикладом може бути стаття І.В. Бурачек, Д.І. Ярмолук, В.Я. Верстової [1], яка на основі досліджень молоді 2017-го, 2019-го років показує особливості впливання покоління Z у сучасний ринок праці, парадоксальність та суперечливість їхніх цінностей та мотивації. Однак потрібно звернути увагу на те, що до вибірки цих досліджень потрапили також і міленіали як попередня поколінська когорта, тому автори скоріше фіксують проміжну ситуацію і необхідні більш «свіжі» виміри. Дуже цікаву інформацію дає нам стаття Адама Роджера [5], у якій він аналізує серію досліджень компанії Jigsaw, підрозділу компанії Google, який протягом декількох років спостерігав, як молоде покоління сприймає, обробляє

та засвоює інформацію з Інтернету. Це дослідження не претендує на статистичну значущість, але його можна охарактеризувати як антропологічне занурення в життя цифрових аборигенів. Загальний висновок: зумери – це справжнє цифрове покоління. Не має сенсу говорити про «інформаційну грамотність» або вивчати їхній шлях оцінки достовірності інформації. Дослідники пропонують замінити цю категорію на «інформаційну чутливість», що базується на усвідомленій практиці, заснованій на «суспільних евристичних надійності».

Наступне дослідження [12] свідчить, що цифрове покоління не переймається перевіркою фактів. Вони дуже швидко переглядають заголовки та коментарі, щоб дізнатися, що про це думають інші, та делегують визначення істини «перевіреному» інфлюенсерам. Тобто важливу інформацію для них поставляють алгоритми сервісів Інтернету, що стають певними інформаційними фільтрами, які створюють їхній власний всесвіт. Подібний шлях формування «інформаційного всесвіту» зумерів описує і дослідження Pew Research Center [7].

Із репрезентативного дослідження компанії The Harris Poll [8] 1 006 молодих людей у віці 18–27 років видно, що вони намагаються обмежити своє користування соціальними мережами, відчуваючи певну залежність. При цьому вони визнають негативний вплив соціальних мереж на суспільство у цілому, оцінюючи власний вплив (на емоційне здоров'я, соціальне самовідчуття) як позитивний. Вони згодні вводити певні обмеження щодо використання смартфонів дітьми в школі. Тобто, визнаючи глибоку залежність від віртуального простору, зумери намагаються врегулювати свої відносини з гаджетами. Що стосується їхнього стилю життя, то можна навести приклади деяких журналістських досліджень, що надають певне уявлення про це покоління. Наприклад, серія статей у The New York Post [4] про особливості їх працевлаштування, що цілком залежить від ініціативи батьків, які заповнюють резюме, ходять із ними на співбесіди, возять на роботу. При цьому стратегія зумерів – заробити певну кількість грошей, звільнитися та відпочивати декілька років.

Масштабне дослідження 10 тис респондентів, половину яких становили зумери (18–25 років), а половину – представники старших поколінь (26–65 років) було проведено у 2022 р. у США та Великобританії [11]. Воно стосувалося не лише вивчення стилю життя, взаємовідносин з інформацією, а й порівняння ціннісних орієнтацій представників різних поколінь. Це дослідження визначає зумерів як «розчарованих реалістів». Їх розчарування стосується практично всіх традиційних інститутів: релігії, медицини, сім'ї, праці. Важливим вони вважають зберігати баланс між зароблянням грошей та задоволенням від інших аспектів життя. Це дослідження є досконалою ілюстрацією покоління метамодерну з його наївністю та прагматизмом.

Однак жодне із цих досліджень не надає цілісну картину зміни поколінь. Для такої картини необхідне поступове накопичення інформації, що може забезпечити, наприклад, метод моніторингу.

Мета статті – надати цілісну картину цінностей, життєвих планів, орієнтацій та настроїв цифрового покоління, спираючись на матеріали репрезентативного моніторингового дослідження, яке проводилося в Одесі та інших містах України. Основні завдання: розглянути особливості моніторингу «Старшокласник»; описати отримані дані в динаміці за останні 18 років; визначити особливості цифрового покоління як об'єкта соціального консультування з погляду теорії поколінь та принципів метамодерну.

Результати дослідження. Факультет психології та соціальної роботи Одеського національного університету імені І. І. Мечникова за підтримки Департаменту освіти і науки Одеської міської ради восени 2024 р. виступав співорганізатором чергового етапу моніторингового дослідження «Старшокласник» методом анкетного опитування. Цей моніторинг був заснований професором І.М. Поповою у 1993 р. в місті Одесі, 30 років проводився кафедрою соціології Інституту соціальних наук (пізніше – факультету міжнародних відносин, політології та соціології) ОНУ імені І. І. Мечникова. Етапи повторюються кожні три роки. Із 2021 р. організацією моніторингу опікується Соціологічна асоціація України. За її підтримки моніторинг поширено на всі регіони України. Попередній етап моніторингу проводився в 2021 р. [3], частково його результати висвітлювалися в попередньому випуску цього наукового журналу [2].

