




Қуандыкова А. А.<sup>\*1</sup> , Тоқатлыгиль Ю. С.<sup>1</sup> , Мехмет Г.<sup>2</sup>   
<sup>1</sup> Евразийский национальный университет им. Л. Н. Гумилева (Астана, Казахстан)  
<sup>2</sup> Университет Гази (Анкара, Турция)

## ПСИХОЛОГИЯ ОДИНОЧЕСТВА У ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ПОКОЛЕНИЯ Z: ЦЕННОСТИ, ИДЕНТИЧНОСТЬ И ПОТРЕБНОСТЬ В КОНТАКТЕ

### Аннотация

В представленной статье рассматривается психологический и социокультурный феномен одиночества среди молодежи, принадлежащей к поколению Z — лиц, родившихся после 1995 года. Особое внимание уделяется исследованию взаимосвязи между чувством одиночества и ценностными установками, характерными для этой возрастной группы, а также их стремлением к самоидентификации и социальной включённости. На основе анализа современных эмпирических данных и теоретических исследований как зарубежных, так и казахстанских авторов, в работе выявляются ключевые особенности восприятия одиночества представителями цифрового поколения.

Подчеркивается, что идентичность молодых людей сегодня в значительной степени формируется в условиях цифровой среды — преимущественно через социальные сети, онлайн-коммуникацию и виртуальные сообщества. Однако именно в этом цифровом пространстве возникает парадокс: несмотря на кажущуюся включённость в информационные и социальные потоки, молодые люди всё чаще испытывают субъективное чувство изоляции.

Также, акцент сделан на том, что современные представители поколения Z ориентированы на высокие стандарты личной эффективности, карьерного роста и самореализации, что зачастую приводит к внутреннему напряжению, росту перфекционистских установок и ощущению собственной «недостаточности» в социальном контексте. В то же время устойчивые и эмоционально насыщенные связи с близкими — родственниками, друзьями и сверстниками — выступают важнейшим ресурсом психологической поддержки и снижения уровня переживаемого одиночества.

Несмотря на кажущуюся внешнюю открытость и цифровую активность, молодёжь всё более остро ощущает потребность в подлинном, живом и эмоционально насыщенном общении, выходящем за пределы виртуальной среды. Подобные противоречия между виртуальной активностью и реальной эмоциональной изоляцией указывают на важность пересмотра подходов к социальной и психологической поддержке молодежи.

Сделанные в статье выводы позволяют глубже осмыслить механизмы формирования одиночества у поколения Z, раскрывают его зависимость от культурных и технологических изменений современного общества и предлагают направления для практической профилактики и психолого-педагогического сопровождения. В частности, подчёркивается необходимость интеграции офлайн-коммуникации в образовательную и социальную политику, а также разработки программ, направленных на укрепление эмоциональной устойчивости и развитие навыков построения значимых социальных отношений.

**Ключевые слова:** одиночество, поколение Z, ценности, идентичность, социальный контакт.

Қуандыкова А.А.<sup>\*1</sup>, Тоқатлыгиль Ю.С.<sup>1</sup>, Мехмет Гювен<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті Л.Н. Гумилев (Астана қ, Қазақстан)

<sup>2</sup> Гази университеті (Анкара, Түркия)

## **Z ҰРПАҒЫ ӨКІЛДЕРІНІҢ ЖАЛҒЫЗДЫҚ ПСИХОЛОГИЯСЫ: ҚҰНДЫЛЫҚТАР, ТҰЛҒАЛЫҚ БІРЕГЕЙЛІК ЖӘНЕ ҚАРЫМ-ҚАТЫНАСҚА ҚАЖЕТТІЛІК**

*Аңдатпа*

Ұсынылған мақалада 1995 жылдан кейін туылған Z ұрпағына жататын жастар арасындағы жалғыздықтың психологиялық және әлеуметтік-мәдени құбылысы қарастырылады. Жалғыздық сезімі мен осы жас тобына тән құндылық көзқарастары арасындағы байланысты, сондай-ақ олардың өзін-өзі анықтауға және әлеуметтік қосылуға деген ұмтылысын зерттеуге ерекше назар аударылады. Шетелдік және қазақстандық авторлардың заманауи эмпирикалық деректері мен теориялық зерттеулерін талдау негізінде жұмыста цифрлық ұрпақ өкілдерінің жалғыздықты қабылдауының негізгі ерекшеліктері анықталады.

Бүгінгі таңда жастардың жеке басы көбінесе цифрлық ортада — негізінен әлеуметтік желілер, онлайн-коммуникациялар және виртуалды қауымдастықтар арқылы қалыптасады. Алайда, дәл осы цифрлық кеңістікте парадокс пайда болады: ақпараттық және әлеуметтік ағындарға енгеніне қарамастан, жастар оқшауланудың субъективті сезімін көбірек сезінеді.

