

## **МИРОСЛАВА КУХТА,**

*доктор соціологічних наук, професор кафедри філософії, соціології та політології Державного торговельно-економічного університету (02156, Київ, вул. Кіото, 19)*

## **MYROSLAVA KUKHTA,**

*Doctor of Sciences in Sociology, Professor at the Department of Philosophy, Sociology and Political Science, State University of Trade and Economics (19, Kioto St., Kyiv, 02156)*

*miroslavakukhta@gmail.com*

*<https://orcid.org/0000-0003-4663-9670>*

## **НАТАЛЯ СОБОЛЕВА,**

*доктор соціологічних наук, провідний науковий співробітник відділу соціальної психології Інституту соціології НАН України (01021, Київ, вул. Шовковична, 12)*

## **NATALIA SOBOLEVA,**

*Doctor of Sciences in Sociology, Leading Research Fellow at the Department of Social Psychology, Institute of Sociology, National Academy of Sciences of Ukraine (12, Shovkovychna St., Kyiv, 01021)*

*soboleva\_ni@ukr.net*

*<https://orcid.org/0000-0002-5503-203X>*

## **Молодь України у період суспільних турбулентностей 2019–2021**

Молодь як частина суспільства, особлива соціально-демографічна група постійно привертає увагу представників практично всіх суспільних наук та громадських діячів. Молодь є не лише об'єктом, на який чиниться суспільна дія, а й виступає суб'єктом різноманітних соціальних відносин, визначаючи напрями, завдання та цілі взаємодії з іншими соціальними групами. Ще К. Мангайм зазначав, що молодь є гарантом економічного процвітання, бо виступає запорукою економічної, політичної, соціально-демографічної стабільності суспільства. У своїй праці «Діагноз нашого часу» К. Мангайм підіймає проблему співвідношення поколінь та визначає соціологічну функцію молоді в суспільстві, стверджуючи, що «молодь — це один з прихованих ресурсів, які є в кожному

---

*Цитування:* Кухта, М., Соболева, Н. (2023). Молодь України у період суспільних турбулентностей 2019–2021. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*, 3, 31–59, <https://doi.org/10.15407/sociology2023.03.031>.

суспільстві і від мобілізації яких залежить його життєздатність» (Mannheim, 1943: р. 32). При тому він звертає увагу на те, що значення молоді у суспільстві не є стабільним, і питання використання цього ресурсу кожного разу залежить від характеру і соціальної структури того чи того суспільства. Досліджуючи різні типи суспільств, К. Мангайм робить важливі висновки. Статичні, традиційні суспільства, які розвиваються поступово і повільно, спираються насамперед на досвід старших поколінь і часто опираються реалізації потенційних можливостей молоді. На відміну від них динамічні суспільства спираються на зв'язок з молоддю, активізують та зорганізують молодь на реалізацію її особливої функції як «пожвавлювального посередника», свого роду резерву, який виступає на передній план, коли таке пожвавлення стає необхідним для пристосування до швидкозмінних або якісно нових обставин (Mannheim, 1943: pp. 31–53).

Проте в кризові для суспільства часи молодь виявляється максимально незахищеною частиною населення, стикаючись з ейджизмом (дискримінацією за віком), збільшенням коефіцієнта економічного навантаження тощо. Тож якщо молодь не відчуває соціальної підтримки чи можливостей реалізації власного потенціалу, якщо суспільство не опікується створенням програм для підтримки молоді — вона шукатиме їх за межами власної країни. Найболючішою точкою з часів проголошення незалежності України є міграція, зокрема відтік молоді за кордон. Так, за результатами опитувань, здійснених компанією *InfoSapiens* на замовлення Центру аналізу та соціологічних досліджень Міжнародного республіканського інституту в рамках програми «Мріємо та діємо» у 2021 році, близько 40% молоді розглядали варіанти виїзду з України (Мріємо та діємо, 2021).

Загалом в Україні спостерігається дуже складна соціально-демографічна ситуація. Серйозне занепокоєння викликає депопуляція — за рахунок зниження рівня народжуваності та високого рівня смертності й старіння населення. Показово, що в рейтингу щастя Україна у 2021 році посідала аж 110-те місце зі 149 у світі (World Happiness Report, 2021); з того часу соціально-політична та соціально-економічна ситуація лише погіршувалася.

Одним із важливих аспектів розгляду проблем молоді та можливостей визначення її соціального потенціалу є конкретизація поняття та уточнення вікових меж. Зазвичай молодь розуміють як сукупність людей певного віку та відповідного соціального статусу, що має певні соціально-психологічні властивості, а виокремлення цієї групи та ставлення до неї в суспільстві пов'язане з культурними традиціями та актуальною економічною, політичною та соціальною ситуацією (Кухта, 2018). В Україні сьогодні нижня та верхня межі молодості зберігаються на позначках 16 та 35 років відповідно, хоча в Європі розрахунки ведуть щодо осіб 15–29 років, причому виокремлюють кілька підгруп: 15–19 років, 20–24 роки та 25–29 років. Зокрема, Євростат, надаючи різні демографічні статистичні дані, визначає молодь як осіб саме у діапазоні 15–29 років по всьому Європейському Союзу (ЄС) (Eurostat, 2021). Особливість сучасної ситуації полягає в тому, що вік молодості стає більш тривалим (так, за даними ВООЗ, сьогодні верхньою межею молодості вважається вік 44 роки), у світі спостерігається тенденція інфантилізації — процес затягування психологічного набуття дорослості та запізнення набуття відповідальності за власне життя. Інфантилізація проявляється

у моді на безтурботність та підлітковий спосіб життя, у зміщенні на більш пізній вік взяття шлюбу та народження дітей, у довшій залежності від батьків.

Головним спрямуванням молодості є дорослішання та набуття зрілості — освоєння, привласнення, реалізація дорослості. Заради цього суспільство звільняє працездатних, фертильного віку молодих людей від суспільної відповідальності, щоб надати можливість підвищити власний потенціал. Зокрема, студенти ЗВО в Україні зазвичай отримують матеріальну підтримку від батьків або ж держави (соціальні стипендії) не до 18-річного, а до часу закінчення навчання — 23-річного віку (Про застосування, 2006). Отже, життя молоді може суттєво відрізнятися від життя осіб більш зрілого віку, тому дослідження особливостей життя молоді є актуальним завданням для соціологічної науки.

### **Детермінанти та джерела дослідження молоді**

Об'єктом дослідження є молодь (16–35 років) України. Емпірична основа аналізу:

- дані Державного комітету статистики України щодо статеві-вікового розподілу населення України, рівня доходів, сімейного стану, віку вступу у шлюб та народження дитини (Державна служба статистики України. Офіційний сайт, 2019);
- дані щорічного моніторингового дослідження українського суспільства, що проводиться Інститутом соціології Національної академії наук України (вибірка репрезентативна за статтю та віком (18–35 років). Авторський аналіз даних здійснювався за допомоги програми SPSS. (Ворона, Шульга, 2020);
- дані опитування компанії *Info Sapiens* для *International Research and Exchanges Board* (IREX). з 22 лютого по 28 березня 2021 року. Метод інтерв'ю: телефонні інтерв'ю (CATI) на підставі випадкової вибірки (випадкового набору цифр) номерів мобільних телефонів з обласними квотами. Загальна вибірка: 510 респондентів віком 10–12 років; 510 респондентів віком 13–15 років; 1483 респонденти віком 16–35 років. Вибірка репрезентативна для населення цих вікових груп за статтю, віком, за даними Державної служби статистики України станом на 1 січня 2019 року (Мріємо та діємо. Опитування молоді, 2021);
- дані дев'ятої періодичної доповіді України про виконання Конвенції Організації Об'єднаних Націй про ліквідацію всіх форм дискримінації щодо жінок (Дев'ята періодична доповідь України про виконання Конвенції Організації Об'єднаних Націй про ліквідацію всіх форм дискримінації щодо жінок, 2020);
- дані дослідження українських жінок-підприємців (Портрет українських жінок-підприємців. 2021 та 2022 рр.). Дослідження відбувалося у межах ініціативи *Women Biz Days* Українського центру сприяння інвестиціям та торгівлі (ITFC) в партнерстві з Українською маркетинговою групою та за підтримки програми USAID «Конкурентоспроможна економіка України». Дослідження проведене методом онлайн-опитування у 2021 і 2022 роках та є репрезентативним для України. До вибірки увійшли 500 респонденток — жінок-підприємців з усієї країни. Результати опитувальника були доповнені глибинними інтерв'ю із 12-ма українськими підприємцями;

– дані дослідження соціологічної групи «Рейтинг» (тема «Покоління Незалежності: цінності та мотивації», проведеного 20.07–9.08.2021 року, вибірка репрезентативна за віком, статтю і типом поселення ( $N = 20000$ , похибка не перевищує 4%) (Соціологічна група «Рейтинг», 2021);

– дані звіту «Світове дослідження цінностей: 2020. Україна» Український центр європейської політики;

– дані щорічної доповіді про становище молоді України «Молодь на ринку праці: навички XXI століття та побудова кар'єри» (Молодь на ринку праці, 2019);

– дані репрезентативного соціологічного дослідження «Молодь України — 2019», проведеного Державним вищим навчальним закладом «Університет банківської справи» на замовлення Міністерства молоді та спорту України з 20 липня до 10 серпня 2019 року (Молодь України, 2019).

Аналіз специфіки життя молоді потребує врахування неоднорідності цієї групи, що включає різні верстви зі своєрідною структурою мотивації та сприйняття реальності (Покоління Незалежності, 2021). Так, у сільській місцевості порівняно вищий рівень народжуваності, тому частка дітей та підлітків є більшою. По закінченню школи вони переїжджають на навчання до міст, тож у містах більше молоді працездатного віку та з певною кваліфікацією (Молодь на ринку праці, 2019). Зрозумілими є і дані щодо різниці за статтю — у містах менша чисельність чоловіків старше 30-ти років, а у селах — жінок. Відсутність робочих місць та складні умови проживання у селах витісняють жінок у міста або ж за кордон, на заробітки. Вік і стать є суттєвими чинниками, що визначають специфіку життя, тож крім аналізу за статтю дослідники виокремлюють кілька підгруп молоді: 15–19 років, 20–24 роки, 25–29 років і 30–34 роки.

Також не можна не враховувати специфіку реалізації соціального потенціалу, що включає різницю в соціальних можливостях та очікуваннях щодо осіб жіночої та чоловічої статей. Так, в Україні зберігається високе позитивне ставлення до традиційних цінностей — створення сім'ї та народження дітей, а також розуміння того, як належить поводитися чоловікам та жінкам, адже розрив між гендерними ролями в Україні ще доволі помітний. За даними Всесвітнього дослідження цінностей, в Україні у 2020 році порівняно із попереднім 2019-м відбулося зростання поширеності таких гендерних стереотипів, як визнання більшої важливості університетської освіти для хлопців, ніж для дівчат (з 18% до 24,5%); як підтримка твердження, що «якщо жінка заробляє більше грошей, ніж чоловік, це, як правило, викликає проблеми» (з 20% до 30,9%). Також відбулося зниження частоти засудження побиття чоловіками своїх дружин (Світове дослідження цінностей, 2020).

Звернімося до деяких демографічних даних. Так, за даними Держкомстату, середня очікувана тривалість життя при народженні у жінок становить 76,98 років, а у чоловіків 66,92 роки (тобто на 10 років більше, ніж у чоловіків). Значна різниця між показниками за статтю спричинена тим, що у вікових групах 20–60 років смертність жінок утричі менша, ніж смертність чоловіків. Станом на 1 січня 2020 року чисельність постійного населення України, за оцінкою Держкомстату становила 41732,8 тис. осіб, з них 22389,3 тис. жінок (53,6%) та 19343,5 тис. чоловіків (46,4%).