Об'єктом дослідження 2024 р. традиційно виступали учні 10–11-х класів. Предметом вивчення були цінності, життєві орієнтації, настрої, що впливають на вибір майбутньої професії; відмінні риси сучасної сім'ї, відношення між батьками і дітьми; повсякденні практики старшокласників. Основною метою дослідницької групи виступало знайомство з старшокласниками 2024 р. і порівняння їхніх життєвих уявлень і орієнтацій з їхніми однолітками – старшокласниками 2021-го, 2016-го, 2013-го і т. д. років. Як конкретне завдання дослідження виступало вивчення: планів після закінчення школи та отримання атестата про середню освіту; життєвих цінностей і мотивів, що впливають на вибір професії; складу сім'ї, сімейних стосунків і взаємовідносин із батьками; планів щодо створення в майбутньому власної сім'ї; форм проведення часу поза школою; ступеня та форм інформатизації школярів; їхнього загального соціального самопочуття та самовідчуття; особливостей навчального процесу під час війни. В опитуванні 2024 р. взяли участь 2 147 учнів 10–11-х класів Одеси, Харкова, Черкас та Дрогобича. Погрішність вибірки не перевищувала 5%. Збір первинної інформації відбувався методом CAWI (Computer assisted Web interview).

Особливістю етапу-2024 був акцент на динаміці життєвих планів та орієнтацій старшокласників в умовах війни. Чверть наших респондентів вимушено змінювали місце проживання протягом трьох воєнних років. Найбільша кількість із них – учні Харкова (61,1%). Найнижчий показник – у Дрогобичі (10,3%) та Черкасах (12,8%). Для одеських школярів цей показник: 27,4%. Виключно онлайн навчалися 96,1%

учнів Харкова, 4,8% учнів Одеси, 1,2% – Дрогобича, 0,8% – Черкас. Виключно офлайн (очно) – 93,7% учнів Дрогобича, 63,0% – учнів Черкас, 8,7% – учнів Одеси і 1,1% – учнів Харкова. У змішаному форматі навчаються 86,5% учнів Одеси, 36,2% учнів Черкас, 5,1% учнів Дрогобича, 2,9% учнів Харкова.

Учитися в школі старшокласникам скоріше подобається. Однак практично третина вагається дати оцінку. Індекс задоволеності, що змінюється від -1 до 1, по всіх чотирьох містах України становив 0,22. По Одесі він значно нижче (0,09), окрім того, можна говорити про суттєве падіння задоволеностю навчанням, оскільки у 2021 р. в Одесі індекс був 0,23. Важливо відзначити, що задоволеність навчанням тісно корелює з формою навчання. Чим «більш віддалена» форма навчання, тим більша задоволеність. Так, для онлайн-форми індекс задоволеності навчанням становив 0,33; для змішаної – 0,18, а для офлайн – 0,20. Тобто найбільш подобається саме дистанційна форма навчання. Найменш – змішана. Це вірно і для одеських школярів, і для школярів інших міст України. Для оцінки відношення до дистанційної форми навчання також було запропоновано 12 тверджень, кожне з яких оцінювалося за шкалою від 1 до 5, де 1 – повністю згоден, а 5 – повністю не згоден (табл. 1).

Таблиця 1

**Чи згодні ви з наведеними нижче твердженнями
щодо дистанційного навчання (ДН). Одеса, 2021 та 2024 рр.**

Твердження	Середня оцінка 2024	Середня оцінка 2021
1. ДН дало змогу Вам глибше вивчити предмети, ніж очне навчання	2,68 (+0,72)	3,4
2. ДН – це вимушена міра під час карантину/військового стану	4,04 (-2,2)	1,84
3. ДН – це добре тільки для позашкільного навчання	3,25 (-0,23)	3,02
4. ДН – це скоріше розвага, ніж навчання	3,38 (+0,53)	3,91
5. Школи в сучасному світі повинні існувати переважно у форматі ДН	2,70 (+0,93)	3,63
6. Під час ДН не вистачало живого контакту з учителями	3,36 (-0,72)	2,64
7. Вступаючи до закладу вищої освіти, оберете той, де пропонується ДН	2,68 (+1,08)	3,76
8. Під час ДН не вистачало живого контакту з однокласниками	3,77 (-1,41)	2,36
9. ДН не годиться для отримання базової освіти, а корисне лише для опанування навичок у вузькому напрямі	4,81 (-2,24)	2,57
10. ДН дало змогу Вам поліпшити оцінки зі шкільних предметів	3,60 (-1,54)	2,06
11. ДН – це скоріше канікули/відпочинок	3,40 (-0,14)	3,26
12. Після ДН побоюєтесь за результати НМТ	3,44 (-0,95)	2,49