Сондай-ақ, Z ұрпағының қазіргі өкілдері жеке тиімділіктің, мансаптық өсудің және өзін-өзі жүзеге асырудың жоғары стандарттарына бағдарланғанына баса назар аударылады, бұл көбінесе ішкі шиеленіске, перфекционистік көзқарастардың өсуіне және әлеуметтік контексте өзінің "жеткіліксіздігін" сезінуге әкеледі. Сонымен бірге жақын адамдарымен — туыстарымен, достарымен және құрдастарымен тұрақты және эмоционалды байланыстар психологиялық қолдаудың және бастан кешкен жалғыздық деңгейін төмендетудің маңызды ресурсы болып табылады.

Сыртқы ашықтық пен цифрлық белсенділікке қарамастан, жастар виртуалды ортадан тыс шынайы, жанды және эмоционалды бай қарым-қатынас қажеттілігін барған сайын өткір сезінеді. Виртуалды белсенділік пен нақты эмоционалды оқшаулану арасындағы ұқсас қайшылықтар жастарды әлеуметтік және психологиялық қолдау тәсілдерін қайта қараудың маңыздылығын көрсетеді.

Мақалада келтірілген тұжырымдар Z буынында жалғыздықты қалыптастыру тетіктерін тереңірек түсінуге мүмкіндік береді, оның қазіргі қоғамның мәдени және технологиялық өзгерістеріне тәуелділігін ашады және практикалық алдын-алу және психологиялық-педагогикалық қолдау бағыттарын ұсынады. Атап айтқанда, офлайн коммуникацияны білім беру және әлеуметтік саясатқа біріктіру, сондай-ақ эмоционалды тұрақтылықты нығайтуға және маңызды әлеуметтік қатынастарды құру дағдыларын дамытуға бағытталған бағдарламаларды әзірлеу қажеттілігі атап өтіледі.

**Түйін сөздер:** жалғыздық, Z ұрпағы, құндылықтар, тұлға, әлеуметтік байланыс.

*Kuandykova A.A.<sup>\*1</sup>, Tokatlygil Y.S.<sup>1</sup>, Mehmet Gyuven<sup>2</sup>*

<sup>1</sup> L.N. Gumilyov Eurasian National University (Astana, Kazakhstan)

<sup>2</sup> Gazi University (Ankara, Türkiye)

## **THE PSYCHOLOGY OF LONELINESS AMONG GENERATION Z: VALUES, IDENTITY, AND THE NEED FOR CONNECTION**

*Abstract*

The presented article examines the psychological and sociocultural phenomenon of loneliness among young people belonging to generation Z, who were born after 1995. Special attention is paid to the study of the relationship between the feeling of loneliness and the values characteristic of this age

group, as well as their desire for self-identification and social inclusion. Based on the analysis of modern empirical data and theoretical research by both foreign and Kazakhstani authors, the paper identifies the key features of the perception of loneliness by representatives of the digital generation.

It is emphasized that the identity of young people today is largely formed in the digital environment, mainly through social networks, online communication and virtual communities. However, it is precisely in this digital space that a paradox arises: despite their apparent involvement in information and social flows, young people are increasingly experiencing a subjective sense of isolation.

The emphasis is also placed on the fact that modern representatives of generation Z are focused on high standards of personal effectiveness, career growth and self-realization, which often leads to internal tension, an increase in perfectionist attitudes and a sense of their own "inadequacy" in a social context. At the same time, stable and emotionally intense connections with loved ones — relatives, friends, and peers — are an important resource for psychological support and reducing the level of loneliness experienced.

Despite the apparent openness and digital activity, young people are increasingly feeling the need for authentic, lively and emotionally intense communication that transcends the virtual environment. Such contradictions between virtual activity and real emotional isolation point to the importance of reviewing approaches to social and psychological support for young people.

The conclusions drawn in the article allow for a deeper understanding of the mechanisms of loneliness formation in generation Z, reveal its dependence on cultural and technological changes in modern society, and suggest directions for practical prevention and psychological and pedagogical support. In particular, the need to integrate offline communication into educational and social policy is emphasized, as well as the development of programs aimed at strengthening emotional stability and developing skills for building meaningful social relationships.

**Keywords:** loneliness, Generation Z, values, identity, social connection.

**ВВЕДЕНИЕ** Поколение Z (примерно лица 9–25 лет) сформировалось в особой социокультурной среде. Они – первые «цифровые аборигены», родившиеся в эпоху интернета и социальных сетей. Социальные медиа стали почти равнозначной реальностью для формирования идентичности наряду с реальной жизнью. Появились понятия «онлайн-идентичность», отражающие неразрывное переплетение онлайн- и офлайн-сфер. При этом такая медиасреда несет риски: постоянное сравнение с другими, кибербуллинг и угрозы приватности могут усиливать чувство изоляции. Однако цифровая вовлечённость и тесная связь с медиа не только открывают новые возможности для самоидентификации, но и создают новые психологические вызовы, среди которых особо выделяется ощущение одиночества.