За статистичними даними, попри те, що хлопчиків народжується більше за дівчаток, по досягненні 38-річного віку жінок стає більше за чоловіків, надалі ця різниця лише посилюється. Після 65 років жінок стає вдвічі більше за осіб чоловічої статі, а з 80-ти — майже втричі. Це означає, що проблеми старіння зачіпають більшою мірою жінок (Державна служба статистики України, 2021).

Специфіка ситуації полягає в тому, що довша середня тривалість життя жінок порівняно з чоловіками є загальновідомою, а зважаючи на вікову різницю у подружжя (бо зазвичай чоловік старший за дружину) виявляється, що значну частину власного життя жінка проведе без подружнього партнера. Такі умови накладатимуть відбиток на побудову життя уже у молодому віці, коли жінці необхідно розраховувати та акумулювати ресурси, за рахунок яких вона зможе виживати на старості. Демографічна проблема сучасності — старіння населення — повною мірою стосується й України. Так, частка людей старшого віку невинно збільшується, що посилює необхідність підвищення пенсійного віку та скорочення пенсійних видатків (Державна служба статистики України, 2021). На рівні органів державного управління України постійно звучать заяви про те, що «сьогоднішні сорокалітні не отримуватимуть пенсії» — можливості відповідних виплат з боку держави будуть зменшуватися. Необхідність у ресурсному самозабезпеченні свого майбутнього в пенсійному віці молодими людьми, а особливо нинішніми молодими жінками, та відповідної до нових реалій побудови ними власного життя стає надважливою життєвою метою, адже навіть станом на сьогодні, основною частиною населення, що знаходиться за межами бідності є пенсіонери, дуже значна частка з яких — жінки.

Такий погляд на проблему відкриває можливості глибше зрозуміти найбільш значимі детермінанти стилю життя, їх відмінності та схожості у повсякденному житті, зокрема через вивчення процесів здобуття освіти, побудови кар'єри та перебігу професійної мобільності, рівня доходів, соціально-побутового статусу, сімейного стану, міжстатевих відносин, суспільно-політичної активності, світогляду та цінностей молоді. Тож розглянемо їх детальніше.

### *Ціннісні орієнтації*

За даними вже згадуваних досліджень, що були проведені Державним вищим навчальним закладом «Університет банківської справи» та Соціологічною групою «Рейтинг» (Молодь України — 2019; Покоління Незалежності, 2021), серед молоді 16–30 років переважали цінності універсалізму, доброти, конформізму і безпеки. Найнижчі показники мали багатство і стимуляція. Самостійність, гедонізм та досягнення утримувалися на середньому рівні. Причому цінності молодшої групи найбільшою мірою були зміщені у бік гедонізму, самостійності та стимуляції. Виявилося, що 16–24-річні найбільш відкриті до змін та прагнуть самоствердження. Це єдина група, в якій відкритість до змін переважала над консервативністю.

У плані взаємозв'язку між рівнями доходів та задоволеності життям помітно, що важливість багатства для незаможних респондентів не є визначальною. Досить великий відсоток респондентів (57%) відзначили, що задоволені влас-

ним життям. Найвищий рівень задоволеності, звісно, у молодих та заможних. Проте примітно, що навіть у бідніших групах молоді віком 16–24 роки рівень задоволеності життям був високим. Це свідчить про те, що надії на майбутнє, сповненість силами та життєвий оптимізм є важливішими для задоволеності життям, аніж багатство (41% респондентів зазначили, що їхні найкращі роки ще попереду, 24% відчувають їх «зараз»).

Загалом чоловіки більш романтичні — серед них помітно вищою є частка тих, хто мріє про щасливе кохання (див. рис. 1). У жінок переважають мрії про міцне здоров'я, кар'єрне зростання, підвищення зарплати. Чоловіки зорієнтовані головню на власну справу, міцне здоров'я, власне житло/будинок, кохання.

Аналіз відповідей молоді щодо ключових мотивів вибору місця роботи показав, що на першому місці рівень доходів — на це вказало 75% опитаних, з суттєвим відривом ідуть соціальні гарантії (31%) та колектив (26%). Важливо, що соціальна значимість, високі ідеї, розвиток суспільства не фігурують на перших позиціях. Українська молодь також виявилася неамбітною — найменш важливі мотиви вибору — кар'єра, престижність і соціальний статус (10%) (Покоління Незалежності, 2021).

Щодо релігійності, то дослідження про частоту відвідування храмів молоддю засвідчило, що майже половина молоді (46,5%) відвідують храм головним чином тільки на свята, причому 44,1% припадає на молодих чоловіків і 48,8% — на молодих жінок. Ще 26,4% не відвідують храмів взагалі (29,7% чоловіків і 23,1%

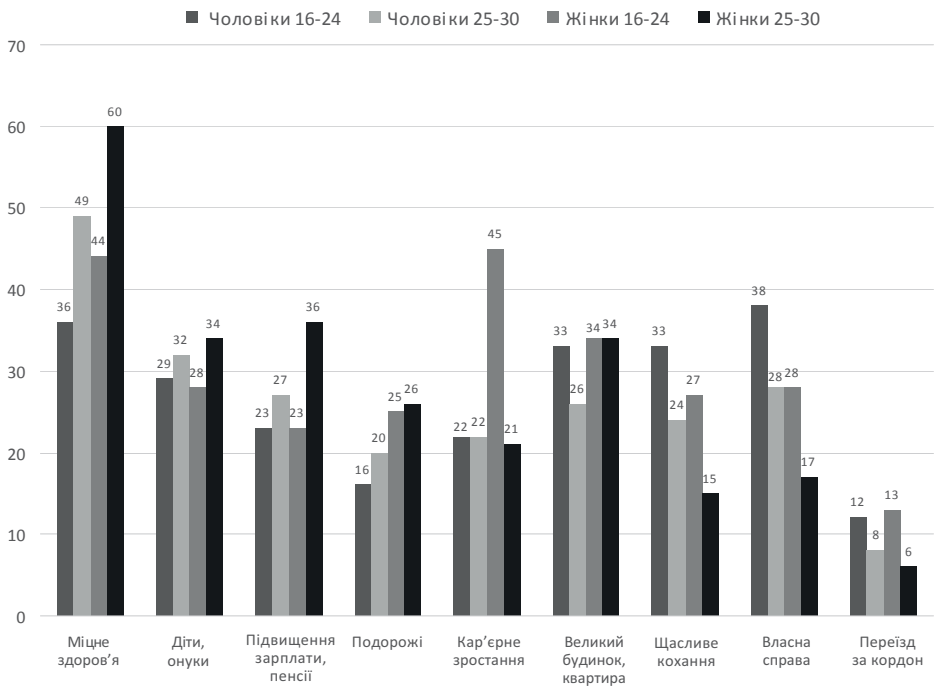


Рис. 1. Розподіл відповідей молодих чоловіків та жінок на запитання про найбільш значимі сфери життя (можна було обрати до 3-х варіантів відповідей)  
Джерело: (Ворона, Шульга, 2020)



жінок) У розрізі вікових груп активність респондентів щодо відвідування храмів має розподіл відповідей, подібний до отриманого за всією сукупністю респондентів загалом: відвідує храми головно на свята майже кожен другий. У групі 14–19 років взагалі не ходить до церкви майже кожен третій (30,8 %), а майже кожен десятий ходять або щомісяця або регулярно щотижня і частіше (9,0% і 9,3% відповідно). Група 20–24 років показала схожий розподіл із незначним скороченням частки таких, хто не відвідує храм, і таких, хто відвідує церкву регулярно щотижня (28,5% і 6,0% відповідно). У групі 25–29 років не відвідує храм майже кожен четвертий (26,5%), проте вищим є відсоток осіб, які ходять до храму регулярно щомісячно або щотижня (13,5% і 8,3% відповідно). Старша група молоді (30–34 роки) є найбільш релігійною частиною — там найвищий відсоток тих, хто відвідує церкву кожного місяця (15,1%) (Молодь України, 2019).

### *Освіта*

За даними Держстату за 2019 рік, майже 80% української молоді навчалося у ЗВО, це один з найвищих показників у світі (Освіта, 2019). Проте поряд з високою включеністю в освітній процес, обсяги державного замовлення щороку зменшувалися, що свідчить про незатребуваність такої кількості спеціалістів з високою кваліфікацією. Також примітно, що відсоток жінок з вищою освітою (70,8% станом на 2017 рік) більший, аніж чоловіків (65,8%). Це пояснюється не лише емансипацією, а й тим, що на робітничих позиціях рівень заробітних плат є суттєво вищим, а здобувають робітничі професії в Україні традиційно чоловіки. Частина з них не вбачає потреби у здобутті вищої освіти в той час, коли уже може мати високий рівень доходів. Деякі дослідники відзначають, що підготовка у ЗВО в Україні не відповідає запитам ринку праці. Тобто у зв'язку з престижністю отримання диплома про вищу освіту нівелювалася якість освітніх послуг (Кутуев, Енин, Костюкевич 2019). Підтвердженням цьому слугує аналіз найпопулярніших професій: у 2017–2018 роках найбільша кількість студентів була у сфері управління та адміністрування (14%), освіти (12,1%), права (10,1%). У 2020 році розподіл дещо змінився, найбільше заяв було на філологію, право, менеджмент, комп'ютерні науки, середню освіту, журналістику, інженерію програмного забезпечення, психологію, маркетинг та економіку (Державна служба статистики, 2020). При цьому мотивом вибору закладу і галузі здобуття освіти виступали власне бажання та інтерес (48%), можливість подальшого працевлаштування (18%), проте водночас менш як половина (лише 46%) опитаних заявили про впевненість, що працюватимуть за обраною спеціальністю (Молодь на ринку праці, 2019).

За даними досліджень, недостатню якість освіти, що її пропонують вищі навчальні заклади, молодь сподівається компенсувати за рахунок додаткових курсів навчання та набуття практичного досвіду. З цією метою молодь переорієнтовується на самоосвіту, вивчення іноземних мов, комунікацію з досвідченими спеціалістами (Кутуев, Енин, Костюкевич, 2019).

У процесі вибору напрямів професійного розвитку молодь частіше спирається на власну думку та орієнтується переважно на спеціальності, що є попу-

лярними, престижними або дозволяють навчатися за бюджетні кошти. Це свідчить про малий ступінь довіри інформації з боку системи освіти щодо актуальних професій. Серйозний дисбаланс між кваліфікацією та рівнем освіти, за даними досліджень, виникає внаслідок того, що майже половина випускників (48, 1% у 2017-му та 50% у 2018 році) працює не за фахом чи отриманою спеціальністю. Це суттєво знижує і якість виконуваної некваліфікованим працівником роботи, і мотивацію навчання та праці самих молодих людей. Показово, що проблема стосується більшою мірою саме випускників закладів III–IV рівнів акредитації, адже за даними досліджень, понад половину осіб (57,3%), що навчалися у закладах професійної та професійно-технічної освіти планували працювати за спеціальністю. Поряд з цією проблемою в Україні існує проблема надмірної кваліфікації — у 2018 році аж 31,7% молодих працівників мали надмірну кваліфікацію. Найбільша частка таких людей спостерігалася у сферах, де виконувалася найпростіша робота, що не потребує суттєвого навчання. Це вказує на серйозний дисбаланс в оплаті праці в різних сферах, де оплата низькокваліфікованої роботи часто є вищою за оплату праці висококваліфікованої — 40,2% осіб, зайнятих за найпростішими професіями, мали вищу освіту (Молодь на ринку праці, 2019).

