



Vitaliy Kryvoshein

Oles Honchar Dnipro National University (Dnipro, Ukraine)

Political and Managerial Potential of the Digital Generation: the Case of Ukraine

The political and managerial potential of the digital generation on the example of modern Ukraine is revealed. Some provisions of the theory of generations are analyzed, in particular, the theories of N. Gove, W. Strauss, D. Tepscoth, M. Prensky. It is noted that today in the active phase of their development are generations of baby boomers (born in 1943-1963), generation X (born in 1963-1983), Y (born in 1983-2000), and Z (born in 2000-2015), and also started (from 2010-2015) the formation of a new generation – Generation Alpha, Google babies. The key figures of the ‘network generation’ are the ‘Digital Natives’ as native inhabitants of the digital society. The most mobile part of the ‘Digital Natives’ are the ‘Digital Travelers’ (nomads), who manifest themselves as free from permanent attachment to a certain place of residence, seek freedom and get rid of forced permanent identification. It is also noted that the inhabitants of the digital society are ‘Digital Immigrants’, who were not born in the digital world, but actively enjoy the achievements of digitalization of modern society. The political-management process in modern Ukraine has two key levels – professional (the sphere of political management – officials, politicians) and mass (decision-making by voters). At the professional level of the political-management process, the majority of Ukraine’s top politicians belong to generation X, however, there is a gradual infiltration of representatives of generation Y into the highest levels of political management. At the mass level, the political-management process is witnessing a significant increase in the role of representatives of generation Y, and the electoral corps is being actively replenished by representatives of generation Z. To increase the effectiveness of political management, it is important to find out the characteristics of generation Z, which will soon play a key role in making fateful political decisions. In particular, it is very important for representatives of generation Z to understand that they have prospects for growth, have a clear career path and receive decent pay for their work; live communication, correspondence in messengers or e-mail is very important for them. According to numerous empirical studies, young Ukrainians determine the following priorities in their lives – the birth and upbringing of children, job search and / or achievement of certain professional achievements, earning / receiving enough money, finding a loved one and / or marriage.

Keywords: *generational theory, generation of baby boomers, generation X, generation Y, generation Z, generation Alpha, ‘Digital Natives’, ‘Digital Travelers’, ‘Digital Immigrants’, state virtualization*

Віталій Кривошеїн

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Дніпро, Україна)

Політико-управлінський потенціал цифрового покоління: кейс України

Розкривається політико-управлінський потенціал цифрового покоління на прикладі сучасної України. Аналізуються деякі положення теорії поколінь, зокрема, теорії Н. Гоува, В. Штрауса, Д. Тепскотта, М. Пренскі. Наголошується, що сьогодні в активній фазі свого розвитку знаходяться покоління бейб-бумерів (народжені в 1943-1963 рр.), покоління X (народжені в 1963-1983 рр.), Y (народжені в 1983-2000 рр.) та Z (народжені в 2000-2015 рр.), а також розпочато (з 2010-2015-х рр.) формування нового покоління – покоління Альфа, Google babies. Ключовими фігурами «мережевого покоління» є «цифрові аборигени» (digital native) як корінні мешканці цифрового суспільства. Найбільш мобільною частиною «цифрових аборигенів» є «цифрові мандрівники» (номади), які проявляють себе як вільні від постійної прив’язаності до певного місця проживання, прагнуть отримати свободу й позбутися від насильницької сталої ідентифікації. Зазначається також, що мешканцями цифрового суспільства є «цифрові іммігранти» (Digital Immigrants), які не народилися в цифровому світі, але активно користуються досягненнями цифровізації сучасного суспільства. Політико-управлінський процес у сучасній Україні має два ключових рівні – професійний (сфера політичного управління – чиновники, політики) та масовий (ухвалення рішень виборцями). На професійному рівні політико-управлінського процесу більшість топ-політикуму України належить поколінню X, проте спостерігається поступове проникнення на вищі шаблі політичного управління представників покоління Y. На масовому рівні політико-управлінський процес спостерігається значне зростання ролі представників покоління Y і виборчий корпус активно поповнюється представниками покоління Z. Для підвищення ефективності політичного управління важливо з’ясувати характеристики покоління Z, яке найближчим часом буде відігравати ключову роль в ухваленні долосесних політичних рішень. Зокрема, для представників покоління Z дуже важливо розуміти, що у них є перспективи для зростання, мати чіткий кар’єрний шлях і отримувати за роботу гідну оплату; для них дуже важливе живе спілкування, листування в месенджерах або електронною поштою. За результатами численних емпіричних досліджень, молоді українці визначають такі пріоритети у своєму житті – народження та виховання дітей, пошук роботи та / або досягнення певних професійних досягнень, заробляння / отримання достатньої кількості грошей, пошук коханої людини та / або одруження.