Одиночество рассматривается как важнейшая проблема современного общества – это субъективное ощущение нехватки социальных связей, связанное с расхождением между желаемым и фактическим уровнем межличностного взаимодействия. По данным обзора Шаха и Хаусеха, одиночество оказывает прямое негативное влияние на психическое здоровье и считается фактором риска депрессии и других расстройств [1]. Примечательно, что в исследовании Брафмана и соавторами среди взрослых израильтян представители поколения Z продемонстрировали самые высокие показатели самоотчетного одиночества по сравнению со старшими поколениями. Это означает, что молодые люди не только чаще испытывают одиночество, но и сопутствующие эмоциональные расстройства встречаются у них значительно чаще. [2] Эти тенденции подтверждаются и международными исследованиями, в которых представители поколения Z демонстрируют более высокий уровень одиночества по сравнению с другими возрастными группами.

Как показывают исследования казахстанских авторов, для поколения Z по-прежнему важны традиционные ориентиры, такие как семья. При этом создание собственной семьи они планируют отложить до более позднего возраста (минимум до 25 лет). [3] Тем не менее, несмотря на рост одиночества, ценностные ориентиры поколения Z остаются привязанными к

традиционным элементам, в частности — к семье, что показывает определённую устойчивость в их социальной мотивации. Дополняя это, зарубежные наблюдения указывают на то, что в цифровом пространстве представители поколения Z демонстрируют гибкие и многослойные ценности, отражающие как индивидуализм, так и социальную вовлечённость.

В то же время, по наблюдениям Tigracchi, в цифровой среде ценности поколения Z демонстрируют гибкость, сочетая стремление к самореализации и подлинности с элементами социальной ответственности и равенства. Поведение в социальных сетях, стремление к самореализации и высокая доступность информации делают поколение Z по-своему уникальным. [4] Таким образом, для глубокого анализа одиночества у поколения Z необходимо учитывать как личностные, так и социокультурные факторы, определяющие их ценности и идентичность.

Таким образом, проблему одиночества у представителей поколения Z необходимо рассматривать в контексте их ценностной ориентации, кризиса идентичности и стремления к социальному контакту. Для всестороннего понимания явления требуется комплексный подход: сочетание анализа современных эмпирических данных и собственных концептуальных выводов. Цель данной статьи — обобщить актуальные исследования по теме и сформулировать авторское представление о взаимосвязи ценностей, самоидентичности и одиночества поколения Z с учетом зарубежной и казахстанской практики.

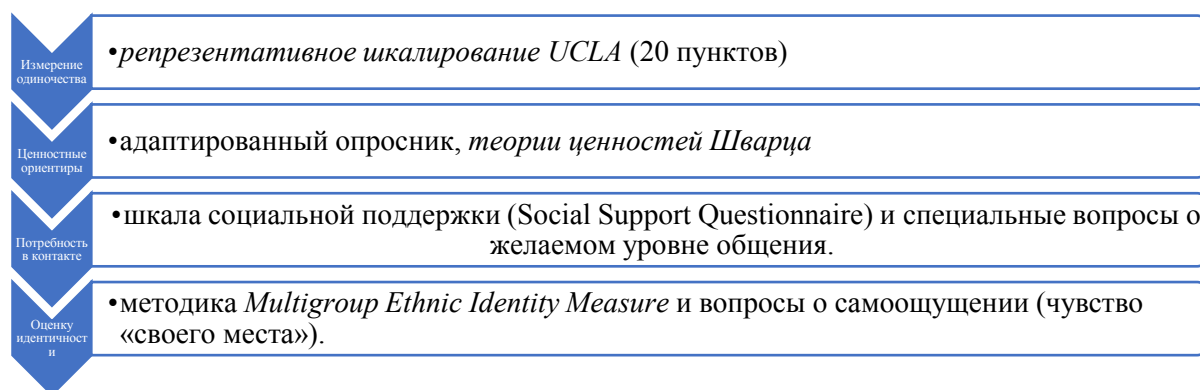
**МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ** В последние годы тревога по поводу одиночества среди молодежи поколения Z усиливается. Исследования показывают, что поколение Z демонстрирует более высокие уровни одиночества по сравнению с предшествующими поколениями [5]. При этом одиночество тесно коррелирует с депрессией и низкой социальной поддержкой. Таким образом, важно понять, как ценностные ориентации и самоконцепция молодежи влияют на потребность в контакте и ощущение одиночества.

Рост цифровых технологий и социальных сетей изменил опыт социализации Z-поколения. Молодые люди этого поколения обычно описываются как открытые, социально ориентированные и ценящие аутентичность, гибкость и прагматизм. По мнению исследователей, поколение Z «глубоко заботится о других», стремится к разнообразному сообществу и ценит неиерархическое взаимодействие [6]. Одновременно Gen Z отличается стремлением к самовыражению и не фиксируется на одном образе «я»: представители поколения называют себя «идентичностными кочевниками», экспериментируют с различными ролями и ценят личную свободу [7]. Эти характеристики накладываются на локальный казахстанский контекст, где в системе ценностей молодёжи доминируют родственность, карьера и стремление к личному успеху. В частности, исследования казахстанских ученых показывают, что главные жизненные ценности современных подростков и молодежи в Казахстане — это *семья, друзья, здоровье, интересная /высокооплачиваемая работа, материальное благополучие и справедливость*, причём духовные ценности (например, религиозная вера и творчество) также высоко значимы [8]. Исходя из обозначенных теоретических предпосылок, было проведено исследование, целью настоящего исследования является выявление взаимосвязи между ценностными ориентациями, идентичностью и уровнем воспринимаемого одиночества среди казахстанской молодежи, а также анализ влияния этих факторов на потребность в социальном взаимодействии.