### ***Зайнятість та дохід***

Важливою характеристикою життя є професійна зайнятість, що визначає статусно-рольову належність індивіда, а також рівень доходів, від чого залежить доступний рівень споживання, життєві шанси та орієнтації. Загалом у разі різкого скорочення доходів 60% молодих людей віком 16–30 років були схильні шукати додаткові джерела прибутку, а 36% — скорочувати свої витрати (Покоління Незалежності, 2021). Чим молодшими та забезпеченішими були представники цієї групи молоді, а також чим вищою для них виявилася цінність багатства, тим більшою мірою вони були готові до пошуку додаткових джерел доходу. Вони (особливо група 16–24-річних) прагнули використовувати наявні можливості, але понад 80% з них не були готові скорочувати свої доходи й за потреби шукати додаткові джерела.

Примітно, що 61% опитаних зазначили, що можуть впливати на свої доходи, натомість 38% вважають, що це від них не залежить. Молодші, більш забезпечені, а також задоволені життям і мотивовані на успіх респонденти краще оцінювали свій вплив на доходи. Найбільше серед тих, хто мріяли про кар'єру, молодих 16–24 річних жінок (45%). Імовірно, кар'єра розглядалася в межах організацій як можливість ієрархічного зростання, бо серед чоловіків цього ж віку переважала зорієнтованість уже на найвищий щабель — тобто власна справа (38%), а будувати кар'єру за поступового зростання бажали тільки 28% чоловіків. До 25–30 років відбувається стрімке падіння кар'єрних очікувань серед жінок (з 45% до 21%, тобто більше, ніж наполовину). Це зумовлено існуванням в Україні доволі сильного розподілу гендерних ролей, тож жінкам доводиться обирати між сім'єю та кар'єрою на користь першої (Покоління Незалежності, 2021).



За даними моніторингового дослідження населення України (Ворона, Шульга, 2020), професійний розподіл молодих (до 35 років) чоловіків та жінок виглядав так (див. табл. 1): чоловіки порівняно з жінками частіше зайняті на посадах спеціалістів технічного профілю (10,3% проти 4,1% серед жінок), підприємців у великому, середньому та малому бізнесі (7,1% проти 2,2% серед жінок), кваліфікованих робітників (19,9% проти 8,9% серед жінок), різноробів (7,4% проти 3,7% серед жінок), а праця молодих жінок помітно більша у сфері ведення домашнього господарства (16% проти 0,4% серед чоловіків), спеціалістів у галузі науки, культури, охорони здоров'я, освіти, дошкільного виховання (16% проти 3,3% серед чоловіків). Тобто розподіл за сферами зайнятості за ознакою статі доволі виразний, головним чином жіноча праця застосовується у менш оплачуваних сферах, також серед жінок порівняно більше тих, що не працює та не має ніяких джерел доходу (8,2% проти 3,3% у чоловіків).

Таблиця 1

## Професійний розподіл молоді залежно від статі, % (2020 рік)

Сфера зайнятості	Чоловіки	Жінки
Професійний політик, керівний працівник держапарату	0,4	0,0
Керівник (заступник керівника) підприємства, установи, сільгосп-підприємства	1,8	1,5
Службовець держапарату (посадова особа)	2,2	1,9
Спеціаліст технічного профілю (з вищою або середньою спеціальною освітою)	10,3	4,1
Спеціаліст у галузі науки, культури, охорони здоров'я, освіти, дошкільного виховання (з вищою або середньою спеціальною освітою)	3,3	16,0
Працівник правоохоронних органів, військовослужбовець	3,3	1,1
Підприємець у великому або середньому бізнесі	1,1	0,0
Займаюсь малим бізнесом, індивідуальним підприємництвом	7,0	2,2
Службовець із числа допоміжного персоналу	3,7	3,7
Кваліфікований робітник	19,9	8,9
Різнороб, підсобний робітник	7,4	3,7
Працівник сільгосппідприємства	2,9	1,5
Фермер	0,4	0,0
Учень, студент, курсант, аспірант тощо	12,5	10,0
Непрацюючий пенсіонер	0,7	0,4
Домогосподарка	0,4	16,0
Не маю постійного місця роботи, але підробляю у різних місцях залежно від обставин	11,0	8,2
Не працюю і не маю ніяких джерел доходу	3,3	8,2
Зареєстрований безробітний	1,5	1,1
Інше	2,9	6,7
Важко сказати	4,0	4,8

Рівень доходів також пов’язаний з належністю до певної статі: навіть на однакових посадах жінки (безвідносно до віку) в середньому отримували нижчий дохід порівняно з представниками чоловічої статі.

Загалом рівень доходів жінок залишався нижчим аж на 22,8% порівняно із доходами чоловіків. При цьому в різних сферах нерівність була різною. Найменша — в освіті (3,8%), діяльності у сфері транспорту (4,0%), державному управлінні й обороні, обов’язковому соціальному страхуванні (4,5%), у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування (5,1%), будівництві (5,9%). І, як можна помітити, за кілька років ситуація в середньому майже не змінилася — в деяких сферах оплата праці жінок порівняно піднялася, в інших, навпаки, помітні негативні зміни (див. табл. 2).

Таблиця 2

Співвідношення заробітної плати жінок і чоловіків за видами економічної діяльності, % до заробітної плати чоловіків (2020 рік)

Вид економічної діяльності	Роки			
	2017	2018	2019	2020
Сільське господарство, лісове та рибне господарство	82,2	80,0	79,9	81,4
Промисловість	76,3	74,8	74,3	74,4
Будівництво	93,2	89,4	94,1	94,6
Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	77,4	78,6	81,3	81,5
Транспорт, складське господарство, поштова та кур’єрська діяльність	76,3	75,5	77,2	75,8
Тимчасове розміщування й організація харчування	86,6	86,0	90,9	87,5
Інформація та телекомунікації	80,1	79,9	80,3	78,4
Фінансова та страхова діяльність	64,4	63,9	63,9	67,9
Операції з нерухомим майном	92,3	87,9	91,4	95,3
Професійна, наукова та технічна діяльність	85,1	80,6	78,1	77,3
Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	99,8	98,9	105,1	103,5
Державне управління й оборона; обов’язкове соціальне страхування	93,0	95,1	95,5	92,2
Освіта	95,4	96,4	96,2	96,3
Охорона здоров’я та надання соціальної допомоги	90,1	88,9	89,3	86,9
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	59,6	61,6	64,1	63,4
Надання інших видів послуг	82,5	85,8	88,1	98,5

Втрата місця роботи (і, відповідно, доходу) також більшою мірою зачіпає жінок. З усієї кількості тих, хто покинув роботу, абсолютна більшість зробили це через плінність кадрів (87,6%), лише невелика частка (5%) — це ті, що були скорочені. Проте серед скорочених частка жінок сягнула аж 61,8% (!) Самооцінювання респондентами свого положення на соціальній драбині показало, що

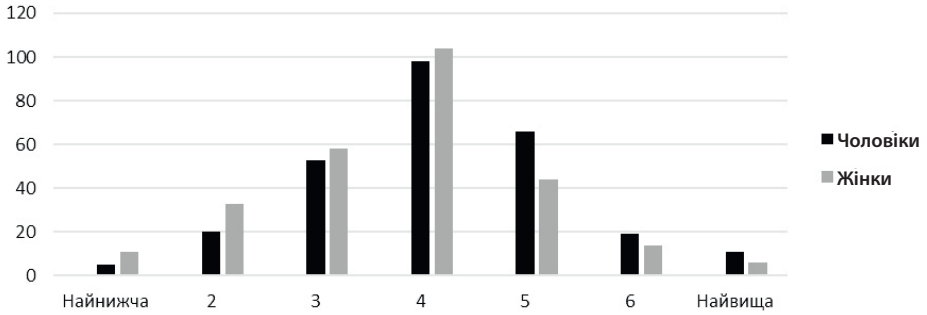


Рис. 2. Розподіл відповідей молодих чоловіків та жінок відносно їх знаходження на уявній соціальній драбині у 2020 році

Джерело: (Ворона, Шульга, 2020)

серед жінок більша частка тих, хто визначає своє становище як низьке, порівняно з чоловіками (див. рис. 2).

Зазначимо, що чинниками соціального виключення зі сфери праці цієї частини респондентів називаються низька кваліфікація та незатребуваність. За даними, наведеними в періодичній доповіді України про виконання Конвенції Організації Об'єднаних Націй про ліквідацію всіх форм дискримінації щодо жінок, молоді чоловіки та жінки визначали своє місце на уявній соціальній драбині так (Дев'ята періодична доповідь України, 2020).

У 2018 році рівень економічної активності серед осіб віком 30–34 років становив 83,3%, віком 25–29 років — 79,6% та був вищим, ніж у середньому серед населення віком 15–70 років (62,6%). Високий рівень економічної активності серед 30–34-річних можна пояснити тим, що молодь цього віку вже завершила процес здобуття освіти та вийшла на ринок праці. Невисокі показники економічної активності в наймолодшій когорті переважно пов'язані з тим, що саме в цей період життя молодь отримує освіту, відкладаючи свій вихід на ринок праці (Молодь на ринку праці, 2019).

### **Професійна мобільність та жіноче підприємництво**

Молоді жінки демонструють доволі високий рівень професійної мобільності, проте зміни у свідомості насправді відбуваються дуже повільно. Так, наприклад, лише в жовтні 2017 року Міністерство охорони здоров'я окремим наказом скасувало заборону жінкам працевлаштовуватися за понад 450 спеціальностями. І лише у 2018 році подібні зміни заторкнули армію, де до останнього часу жінкам був закритий доступ не лише до керівних посад, а й до бойових, хоча від 2014 року чимало жінок перебували в зонах бойових дій як добровольці. До 2018 року вони були «невидимими», тобто не могли претендувати на відповідне визнання чи винагороди. Тому необхідність коригування гендерної політики була нагальною. Одним із завдань для розв'язання цієї проблеми постало запровадження квот на керівні посади та заохочення жінок до створення власного бізнесу. Станом на 2020 рік порівняно із чоловіками помітно менша кількість жінок орієнтувалася на створення власного бізнесу (див. рис. 3).

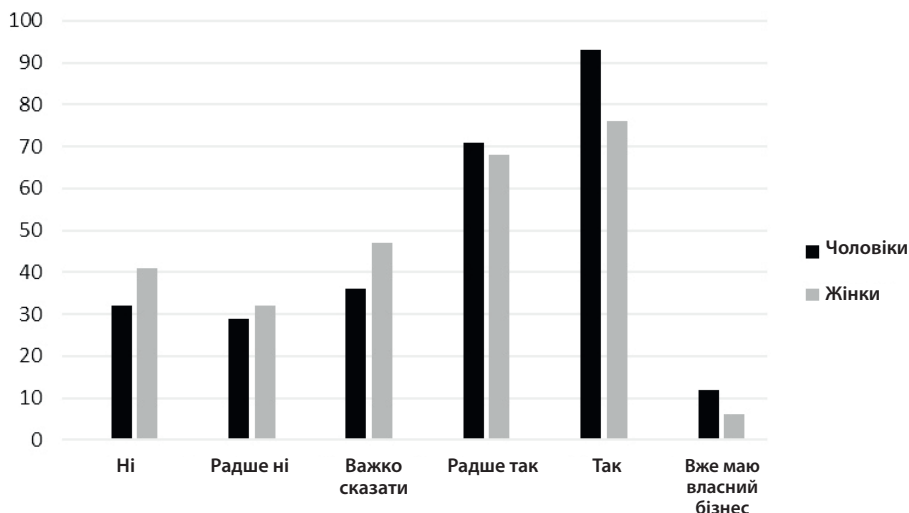


Рис. 3. Розподіл відповідей молодих чоловіків та жінок на запитання, чи хотіли б вони відкрити власну справу (2020 рік)

Джерело: (Ворона, Шульга, 2020)

Напередодні війни у 2021 році було проведене цікаве дослідження щодо жіночого підприємництва в Україні. До цього часу «стаж» жіночого бізнесу (переважно це ФОП, мікро або малий бізнес) в Україні налічував у середньому 8 років. Проте він виявився вельми показовим: 77% цього бізнесу перебувало в одноосібній власності. Більшість жіночих бізнесів складало лише одне підприємство, але 8% власниць мали два, а 1% — навіть три підприємства водночас. Зокрема, частка юридичних осіб, в яких керівниками є жінки, становить лише 28,9%. Пандемія негативно вплинула на 92% бізнесів жінок-підприємниць. 40% з них були змушені призупинити бізнес-діяльність, 20% відзначили зменшення обігу товарів/послуг, 13% вважали, що знизилася платоспроможність споживачів, 12% — що скоротилася клієнтська база. Друга хвиля дослідження (2022) припала вже на часи війни, коли жінки-підприємниці зіткнулися з новими загрозами й додатковими турботами щодо безпеки сім'ї на додаток до волонтерських ініціатив (Портрет українських жінок-підприємниць, 2022).