Можна помітити, що найбільш суттєві зміни оцінок (більше ніж на 2 бали) відбулися саме стосовно перспектив онлайн-навчання. Сьогодні школярі оцінюють ДН як переважний спосіб отримання базової освіти, а не лише як «вимушену міру» або «опанування навичок у вузькому напрямі» для «позашкільного навчання». Перспектива того, що «школи в сучасному світі повинні існувати переважно у форматі ДН», уже перетнула нейтральну межу і оцінюється позитивно. ДН, на думку школярів, не дає змоги поліпшити оцінки, однак дає можливість глибше

вивчити предмети. Сучасні школярі не сумують не тільки за «живим» учителем, а й за однокласниками. Таким чином, ДН сьогодні – не розвага, не відпочинок, а найбільш затребувана форма навчання для цифрового покоління.

Традиційно в дослідженні вивчалися плани після отримання атестата про середню освіту. Найбільш цікаві зміни, що були зафіксовані: більше ніж на 10% знизилася кількість респондентів, націлених на отримання вищої освіти. Серед одеських старшокласників таких 53,8% (по Україні – 50,7%). Окрім того, з 30% до 13% упала кількість тих, хто планує поєднувати роботу з навчанням. У 3–5 разів зросла кількість тих, хто ще не визначився. Мотиви отримання вищої освіти також зазнали певних зрушень порівняно з 2021 р. (табл. 2).

Таблиця 2

Мотиви отримання вищої освіти (Одеса, 2024 р.)

Що спонукає отримати вищу освіту...	Ваше покоління, %	Особисто вас, %
Можливість стати культурною людиною	33,1 (+6,6%)	16,6 (-25%)
Можливість одержати професійні знання	52,2 (+16,2%)	63,8 (+8%)
Можливість спілкування з однолітками	24,1	21,5
Прагнення уникнути служби в армії	–	–
Бажання батьків	34,5	12,9
Можливість досягти матеріального благополуччя в майбутньому	55,2	76,7 (+5%)
Одержати диплом (все одно за яким фахом), що може знадобитися в майбутньому	37,2	22,1
Сьогодні бути без вищої освіти соромно	14,5	5,5
Прагнення продовжити навчання за кордоном	13,1 (-15,6%)	22,7 (-10,1%)
Можливість зробити кар'єру як на батьківщині, так і за кордоном	45,5 (+10,8%)	57,1 (+5,1%)
Знайти супутника(цю) життя	11,7	5,5 (-7,3%)
Нічого не спонукає	7,1	3,7

Домінуючий мотив – це матеріальне благополуччя. При цьому суттєво впала значущість освіти як транслятора культурних зразків. І взагалі, не мати вищої освіти для покоління Z абсолютно прийнятно. З одного боку, знизилася на 10–15% прагнення продовжити навчання за кордоном, а з іншого – збільшилося намагання зробити кар'єру як на батьківщині, так і за кордоном. Як пояснення можна висунути гіпотезу, що «закордон» як чарівна мрія потроху зменшує свою привабливість, і війна та досвід переміщення вплинули на цю мрію. Зріс запит на «можливість одержати професійні знання».

З іншого боку, 40,0% учнів 10–11-х класів ще не вибрали професію. Постійно зменшується кількість школярів, яким уже доводилося працювати. У 2024 р. таких 39,1%, а, наприклад, у 2010 р. було 52,6%. П'ятірка найбільш престижних професій, на думку зумерів: лікар (48,9%), юрист (48,6%), бізнесмен (48,1%), програміст (45,8%), психолог (34,7%). Вершина рейтингу професій, що, найімовірніше, виберуть: графічний дизайнер (18,4%), психолог (16,0%), бізнесмен (15,4%), юрист (15,0%), програміст (14,7%). Як бачимо, нове покоління

омінає «складні» професії, навіть престижні, якщо вони потребують системної підготовки по природничих дисциплінах.