Ключові слова: *теорія поколінь, покоління бейб-бумерів, покоління X, покоління Y, покоління Z, покоління Альфа, «цифрові аборигени», «цифрові іммігранти», «цифрові мандрівники», віртуалізація держави*



Вступ.

Починаючи з 1990-х років, сформульована Нейлом Гоувом та Вільямом Штраусом теорія поколінь слугує фундаментом для пояснення різноманітних суспільних процесів. Нарис своєї теорії автори виклали у 1991 р. в книзі «Покоління» (Howe, & Strauss, 1991), а повний виклад вони зробили у 1997 р. в книзі «Четверте перетворення: американське пророцтво» (Howe, & Strauss, 1997). Деталізація характеристик окремих поколінь зроблено Н. Гоувом та В. Штраусом у 1993 р. у книзі «13-е покоління» (Howe, & Strauss, 1993), у 2000 р. у книзі «Сходження покоління Міленіуму: наступне Велике покоління» (Howe, & Strauss, 2000), Брюсом Тулганом у 2009 р. у книзі «Не всім дістанеться приз: як управляти поколінням Y» (Tulgan, 2009), Девідом та Іоною Стілманами в 2017 р. у книзі «Покоління Z на роботі. Як його зрозуміти і знайти з ним спільну мову» (Stillman, & Stillman, 2017) та ін.

Серед українських авторів питання застосування положень теорії поколінь для пояснення різноманітних суспільних процесів досліджували М. Денисенко та Н. Давиденко (Денисенко, & Давиденко, 2020), К. Кащук (Кащук, 2018), Н. Коваль та В. Биба (Коваль, Биба, 2020), О. Лютак (Лютак, 2019), Л. Щетініна, С. Рудакова та М. Даниляк [Щетініна, Рудакова, & Даниляк, 2017) та ін.

Сьогодні теорію поколінь широко застосовують в практичній діяльності. Так, наприклад, маркетологи використовують положення цієї теорії для визначення смаків і преференцій різних груп споживачів та створення товарів, що задовольнятимуть їхні потреби, і при розробці реклами свого товару; психологи – для уникнення конфліктів та швидкого їх вирішення при виникненні, а також встановлення ефективної комунікації та взаємодії між представниками різних поколінь. Надзвичайно широке застосування теорія поколінь знаходить у політико-управлінському процесі.

Відповідно до положень теорії поколінь сьогодні в активній фазі свого розвитку знаходяться покоління бекі-бумерів (народжені в 1943-1963 рр.), покоління X (народжені в 1963-1983 рр.), Y (народжені в 1983-2000 рр.) та Z (народжені в 2000-2015 рр.*). Зараз (починаючи з 2010-2015-х рр.) формується нове покоління – покоління Альфа – це покоління Google babies, представники якого починають користуватися соціальними

мережами раніше, ніж навчилися читати та писати. Політико-управлінський процес у сучасній Україні має два ключових рівні – професійний (сфера політичного управління – чиновники, політики) та масовий (ухвалення рішень виборцями).

На професійному рівні політико-управлінський процес здійснюється представниками поколінь бекі-бумерів, X та Y. Топ-рівень українського політикуму складається із представників покоління бекі-бумерів – 5 топ-членів Верховної Ради України – 3 голови (співголови) фракцій (депутатських груп), 2 голови комітетів; покоління X – ключові керівники держави – президент, прем'єр-міністр, голова Верховної Ради України; 18 членів Кабінету Міністрів України, 10 членів керівництва Офісу президента України, генеральний прокурор, голова СБУ, голова Верховного Суду України, 25 топ-членів Верховної Ради України – 1 заступник Голови, 5 голів (співголів) фракцій (депутатських груп), 19 голів комітетів; покоління Y – 4 члени Кабінету Міністрів України, 2 члени керівництва Офісу президента України; 25 топ-членів Верховної Ради України – 1 заступник Голови, 1 голова (співголова) фракцій (депутатських груп), 2 голови комітетів. Тобто більшість топ-політикуму належить поколінню X, проте спостерігається поступове проникнення на вищі шаблі політичного управління представників покоління Y.