У 2021 році тільки 8% жінок-підприємниць відзначали, що пандемія їх не зачепила. За підсумками року карантинних обмежень частка жіночих підприємств, які продавали товари/послуги на онлайн майданчиках чи маркетплейсах, досягла 47%. Щоб утримати бізнес і розвиватися під час пандемії та локдауну, жінки-підприємниці намагалися адаптуватися до нової реальності за рахунок розвитку онлайн-продаж, розширення асортименту товарів та послуг, упровадження акційних пропозицій, знижок тощо. Підприємниці обирали більш економні підходи до ведення діяльності, максимально диджиталізували бізнес-процеси задля зменшення витрат. Тільки 5% жінок-підприємниць вдалося отримати грантове фінансування.

Ключовою негативною рисою українського підприємництва в цілому майже три чверті опитаних підприємниць називають непрогнозованість, більш як тре-

тина — корупцію, а кожна п'ята респондентка — закритість. Такий стан українського бізнесу зберігається, на думку українських жінок, котрі є власницями бізнесу, упродовж останніх років (від початку пандемії і під час війни). Але позитивом є те, що розпочинати діяльність стає легше з кожним роком. Таку думку підтримують понад половину опитаних жінок у 2022 році. Кожна третя жінка-підприємиця на своєму шляху стикалася зі стереотипами щодо жіночого підприємництва на кшталт того, що «бізнес — не жіноча справа». Утім, більшість (63%) підприємниць були налаштовані цілком позитивно та задоволені розвитком свого бізнесу. Вони вважали, що в Україні є можливості для розвитку жіночого підприємництва, хоча й зазначали, що їм бракувало фінансової допомоги для розвитку, часу, стабільності в країні. Меншість (37%) були незадоволені розвитком свого бізнесу і вважали причиною цього насамперед COVID-19 та загалом падіння бізнесу в Україні. Попри всі труднощі того часу бізнесумен в Україні мали вдвічі вищий індекс підприємницького настрою (58%) порівняно з усією спільнотою підприємців (27%). Переваги та недоліки жіночого підприємництва, на думку респонденток, відображено у табл. 3.

Таблиця 3

**Переваги та недоліки жіночого підприємництва  
на погляд жінок-підприємниць (2021 рік)**

<i>Переваги жіночого підприємництва</i>	<i>Недоліки жіночого підприємництва</i>
більша успішність — 12%	негативне та упереджене ставлення оточення — 18%
соціально відповідальний підхід у бізнесі — 12%	невеликий масштаб бізнесу — 9%
більша цілеспрямованість — 10%	важкість розпочати та розвивати діяльність — 6%
збалансованість із особистим життям — 9%	обмежене коло напрямів жіночого підприємництва — 5%
багатозадачність — 7%	більша емоційна складність — 3%
емоційне забарвлення — 5%	більші ризики втрати бізнесу — 2%
порядність та чесність — 5%	низька успішність — 2%

Зауважимо, що на час опитування у 2021 році 33% жінок-підприємниць мали дітей, 67% мали вищу освіту, 77% були одноосібними власницями бізнесу. Серед перешкод наявному бізнесу молоді жінки-підприємниці називали передусім гендерну нерівність та стереотипи (18%), замало часу для балансу «сім'я-бізнес» (14%), а також необхідність доводити чоловікам серйозність своїх намірів (10%). Тобто у топі головних перепон представлено саме перешкоди, пов'язані із традиційністю розподілу гендерних ролей. Ще гірше виглядала картина початку діяльності — 30% жінок-підприємниць вказували на перешкоду стереотипів та гендерних упереджень щодо жіночого бізнесу, а 53% — на постійну зміну правил з боку держави.

У дослідженні 2022 року, як і 2021-го, головними недоліками жіночого підприємництва власниці бізнесу визначили упереджене ставлення оточення та складність масштабування і розвитку власної справи. Проте стосовно переваг спостерігалася тенденція зміни поглядів жінок-підприємниць в опитуванні 2022 року — найважливішою перевагою підприємниці стали вважати можли-

вість поєднання бізнес-діяльності із особистим життям (15%). У 2021 році одним з найвідчутніших зовнішніх чинників негативного впливу на діяльність бізнесу була пандемія. Попри більшу кількість викликів та перешкод в умовах, коли бізнесу доводилося долати наслідки не лише пандемії, а й війни на території України, жінки-підприємці у 2022 році краще оцінювали стан українського бізнесу, вдвічі зросла частка підприємців, які відчували позитивні перспективи, а не просто продовжували діяльність на тлі погіршення ситуації.

Наслідки впливу війни на діяльність українських жінок-підприємниць відбилися в необхідності особистих трансформацій, перебування в постійному пошуку нових знань і творчого впровадження їх у свою справу, формуванні більш глобального мислення та навичок гнучкого ведення бізнесу, набутті лідерських якостей. Держава та деякі установи створюють платформи та програми, за якими доступ жінок-підприємниць до інноваційних та інвестиційних ресурсів полегшується, але жінкам гостро бракує доступу до фінансів, каналів комунікації та лідерів-менторів.

Три чверті опитаних жінок-підприємниць у 2021 році і дві третини у 2022-му були впевнені, що жіночий бізнес не відрізняється від бізнесу в цілому, 9 із 10 власниць бізнесу стверджували, що в Україні є всі можливості для розвитку жіночого підприємництва. При цьому лише 10% жінок-підприємниць здійснювали свою діяльність по всій Україні — переважна більшість працювала виключно в своєму регіоні, і лише 16% підприємниць займалися експортом. Отже, результати дослідження «Портрет українських жінок-підприємниць» у 2021–2022 роках показали, що жіноче підприємництво потребує комплексної програми розвитку насамперед в частині забезпечення рівних умов для чоловіків та жінок у бізнесі, фінансової підтримки (цільової допомоги з боку держави, надання безвідсоткових або доступних кредитів, зменшення податкового навантаження тощо) та спрощення умов ведення бізнесу. Доволі показовим у цьому плані є те, що жінки загалом меншою мірою задоволені своїм становищем у суспільстві (див. рис .4).

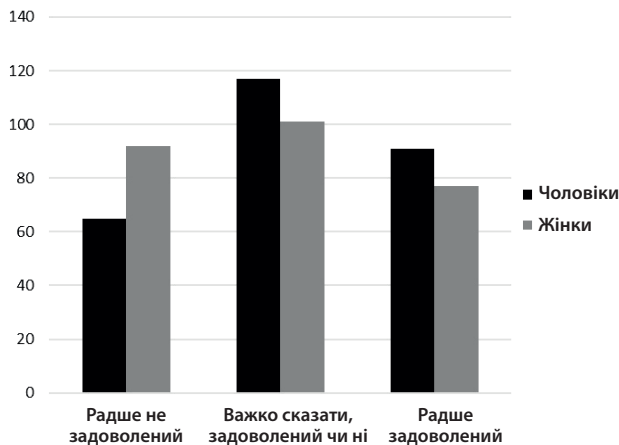


Рис. 4. Розподіл відповідей молодих чоловіків та жінок щодо міри задоволеності становищем у суспільстві  
Джерело: (Ворона, Шульга, 2020)



## ***Житлові умови***

Вагомий вплив на життя молоді справляють житлові умови та сімейні відносини. Так, у 2019 році понад 30% молоді віком 18–34 роки продовжували проживати разом з батьками. У 2019 році молоді люди в ЄС у середньому не залишали батьківський будинок до досягнення віку 27,1 року для чоловіків та 25,2 року для жінок. До речі, в цьому плані молоді українці були більш самостійні, ніж їхні ровесники з інших європейських країн (Eurostat, 2019).

Це зумовлено багатьма чинниками, починаючи від економічних, зокрема рівня доходів, що визначає можливість придбати чи орендувати житло, і закінчуючи впливом традицій певної культури та особистими обставинами молодих людей.

Результати аналізу дають підстави говорити про розширення та зміни міжпоколінних взаємодій у формі надання матеріальної допомоги. Якщо раніше в Україні превалювала допомога батьків молоді та їхнім сім'ям, а діти частіше допомагали літнім батькам, то зараз майже третини опитаних допомагають своїм, ще не надто старим, батькам. Інтерпретуючи цей факт, можна припустити, що його пояснення слід шукати у більш благополучних умовах для адаптації молоді до нових соціально-економічних реалій або ж у більш скрутному становищі старшого покоління. Відомо, зокрема, що керівники приватних фірм, де заробітки вищі, прагнуть наймати працівників віком до 30 років, тож останніми роками затребуваність осіб віком від 45 років суттєво знизилася. Попри формальну заборону вказувати стать та вік в оголошеннях про найм працівників, у процесі безпосереднього рекрутингу такі фільтри задіюються. Так, середня вікова група населення становить вагому частку офіційно зареєстрованих безробітних, існують серйозні проблеми пошуку високооплачуваної роботи для осіб передпенсійного віку.

## ***Побудова сім'ї та орієнтації на дітонародження***

Молодий вік відзначається не лише активністю у сфері освіти, опанування професії, першими кроками на ринку праці, набуттям досвіду побудови кар'єри, а й початком дітонародження. В Україні триває зниження загальної чисельності новонароджених і рівня народжуваності. Швидкість зниження рівня народжуваності у молодих групах населення впливає на подальші трансформаційні процеси народжуваності та зміну її вікової моделі. Переважна більшість усіх народжень у 2018 році (85,4%) припадала на жінок віком до 35 років. Лідерами щодо дітородної активності є 25–29-річні жінки. Поглиблюється розрив між інтенсивністю народжуваності серед жінок цієї вікової групи і жінок віком 20–24 роки, яка у попередні роки відзначалася найвищим коефіцієнтом народжуваності в Україні. Пришвидшуються темпи скорочування народжуваності жінками віком 15–24 роки. Якщо у 1990–2000 роках їхній внесок у календарну сумарну народжуваність знизився неістотно — від 60% до 57,2%, то вже у 2010-му він становив 41,2%, а 2018-го — майже 35%. Позитивною тенденцією

є зменшення інтенсивності народжуваності серед дівчат до 20 років. Важливо наголосити, що ця тенденція є загальною для країн Європи — так, за прогнозами Євростату рівень народжуваності й надалі падатиме, тоді як тривалість життя зростатиме. Саме тому політика європейських країн спрямована на підтримку мігрантів з числа висококваліфікованої та перспективної молоді (Eurostat, 2019).

В Україні триває, хоча й повільними темпами, зростання середнього віку матері при народженні дитини. Підвищення зазначеного показника спричинене поширенням практики відкладання народження дитини на старший вік, що, насамперед, стало результатом прагнення спершу досягти певного професійного рівня, а потім реалізовуватися у материнстві та батьківстві (для молодих чоловіків це теж характерно). Попри зростання середнього віку матері при народженні дитини, серед розвинених європейських держав Україна характеризується як країна із найнижчим його значенням (за середньоєвропейськими показниками народження першої дитини припадає у жінок на вік 30 років). Тенденції народжуваності суттєво впливають на сферу зайнятості щодо розвитку ринку соціальних послуг по догляду та вихованню дітей, які представлені агенціями, приватними особами, котрі надають послуги з індивідуального догляду чи освітньо-виховної роботи з дітьми дошкільного віку. Зміни на ринку праці можуть прискорювати трансформацію вікової моделі народжуваності (Молодь на ринку праці, 2019). Також підвищується вік вступу у шлюб як у чоловіків, так і у жінок (див. рис. 5).