Доволі несподівані відповіді отримали на питання «Де Ви хотіли би працювати після здобуття фахової освіти?». Із 6,6% у 2021 р. до 22,6% у 2024 р. зростає кількість тих, хто прагне працювати на державному підприємстві, у держустанові. Кількість тих, хто прагне працювати у приватній вітчизняній фірмі, впала до 7,3%. Якщо додати сюди також падіння в півтора рази тих, хто хотів би створити свій власний бізнес (30,5% проти 46,4% у 2021 р.), то ми отримуємо безрадісну картину української економіки, ринку праці очима цифрового покоління. І можна просто захоплюватися їхньою прозорливістю та відчуттям ситуації краще, ніж за допомогою консалтингової агенції. Окрім того, вони втратили цікавість до іноземних фірм в Україні (із 24,1% до 7,9%), та дещо знизилася кількість тих, хто прагне працювати за кордоном (із 39,5% до 31,1%).

Аналіз системи цінностей школярів дає можливість говорити про «однорідність» наших підлітків. Їхні цінності незалежно від міста проживання практично однакові, розходження залишаються на рівні похибки дослідження. Динаміка ж відповідей одеських школярів за останні 18 років дає можливість для фіксації певних тенденцій (табл. 3).

Таблиця 3

Система цінностей школярів (Одеса 2006–2024, Україна 2024)

Що з наведеного є найбільш цінним для вас?	2024, % Україна	2024, % Одеса	2021, %	2016, %	2010, %	2006, %
Активна участь у суспільному житті	9,4	8,1	9,2			
Взаємопорозуміння з батьками, старшим поколінням	17,8	14,1	20,4			
Високе службове та суспільне становище	8,2	5,6	10,6	9,7	10,8	10,7
Друзі	30,5	34,7	27,6	19,1	28,0	27,4
Залучення до цінностей духовної культури, літератури, мистецтва	4,0	3,2	5,7			
Здоров'я	44,7	40,3	43,1			
Користь, принесена суспільству	5,2	6,5	5,2	17,6	16,9	9,5
Матеріальне благополуччя	42,0	43,1	49,4	43,5	44,9	39,6
Можливість подорожувати			13,8			
Можливість розвитку, реалізації своїх здібностей, талантів	18,3	20,2	26,7			
Освіта	11,8	11,3	10,1			
Особиста свобода, незалежність у судженнях та діях	17,4	14,1	21,0	21,9	18,5	21,7
Особистий спокій, відсутність хвилювань, неприємностей	12,9	18,1	19,3			
Повноцінний відпочинок, цікаві розваги	4,9	5,2	10,1			
Сім'я	38,2	36,7	40,8	43,6	55,6	47,1
Хороші, добрі стосунки з оточуючими	4,1	4,4	8,6	8,8	14,6	9,0
Цікава, творча робота, робота «для душі»	15,1	23,4	29,6	50,3	45,6	43,5

Дані показують, що продовжує падіння цінність «сім'ї», «хороших добрих стосунків з оточуючими». З іншого боку, зростає цінність друзів. Цінності духовної культури впали вже нижче за рівень похибки і в Одесі, і в Україні у цілому. У півтора рази впала цінність особистої свободи, незалежності у судженнях та діях. Проте найвищий в Україні показник особистого спокою, відсутності хвилювань, неприємностей саме в Одесі. Удвічі впала цінність високого службового та суспільного становища, повноцінного відпочинку, цікавих розваг. Продовжила падіння цінність цікавої творчої роботи «для душі». Роки війни не повернули наших підлітків до цінностей «активної участі в суспільному житті» та «користі, принесеної суспільству». Тобто можна сказати, що важкі випробування, які випали на період становлення наших підлітків: пандемія, потім війна, перевтілили їх із «мрійників» на «прагматиків». Тобто потрібно виживати самим, а не намагатися змінювати світ навколо. Окрім того, можна сказати, що суттєвого падіння зазнали саме цінності епохи «модерн», масового суспільства (сім'я, свобода, відношення з оточуючими, користь суспільству), впала також значущість постмодерних цінностей (творчість, самореалізація, культурний розвиток). Це може свідчити про становлення покоління Z як постпостмодерного (метамодерного) [6] покоління, що обов'язково потребує врахування під час надання консалтингових послуг.

Вивчення складу сім'ї старшокласників, сімейних стосунків та взаємовідносин із батьками в 2024 р. дало можливість також побачити цікаві тенденції. Як і раніше, переважна більшість школярів проживає у нуклеарній сім'ї – батьки та діти. Однак кількість чоловіків у родині суттєво зменшилася, це вплив війни. Питання про рівень освіти та професію батьків дали неочікувані результати. Хоча освітня та професійна структура батьків не зазнала значних змін, з'ясувалося, що 30,8% старшокласників не знають, який рівень освіти в їхнього батька, а 29,5% не знають, де він працює, чим займається. Стосовно матерів ці показники трохи нижче, але 17,3% не знають її рівня освіти, а 21,9% не знають, чим вона займається у цьому житті. Раніше такі відповіді були одиничні. Оцінка дружності відносин із батьками впала на 10–15% також за рахунок зростання кількості тих, що не можуть відповісти.