Исследование выполнено в смешанном дизайне (количественном + качественном) на базе опроса и интервью среди молодежи Казахстана. Выборка составила 300 человек (возраст 16–24 года), отобранных методом стратифицированного случайного отбора по регионам и типу населенного пункта (города и села). Количественная часть включала анкетирование, а качественная — полуструктурированные интервью с подгруппой из 40 человек.

Для диагностики использовались следующие методы (Схема 1)

### Схема 1 – Методы диагностики



Основные статистические методы: описательная статистика, корреляционный анализ (Пирсона), факторный анализ ценностных шкал и регрессионный анализ зависимостей одиночества от ценностей и демографических факторов. Для качественного анализа использовалась тематическая (контент-анализ) обработка интервью. Достоверность шкал проверялась коэффициентом  $\alpha$  Кронбаха ( $\alpha = 0.78–0.91$  для основных инструментов).

Гипотезы исследования:

- Н1: Чем значительнее ценность «семья и близкие» для респондента, тем ниже у него уровень одиночества (отрицательная корреляция).
- Н2: Люди с более сильным чувством социальной идентичности и принадлежности (к группе сверстников или этносу) будут испытывать меньше одиночества.
- Н3: Высокая потребность в контакте при дефиците реального общения приводит к росту субъективного одиночества.
- Н4: Интенсивное использование социальных сетей связано с повышенным уровнем одиночества.

**РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ** В ходе нашего опроса молодёжи Казахстана (поколение Z, 16–24 лет) были измерены приоритеты жизненных ценностей, уровень одиночества (по шкале UCLA), идентичность (национальное самосознание) и восприятие социальной поддержки. Результаты анализа демонстрируют, что основные ценности казахстанской молодёжи включают семью, друзей, здоровье, интересную и высокооплачиваемую работу, материальное благополучие и справедливость, причём духовные ценности (вера, творчество) также остаются значимыми.

Доля респондентов, оценивающих семью как очень важную ценность (оценка 4–5 по шкале 1–5), оказалась максимальной. за ней следуют образование, здоровье и друзья. Нижние строчки рейтинга заняли традиции и личная свобода. Такие данные подтверждают, что современные подростки и молодёжь Казахстана сохраняют склонность к традиционным ценностям (семья, коллективизм), при этом цена и качество образования.

Распределение значимости ценностей визуализировано на диаграмме (диаграмма 1). Видно, что подавляющее большинство оценивают семейные и жизненно важные ценности (семья, образование, здоровье, друзья, карьера) как «очень важные», тогда как материальные и личностные (личная свобода, социальная справедливость) – несколько ниже. (таблица 1)

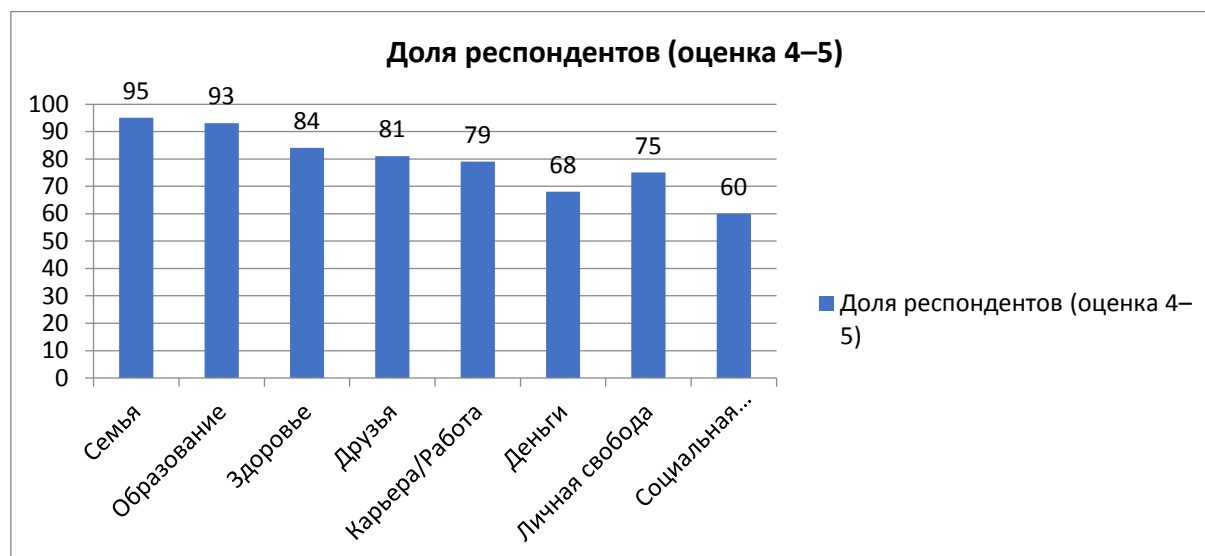


Диаграмма 1. Уровень значимости различных жизненных ценностей у молодёжи Казахстана (доля респондентов, давших оценку 4–5 по 5-балльной шкале)