Орієнтації української молоді на створення власної сім'ї є традиційно сильними, рівень шлюбності високий, однак стилі шлюбно-сімейної поведінки поступово змінюються відповідно до загальноєвропейських тенденцій.

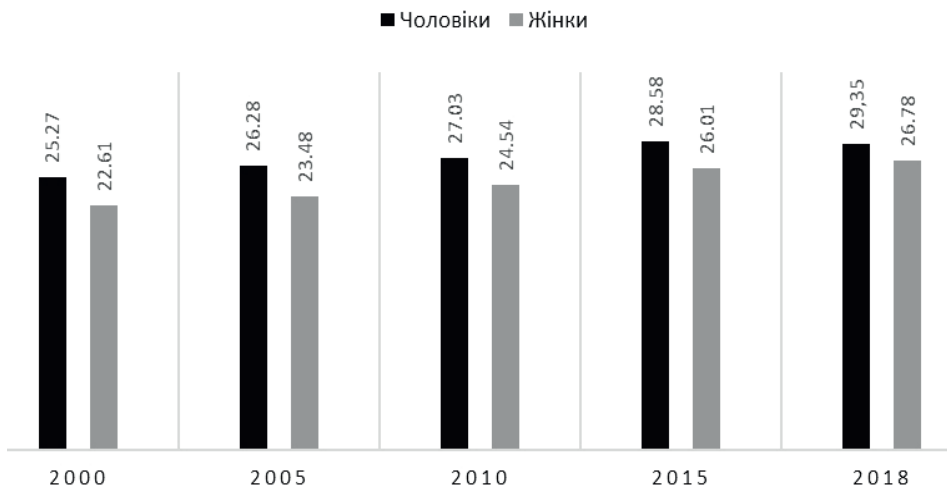


Рис. 5. Середній та медіанний вік осіб, які взяли шлюб, у тому числі перший шлюб, в Україні у 2000–2018 роках

Джерело: (Державна служба статистики України, 2019: с. 14)

Безшлюбна самотність як така ще мало поширена в країні, проте не завжди молоді люди, проживаючи разом, реєструють свій шлюб: кожна четверта молода людина, маючи шлюбного партнера, не перебуває в офіційному шлюбі. Шлюбне партнерство без реєстрації найчастіше є випробувальним етапом у стосунках, після якого пара вирішує, реєструвати їм шлюб чи розійтись.

Високий рівень шлюбності поєднується із нестабільністю шлюбних відносин та високим рівнем розлучуваності. Після зменшення кількості розлучень у 2015–2017 роках у 2018-му кількість їх зросла майже на 20%. Поступово змінюється віковий профіль шлюбності, дедалі частіше молодь відкладає шлюб до закінчення періоду навчання, набуття професії, працевлаштування.

### ***Матеріальне становище, практики дозвілля та споживання***

За даними низки інформаційних джерел стало відомо, що статки найбагатших людей планети впродовж кризи значно зросли, бідні ж, навпаки, стали ще біднішими. Саме про це повідомляло, наприклад, видання Форбс у статті «Мільярдери світу стали багатшими на 1,9 трильйона доларів у 2020 році» (Forbes, 2020). Схожу ситуацію можна було спостерігати й в Україні, де представники середнього і малого бізнесу зіткнулися із серйозними проблемами через карантинні обмеження, аж до загрози банкрутства. Багато підприємців, зокрема в дозвілєвій галузі, мусили суттєво скоротити свою діяльність ба навіть припинити її на невизначений термін (ресторани, торговельно-розважальні центри, перукарні тощо). Величезні загрози для економіки стали причиною того, що в деяких країнах (наприклад, у Швеції), локдаун вводили пізніше. Швеція не запровадила строгий карантин і випередила всі країни за показником смертності від Covid-19. Небажання влади запроваджувати суворий карантин не врятувало країну від економічної кризи, коли Швеція вирішила відмовитися від жорстких карантинних заходів, щоб не зашкодити економіці. За менш ніж тиждень у травні 2020 року Швеція випередила решту країн Європи за кількістю нових смертей через коронавірус.

Щодо українців, то за даними Центру соціального моніторингу (дослідження було проведене в грудні 2020 року, більша частина населення України вважала, що впродовж 2020 року їхнє матеріальне становище погіршилося (51,8%), більш як третина українців (36,3%) стверджували, що воно залишилося без змін, і лише 8% опитаних повідомили, що їхнє матеріальне становище покращилося. Найбільш песимістично налаштованими виявилися люди віком 50–59 років (58,2%), випередивши в цьому навіть представників групи 60+ (56,1%), проте молодь віком 18–29 відрізнялася суттєво позитивнішим поглядом на своє матеріальне становище. Погіршення відзначили 41,9% представників цієї групи, а покращення — 10,8% респондентів. Жінки порівняно з чоловіками частіше негативно оцінювали своє матеріальне становище (відповідно 52,6% і 50,9%). При цьому мешканці обласних центрів виявилися більш оптимістичними порівняно із жителями сіл та невеликих міст. У регіональному розрізі гірше за інших оцінили своє матеріальне становище жителі західних областей України

(62,3%), натомість практично кожен десятий мешканець центральних і східних регіонів відмітив поліпшення.

В оцінках того, як змінилося за поточний рік становище країни в цілому, ситуація виглядала ще більш негативно. Більшість респондентів (62%) вважали, що у 2020 році становище країни загалом погіршилося, лише 7,1% були переконані, що воно покращилося, а 23,8% стверджували, що все залишилося без змін. Якщо звернути увагу на динаміку оцінок за роками, то всі попередні роки, починаючи від 2014-го, коли РФ захопила Крим (тоді 87% респондентів зафіксували різке погіршення загального становища країни), поліпшення становища відмічалось небагатьма респондентами і коливалось в діапазоні від 3 до 7 відсотків. Складним випробуванням для глобального світу і кожної окремої національної держави стала пандемія COVID-19, соціальні наслідки якої чи не перевищують суто медичні загрози коронавірусу. Саме він і став найбільшим негативом року в оцінках респондентів. І цілком логічно у відповідях учасників опитування здоров'я вийшло на перше місце серед позитивів року. Саме здоров'я стало головним побажанням собі і рідним напередодні нового 2021 року (2020 рік, 2021).

Практики дозвілля молоді визначаються певною віковою динамікою. Молоді люди зазвичай проявляють інтерес до різних видів спорту, подорожей, музики і можливостей саморозвитку. Найбільшу цікавість до музики виявляє молодь 16–24 років. З віком пріоритети зацікавленості змінюються — на перший план у сфері інтересів виходять здоровий спосіб життя, екологічні проблеми, політика та економіка. Стійкий інтерес до спорту і можливостей саморозвитку зберігаються до 40 років і лише потім поступово знижуються. Подорожами цікавляться всі вікові групи за винятком хіба що найстарших.

Що стосується відмінності за статтю, то, як показують опитування, чоловіки порівняно більше цікавляться спортом (48%), а жінки — подорожами та здоровим способом життя (39% і 36% відповідно) (Покоління Незалежності, 2021). Імовірно, це зумовлено доволі сильним традиційним розподілом ґендерних ролей, де чоловіки насамперед мають бути сильними, а жінки — вродливими та здоровими.

З іншого боку, внаслідок закриття розважальних закладів та суттєвого обмеження офлайн комунікацій відбулася переорієнтація на проведення дозвілля в домашніх умовах та у вузькому сімейному колі. Покупки статусних речей та статусне споживання в таких умовах втратили свою значимість.

Варто зауважити, що саме високі стандарти споживання, які відповідають західним зразкам, визначали найвагоміші ціннісні орієнтації молоді та мали потужну спонукувальну силу під час різноманітних державних реформ. Світова криза змусила знизити рівень домагань молоді й відмовитися від низки звичних уже поведінкових практик, зокрема географічної мобільності. Лише 8,8 % чоловіків та 7,0% жінок скористалися перевагами безвізового режиму та подорожували країнами ЄС. 57,0% молоді впродовж останніх 5 років жодного разу не виїжджали за кордон (Покоління Незалежності, 2021). І хоча в цьому випадку різниця не є суттєвою, примітно, що у молодих жінок порівняно з чоловіка-

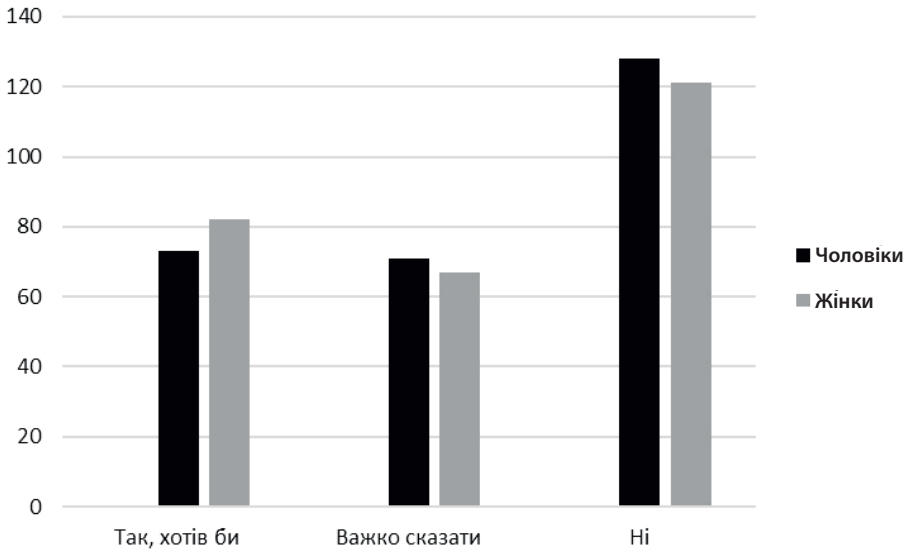


Рис. 6. Розподіл відповідей молодих чоловіків та жінок на запитання про те, чи хотіли б вони виїхати з населеного пункту, де проживають

Джерело: (Ворона, Шульга, 2020)

ми нижчий рівень задоволеності місцем проживання та помітно вища частка охочих виїхати з населеного пункту, де вони проживають (див. рис. 6).

Отже, усталені практики споживання як організовані діяльності множини людей у поєднанні із контекстом, в якому вони формуються, зазнали сьогодні суттєвих трансформацій. У постіндустріальному суспільстві акценти змістилися на споживання послуг. Р. Інглхарт, досліджуючи ціннісні явища у різних країнах світу, зрештою поділив усі цінності на матеріальні та постматеріальні, залежно від того, що визначає статус суб'єкта та є більш важливим для його набувачів: речі, інформація чи послуги. Він також звернув увагу на те, що в періоди кризи постіндустріальні країни з постматеріальними цінностями цілком можуть повернутися до попереднього рівня ціннісних орієнтацій (Inglehart, Welzel, 2005).

Стиль споживання значною мірою визначається способом життя. Якщо ж говорити про стилістику споживання під час пандемії, то визначальною характеристикою буде «карантинність». Саме остання задає своєрідну моду та проковує або підвищення попиту на деякі товари або майже повне припинення споживання інших.