На масовому рівні політико-управлінський процес здійснюється представниками поколінь бекі-бумерів, X і Y – якщо до недавнього часу ключову роль тут відігравали представники покоління бекі-бумерів, то сьогодні значно зростає роль представників покоління Y і виборчий корпус активно поповнюється представниками покоління Z. Для підвищення ефективності політичного управління важливо з'ясувати характеристики покоління Z, яке найближчим часом буде відігравати ключову роль в ухваленні доленосних політичних рішень.

Отже, мета цього дослідження полягає в розкритті політико-управлінського потенціалу цифрового покоління на прикладі сучасної України.

Результати дослідження.

Складність соціалізаційних процесів у сучасній Україні багато в чому обумовлена зміною поколінь. Теорія поколінь, яка зародилася на початку 1990-х рр., зосереджує свою увагу на такому феномені як конфлікт

* В Європі, особливо у Східній Європі (включаючи й Україну), вододіл між поколіннями зміщений на 5-10 років у порівнянні із США (Stillman, Stillman, 2017), тому у цій частині світу покоління Z починає формуватися з 2000 року, а не з 1995 р. як у США.



покоління. Фундатори теорії поколінь Нейл Гоув та Вільям Штраус під поколінням розуміють певну людську спільність, яка народжена в окремо взятій проміжок часу та є носієм схожих цінностей, що сформовані під впливом соціальних, культурних, економічних та політичних подій (Howe, & Strauss, 1997, p. 34).

Дон Тепскотт запропонував відносити молодь сьогодення до «мережевого покоління» («NET-Generation», «N-Gen»), представники якого чудово знаються на комп'ютерних технологіях й програмах, а також є активними користувачами мережі Інтернет. На його думку, ані расове походження, ані національність, ані релігія не є тими чинниками, що б завадили проникненню комп'ютерних технологій та відповідних знань, умінь й навичок. А отже – усі представники покоління «N-Gen» мають дуже схожі ціннісні уподобання, бо їх дитинство та дорослішання припало на приблизно однакові соціально-економічні умови: невизначеність майбутнього через глобальні зміни, проблеми забруднення навколишнього середовища, політична нестабільність, боротьба з тероризмом тощо. Д. Тепскотт виокремив такі властивості покоління «N-Gen»: самостійність, наявність вищої освіти, повага до особистого життя та прагнення до індивідуалізму й свободи, громадянська відповідальність, толерантність (Tapscott, 2009, p. 30-33).

Для позначення представників покоління «N-Gen» Д. Тепскотт скористався терміном «цифровий абориген» (digital native), який вперше було запропоновано Марком Пренскі (Prensky, 2001). Цим терміном прийнято позначати «корінних жителів», які виростили в цифровому суспільстві. Тобто «цифрові аборигени» – це перше покоління людей, що виростили в епоху цифрових технологій, для яких цифрові медіа є частиною їхнього середовища (Tapscott, 2009, p. 14). Талановите, цікаве та інноваційне покоління «цифрових аборигенів» пропонує нові підходи до співпраці, впливає один на одного через мережі, обмінюючись миттєвими повідомленнями. Характерною рисою цього покоління є свобода, відкритість та здатність знайти контент, який вони потребують. На думку Д. Тепскотта, інтерактивний досвід має важливе значення у вихованні «цифрових аборигенів» (Tapscott, 2009, p. 49-51).

Паралельно з терміном «цифрові аборигени» (Digital Natives) формується термін «цифрові іммігранти» (Digital Immigrants). М. Пренскі, який вперше вводить у науковий обіг цей термін, відносить до «цифрових іммігрантів» людей,

які не народилися в цифровому світі, але які у певний момент свого життя зачарувалися і прийняли багато чи більшість аспектів нової (цифрової) технології (Prensky, 2010). Тим самим М. Пренскі підкреслював відмінності у світогляді між поколіннями, чіє дорослішання супроводжувалося лише зародженням інформаційно-комунікативних технологій (ІКТ) («цифрові аборигени») та чіє дорослішання проходило під бурхливим розвитком / розквітом ІКТ («цифрові іммігранти»).