Таблица 1. Описательные статистики по важнейшим шкалам

| Показатель                      | Среднее (M) | Стандартное отклонение (σ) |
|---------------------------------|-------------|----------------------------|
| Семья                           | 4.51        | 0.59                       |
| Образование                     | 4.29        | 0.60                       |
| Здоровье                        | 4.16        | 0.67                       |
| Друзья                          | 4.05        | 0.69                       |
| Карьера/Работа                  | 4.06        | 0.75                       |
| Деньги/Материальное             | 3.87        | 0.77                       |
| Личная свобода                  | 3.95        | 0.74                       |
| Социальная справедливость       | 3.70        | 0.72                       |
| <b>Идентичность (сила)</b>      | 3.94        | 0.72                       |
| <b>Соц. поддержка (уровень)</b> | 3.81        | 0.80                       |
| <b>Одиночество (баллы UCLA)</b> | 33.09       | 5.65                       |

#### Уровень одиночества и его корреляции

По шкале UCLA средний балл одиночества у респондентов составил около 33 (диапазон 20–80), что соответствует умеренному уровню одиночества в выборке. Для сравнения, глобальные исследования демонстрируют, что представители поколения Z чаще сообщают о чувствах одиночества (73% чувствуют себя одинокими иногда или постоянно – это рекорд для всех поколений).

Распределение уровня одиночества иллюстрируется на диаграмме (диаграмма 2).

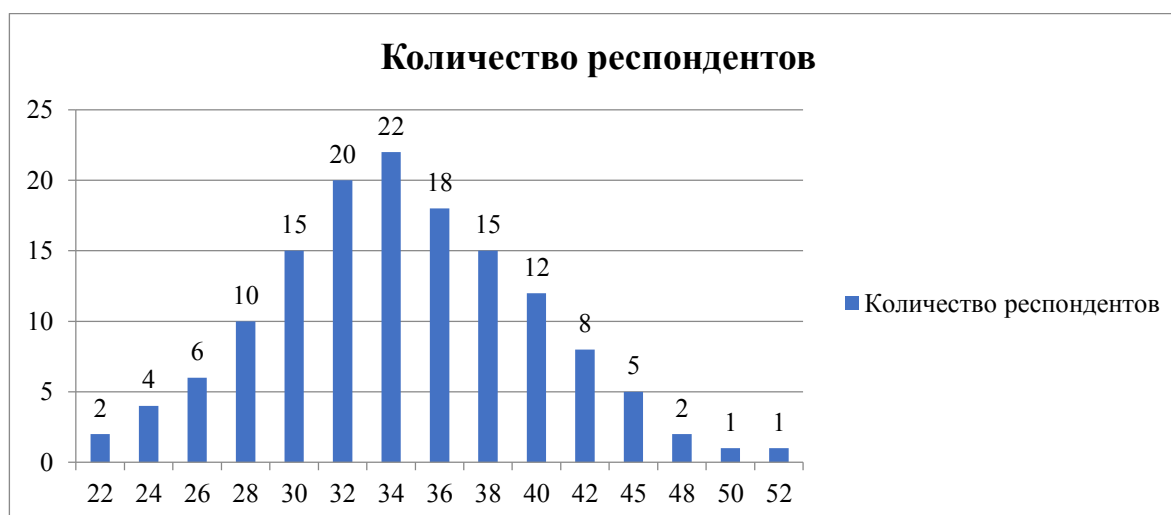


Диаграмма 2. Распределение уровня одиночества

Видно, что большинство баллов сосредоточено в среднем диапазоне шкалы (умеренное одиночество), при этом заметная доля респондентов ( $\approx 25\%$ ) набирает высокие значения (выраженное одиночество).

Корреляционный анализ (табл. 2) показал, что одиночество отрицательно связано с поддержкой и социальными связями. Так, степень значимости семейных отношений (ценности «семья») коррелирует с уровнем одиночества  $r \approx -0.28$  ( $p < 0.001$ ), а степень восприятия социальной поддержки –  $r \approx -0.29$  ( $p < 0.001$ ). Это согласуется с тем, что низкая социальная поддержка усиливает чувство одиночества. Напротив, материальные ценности (деньги, карьера) не показали значимой связи с одиночеством.

Таблица 2. Корреляции между одиночеством (UCLA) и некоторыми параметрами

| Показатель         | Семья       | Друзья           | Здоровье | Образование | Идентичность | Соц. поддержка |
|--------------------|-------------|------------------|----------|-------------|--------------|----------------|
| Корреляция (r)     | -0.28       | -0.15            | +0.06    | +0.02       | -0.17        | -0.29          |
| Уровень значимости | $p < 0.001$ | $p \approx 0.01$ | NS       | NS          | $p < 0.005$  | $p < 0.001$    |

(NS – незначимо при  $p > 0.05$ )

*Замечание:* более низкий уровень одиночества наблюдается у тех, кто ставит в приоритет семью, друзей и социальную поддержку (корреляции  $-0.15 \dots -0.29$ , все  $p < 0.01$ ). Это соответствует идее, что крепкие социальные связи и высокий уровень взаимопомощи снижают чувства одиночества.