Під час світового карантину освіта, робота та відпочинок суттєво віртуалізувалися, стали прив'язаними до дому та залежними від доступу до інтернету. Це, з одного боку, зумовило підвищення вимог до програмного забезпечення й наявності відповідного технічного обладнання, а з іншого — знизило якість праці, освіти та відпочинку. Привертає увагу, зокрема, так звана «вірусна» цифровізація, що поки, попри відому шкоду для фізичного та психологічного здоров'я від надмірного перебування за комп'ютером, не має альтернатив. За дани-

ми дослідницької компанії *GfK Ukraine*, в Україні уже близько 7 млн осіб регулярно здійснюють покупки через інтернет (Що купують українці онлайн, 2020), причому розподіл чоловіків та жінок становить 48,0% та 52,0% відповідно. Найчастіше — це молодь віком 26–35 років з повною вищою освітою. Лідерами в цьому сегменті є торговельні майданчики *OLX* та *Aliexpress*. Це й зрозуміло, вони є відносно бюджетними. За цими ж даними, жінки частіше купують одяг та взуття, косметику, товари для дітей, побутову хімію. У чоловіків на передніх позиціях — техніка та автотовари (Z-Україна, 2019).

Під час необхідного дотримання соціального дистанціювання найбільш безпечним, а іноді єдиною можливим варіантом комунікації став цифровий. За результатами дослідження *GlobalLogic* на підставі відкритих даних загалом частка користувачів соціальних мереж в Україні у період з 2020 по 2021 рік зросла аж на 13% (7 млн). Якщо на початку 2020 року в Україні було 19 млн користувачів, то у 2021-му ця цифра досягла 26 мільйонів. У 2021 році в соцмережах було зареєстровано 60% населення країни, тоді як у січні 2020-го таких було трохи більш як 40% (За рік карантину, 2021).

З 2019 року кількість українців в *Instagram* зросла на 22%, а в *Facebook* — на 7%. У 2021 році цими соцмережами користувалися 14 млн і 16 млн українців відповідно. За цей же рік нова соціальна мережа *TikTok* охопила 16% користувачів з України (тобто її зростання становило 500%). Найпопулярнішою соцмережею залишився *YouTube* з охопленням 96% користувачів в Україні. Загалом за час пандемії кількість інтернет-споживачів на території України зросла на 33% порівняно із 2019 роком і становила майже 67% населення.

Кількість інтернет-користувачів зростає не тільки в Україні, а й у всьому світі. Від 2019-го до 2020 року їх побільшало на 280 млн. Через пандемію люди по всьому світу почали на 57% частіше дивитися відео та фільми, на 37% більше слухати музику і на 15% — подкасти. Що ж до молоді, то у період з 2019 по 2022 рік частка молодих людей у ЄС, які пройшли онлайн-курси, зросла більш як удвічі — з 13% до 28%. Інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ) стали невіддільною складовою повсякденного життя людей. Більшість населення Європейського Союзу (ЄС), зокрема й молодь, використовує інтернет для виконання різних дій у рамках своєї роботи, освіти, дозвілля, управління та інших сфер. У 2022 році значна частина молодих людей в ЄС продовжували використовувати інтернет для цілої низки видів діяльності, які займають дедалі більшу частину їхнього повсякденного життя, включно з дозвіллям (Eurostat, 2023).

Практики дозвілля посідають важливе місце в житті людини. Варто звернути увагу на те, що серед жінок помітно вищим є відсоток тих, кому бракує можливості повноцінно проводити відпустку (див. рис. 7).

Відповідно до сфер інтересів ієрархія виглядає так: на першому місці для молоді спорт, далі йде музика, подорожі, саморозвиток, здоровий спосіб життя і технології (Покоління Незалежності, 2021). При цьому преференції мають яскраво виражене гендерне забарвлення: жінки більше надають перевагу подорожам (39%) порівняно з чоловіками (28%), а чоловіки — спорту (40%) проти 20% у жінок. Здоровий спосіб життя також більш значущий для жінок (36%)



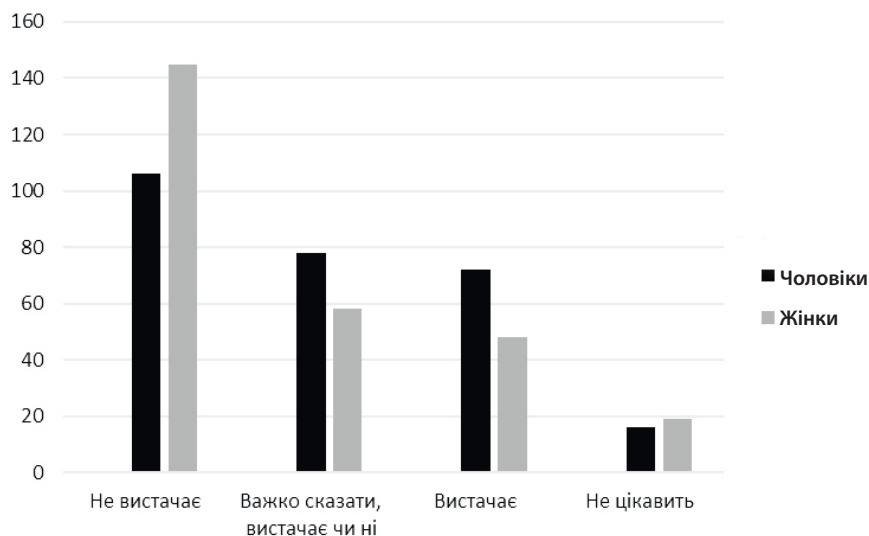


Рис. 7. Розподіл відповідей молодих чоловіків та жінок на запитання, чи вистачає їм можливості повноцінно проводити відпустку

Джерело: (Ворона, Шульга, 2020)

порівняно з чоловіками (26%). Технології значущі більше для чоловіків (25%) порівняно із жінками (7%) (Покоління Незалежності, 2021).

### Здоров'я молоді

Зазвичай жінки раніше за чоловіків починають дбати про здоров'я. Починаючи з 25-річного віку 60% українських жінок зорієнтовані на підтримання власного здоров'я, натомість для чоловіків цінність міцного здоров'я набуває важливості лише після 50 років (Покоління Незалежності, 2021).

За результатами дослідження 2019 року, більш як дві третини молодих українців (71,7%) оцінили стан свого здоров'я як добрий і радше добрий, п'ята частина — як задовільний, а 6,8% респондентів зазначили наявність проблем зі здоров'ям. Понад третину респондентів (35%) у цьому опитуванні відповіли, що є курцями, 42,1% респондентів узагалі ніколи в житті не палили, а 17,2% палили раніше. Щодо вживання алкогольних напоїв, то картина виявилася такою: регулярно вживають алкоголь понад чверть молодих українців, причому кожен двадцятий — щоденно. 30,6% уживають алкоголь помірно — один раз на місяць, частка тих, хто ніколи не вживав алкоголь, становить 20%. Вживання наркотичних засобів практикують 4,3% молоді, з них регулярно — 0,6%, час від часу — 2,2% і кілька разів на рік — 1,5%. Кожен десятий респондент зізнався в одноразовій спробі вживання наркотиків. Майже 80% опитаних відповіли, що взагалі ніколи в житті не вживали наркотиків [Молодь України, 2019].

Загалом серед молоді України здоров'язбережувальні практики не надто поширені. Дані дослідження STEPS, яке було зорганізовано МОЗ України та ВООЗ

у 2020 році, підтвердили, що поширеність паління в Україні є високою. Так, понад третину (33,9%) населення віком 18–69 років становили курці, серед яких половина — чоловіки (50,3%) і кожна шоста — жінка (16,7%). Кожен п'ятий курець (21%) марно намагався відмовитися від паління впродовж останніх 12 місяців. Ця частка була особливо помітною серед жінок віком 18–29 років, з яких майже половина (48,8%) зробила невдалу спробу кинути палити (Кожен третій, 2020).

Поширеними також є нездорові моделі харчування. Із позитивів: рівень фізичної активності населення в Україні достатньо високий; за даними ВООЗ, цей показник є одним з найвищих у Європейському регіоні. Лише 10% населення за способом життя не відповідають рекомендаціям ВООЗ щодо принаймні 150 хвилин фізичної активності середньої інтенсивності або ж еквіваленту щотижня.

Серед серйозних соціальних проблем в Україні важливо відзначити явище чоловічої надсмертності. Рівень смертності українських чоловіків значно вищий порівняно з іншими європейськими країнами. Вище ми вже зазначали, що починаючи з 38-річного віку частка жінок у структурі населення стає більшою. Тобто надсмертність чоловіків зумовлена не лише загалом нижчою тривалістю їхнього життя порівняно з жінками, а низкою чинників, що призводять до смерті у молодому віці. За даними Інституту демографії та соціальних досліджень НАН України, уже у 10–14 років смертність хлопчиків є вищою у 1,5 раза, у 15–20 років смертність представників чоловічої статі є вищою у 2,5 раза, у 20–24 роки — у 3,6 раза, у віці 30–34 років чоловіки помирають у 6,2 раза частіше за жінок. Причому ця сумна статистика пояснюється не хворобами, а зовнішніми причинами — отруєння, травми, нещасні випадки тощо (Життя українського чоловіка, 2019). Ці дані зафіксовані ще до початку повномасштабної війни в Україні, на сьогодні смертність чоловіків у молодому віці є ще вищою. Сучасна складна соціально-економічна і політична ситуація в Україні відбилася на посиленні статевої диспропорції смертності молоді, адже абсолютна більшість офіційно зареєстрованих смертей сталися внаслідок ведення воєнних дій.

## ***Висновки***

Диверсифікація стилів життя та їх презентація в останні десятиліття уможливилися завдяки виникненню певних умов: насамперед, появі нових економічних, інформаційних, культурних, політичних перспектив та усвідомленню відповідних можливостей, зростанню рівня толерантності, готовності жити в складному полістилістичному середовищі. Зміна організації життєдіяльності українського суспільства призвела до модифікації поведінки всіх груп населення. Проте молодь як найбільш динамічна та більш сприйнятлива до мінливих умов соціально-демографічна група легше адаптується до якісно нових обставин, тож є лідером цього процесу.

Дослідження особливостей життя молоді в довоєнні часи показало, що за ключовими пунктами спостерігалася низка проблем, необхідних для подолан-

ня. Нерозв'язаність багатьох цих проблем має вкрай негативні соціальні наслідки для країни, що особливо загострилися з початком війни. Оскільки молодь виступає важливою спонукальною силою соціального прогресу та запорукою економічного благополуччя, підтримання життя молоді на належному рівні, сприяння забезпеченню її основних потреб є ключовими завданнями для збереження суспільства.

Питання, висвітлені у ключових пунктах проаналізованих досліджень становища української молоді в довоєнні часи, зокрема ціннісні орієнтації молоді, освіта, зайнятість та дохід, професійна мобільність та жіноче підприємництво, житлові умови, побудова сім'ї та орієнтації на дітонародження, здоров'я тощо, із початком повномасштабної війни стали в рази гострішими. На жаль, нині ще бракує соціологічних даних для проведення релевантного порівняльного дослідження щодо змін та ключових критеріїв життя молоді в умовах пандемії та повномасштабної війни, однак деякі тенденції і процеси дають можливість для відповідних порівнянь.

Пандемія коронавірусу, що охопила світ у 2020 році, суттєво змінила життя українців. Зміни торкнулися багатьох сфер життя, здоров'я та освіти, роботи і доходів, способу життя, дозвілля, спілкування тощо. Зміна поведінки та способу життя українців, спричинена пандемією, позначилася на певних галузях економіки, а соціальне дистанціювання відчутно вплинуло на моделі споживання українців. Пандемія завдала шкоди здоров'ю навіть тих, кого коронавірус оминув. Обмеження спілкування, різка зміна стилю життя, форматів навчання та зайнятості, залученості до громадської діяльності, вплив на здоров'я та багато інших змін засвідчили про вразливість молоді через пандемію, спричиненою поширенням коронавірусної інфекції.