На думку М. Пренскі, для представників покоління людей, яке виростило після цифрової революції, корінних жителів цифрової епохи (Digital Natives) притаманне специфічне мислення та способи обробки інформації. Володіючи кліповим мисленням, «цифрові аборигени» краще сприймають візуальні об'єкти і орієнтуються в просторі. Їх відрізняє швидка координація рук і очей, вони швидко приймають рішення, здатні знаходити інформацію, переробляти її і перетворювати в знання.

Головними ознаками «цифрових аборигенів» є: багатозадачність; інтерактивність; прагнення швидко отримувати інформацію; постійне сканування інформації з метою пошуку змін; вилучення самого головного, суті; самовдосконалення і саморозвиток; бажання брати участь у створенні продукту (prosuming) (Prensky, 2001). Отже, покоління «цифрових аборигенів» цінує досвід, створений товарами та послугами. По суті, вони є «просьюмерами» (prosumers) – професійними споживачами, що співпрацюють з виробниками товарів – для них притаманне постійне прагнення і можливість змінювати вид діяльності на більш оплачуваний або цікавіший. Вони в постійних пошуках і прагненні не зупиняються на досягнутому. Тобто для просьюмерів інтернет-мережа виступає не тільки способом комунікації з аудиторією, а й дозволяє репрезентувати власну ідентичність. Індивід, формуючи власний віртуальний образ, виражає свої бажані або ж потенціальні якості, реалізувати які в реальності є проблематичним. Таким чином, сконструйовані Інтернет-ідентичності є не видуманими, а пов'язані з реальними, але модифіковані й вдосконалені. Одним із підтверджень цьому є те, що комунікація в мережі в сучасних умовах тісно пов'язана із міжособистісною взаємодією поза Інтернетом (Супрун, 2020, с. 90).

Найбільш мобільною частиною «цифрових аборигенів» є «цифрові мандрівники» (номади), які проявляють



себе як вільні від постійної прив'язаності до певного місця проживання. Завдяки розвитку цифрових технологій подібна мобільність не впливає на якість виконання ними своїх робочих зобов'язань. «Цифрові мандрівники» прагнуть отримати свободу й позбутися від насильницької сталої ідентифікації. Саме у гонитві за самовизначенням номади втікають в Інтернет, що відкриває перед ними різноманітні ідентифікаційні практики, оскільки у них в наявності є фізична присутність (під час реальної взаємодії) та її відсутність (в Інтернет-середовищі). Саме можливість фізичної відсутності в Мережі дає свободу самопрезентації і відображення себе таким, яким не дозволено бути в реальному житті. І саме це містить значний ризиковий потенціал (Кривошеїн, 2019а).

Тут також варто мати на увазі, що і спілкування в цифровому просторі суттєво відрізняється від комунікації в режимі реального часу. Відсутність фізичної взаємодії зі співрозмовником надає почуття знаходження в безпеці і варіативності вибору стратегії комунікації, що, з однієї сторони, дозволяє бути відкритим, а з іншої – поводити себе більш різко.

Важливо відзначити, що при взаємодії в реальному житті, індивід витрачає достатньо багато ресурсів для того, щоб відповідним чином презентувати свою ідентичність. Віртуальний світ дозволяє здійснити це набагато швидше, проте існує загроза викривлення образу, який може значно відрізнятись від реального. Реймонд Фогельсон виділив наступні форми ідентичності, які поєднуються між собою в одній особистості:

- реальна (уявлення індивіда про самого себе в його теперішньому стані);
- ідеальна (уявлення індивіда про те, яким би він хотів бути);
- негативна (уявлення індивіда про те, яким би він не хотів бути);
- демонструюча (показ іншим ідентичності задля схвалення і отримання відповідної оцінки) (Fogelson, 1982, p. 67-77).

Виокремлені чотири форми ідентичності вступають між собою у доволі непрості взаємини задля формування бажаного іміджу – цю взаємодію Р. Фогельсон називає «боротьбою ідентичностей». Суть останньої визначається таким чином: особистість намагається максимально зблизити реальну ідентичність з ідеальною, і, на противагу цьому, віддалити від реальної негативну. Прикладом і може слугувати конструювання віртуальної реальності, де маніпулятивно може бути представлена відповідно бажана

ідентичність.

