

К. Ю. Ісакова

*здобувачка IV курсу першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальність «Менеджмент»*

Науковий керівник: к. ф.-м. н., доц. Л. М. Залюбінська

РОЛЬ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ФОРМУВАННІ ІДЕНТИЧНОСТІ ЗУМЕРІВ

Формування ідентичності зумерів – питання, яке набуває дедалі більшого значення для сучасного управління, зокрема в контексті HR-менеджменту, маркетингу, організаційної культури та стратегічного розвитку компаній. Покоління Z вже активно входить до складу трудових колективів, і розуміння їхніх цінностей, комунікаційних уподобань і цифрових практик є критично важливим для формування ефективного управлінського середовища.

Зумери очікують від організацій прозорості, швидкості, діджиталізації та соціальної відповідальності. Їхня ідентичність формується під впливом цифрових трендів, тому управлінцям

потрібно адаптувати корпоративні стратегії до нової парадигми мислення. Необхідність врахування цифрової культури покоління Z є не лише викликом, а й можливістю для інноваційного розвитку та оновлення організацій.

Покоління Z, або зумери, – це люди, народжені приблизно з 1997 по 2012 рік. Вони зростали у цифровому середовищі, де смартфон, інтернет і соціальні мережі стали невід’ємною частиною життя. Це покоління взаємодіє через цифрові платформи та системи, вважаючи цифрове середовище єдиною прийнятним способом існування. Тому актуальним є питання: яким чином цифрові технології формують їхню ідентичність?

Поняття ідентичності розглядається у працях Е. Еріксона, З. Баумана, Е. Гідденса. Ідентичність, за Еріксоном, – це внутрішнє відчуття цілісності особистості, яке формується в процесі соціалізації [1]. У цифрову епоху вона дедалі більше пов’язана з онлайн-середовищем.

Девід та Йона Стілмани (Stillman D., Stillman J.) у своїх дослідженнях виокремлюють сім рис покоління Z [2]:

1. Фізично-цифровий світ. Межа між реальним і віртуальним розмита; 91 % зумерів вважають технологічну інтеграцію компанії вирішальною для працевлаштування.

2. Реалістичність. Прагматизм і підготовленість до викликів зумовлені досвідом глобальних криз.

3. Надвисока персоналізація. Прагнення до унікального самовираження: 56 % воліли б створити власну посадову інструкцію.

4. Страх пропустити (FOMO). Бажання максимізувати кожну можливість: 75 % прагнуть поєднувати кілька функцій в межах однієї ролі.

5. Микономіка. Зумери цінують колективну ефективність і соціальну відповідальність: 93 % враховують соціальну позицію компанії.

6. Умотивованість. Висока конкурентоспроможність і орієнтація на результат: 72 % готові змагатися з колегами.

7. Зроби сам. Високий рівень самостійності: 71 % дотримуються принципу «зроби сам».

Зумери живуть у мережі: онлайн-комунікація, віртуальні розваги, мінімальна фізична присутність у соціальних

взаємодіях. Згідно з Центром з профілактики та контролю захворюваності, 41% молоді щодня понад 3 години користуються комп'ютером не з навчальною метою (десять років тому – 22%). Платформи як Netflix, Amazon, YouTube стали новим «пультом керування» реальністю [3].

Особливою рисою зуммерів є персоналізація. Стіллмани зазначають: зумери дорослішали, намагаючись поєднати потребу в інтеграції із прагненням зберегти унікальність. Завдяки доступу до цифрових інструментів вони контролюють свої вподобання та активно конструюють публічний образ [1, с. 106–107].

Психологічно зумери характеризуються індивідуалізмом, короткостроковими орієнтирами, нетерпимістю та самовпевненістю. Вони тяжіють до віртуального спілкування, цінують відкритість, швидко адаптуються до інформаційного середовища. Вони надають перевагу текстовим повідомленням, рідко бувають на вулиці, не уявляють життя без технологій, прагнуть негайних результатів і змушені дорослішати рано [4]. Офісні розмови поступово відходить у минуле, через те, що молоді працівники покоління зуммерів почувуються комфортніше, спілкуючись онлайн. Згідно дослідження, 74% працівників відчують труднощі в офлайн-спілкуванні, що особливо актуально для молоді, яка звикла до дистанційного формату [5].

Життєві орієнтири зумерів формуються у світі змін і невідзначеності, що призводить до втрати актуальності традиційних цінностей і водночас – нестачі нових. Інформаційна перенасиченість ускладнює формування сталого світогляду.

Отже, цифрові технології не лише глибоко інтегровані у повсякденність зумерів, а й виступають чинником формування їхньої ідентичності, що проявляється у способах комунікації, кар'єрних очікуваннях, соціальній поведінці та ціннісних орієнтирах. Цифрові технології суттєво змінюють процеси формування ідентичності зумерів. Онлайн-середовище виступає не лише як комунікаційний канал, а й як простір самовизначення, експериментів з ідентичністю та конструювання соціального «Я». Для сучасної науки управління та її інструментарію, важливо вивчати ці процеси й розробляти інструменти підтримки здорової цифрової самоідентифікації.

Список використаних джерел

1. Еріксон Е. Ідентичність: юність і криза. Київ : Основи, 2001. 256 с.
2. Стіллман Д., Стіллман Й. «Покоління Z на роботі» / пер. з англ. І. Гоял. Харків : Фабула, 2019. 304 с.
3. Європейський центр профілактики та контролю захворювань. (2022). ECDC Digital Roadmap 2022–2027. ECDC. URL: https://www.ecdc.europa.eu/sites/default/files/documents/ECDC-Digital-Roadmap-2022-2027_final_with_covers.pdf
4. Матвійчук О. Теорія поколінь: чому ми різні та як порозумітися одне з одним. D-Grand. URL: <http://surl.li/nyfld>
5. Погончук Я. Зумери вбивають офісні розмови. URL: https://24tv.ua/trends24/zumeri-boyatsya-zhivogo-spilkuвання-roboti-chomu-tse-viklikaye_n2731521