Тенденція невизначеності в оцінці відносин усередині родини вже не нова: у 2021 р. ми вперше зафіксували такі невпевнені відповіді на, здавалося б, абсолютно прості питання [3]. Раніше варіант «важко відповісти» залишався на рівні похибки дослідження, тим більше що йдеться про доволі дорослих людей. Середній вік респондентів становив 17 років. «Чи справедливі до Вас вимоги батьків?» – 20,2% не змогли відповісти у 2021 р., 27,6% – у 2024 р. «Через що виникають конфлікти з батьками?» – у 2021 р. 20,8% школярів не змогли визначити причину сварок із мамою та 22,1% із татом; у 2024-му вже 26,8% не можуть пояснити, через що сваряться з мамою та 44,4% із татом. Тобто процес відчуження в родині цифрових аборигенів триває.

У цілому рівень конфліктогенності в родині старшокласників залишається приблизно стабільним: між «дуже рідко» і «час від часу». Рейтинг найпоширеніших причини конфліктів із мамою: через розподіл домашніх обов'язків (40,1%);

успішність у школі (33,1%); проведення вільного часу (26,8%); через надмірний час користування смартфоном, комп'ютером, не пов'язаним із навчанням (21,8%); через доступ до електронних гаджетів (9,9%); зовнішній вигляд (9,2%); через гроші (7,7%); через друзів конфлікти виникають у 4,2%; ну і ще раз: 26,8% школярів важко визначити причину сварок із мамою (у 2016 р. – 4,7%). Із татом конфліктують найчастіше через: розподіл домашніх обов'язків (22,5%); успішність у школі (19,0%); проведення вільного часу (14,1%); надмірний час користування смартфоном, комп'ютером, не пов'язаним із навчанням (9,9%); зовнішній вигляд (7,0%); гроші (7,0%); через доступ до гаджетів (6,3%); через друзів (2,8%). 44,4% опитаних важко вказати причину сварок із татом (у 2016 р. – 9,2%).

Зміни в рейтингах відбулися за рахунок зростання кількості конфліктів через розподіл домашніх обов'язків та успішність у школі, при цьому знизилася кількість конфліктів через гаджети та доступ до них. У 2021 р. це були центральні причини конфліктів. Що стосується користування гаджетами, то в даному моніторингу також [8] помітна тенденція зниження рівня користування комп'ютером, планшетом. З іншого боку, смартфон став стабільним супутником сучасних підлітків. Оцінюючи значимість функцій електронних гаджетів [3], можна помітити, що вони стали настільки невід'ємною частиною повсякденності, що здаються навіть непотрібними: впала їхня значущість і як джерела інформації, і як доступу до соціальних мереж, і як засобу спілкування. Але наскільки комфортно і впевнено почуваються у повсякденному житті наші старшокласники без гаджетів та доступу до Інтернету? Індекс прив'язки залишився стабільним на рівні «Якщо забуду вдома смартфон, то повернуся за ним заради порядку, про всяк випадок» [3], однак дуже цікаво дослідити зрушення в почуттях, що відчуватимуть старшокласники без мобільних засобів зв'язку (табл. 4).

Таблиця 4

Відчуття без гаджетів (Одеса, 2021 та 2024 рр.)

Якщо ви залишилися без смартфона/планшету/моб. телефону, що ви будете відчувати:	2024, %	2021, %
1. Страх, що Ви залишилися без зв'язку	42,9 (+14,6)	28,3
2. Дратівливість	23,1 (+9,8)	13,3
3. Поганий настрій	25,6 (+10,8)	14,8
4. Радість та звільнення	3,8 (+0,8)	3,0
5. Печаль	12,8 (+2,0)	10,8
6. Розгубленість	30,1 (+11,7)	18,4
7. Спокій	16,7 (-8,6)	25,3
8. У мене такого ніколи не буває	39,1 (+13,3)	25,8

Як кажуть, коментарі зайві. У моніторингу також вимірювалися загальне соціальне самопочуття та самовідчуття старшокласників. Індекс задоволеності життям (від -1 до 1) у 2024 р. становив 0,233 по Україні у цілому, по Одесі – 0,305, хоча для порівняння в 2021 р. був 0,464. Тобто одеські школярі більш оптимістичні, ніж інші, хоча наступна таблиця показує, що це скоріше фаталізм, аніж оптимізм (табл. 5).

