

УДК 04.41.31

## **МОЛОДЕЖЬ И ПОТРЕБЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В КАЗАХСТАНЕ**

**Мингишева Назгуль Амангельдиновна**

[nazgulm2001@mail.ru](mailto:nazgulm2001@mail.ru)

Докторант кафедры социологии ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Нур-Султан, Казахстан

Научный руководитель – А.К. Уашева

Социальные сети стали неотъемлемой частью повседневной жизни молодого поколения. Как отмечают А.С. Викторова и И.А. Свертков, с середины 1990-х годов до 2010 года более 95% населения в мире начало использовать социальные сети, где значительной частью потребителей явилась молодежь [1]. Первоначально данные сети создавались для поиска друзей и одноклассников, но впоследствии их функции существенно расширились: молодым людям социальные сети предоставляют широкий спектр досуга, поиск новых

знакомых по интересам, вовлеченность в деловую активность, выражение политических и культурных предпочтений [2].

Если у школьников использование социальных сетей может вызывать аддикцию и негативно влиять на их поведение, то студенты пользуются сетями более рационально, умея фильтровать информацию, полученную из социальных сетей, и периодически отключать их использование для того, чтобы готовиться к занятиям [1].

В целях изучения потребления социальных сетей среди казахстанской молодежи в 2015-2018 годах было проведено исследование у студентов Карагандинского медицинского университета. В исследовании приняли участие 94 студента (60 женщин и 34 мужчины) 1-2 курсов, при проведении которого были применены количественные и качественные подходы. Опрос включал всех исследуемых студентов, прошедших индивидуальное раздаточное анкетирование; в интервью приняли участие четыре студента (три женщины и один мужчина) из разных областей Казахстана. Ниже представлены результаты опроса и интервью среди студентов медицинского вуза.

Таблица 4. Использование социальных сетей студентами (2015-2018гг., N=94)

Вопрос: Какими социальными сетями пользуетесь? (несколько вариантов)		
	Мужчины (34)	Женщины (60)
VK (В Контакте)	34 (100%)	57 (95,0%)
Instagram	18 (52,9%)	50 (83,3%)
Facebook	11 (32,3%)	20 (33,3%)
Мой Мир	7 (20,6%)	10 (16,7%)
Twitter	2 (5,9%)	8 (13,3%)
Одноклассники	1 (2,9%)	3 (5,0%)
Другие	3 (8,8%)	5 (8,3%)
Не пользуюсь	-	1 (1,7%)

Наибольшей популярностью среди студентов пользуются социальные сети VK (ВКонтакте) и Instagram, Фейсбуком пользуется треть и Моим Миром почти пятая часть респондентов. Twitter более чем в два раза чаще используется среди девушек, чем у молодых людей. Почти каждый десятый студент указал, что пользуется другими социальными сетями (Tumblr, Pinterest, Flickr и др.).

Таблица 5. Социальные сети и электронная почта (2015-2018гг., N=94)

Вопрос: Заменяет ли Вам социальная сеть использование email?		
	Мужчины (34)	Женщины (60)
Да	13 (38,2%)	22 (36,7%)
Нет	7 (20,6%)	16 (26,7%)
Иногда	13 (38,2%)	20 (33,3%)
Другое	1 (2,9%)	1 (1,7%)
Не пользуюсь социальными сетями	-	1 (1,7%)
Всего:	34 (100%)	60 (100%)

Можно сказать, что социальные сети могут заменить использование электронной почты у опрошенных студентов. Почти 35,5% студентов ответили утвердительно на данный вопрос и около 35,8% - частично («иногда заменяет»). Для каждого пятого молодого человека и почти для каждой четвертой девушки виртуальная электронная почта остается важным способом передачи информации. Следует отметить, что на сегодняшний день возможности социальных сетей и различных мессенджеров значительно расширились в передаче информации.