Карантинні обмеження вплинули не лише на фінансово-економічне становище громадян, а й на психоемоційний. Люди і в карантинному режимі перебувають в стані страху й залежності від новинних повідомлень, в яких зазвичай бракує позитивного контенту, але надміру стресогенної інформації. У результаті формується тотальна залежність від соцмереж і телеграм-каналів. Люди перебувають у перманентному страху щось пропустити, з думкою про те, що саме ця інформація є життєво важливою. Усе це впливає на їхнє сприйняття реальності і ставлення до життя. Треба зауважити, що ця проблема набуває ще більшої актуальності під час війни.

Головними пріоритетами в житті більшості молодих людей у роки пандемії були здоров'я, матеріальний добробут, відчуття захищеності та впевненості у майбутньому, особистий розвиток, а також можливість бути корисним суспільству.

Утім, вже сьогодні можна стверджувати, що велика війна змінила українську молодь куди сильніше, ніж пандемія коронавірусу. Занепокоєння за життя та здоров'я (своє та близьких), зокрема погіршення психічного здоров'я, невизначеність майбутнього, зниження або втрата доходу, розрив стосунків та розлука з сім'єю, переміщення в інші населені пункти, смерть друзів або членів сім'ї, пошкодження чи руйнування житла, отримання травм унаслідок воєнних дій, вимушений переїзд до інших країн і міст, фізична безпека — ось що сьогодні най-

більше турбує молодих українців. Зміна звичного укладу життя з реальною загрозою для здоров'я та самого існування, безумовно призвела до переоцінки цінностей та переосмислення попереднього набутого досвіду.

Спричинена війною економічна криза суттєво відбилася на рівні зайнятості та доходів населення України. В умовах, коли найважливішим життєвим завданням постає фізичне виживання, люди готові братися до низькокваліфікованої та низькооплачуваної праці. Критично зріс рівень інфляції; через скорочення або закриття бізнесу значна частина молоді стала безробітною, як наслідок — підвищився рівень професійної мобільності. Це стосується молоді та зокрема жінок, які виїхали закордон.

Унаслідок мобілізації чоловічої частини населення спостерігаються зміни у ніші підприємництва. Дедалі частіше бізнес створюється та береться під керівництво жінками. Імовірно, це одна з небагатьох змін сьогодні, що матиме позитивні наслідки для суспільства — досягнення більшої представленості жінок на керівних посадах та підвищення коефіцієнта гендерної рівності.

Це ж стосується участі молоді в різноманітних громадських організаціях, волонтерстві. Трансформація уявлень про коло рольових моделей під час війни стала однією з найбільших змін у світогляді молодих українців. Військові та волонтери є сьогодні прикладами рольових моделей для молоді. Молодь набагато активніше долучається до волонтерської діяльності, ніж це було до повномасштабної війни. Молоді люди консоліднуються, збирають та доставляють гуманітарну допомогу, допомагають військовим, ВПО та біженцям, вступають до лав Збройних Сил України. Підступне вторгнення РФ в Україну призвело до масштабного зростання громадської активності молоді, тож варто використати цей потенціал для залучення молоді до процесу повоєнного відновлення, громадянської та політичної діяльності.

За умов пандемії українська система освіти спромоглася вистояти, забезпечивши дистанційну підтримку навчання. Понад те, під час пандемії Україна вимушено зробила гігантський стрибок у розвитку онлайн-освіти за рахунок пришвидшеного впровадження цифрових технологій у навчальний процес.

Треба зважати на те, що всі ключові пункти актуальних запитів української молоді — житлові умови, побудова сім'ї та орієнтації на дітонародження і здоров'я — нині та у післявоєнний період матимуть червоний маркер проблемності. Аби підтримати молодих людей, допомогти реалізувати їхній потенціал і повною мірою залучити їх до процесу відновлення країни та прийняття рішень на місцевих рівнях, важливо вчасно визначити їхні потреби, запити та становище загалом. Подальші дослідження, з одного боку, дадуть змогу визначити сьогоdnішні запити молоді до решти українського суспільства, а з іншого — побачити, які виклики постають сьогодні перед молоддю, які зміни внесла в їхнє життя та погляди війна.

### *Джерела*

Ворона, В.М. (ред.), Шульга, М.О. (ред.). (2020). *Українське суспільство: моніторинг соціальних змін*, 7(21). Київ: Інститут соціології НАН України.

*Дев'ять періодична доповідь України про виконання Конвенції Організації Об'єднаних Націй про ліквідацію всіх форм дискримінації щодо жінок.* (2020). Отримано з: <https://www.msp.gov.ua/news/19890.html>

*Державна служба статистики України.* (2019). Офіційний сайт. Отримано з: <http://www.ukrstat.gov.ua>

*Життя українського чоловіка: важке, але коротке.* (2019). Отримано з: <https://gk-press.if.ua/zhyttya-ukrayinskogo-cholovika-vazhke-ale-kоротке/>

*За рік карантину кількість українських користувачів в соцмережах зросла на 7 млн і досягла 60% населення країни.* (2021). Отримано з: <https://www.globallogic.com/ua/about/news/social-media-during-quarantine/>

*Кожен третій українець курить — результати дослідження STEPS.* (2020). Отримано з: <https://center-life.org/novyny/kozhen-tretyi-ukrainets-kuryt-rezul-taty-doslidzhennia-steps/>

Кутуев, П., Енин, М., Костюкевич, С. (2019). Вызовы успешному трудоустройству молодежи в контексте современной идеологии университетского образования. *Идеология и политика*, 2(13), 60–86.

Кухта, М. (2018). *Соціальний потенціал людей старшого віку в Україні*. Київ: Київський Національний Університет культури і мистецтв.

*Молодь на ринку праці: навички XXI століття та побудова кар'єри.* (2019). Щорічна доповідь Президентів України Верховній Раді України, Кабінету Міністрів України про становище молоді в Україні. Київ: Міністерство молоді та спорту України; Державний інститут сімейної та молодіжної політики. Отримано з: [https://mms.gov.ua/storage/app/sites/16/Mizhnarodna\\_dijalnist/shorichni\\_dopovidi/shorichna-dopovid-pro-stanovishe-molodi.pdf](https://mms.gov.ua/storage/app/sites/16/Mizhnarodna_dijalnist/shorichni_dopovidi/shorichna-dopovid-pro-stanovishe-molodi.pdf)

*Молодь України — 2019.* (2019). Аналітичний звіт з проведення репрезентативного соціологічного дослідження становища молоді в Україні. Київ: Міністерство молоді та спорту; Університет банківської справи. Отримано з: <https://inmol.org/vseukrainske-sotsiolohichne-doslidzhennia-molod-ukrainy-2019/>

*Мріємо та діємо. Опитування молоді.* (2021). Отримано з: [https://mms.gov.ua/storage/app/sites/16/Molodizhna\\_polityka/2023/Socdoslidjenja/opituvannya-molodi-2021-irex.pdf](https://mms.gov.ua/storage/app/sites/16/Molodizhna_polityka/2023/Socdoslidjenja/opituvannya-molodi-2021-irex.pdf)

*Освіта в незалежній Україні: розвиток та конкурентоспроможність.* (2021). Інформаційно-аналітичний збірник. Київ. Отримано з: [https://iea.gov.ua/wp-content/uploads/2021/08/Osvita-v-nezalezhnij-Ukraini-19.08.2021\\_FINAL-1.pdf?fbclid=IwAR0O0OpAo2vbURL63J7rR8eLmOCw9HggzNzmpbxYM4gWs0s6dX\\_ftP-nAkg](https://iea.gov.ua/wp-content/uploads/2021/08/Osvita-v-nezalezhnij-Ukraini-19.08.2021_FINAL-1.pdf?fbclid=IwAR0O0OpAo2vbURL63J7rR8eLmOCw9HggzNzmpbxYM4gWs0s6dX_ftP-nAkg)

*Покоління Незалежності: цінності та мотивації.* (2021). Соціологічна група «Рейтинг». Отримано з: [https://ratinggroup.ua/research/ukraine/pokolenie\\_nezavisimosti\\_cennosti\\_i\\_motivacii.html](https://ratinggroup.ua/research/ukraine/pokolenie_nezavisimosti_cennosti_i_motivacii.html)

*Портрет українських жінок-підприємниць. Україна, 2022.* (2022). Результати дослідження. Отримано з: <http://tradecenter.org.ua/eng/viewer?pdf=/upload/other/Ukrainian%20Female%20Entrepreneur%20Profile%202022.pdf>

*Про застосування судами окремих норм Сімейного кодексу України при розгляді справ щодо батьківства, материнства та стягнення аліментів.* (2006). Постанова Пленуму Верховного суду України від 15 травня 2006 року № 3. Отримано з: <https://ips.ligazakon.net/document/VS06098?an=88>

*Світове дослідження цінностей: 2020. Україна.* (2020). Київ: Український центр європейської політики. Отримано з: <https://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/20454>

*Що купують українці онлайн і скільки на це витрачають — аналітика GfK і OLX.* (2020). Отримано з: <https://rau.ua/novyni/novini-kompanij/shho-kupuuyut-skilky-vytrachayut/>

*Z-Україна. Ринок інтернет-торговлі в Україні.* (2019). Отримано з: <https://zet.in.ua/statistika-2/rynok-it/rynok-internettorgovli-v-ukraine/>

*2020 рік в оцінках населення України.* (2021). Київ: Центр соціальний моніторинг; Український інститут соціальних досліджень. Отримано з: [https://smc.org.ua/wp-content/uploads/2020/12/TSSM\\_UISD\\_Novyj-rik-2021\\_pres-reliz.pdf](https://smc.org.ua/wp-content/uploads/2020/12/TSSM_UISD_Novyj-rik-2021_pres-reliz.pdf)

*Eurostat. Being young in Europe today - digital world.* (2023). Отримано з: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Being\\_young\\_in\\_Europe\\_today\\_-\\_digital\\_world](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Being_young_in_Europe_today_-_digital_world)

*Eurostat. Being young in Europe today - demographic trends.* (2021). Отримано з: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Being\\_young\\_in\\_Europe\\_today\\_-\\_demographic\\_trends&oldid=575085](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Being_young_in_Europe_today_-_demographic_trends&oldid=575085)

*Eurostat. Being young in Europe today - family and society.* (2019). Отримано з: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Being\\_young\\_in\\_Europe\\_today\\_-\\_family\\_and\\_society](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Being_young_in_Europe_today_-_family_and_society)

Forbes. (2020). *The World's Billionaires Have Gotten \$1.9 Trillion Richer In 2020.* Отримано з: <https://www.forbes.com/sites/chasewithorn/2020/12/16/the-worlds-billionaires-have-gotten-19-trillion-richer-in-2020/?sh=2c673d707386>

Inglehart, R., Welzel, C. (2005). *Modernization, cultural change, and democracy: the human development sequence.* New York: Cambridge University Press.