Таблиця 5

Думки старшокласників про майбутнє

Які емоції ви відчуваєте, коли думаєте про своє майбутнє?	2024, % Україна	2024, % Одеса	2021, %
Не замислюєтеся над майбутнім	4,8	3,5	7,6
Не відчуваєте жодних емоцій	7,5	7,0	7,3
Відчуваєте тривогу, страх, сумніви щодо майбутнього	46,9	48,0	30,0
Із упевненістю та оптимізмом дивитеся у завтрашній день	16,9	14,8	28,8
Що б не сталося у житті, Ви будете сприймати це як нормальний перебіг подій	24,0	26,6	26,4

Оціночна шкала семантичного диференціалу (від -3 до 3), яка була також застосована до оцінки майбутнього, показала, що воно скоріше непередбачуване (-0,353), але напевно вони зможуть його контролювати (+0,320); та вже скоріше спланували (+0,126); воно скоріше стабільне (+0,116); світле та повне надій (+0,973); вони впевнені в ньому (+0,392). Тобто більшість оцінок позитивна та оптимістична, однак жодна з них не перетнула межу навіть одного з трьох балів.

Також хотілося б звернути увагу ще на деякі суперечливі моменти, що характеризують цифрове покоління. При тому, що знижується цінність інституту сім'ї, та підлітки не дуже добре знають і розуміють своїх батьків, саме до мами (73,9%) та до тата (48,6%) вони, скоріше за все, звернуться в разі складної життєвої ситуації, і в 2024 р. цей показник найвищий за всі роки спостереження. Далі в рейтингу слідує друзі (50,7%), брат, сестра (37,7%), кохана людина (33,3%), віртуальні друзі у мережі (7,2%) та інші родичі (6,5%). Традиційно низькими, на межі похибки, залишаються «професійні» помічники підлітків у складних ситуаціях: учитель (1,4%), телефон довіри (2,2%), священнослужитель (3,6%), психолог (5,8%). Дуже показовим є падіння самостійності нового покоління: 11,5% кажуть, що впораються зі своїми проблемами без сторонньої допомоги. Для порівняння: у 2013 р. таких було 26,7%. Несподівані зрушення також відбулися стосовно доволі рутинного питання, що традиційно залишалося в моніторингу (табл. 6).

Таблиця 6

Прийнятна допомога батьків у майбутньому (Одеса)

Яку допомогу батьків старшокласники вважають прийнятною для себе в майбутньому?	2024, %	2021, %	2016, %	2010, %
Забезпечення житлом	33,6	23,8	21,4	27,4
Регулярна грошова допомога	29,3	11,7	8,9	10,0
Допомога у вихованні дітей	38,6	36,7	28,0	33,8
Моральна підтримка	70,0	66,4	70,2	64,4
Оплата вищої освіти	54,3	53,7	50,1	47,7
Допомога у працевлаштуванні	20,7	10,6	5,9	4,8
Допомога у веденні господарства	8,6	5,9	6,6	4,9
Не вважаєте, що батьки повинні Вам допомагати	10,3	14,1	63,9	83,6

Ми бачимо дуже цікаву тенденцію зростання залежності нового покоління від батьківської родини. За 14 років більше ніж у вісім разів скоротилася кількість тих, хто вважає, що батьки їм нічого не винні. Тим більш цікавими виглядають плани стосовно створення в майбутньому власної сім'ї (табл. 7, 8).

Таблиця 7

Плани щодо створення власної сім'ї

Ви плануєте чи не плануєте мати власну сім'ю?	2024, % Україна	2024, % Одеса	2021, %	2016, %	2013, %	2010, %
Плануєте	61,3	55,2	62,1	72,8	83,6	82,6
Не плануєте	10,7	14,8	10,2	5,4	3,8	3,3
Ще не думали про це	27,9	30,0	27,7	21,8	12,6	14,1

Таблиця 8

Плани щодо народження дітей

Чи хотіли б ви мати дітей?	2024, % Україна	2024, % Одеса	2021, %	2016, %	2013, %	2010, %
Так	49,7	43,9	54,4	86,3	95,9	96,9
Ні	18,4	23,9	17,0	13,7	4,1	3,1
Ще не думали про це	32	32,2	27,4	—		

Виходячи з отриманих даних, можна побачити, що Одеса є лідером «руху» холостяків та childfree серед інших міст України, які потрапили до вибірки. Якщо розглянути кореляції з ознакою «стать», то можна побачити, що серед хлопців більше тих, хто ще не замислювався над цими питаннями, а серед дівчат більше тих, хто вже вирішив, що вони не хочуть мати дітей у майбутньому, при цьому вийти заміж дівчата планують удвічі частіше, ніж хлопці.