Таблица 6. Использование мессенджеров студентами (2015-2018гг., N=94)

Вопрос: Какими чатами Вы пользуетесь? (несколько вариантов)		
	Мужчины (34)	Женщины (60)
WhatsApp	33 (97,1%)	54 (90,0%)
Skype	18 (52,9%)	28 (46,7%)
Чат Gmail	7 (20,6%)	13 (21,7%)
Mail.ru Агент	6 (17,6%)	7 (11,7%)
Viber	4 (11,8%)	3 (5,0%)
Facebook messenger	4 (11,8%)	13 (21,7%)
Другое	6 (17,6%)	11 (18,3%)

В коммуникации бесспорным лидером является чатовая программа WhatsApp, которой пользуются, в среднем, около 93,6% студентов. Почти половина респондентов использует Skype и почти каждый пятый общается посредством чата Gmail. Интересно, что Viber более популярен среди молодых мужчин, тогда как мессенджер Фейсбука – у девушек. Следует отметить, что почти пятая часть студентов отметила использование других чатов, в первую очередь, это относится к Telegram.

Качественные данные исследования в большей части подтверждают результаты анкетирования и представляют собой полуструктурированные интервью, включающие вопросы по потреблению социальных сетей и мессенджеров среди молодежи. В интервью приняли участие три студентки и один студент второго курса медицинского вуза из Южно-Казахстанской, Северо-Казахстанской, Западной и Карагандинской областей с апреля по июль 2017 года.

Все интервьюируемые указали, что используют социальную сеть ВКонтакте, Инстаграм и Твиттер отметили два студента, и только один человек упомянул Фейсбук. Можно сказать, что сеть ВКонтакте используется студентами преимущественно для коммуникации, особенно для общения в группах, которое позволяет им находить группы по интересам и обмениваться информацией о музыке, кино и сериалах. Важность и значение групп в социальных сетях для молодежи отмечается российскими исследователями [1], и, возможно, следует также обратить внимание на их роль в среде казахстанской молодежи. Такие группы оказывают влияние на потребление популярной культуры среди молодого поколения, где они могут слушать музыку, смотреть и обсуждать фильмы и сериалы.

Следует особо отметить, что социальная сеть Инстаграм становится более популярной среди молодежи Казахстана в последние годы. Данная сеть привлекает молодое поколение, прежде всего, своим визуальным контентом, где можно следить не только за новостями своих друзей и близких людей, но также большого количества селебрити (знаменитостей и блогеров). Можно сказать, что казахстанская молодежь здесь мало отличается от российской или западной, которые характеризуются, как визуалы [3]. Твиттер преимущественно используется студентами для просмотра новостей.

Довольно критично о социальных сетях высказался только молодой человек во время интервью. Он отметил, что сети формируют зависимость, влияют на прокрастинацию и вызывают его сомнения в их полезности и нужности. В связи с этим, он удалил свой аккаунт в Инстаграме, который, по его словам, отнимал у него много времени, но, тем не менее, он использовал ВКонтакте и WhatsApp для общения в группах и для учебы. Данный случай подтверждает рациональное отношение к социальным сетям среди студентов, как об этом писали Викторова и Свертков [1]. Также молодой человек отметил, что он старается коммуницировать с друзьями больше в реальном пространстве, чем в виртуальном.

В целом, количественные и качественные подходы исследования отражают общие данные [4] по потреблению социальных сетей и чатовых программ среди казахстанской молодежи, где наиболее популярными являются ВКонтакте, Инстаграм и Фейсбук, а также мессенджер WhatsApp. Молодое поколение использует социальные сети ежедневно, следит

за новостями не только своих близких друзей, но также в мире. Большое значение в социальных сетях имеют группы, которые оказывают непосредственное влияние на потребление популярной культуры среди молодежи. В таких группах молодежь обменивается информацией о музыке, кино и сериалах. Групповые сообщества также помогают студентам в поиске информации и ресурсов, необходимых для учебы. Можно сказать, что группы по интересам в социальных сетях играют важную роль в коммуникации и социализации молодого поколения в Казахстане, формируя его потребительские и образовательные паттерны.

#### **Список использованных источников**

1. Викторова А.С., Свертков И.А. Социальные сети и молодежь // Территория науки, № 3, 2013. С. 5-8.
2. Краснокутский Д.Н. Молодежь и социальные сети Интернета: теоретико-прикладной анализ // Общество и право, № 1, 2017. С. 196-199.
3. Чем живет новое поколение: статистика о российской молодежи. Сентябрь 2016. - [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/ru-ru/insights-trends/user-insights/novoe-pokolenie-internet-polzovatelei-issledovanie-privyчек-i-povedeniia-rossiiskoi-molodezhi-onlain/> (дата обращения: 18.10.2019).
4. Национальный доклад «Молодежь Казахстана - 2018». – Астана, 2018. С. 186-189.