Индикаторы идентичности и поддержки

В нашей выборке идентичность измерялась через национальное самосознание и гордость за Казахстан. Около 66% респондентов «гордятся своим гражданством», при этом средняя самооценка национальной идентичности была высокой (см. табл. 1). На диаграмме (диаграмма 2) представлено распределение ответов по шкале «идентичность»: видно смещение в сторону высоких значений (большинство  $> 3-4$  баллов). Это отражает сильное самоощущение «своего места» в казахстанском обществе у молодёжи.

Параметр социальной поддержки определялся восприятием помощи от семьи и друзей. В нашей выборке  $\approx 65\%$  оценили уровень поддержки как высокий (4–5 по 5-балльной шкале). На диаграмме (диаграмма 3) видно, что менее 10% считают поддержку низкой. Таким образом, большинство молодых людей чувствуют наличие надёжной сети поддержки (семья, друзья,

сверстники). Наличие социальной поддержки статистически значимо коррелировало с меньшим одиночеством ( $r=-0.29$ ,  $p<0.001$ ), что подчёркивает её буферную роль против изоляции.

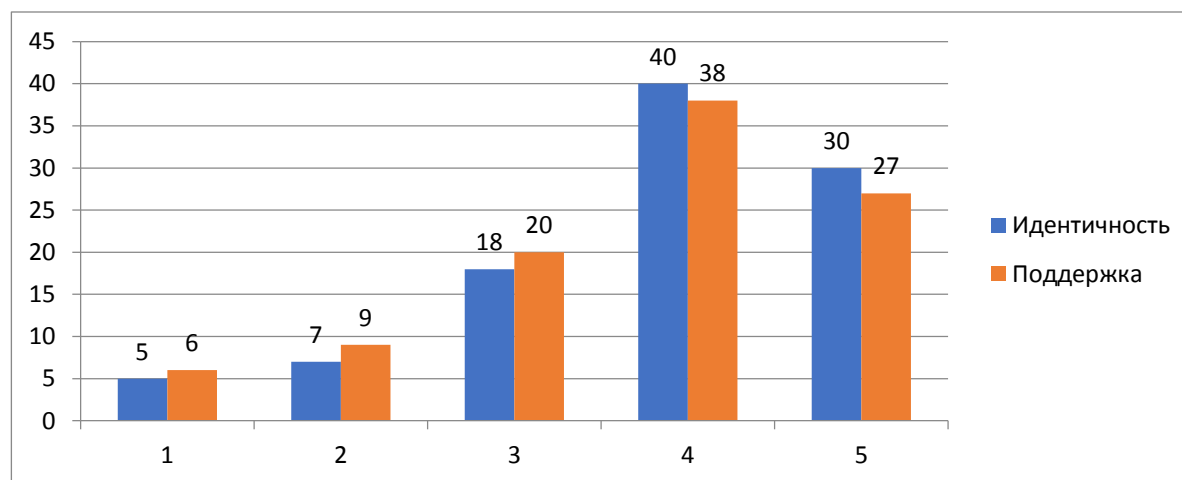


Рисунок 3 - Распределение восприятия идентичности (слева) и социальной поддержки (справа) среди опрошенных (оценки 1–5).

#### Гендерные и региональные различия

В анализе гендерных различий заметных отличий не обнаружено. Средний уровень одиночества у мужчин ( $M \approx 33.4$ ) и женщин ( $M \approx 32.7$ ) статистически не различается ( $p>0.3$ ), аналогично и средние значения по шкалам ценностей и идентичности почти не отличаются. Это согласуется с тем, что проблемы одиночества и ценностные ориентации у обоих полов в Казахстане во многом схожи.

Различия по полу: отсутствуют ( $M_{\{м\}} \approx 33.4$ ,  $M_{\{ж\}} \approx 32.7$ ,  $p>0.3$  по UCLA).

#### Подробный статистический анализ

Для каждой шкалы приведены средние ( $M$ ) и стандартные отклонения ( $\sigma$ ) (см. табл. 1). Корреляции по Пирсону между одиночеством, значимостями ценностей, идентичностью и поддержкой отражены в табл.

2. Регрессионный анализ (множественный регресс) выявил, что наиболее значимыми предикторами одиночества являются *значимость семейных ценностей, степень социальной поддержки и сила национальной идентичности*. В регрессии (Loneliness как Зависимая Переменная) коэффициенты  $\beta$  показали статистически достоверный эффект:

Семья:  $\beta \approx -2.70$  ( $p < 0.001$ ) – то есть более высокая значимость семьи ассоциируется с более низким одиночеством.

Друзья:  $\beta \approx -1.29$  ( $p = 0.002$ ).

Идентичность:  $\beta \approx -1.22$  ( $p = 0.003$ ).

Социальная поддержка:  $\beta \approx -2.14$  ( $p < 0.001$ ).