Висновки та перспективи подальшого дослідження. По-перше, проведене дослідження показало важливість моніторингового вивчення молодого покоління. Постійний вимір та поступове накопичення інформації надають більш доказову фактичну базу зміни поколінь, оцінки їхніх особливостей як об'єкта соціального консультування, ніж разові заміри за різними методиками. По-друге, ми побачили, що картина нового покоління України та Одеси дуже мало відрізняється від картин, що надають дослідження західних колег. Тобто сьогодні можна говорити про формування глобального, доволі однорідного цифрового покоління, що характеризується дуже схожими життєвими планами та ціннісними орієнтаціями. Окрім того, на базі комплексу досліджень можна скласти цілісну картину майбутнього, що базується на принципах подальшої цифрової трансформації, метамодерну та віртуалізації соціальних інститутів, яка пояснює стратегії розвитку особистості та суспільства у цілому. Усе це закладає необхідне підґрунтя не тільки для продовження соціологічних досліджень, формування обґрунтованої соціальної політики, а й для практик соціального та психологічного консультування цифрового покоління, їхніх родин, розроблення програм соціальної допомоги та підтримки.

Список використаних джерел і літератури

1. Бурачек І.В., Ярмолук Д.І., Верстова В.Я. Покоління Z на вітчизняному ринку праці. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. 26. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-26-2>.
2. Романенко С.В. Квадробери та сучасні тренди молодіжних субкультур: особливості сприйняття й соціально-педагогічного супроводу. *Психологія та соціальна робота*. 2024. № 2. С. 124–134. DOI: <https://doi.org/10.32782/2707-0409.2024.2.11>.
3. Романенко С.В. Старшокласник–2021. Звіт (Одеса). *Портал Соціологічної асоціації України*. URL: <https://sau.in.ua/research/starshoklasnyk-2021-zvit/> (дата звернення: 29.05.2025).
4. Kato, B. Gen Z says it's 'empowering' that their parents drive them to work: 'Our safety is top priority'. *The New York Post*. 17.12.2024. URL: <https://nypost.com/2024/12/17/lifestyle/gen-z-parents-are-empowering-their-adult-kids-by-driving-them-to-work-our-safety-is-top-priority/> (дата звернення: 29.05.2025).
5. Roger, A. The Secret Digital Behaviors of Gen Z. *Business Insider*. 08.11.2024. URL: <https://www.businessinsider.com/gen-z-most-trusted-news-source-online-comment-sections-google-2024-6> (дата звернення: 29.05.2025).
6. Romanenko, S. (2024). Sociology after postmodern or the «virtual rationality» of metamodern as a perspective for the development of sociology. *Visnyk of V.N. Karazin Kharkiv National University Series «Sociological studies of contemporary society: methodology, theory, methods»*, 52.
7. Shearer, E., Naseer, S., Liedke, J., Matsa, K.E. How Americans Get News on TikTok, X, Facebook and Instagram. *Pew Research Center*. URL: <https://www.pewresearch.org/journalism/2024/06/12/how-americans-get-news-on-tiktok-x-facebook-and-instagram/> (дата звернення: 29.05.2025).
8. Skiera, A.J. What Gen Z thinks about its social media and smartphone usage. *The Harris Poll*. 10.09.2024. URL: <https://theharrispoll.com/briefs/gen-z-social-media-smart-phones/> (дата звернення: 29.05.2025).
9. Strauss, W., Hove, N. (1991). *Generations: the history of America's future. 1584 to 2069*. New York: Perennial, 1991.
10. Vermeulen, T., & van den Akker, R. Notes on metamodernism. *Journal of aesthetics & culture* 2. 2010. DOI: <https://doi.org/10.3402/jac.v2i0.5677>.
11. What Business Needs To Know About The Generation Changing Everything. *Oliver Wyman Forum*. URL: <https://www.oliverwymanforum.com/global-consumer-sentiment/a-gen-z.html> (дата звернення: 29.05.2025).
12. Xu, R., Le, N., Park, R., Murray, L., Das, V., Kumar, D., Goldberg, B. New contexts, old heuristics: How young people in India and the US trust online content in the age of generative AI. *Cornell University*. URL: <https://arxiv.org/abs/2405.02522> (дата звернення: 29.05.2025).