Наслідком стрімкого розвитку цифрових технологій є поява покоління Альфа (Google babies), яке починає формуватися з 2010-2015-х рр.; воно є найглобалізованішим із усіх поколінь: завдяки своїй соціалізації та мобільності представники цього покоління будуть схильні подорожувати, вчитися і працювати в різних країнах, а також розвиватись у різних професійних царинах.

Отже, сучасна українська молодь, яка належить здебільшого до «мережевого покоління», за своїми життєвими пріоритетами, які формують світогляд та стають регуляторами поведінки, дуже відрізняється від своїх попередників. Такі відмінності продиктовані викликами сьогодення, обумовленими, перш за все, віртуалізацією держави. Головним джерелом соціально-політичних ризиків віртуалізації держави є те, що відбувається відображення елементів державно-політичної системи в інформаційному (віртуальному) політичному просторі, внаслідок чого традиційні політичні інститути (і перш за все держава) заміщуються їх симуляціями. Такі зміни у функціонуванні держави можуть призвести до серйозних негативних наслідків – до руйнування духовного світу людини, розриву усталених соціальних зв'язків та формування «мережевого індивідуалізму», зняття моральних бар'єрів, падіння відповідальності тощо (Кривошеїн, 2019b, с. 11).

Щоб протистояти численним викликам представнику «мережевого покоління» необхідно володіти великим обсягом постійно поновлюваної інформації, встигати за стрімким розвитком технологій, уміти вчитися самостійно та протягом усього життя. Саме такі соціально-політичні й економічні умови у контексті перехідного процесу нашої країни зумовили появу характеристик, що виділяють сучасну молодь від інших поколінь.

У цілому, представники покоління Z незабаром будуть визначати напрям суспільного розвитку в світі. Покоління Z, або *homelanders* – це «цифрові люди» («центеніали»), які, порівняно з попереднім поколінням: 1) більш технологічно прогресивні; 2) мають більш глобальні думки; 3) не надто турбуються про дотримання норм та правил (Stillman, Stillman, 2019, p. 3). Також важливо розуміти, що попри те, що покоління Z гнучке і швидко адаптується до змін, для них важливіші стабільна робота і фінансова безпека. Вони з самого дитинства звикли до конкуренції й переносять цей же конкурентний драйв на роботу. Їм дуже



важливо розуміти, що у них є перспективи для зростання, мати чіткий кар'єрний шлях і отримувати за роботу гідну оплату. І ще один ключовий момент – хоча покоління Z виросло в період розквіту Інтернету і цифрових технологій, для них дуже важливе живе спілкування, листування в месенджерах або електронною поштою.

Представники покоління Z є не просто користувачами Інтернет-простору, а живуть у світі фіджиталтехнологій, де немає розділення на реальний і віртуальний світ – вони є однією неподільною реальністю. У представників покоління Z інформація краще сприймається короткими блоками, тому серед них популярними стають снєк-медіа (від англ. *snack* – перекус, швидка закуска, яку можна легко з'їсти), вони здатні швидко переключатися з одного завдання на інше, але «зумери» не здатні до мультизадачності.

Покоління Z надає перевагу так званому «соціальному підприємництву», діяльність якого спрямована не лише на отримання прибутку, а й на те, щоб допомогти світу. Про це говорять і результати опитування: на питання «Чи вірити ви, що бізнес здатен змінити світ на краще?» 93% респондентів відповіли стверджувально (Stillman, Stillman, 2019, p. 114).

Для представників покоління Z важливо втілювати в життя те, що вони відчувають, персоналізувати простір. Це діти персонального брендингу: найбільш бажана «робота» для них – стати ютуб-блогерами. В той же час, це перше покоління, яке дійсно обходиться без традиційних структур влади: уряду, освіти, фінансів. А ще – без сильних брендів, традиційних понять краси, естетичності та моди. Індивідуальність торкнулася й освіти: все більше студентів хоче мати індивідуальну програму занять, лише з тими предметами, що самі вважатимуть за потрібне вивчати. Те саме стосується майбутнього робочого місця і самого процесу роботи, що також мають бути індивідуальними для кожного. Окрім того, покоління Z більш самостійне на відміну від Y. Воно цінує особистий простір на роботі, більше за колективізм, який, в свою чергу, є надзвичайно важливим для міленіалів (Бурачек, Ярмолюк, Верстова, 2021).