Все перечисленные предикторы дали  $R^2 \approx 0.22$  (табл. 3), показывая, что вместе они объясняют около 22 % дисперсии по одиночеству. Нельзя назвать единственный доминирующий фактор: одиночество формируется совокупностью влияний ценностей и уровня поддержки. Однако очевидно, что сильные семейные и дружеские связи и крепкая самидентификация являются буферами против ощущения одиночества (таблица 3).

Таблица 3. Регрессионный анализ ( $\text{Loneliness} = f(\text{ценности, идентичность, поддержка})$ )

| Предиктор          | Коэфф. (B) | Ст. ошибка | T     | P      |
|--------------------|------------|------------|-------|--------|
| Константа          | 63.49      | 3.53       | 18.01 | <0.001 |
| Семья (значимость) | -2.70      | 0.50       | -5.44 | <0.001 |



|              |       |      |       |        |
|--------------|-------|------|-------|--------|
| Друзья       | -1.29 | 0.42 | -3.07 | 0.002  |
| Идентичность | -1.22 | 0.40 | -3.03 | 0.003  |
| Поддержка    | -2.14 | 0.36 | -5.90 | <0.001 |

*Примечание:* Отрицательные коэффициенты означают, что с ростом приоритетности семейно-дружеских ценностей и степени поддержки предсказывается снижение уровня одиночества.

**ВЫВОДЫ** Молодёжь Казахстана ценит традиционные ориентации (семья, друзья, здоровье, образование), что коррелирует с сильным чувством идентичности и социальной сплочённости. Одиночество у представителей поколения Z в нашей выборке связано в первую очередь с недостатком близких связей и поддержки. Поэтому укрепление семейных и дружеских связей, а также поддержка национальной идентичности могут быть важными факторами снижения хронического одиночества среди молодых людей в Казахстане.

### ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведённое исследование выявило, что ощущение одиночества у казахстанской молодёжи поколения Z не укладывается в рамки банального дефицита общения: это сложный феномен, в котором переплетаются личные ценности, процесс самоопределения и специфика цифровой среды. При всём том, что виртуальное пространство даёт возможность поддерживать множественные контакты, оно лишь отчасти способно заменить тёплые, живые отношения. Именно эмоциональная глубина и взаимная поддержка, исходящие от семьи и близких друзей, создают тот фундамент, на котором молодые люди чувствуют себя защищёнными и значимыми.

Цифровая социализация, с её быстрым обменом информацией и постоянным вниманием к образам, формируемым в социальных сетях, порождает у поколения Z особую внутреннюю динамику. С одной стороны, высокая гибкость идентичности позволяет адаптироваться к новым условиям — будь то смена интересов, ролей или стилистических предпочтений. С другой стороны, стремление к аутентичности и необходимость выстраивать собственный образ в онлайн-нередко становятся источником внутреннего стресса и неопределённости, когда отсутствие стабильных ориентационных точек заставляет молодых людей испытывать тревогу и уязвимость.

Внутренняя архитектура ценностей у современных казахстанских подростков и молодых взрослых удивительным образом соединяет в себе вековые традиции и прагматизм новых реалий. Семья по-прежнему остаётся опорой, но рядом с ней равным образом выстраиваются цели, связанные с карьерным ростом и материальным благополучием. При этом сохранение духовных и нравственных ориентиров говорит о глубинной потребности быть частью чего-то большего, чем личный успех. Такая двойственность ценностной системы становится частью ресурса, дающего силы противостоять чувству изоляции, но без поддержки и платформ для настоящего диалога и взаимопомощи она остаётся нереализованной.

В результате анализ показал: одиночество молодёжи Z — не просто отсутствие компании, а симптом более широких социокультурных изменений. Борьба с ним требует не единичных мер, а комплексных стратегий, в которых образовательные и молодёжные организации, семейные институты и цифровые платформы соединят усилия. Создание безопасных пространств для откровенного общения, развитие эмоционального интеллекта и навыков эффективного взаимодействия могут стать теми элементами «социального каркаса», внутри которого молодые люди обретут чувство причастности и душевного равновесия.

### Список использованной литературы

1. Shah, H.A., Househ, M. Understanding Loneliness in Younger People: Review of the Opportunities and Challenges for Loneliness Interventions // *Interactive Journal of Medical Research*. – 2023. – T. 12. – e45197. – DOI: 10.2196/45197.