References

1. Burachek, I.V., Yarmoliuk, D.I., & Verstova, V.Ia. (2021). Pokolinnia Z na vitchyznianomu rynku pratsi [Generation Z in the domestic labor market]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and society*, 26. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-26-2> [in Ukrainian].
2. Romanenko, S.V. (2024). Kvadrobery ta suchasni trendy molodizhnykh subkultur: osoblyvosti spryiniattia y sotsialno-pedahohichnoho suprovodu [Quadrobbers and modern trends of youth subcultures: features of perception and socio-pedagogical support]. *Psykhologhiia ta sotsialna robota – Psychology and social work*, 2, 124–134. DOI: <https://doi.org/10.32782/2707-0409.2024.2.11> [in Ukrainian].
3. Romanenko, S.V. Starshoklasnyk–2021. Zvit (Odesa) [High School Student –2021. Report (Odesa)]. *Portal Sotsiologichnoi asotsiatsii Ukrainy – Portal of the Sociological Association of Ukraine*. Retrieved from: <https://sau.in.ua/research/starshoklasnyk-2021-zvit/> [in Ukrainian].

4. Kato, B. Gen Z says it's 'empowering' that their parents drive them to work: 'Our safety is top priority'. *The New York Post*. 17.12.2024. Retrieved from: <https://nypost.com/2024/12/17/lifestyle/gen-z-parents-are-empowering-their-adult-kids-by-driving-them-to-work-our-safety-is-top-priority/> [in English].
5. Roger, Adam. The Secret Digital Behaviors of Gen Z. *Business Insider*. 08.11.2024. Retrieved from: <https://www.businessinsider.com/gen-z-most-trusted-news-source-online-comment-sections-google-2024-6> [in English].
6. Romanenko, S. (2024). Sociology after postmodern or the “virtual rationality” of metamodern as a perspective for the development of sociology. *Visnyk of V.N. Karazin Kharkiv National University Series “Sociological studies of contemporary society: methodology, theory, methods”*, 52 [in English].
7. Shearer, E., Naseer, S., Liedke, J., & Matsa, K.E. How Americans Get News on TikTok, X, Facebook and Instagram. *Pew Research Center*. Retrieved from: <https://www.pewresearch.org/journalism/2024/06/12/how-americans-get-news-on-tiktok-x-facebook-and-instagram/> [in English].
8. Skiera, A.J. What Gen Z thinks about its social media and smartphone usage. *The Harris Poll*. 10.09.2024. Retrieved from: <https://theharrispoll.com/briefs/gen-z-social-media-smart-phones/> [in English].
9. Strauss, W., & Hove, N. (1991). *Generations: the history of America's future. 1584 to 2069*. New York: Perennial, 1991 [in English].
10. Vermeulen, T., & van den Akker, R. (2010). Notes on metamodernism. *Journal of aesthetics & culture*, 2. DOI: <https://doi.org/10.3402/jac.v2i0.5677> [in English].
11. What Business Needs To Know About The Generation Changing Everything. *Oliver Wyman Forum*. Retrieved from: <https://www.oliverwymanforum.com/global-consumer-sentiment/a-gen-z.html> [in English].
12. Xu, R., Le, N., Park, R., Murray, L., Das, V., Kumar, D., Goldberg, B. New contexts, old heuristics: How young people in India and the US trust online content in the age of generative AI. *Cornell University*. Retrieved from: <https://arxiv.org/abs/2405.02522> [in English].

Romanenko S. V.

Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Social Work
Odesa I.I. Mechnikov National University

DIGITAL GENERATION AS AN OBJECT OF SOCIAL CONSULTATION (USING THE EXAMPLE OF THE MONITORING MEASUREMENT)

Constant observation, measurement and study of the younger generation is one of the main tasks of social and behavioral sciences, which lays the foundation for the formation of strategies of social and psychological counseling, directions of early intervention to overcome most age crises. And in this, specialists of Odesa I.I. Mechnikov National University do not lag behind their domestic and foreign colleagues. The purpose of this article is to provide an idea of the main achievements of the next stage of the monitoring sociological study “High School Student”, which has been conducted in Odessa since 1993 with an interval of three years. The 2024 representative survey covered 10th-11th grade students from four cities in different regions of Ukraine, and therefore these data make it possible to better understand today's generation of high school students, our tomorrow's applicants and clients, to measure their social well-being and sense of well-being, taking into account the realities of military rule, to compare their life plans, value orientations with the plans and orientations of their predecessors, to assess the features

of adolescents' self-identification in the current situation of digital transformation of the social sphere, to see a holistic picture of the transformation of the institution of the family and the change of generations in Odessa and Ukraine as a whole.

Key words: monitoring, digital generation, digital transformation, teenagers, postmodern, metamodern, social consulting.