Ці теоретичні висновки підтверджуються численними емпіричними даними. Так, за результатами дослідження «Молодь України-2015», проведеного GfK Ukraine у 2015 році, молоді українці визначили такі пріоритети у своєму житті: 48% опитаних зазначили важливість народження та виховання дітей, 44% – пріоритети, пов'язані з роботою (пошуком та / або

досягненням певних результатів у ній), 36% – заробляння / отримання достатньої кількості грошей та 21% – пошук коханої людини та / або одруження (Молодь України, 2015). Узагальнюючи наукові доробки американських та вітчизняних авторів, О. Наконечна, Д. Рудень, Р. Сопівник виокремили набір ціннісних орієнтацій, які притаманні сучасному молодому поколінню:

- свобода вибору у всіх сферах життєдіяльності;
- індивідуальність понад усе;
- інформаційна грамотність й комп'ютерна обізнаність;
- підприємницький дух, комунікаційна діяльність;
- дозвілля та задоволення мають значення;
- жага швидкості у реакціях оточуючих та отриманні бажаного;
- прагнення інноваційного розвитку (Наконечна, Рудень, & Сопівник, 2017).

У рамках 9-го дослідження Deloitte Global Millennial Survey (2020), до якого приєдналась і Україна, були визначені певні настрої українських «зумерів», які різняться від європейських представників покоління, зокрема щодо пріоритетних проблем, віри у кращі часи, лідерів думки, відношення до бізнесу тощо. Попри євроінтеграційну політику, представники покоління Z в Україні встановлюють свої правила гри й грають виключно за ними (Deloitte Global Millennial Survey, 2020).

У рамках 10-го дослідження Deloitte Global Millennial and Gen Z (2021) показано, що респонденти спрямовують свої зусилля на значущі дії – вони беруть активну участь у політичному житті, намагаються узгоджувати витрати й вибір кар'єри зі своїми цінностями, а також сприяють змінам у суспільних питаннях, які вважають найважливішими. Так, за результатами проведеного опитування, багато хто із респондентів вважає, що для стимулювання змін може знадобитися втручання уряду. Близько 30% респондентів в світі та 40% в Україні підтримали б політиків, які хочуть зменшити нерівність доходів.

Висновки.

Таким чином, розкриваючи політико-управлінський потенціал цифрового покоління в сучасній Україні, проаналізовані деякі важливі положення теорії поколінь (Н. Гоув, В. Штраус, Д. Тепскотт, М. Пренскі). Враховуючи те, що на сьогодні в активній фазі свого розвитку знаходяться покоління бєбі-бумерів (народжені в 1943-1963 рр.), покоління X (народжені в 1963-1983 рр.), Y (народжені в 1983-2000 рр.) та Z (народжені в 2000-2015 рр.), а також розпочато (з



2010-2015-х рр.) формування нового покоління – покоління Альфа, Google babies, прогнозується, що в найближчій перспективі домінуючу роль в українському суспільстві буде відігравати «мережеве покоління» (покоління Z), в т.ч. при ухваленні важливих політичних рішень. Ключовими фігурами цифрового покоління є «цифрові аборигени» (digital native) як корінні мешканці цифрового суспільства; його найбільш мобільною частиною є «цифрові мандрівники» (номади), які проявляють себе як вільні від постійної прив'язаності до певного місця проживання, прагнуть отримати свободу й позбутися від насильницької сталої ідентифікації. Крім того, в умовах цифрового суспільства до «цифрових аборигенів» долучаються «цифрові іммігранти» (Digital Immigrants), які не народилися в цифровому світі, але активно користуються досягненнями цифровізації сучасного суспільства.

Політико-управлінський процес у сучасній Україні має два ключових рівні –

професійний (сфера політичного управління – чиновники, політики) та масовий (ухвалення рішень виборцями). На професійному рівні політико-управлінського процесу більшість топ-політикуму України належить поколінню X, проте спостерігається поступове проникнення на вищі шаблі політичного управління представників покоління Y. На масовому рівні політико-управлінський процес спостерігається значне зростання ролі представників покоління Y і виборчий корпус активно поповнюється представниками покоління Z. Для підвищення ефективності політичного управління важливо з'ясувати характеристики покоління Z, яке найближчим часом буде відігравати ключову роль в ухваленні доленосних політичних рішень. Зокрема, для представників покоління Z дуже важливо розуміти, що у них є перспективи для зростання, мати чіткий кар'єрний шлях і отримувати за роботу гідну оплату; для них дуже важливе живе спілкування, листування в месенджерах або електронною поштою.