Mannheim, K. (1943). The Problem of Youth in Modern Society. In: *Diagnosis of our time: wartime essays of a sociologist / by Karl Mannheim. 1893-1947.* London: K. Paul, Trench, Trubner. Отримано з: <https://wellcomecollection.org/works/wny699fc>

*World Happiness Report.* (2021). Отримано з: <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/happiest-countries-in-the-world>

Отримано 01.08.2023

## References

*Dream and Act. Youth survey.* (2021). [In Ukrainian]. Retrieved from: [https://mms.gov.ua/storage/app/sites/16/Molodizhna\\_polityka/2023/Socdoslidjenja/opituvannya-molodi-2021-irex.pdf](https://mms.gov.ua/storage/app/sites/16/Molodizhna_polityka/2023/Socdoslidjenja/opituvannya-molodi-2021-irex.pdf) [=Мпіємо 2021]

*During the quarantine year, the number of Ukrainian users in social networks increased by 7 million and reached 60% of the country's population.* (2021). [In Ukrainian]. Retrieved from: <https://www.globallogic.com/ua/about/news/social-media-during-quarantine/> [=3a pik 2021]

*Education in independent Ukraine: development and competitiveness. Informational and analytical collection.* (2021). [In Ukrainian]. Kyiv. Retrieved from: [https://iea.gov.ua/wp-content/uploads/2021/08/Osvita-v-nezalezhnij-Ukraini-19.08.2021\\_FINAL-1.pdf?fbclid=IwAR0O0OpAo2vbURL6J37rR8eLMOCw9HggzNzmpbxYM4gWs0s6dX\\_ftP-nAkg](https://iea.gov.ua/wp-content/uploads/2021/08/Osvita-v-nezalezhnij-Ukraini-19.08.2021_FINAL-1.pdf?fbclid=IwAR0O0OpAo2vbURL6J37rR8eLMOCw9HggzNzmpbxYM4gWs0s6dX_ftP-nAkg) [=Освіта 2021]

*Eurostat. Being young in Europe today - demographic trends.* (2021). Retrieved from: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Being\\_young\\_in\\_Europe\\_today\\_-\\_demographic\\_trends&oldid=575085](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Being_young_in_Europe_today_-_demographic_trends&oldid=575085)

*Eurostat. Being young in Europe today - digital world.* (2023). Retrieved from: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Being\\_young\\_in\\_Europe\\_today\\_-\\_digital\\_world](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Being_young_in_Europe_today_-_digital_world)

*Eurostat. Being young in Europe today - family and society.* (2019). Retrieved from: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Being\\_young\\_in\\_Europe\\_today\\_-\\_family\\_and\\_society](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Being_young_in_Europe_today_-_family_and_society)

*Every third Ukrainian smokes - the results of the STEPS study.* (2020). [In Ukrainian]. Retrieved from: <https://center-life.org/novyny/kozhen-tretyi-ukrainets-kuryt-rezul-taty-doslidzhennia-steps/> [=Кожен третій українець курить 2020]

Forbes. (2020). *The World's Billionaires Have Gotten \$1.9 Trillion Richer In 2020.* Retrieved from: <https://www.forbes.com/sites/chasewithorn/2020/12/16/the-worlds-billionaires-have-gotten-19-trillion-richer-in-2020/?sh=2c673d707386>

*Generation of Independence: values and motivations.* (2021). Sociological group "Rating". [In Ukrainian]. Retrieved from: [https://ratinggroup.ua/research/ukraine/pokolenie\\_nezavisimosti\\_cennosti\\_i\\_motivacii.html](https://ratinggroup.ua/research/ukraine/pokolenie_nezavisimosti_cennosti_i_motivacii.html) [=Покоління 2021]

Inglehart, R., Welzel, C. (2005). *Modernization, cultural change, and democracy: the human development sequence.* New York: Cambridge University Press.



- Kukhta, M. (2018). *Social potential of older people in Ukraine*. [In Ukrainian]. Kyiv: Kyiv National University of Culture and Arts, KNUKiM. [=Кухта 2018]
- Kutuev, P., Yenin, M., Kostiyukovich, S. (2019). Challenges to the successful youth employment in the impact of modern ideology of university education. [In Russian]. *Ideology and Politics*, 2(13), 60-86. [=Кутуев, Енин, Костюкевич Кутуев 2019]
- Mannheim, K. (1943). The Problem of Youth in Modern Society. In: *Diagnosis of our time : wartime essays of a sociologist / by Karl Mannheim. Mannheim, Karl, 1893–1947*. London: K. Paul, Trench, Trubner. Retrieved from: <https://wellcomecollection.org/works/wny699fc>
- On the application by courts of certain norms of the Family Code of Ukraine when considering cases related to paternity, maternity and the collection of alimony*. (2006). Resolution of the Plenum of the Supreme Court of Ukraine of May 15, 2006, No. 3. [In Ukrainian]. Retrieved from: <https://ips.ligazakon.net/document/VS06098?an=88> [=Про застосування 2006]
- Portrait of Ukrainian women entrepreneurs. Ukraine, 2022*. (2022). Research results. [In Ukrainian]. Retrieved from: <http://tradecenter.org.ua/eng/viewer?pdf=/upload/other/Ukrainian%20Female%20Entrepreneur%20Profile%202022.pdf> [=Портрет 2022]
- State Statistics Service of Ukraine*. (2019). Official site. [In Ukrainian]. Retrieved from: <http://www.ukrstat.gov.ua> [=Державна 2019]
- The life of a Ukrainian man: hard, but short*. (2019). [In Ukrainian]. Retrieved from: <https://gkpress.if.ua/zhyttya-ukrayinskogo-cholovika-vazhke-ale-korotke/> [=Життя українського чоловіка 2019]
- The Ninth Periodic Report of Ukraine on the Implementation of the United Nations Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination against Women*. (2020). [In Ukrainian]. Retrieved from: <https://www.msp.gov.ua/news/19890.html> [=Дев'ята 2020]
- The year 2020 is estimated by the population of Ukraine*. (2021). [In Ukrainian]. Kyiv: Center for Social Monitoring; Ukrainian Institute of Social Research. [In Ukrainian]. Retrieved from: [https://smc.org.ua/wp-content/uploads/2020/12/TSSM\\_UISD\\_Novyj-rik-2021\\_pres-reliz.pdf](https://smc.org.ua/wp-content/uploads/2020/12/TSSM_UISD_Novyj-rik-2021_pres-reliz.pdf) [=2020 рік 2021]
- Vorona, V.M., Shulga, M.O. (Eds.). (2020). *Ukrainian Society: Monitoring of Social Changes*, 7(21). [In Ukrainian]. Kyiv: Institute of Sociology, NAS of Ukraine. [=Ворона, Шульга 2020]
- What Ukrainians buy online and how much they spend on it - GfK and OLX analysts*. (2020). [In Ukrainian]. Retrieved from: <https://rau.ua/novyni/novini-kompanij/shho-kupuyut-skilky-vytrachayut/> [=Що купують 2020]
- World Happiness Report*. (2021). Retrieved from: <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/happiest-countries-in-the-world>
- World Values Survey: 2020 in Ukraine*. (2020). [In Ukrainian]. Kyiv: Ukrainian Center for European Policy. Retrieved from: <https://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/20454> [=Світове 2020]
- Youth in the Labor Market: 21st Century Skills and Career Building*. (2019). Annual report to the President of Ukraine, the Verkhovna Rada of Ukraine, the Cabinet of Ministers of Ukraine on the situation of youth in Ukraine. [In Ukrainian]. Kyiv: Ministry of Youth and Sports of Ukraine; State Institute of Family and Youth Policy. Retrieved from: [https://mms.gov.ua/storage/app/sites/16/Mizhnarodna\\_dijalnist/shorichni\\_dopovidi/shorichna-dopovid-pro-stanovishe-molodi.pdf](https://mms.gov.ua/storage/app/sites/16/Mizhnarodna_dijalnist/shorichni_dopovidi/shorichna-dopovid-pro-stanovishe-molodi.pdf) [=Молодь на ринку 2019]
- Youth of Ukraine - 2019. Analytical report on the conduct of a representative sociological study of the situation of youth in Ukraine*. (2019). [In Ukrainian]. Kyiv: Ministry of Youth and Sports; University of Banking. Retrieved from: <https://inmol.org/vseukrainske-sotsiologichne-doslidzhennia-molod-ukrainy-2019/> [=Молодь України 2019]
- Z-Ukraine. Internet trade market in Ukraine*. (2019). [In Russian]. Retrieved from: <https://zet.in.ua/statistika-2/rynok-it/rynok-internettorgovli-v-ukraine/> [=Z-Україна Ukraine 2019]

Received 01.08.2023

## МИРОСЛАВА КУХТА, НАТАЛЯ СОБОЛЕВА

### Молодь України у період суспільних турбулентностей 2019–2021

У статті розглядаються головні проблеми становища і розвитку молоді в Україні в часи турбулентностей 2019–2021 років. Молодь є ключовим ресурсом суспільства і головною складовою людського капіталу, за який ведеться боротьба в розвинених країнах. Упродовж останніх років Україна зіткнулася із втратою цього ресурсу через депопуляцію та міграцію. Проблеми молоді, що намітилися в довоєнні роки, зараз набувають небаченої гостроти. Першим кроком на шляху до розв'язання є глибокий аналіз ключових проблем та особливостей життя молоді. Автори аналізують сфери освіти, зайнятості та праці, житлові умови, споживання та дозвілля, практики здоров'я, соціальні взаємодії української молоді. Також звертається увага на відмінності у конструюванні життя молодих чоловіків та жінок з огляду на те, що головні сфери життя детерміновані відмінностями у можливостях, створюваних для представників різної статі.

Поряд із відмінностями за статтю важливою детермінантою є вікова підгрупа. Найбільш помітною є різниця в ціннісних орієнтаціях та світогляді. Наймолодша підгрупа також виявилася найвідкритішою до змін, найоптимістичніше налаштованою, а також найменш релігійною.

Загалом в останні десятиліття відбулася диверсифікація стилів життя завдяки появі нових економічних, інформаційних, культурних і політичних перспектив. Емпіричною підставою стала низка даних вітчизняних та зарубіжних досліджень: Державного комітету статистики України щодо статево-вікового розподілу населення України, щорічного моніторингового дослідження українського суспільства, опитування компанії Info Sapiens для International Research and Exchanges Board (IREX) дев'ятої періодичної доповіді України про виконання Конвенції Організації Об'єднаних Націй, дослідження українських жінок-підприємців, дослідження соціологічної групи «Рейтинг», звіту «Світове дослідження цінностей: 2020. Україна», доповіді про становище молоді України «Молодь на ринку праці: навички XXI століття та побудова кар'єри», репрезентативного соціологічного дослідження становища молоді в Україні.

**Ключові слова:** молодь; чоловіки, жінки; робота; освіта; сім'я; дозвілля; споживання; здоров'я

## MYROSLAVA KUKHTA, NATALIA SOBOLEVA

### The youth of Ukraine in the period of social turbulence 2019-2021

The article considers the main problems of the situation and development of youth in Ukraine during the period of social turbulence 2019–2021. Youth is the main resource of society and the main component of human capital, which is being fought for in developed countries. In recent years, Ukraine has faced the loss of this resource due to depopulation and migration. The problems of young people, which emerged in the pre-war years, are now becoming unprecedentedly acute.

The first step on the way to a solution is an in-depth analysis of the key problems and features of young people's lives.

The authors analyze the spheres of education, employment and work, housing conditions, consumption and leisure, health practices, and social interactions of Ukrainian youth.

Special attention is drawn to the differences in ways of life constructing by young men and women, considering that the main areas of life are determined by gender differences in life opportunities.

In addition to gender differences, the age subgroup is also a determinant. The most noticeable difference in value orientations and outlook is that the younger they are, the more open they are to change and seek self-affirmation. The youngest subgroup was also the most optimistic, regardless of economic level, and the least religious.

*In general, in recent decades there has been a diversification of lifestyles thanks to the emergence of new economic, informational, cultural, and political perspectives. The empirical basis of research is a series of data of domestic and foreign studies: the State Statistics Committee of Ukraine on the sex-age distribution of the population of Ukraine, the annual monitoring study of Ukrainian society, the Info Sapiens survey for the International Research and Exchanges Board (IREX), the ninth periodic report of Ukraine on the implementation of the Convention of the United Nations Organization, the study of Ukrainian women entrepreneurs, the study of the sociological group «Rating», the report «World Values Survey–2020. Ukraine», the report on the situation of the youth of Ukraine «Youth on the labor market: 21st century skills and career building», a representative sociological study of the situation of youth in Ukraine.*

**Keywords:** youth; young people; men, women; job; education; family; leisure; consumption; health