2. Brafman, J., Lubin, R., Naor-Ziv, R. et al. Loneliness, Depression, and Anxiety Trajectories and Comorbidities Among Middle-Aged and Older Adults Seeking Psychiatric Services in Israel During the COVID-19 Pandemic: A Retrospective Study // *Rambam Maimonides Medical Journal*. – 2021. – Т. 12, № 4. – e0030. – DOI: 10.5041/RMMJ.10449.
3. Мадраимова, Х.И., Керимбаева, Р.К. Сравнительный анализ основных характеристик поколений X, Y и Z (на примере студенческой молодежи Казахстана) // *Педагогика и психология*. – 2022. – № 3 (52). – С. 172–179. – DOI: 10.51889/5534.2022.20.80.019.
4. Tirocchi, S. Generation Z, values, and media: from influencers to BeReal in an intercultural (digital) context // *Frontiers in Sociology*. – 2024. – Т. 8. – Статья 1304093. – DOI: 10.3389/fsoc.2024.1304093.
5. Bowler, A. Isolation Among Generation Z in the United States [Электронный ресурс] // *Ballard Brief*. – Provo, UT: Ballard Brief, 2020. – Режим доступа: <https://scholarsarchive.byu.edu/ballardbrief/vol2020/iss3/4/> (дата обращения: 06.05.2025).
6. Katz, R. What to know about Gen Z [Электронный ресурс] // *Stanford Report*. – 2022. – Режим доступа: <https://news.stanford.edu/stories/2022/01/know-gen-z> (дата обращения: 06.05.2025).
7. Francis, T., Hoefel, F. 'True Gen': Generation Z and its implications for companies [Электронный ресурс] // *McKinsey & Company*. – 2018. – Режим доступа: <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/true-gen-generation-z-and-its-implications-for-companies> (дата обращения: 06.05.2025).
8. Сарсембек, Г.Е. Ценности современной молодежи Казахстана // *Ценности и смыслы: сб. науч. тр.* – Екатеринбург: УрФУ, 2020. – С. 271–273. – ISBN 978-5-7996-2997-7.
9. Shafiq, B., Ali, A., Iqbal, H. Perfectionism, mattering and loneliness in the young adulthood of Gen-Z: A network analytical approach // *Heliyon*. – 2023. – Т. 10, № 1. – e23330. – DOI: 10.1016/j.heliyon.2023.e23330.
10. Майлыкутова, М.Дж. Современные ценности молодежи Казахстана: тенденции и анализ // *Ученый совет*. – 2023. – № 9. – DOI: 10.33920/nik-02-2309-01.
11. World Health Organization. Social isolation and loneliness [Электронный ресурс] // *WHO Official Website*. – 2023. – Режим доступа: <https://www.who.int/teams/social-determinants-of-health/demographic-change-and-healthy-ageing/social-isolation-and-loneliness> (дата обращения: 06.05.2025).

### Reference

1. Shah, H.A., Househ, M. Understanding Loneliness in Younger People: Review of the Opportunities and Challenges for Loneliness Interventions // *Interactive Journal of Medical Research*. – 2023. – Vol. 12. – e45197. – DOI: 10.2196/45197.
2. Brafman, J., Lubin, R., Naor-Ziv, R. et al. Loneliness, Depression, and Anxiety Trajectories and Comorbidities among Middle-Aged and Older Adults Seeking Psychiatric Services in Israel during the COVID-19 Pandemic: A Retrospective Study // *Rambam Maimonides Medical Journal*. – 2021. – Vol. 12, no. 4. – e0030. – DOI: 10.5041/RMMJ.10449.
3. Madraimova, Kh.I., Kerimbaeva, R.K. Sravnitel'nyi analiz osnovnykh kharakteristik pokolenii X, Y i Z (na primere studencheskoi molodezhi Kazakhstana) // *Pedagogika i psikhologiya*. – 2022. – no. 3 (52). – P. 172–179. – DOI: 10.51889/5534.2022.20.80.019.
4. Tirocchi, S. Generation Z values, and media: from influencers to BeReal in an intercultural (digital) context // *Frontiers in Sociology*. – 2024. – Vol. 8. – Article 1304093. – DOI: 10.3389/fsoc.2024.1304093.
5. Bowler A. Isolation Among Generation Z in the United States [Electronic resource] // *Ballard Brief*. – Provo, UT: Ballard Brief, 2020. – Available at: <https://scholarsarchive.byu.edu/ballardbrief/vol2020/iss3/4/> (accessed 06.05.2025).

6. Katz, R. *What to know about Gen Z* [Electronic resource] // *Stanford Report*. – 2022. – Available at: <https://news.stanford.edu/stories/2022/01/know-gen-z> (accessed 06.05.2025).
7. Francis, T., Hoefel, F. *‘True Gen’: Generation Z and its implications for companies* [Electronic resource] // McKinsey & Company. – 2018. – Available at: <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/true-gen-generation-z-and-its-implications-for-companies> (accessed 06.05.2025).
8. Sarsembek, G.E. *Tsenosti sovremennoi molodezhi Kazakhstana* // *Tsenosti i smysly: sb. nauch. tr.* – Ekaterinburg: UrFU, 2020. – P. 271–273. – ISBN 978-5-7996-2997-7.
9. Shafiq, B., Ali, A., Iqbal, H. *Perfectionism, mattering and loneliness in the young adulthood of Gen -Z: A network analytical approach* // *Heliyon*. – 2023. – Vol. 10, no. 1. – e23330. – DOI: 10.1016/j.heliyon.2023.e23330.
10. Mailykutova, M.Dzh. *Sovremennye tsennosti molodezhi Kazakhstana: tendentsii i analiz* // *Uchenyi sovet*. – 2023. – no. 9. – DOI: 10.33920/nik-02-2309-01.
11. World Health Organization. *Social isolation and loneliness* [Electronic resource] // *WHO Official Website*. – 2023. – Available at: <https://www.who.int/teams/social-determinants-of-health/demographic-change-and-healthy-ageing/social-isolation-and-loneliness> (accessed 06.05.2025).