БІБЛІОГРАФІЧНІ ПОСИЛАННЯ

- Бурачек І. В., Ярмолюк Д. І., Верстова В. Я. (2021) Покоління Z на вітчизняному ринку праці. Економіка та суспільство. Електронний журнал. Вип. 26. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/329/314>.
- Денисенко М. П., Давиденко Н. В. (2020) Теорія поколінь та який її вплив на сучасний бізнес. Економіка та держава. № 1. С. 46-49.
- Кашук К. М. (2018) Особливості управління співробітниками X, Y та Z поколінь. Економіка. Управління. Інновації. Вип. № 1 (22). URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2018_1_9.
- Кривошеїн В. В. (2019a) Ідентифікаційні ризики у сучасному політичному процесі: соціологічний фокус аналізу. Epistemological studies in Philosophy, Social and Political Sciences. Vol. 2, № 1. С. 14-21.
- Кривошеїн, В. В. (2019b). Соціально-політичні ризики віртуалізації держави. Науково-теоретичний альманах Грані, 22(12), 5-14. <https://doi.org/10.15421/172000>.
- Лютак О. З. (2019) Застосування теорії поколінь у консультуванні персоналу організації. Збірник наукових праць [Прикарпатського національний університет ім. В. Стефаніка]: психологія. Вип. 23. С. 94-101.
- Молодь України – 2015. Портал GfK Ukraine. URL: http://www.gfk.com/fileadmin/user_upload/dyna_content/UA/Molod_Ukraine_2015_UA.pdf.
- Наконечна О. В., Рудень Д. М., Сопівник Р. В. (2017) Регіональні та вікові особливості самооцінки сучасної української молоді. Наука і освіта. № 6. С. 172-180.
- Супрун Г. (2020) Ідентичність індивіда в цифрову епоху соціальних комунікацій. Філософські обрії. № 43. С. 85-94.
- Щетініна Л. В., Рудакова С. Г., Даниляк М. І. (2017) Управління персоналом з урахуванням положень теорії поколінь. Проблеми економіки. № 1. С. 277-283.
- Deloitte Global Millennial Survey (2020). URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/About-Deloitte/deloitte-2020-millennial-survey.pdf>.
- Deloitte Global Millennial and Gen Z (2021). URL: <https://www2.deloitte.com/global/en/pages/about-deloitte/articles/millennialsurvey-2021.html>.
- Fogelson R. D. (1982) Person, Self and Identity. Some Anthropological Retrospects, Circumspects and Prospects. Psychological Theories of the Self / B. Lee (ed.). New York; London: Plenum Press. P. 67-109.
- Howe N., & Strauss W. (1991) Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069. New York: Morrow. 538 p.
- Howe N., & Strauss W. (1993) 13th Gen: Abort, Retry, Ignore, Fail? New York: Vintage Books. 229 p.
- Howe N., & Strauss W. (1997) The Fourth Turning: What the Cycles of History Tell Us About America's Next Rendezvous with Destiny. New York: Broadway Books. 367 p.
- Howe N., & Strauss W. (2000) Millennials Rising: The Next Great Generation. New York: Vintage Books. 432 p.
- Prensky M. (2001) Digital Natives, Digital Immigrants. On the Horizon. Vol. 9 (5). P. 1-6.
- Prensky M. (2010) Teaching Digital Natives: Partnering for Real Learning. Thousand Oaks: Sage Publications Ink.



224 p.

- Stillman D., Stillman J. (2017) *Gen Z @ Work: How the Next Generation Is Transforming the Workplace*. New York: Harper Collins. 320 p.
- Tapscott D. (2009) *Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World*. New York: The McGraw-Hill. 368 p.
- Tulgan B. L. (2009) *Not Everyone Gets a Trophy: How to Manage Generation Y*. San Francisco, Ca.: Jossey-Bass. 182 p.

REFERENCES

- Burachek I. V., Yarmoliuk D. I., & Verstova V. Ya. (2021) Pokolinnia Z na vitchyznia-nomu rynku pratsi (Generation Z in the domestic labor market). *Ekonomika ta suspilstvo. Elektronnyi zhurnal*. Vol. 26. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/329/314>.
- Denysenko M. P., & Davydenko N. V. (2020) Teoriia pokolin ta yakyi yii vplyv na suchasnyi biznes (The theory of generations and its impact on modern business). *Ekonomika ta derzhava*. № 1. P. 46-49.
- Kashchuk K. M. (2018) Osoblyvosti upravlinnia spivrobitnykamy X, Y ta Z pokolin (Peculiarities of managing employees of the X, Y and Z generations). *Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii*. Vol. 1 (22). URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2018_1_9.
- Kryvoshein V. V. (2019a) Idenyfikatsiini ryzyky u suchasnomu politychnomu protsesi: sotsiologichnyi fokus analizu (Identification risks in the modern political process: a sociological focus of analysis). *Epistemological studies in Philosophy, Social and Political Sciences*. Vol. 2, № 1. P. 14-21.
- Kryvoshein V. V. (2019b). Social and political risks of virtualization of state. *Scientific and Theoretical Almanac Grani*, 22(12), 5-14. <https://doi.org/10.15421/172000>.
- Liutak O.Z. (2019) Zastosuvannia teorii pokolin u konsultuvanni personalu orhanizatsii (Application of generational theory in consulting the organization's personnel). *Zbirnyk naukovykh prats [Prykarpatskoho natsionalnyi universytet im. V. Stefanyka]: psykholohiia*. Vol. 23. P. 94-101.
- Molod Ukrainy (Youth of Ukraine) – 2015. Portal GfK Ukraine. URL: http://www.gfk.com/fileadmin/user_upload/dyna_content/UA/Molod_Ukraine_2015_UA.pdf.
- Nakonechna O. V., Ruden D. M., & Sopivnyk R. V. (2017) Rehionalni ta vikovi osoblyvosti samoostinky suchasnoi ukrainskoi molodi (Regional and age characteristics of self-esteem of modern Ukrainian youth). *Nauka i osvita*. № 6. P. 172-180.
- Suprun H. (2020) Idenychnist indyvida v tsyfrovu epokhu sotsialnykh komunikatsii (The identity of the individual in the digital era of social communications). *Filosofski obrii*. № 43. P. 85-94.
- Shchetinina L.V., Rudakova S.H., Danyliak M.I. (2017) Upravlinnia personalom z urakhuvanniam polozhen teorii pokolin (Personnel management taking into account the provisions of the theory of generations). *Problemy ekonomiky*. № 1. P. 277-283.
- Deloitte Global Millennial Survey (2020). URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/About-Deloitte/deloitte-2020-millennial-survey.pdf>.
- Deloitte Global Millennial and Gen Z (2021). URL: <https://www2.deloitte.com/global/en/pages/about-deloitte/articles/millennialsurvey-2021.html>.
- Fogelson R. D. (1982) *Person, Self and Identity. Some Anthropological Retrospects, Circumspects and Prospects. Psychological Theories of the Self / B. Lee (ed.)*. New York; London: Plenum Press. P. 67-109.
- Howe N., & Strauss W. (1991) *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*. New York: Morrow.
- Howe N., & Strauss W. (1993) *13th Gen: Abort, Retry, Ignore, Fail?* New York: Vintage Books.
- Howe N., & Strauss W. (1997) *The Fourth Turning: What the Cycles of History Tell Us About America's Next Rendezvous with Destiny*. New York: Broadway Books.
- Howe N., Strauss W. (2000) *Millennials Rising: The Next Great Generation*. New York: Vintage Books.
- Prensky M. (2001) *Digital Natives, Digital Immigrants. On the Horizon*. Vol. 9 (5). P. 1-6.
- Prensky M. (2010) *Teaching Digital Natives: Partnering for Real Learning*. Thousand Oaks: Sage Publications Ink.
- Stillman D., & Stillman J. (2017) *Gen Z @ Work: How the Next Generation Is Transforming the Workplace*. New York: Harper Collins.
- Tapscott D. (2009) *Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World*. New York: The McGraw-Hill.
- Tulgan B. L. (2009) *Not Everyone Gets a Trophy: How to Manage Generation Y*. San Francisco, Ca.: Jossey-Bass.

Kryvoshein Vitaliy

Dr.Sc., Full Prof., <https://orcid.org/0000-0002-3380-7850>, vvk_1970@ukr.net

Стаття надійшла / Article arrived: 25.10.2021

Схвалено до друку / Accepted: 28.12.2021