

А.Т. Еспенова^{1*}, Л.Д. Мусабекова², К.М. Мусабаев³

^{1,2,3} *Казахская национальная академия искусств имени Т.Жургенова, Алматы, Казахстан*

E-mail: ¹aespenova@mail.ru, ²al-laura@mail.ru, ³musabaevkuat2@gmail.com

ORCID: ¹0000-0003-1152-0434; ²0009-0001-6158-6135; ³0000-0001-9327-6409

ТРАНСФОРМАЦИЯ ДЕТСКОЙ КУЛЬТУРЫ ПОД ВЛИЯНИЕМ ЦИФРОВЫХ МЕДИА

Аннотация. В условиях цифровой трансформации интернет и социальные сети оказывают значительное влияние на формирование культурной идентичности детей, что особенно актуально для Казахстана, где глобализированный контент конкурирует с национальными традициями. В этой статье рассматривается влияние цифровых платформ на культурные предпочтения и идентичность казахстанских детей в Алматы, особое внимание уделяется их привычкам потребления медиа и растущему влиянию зарубежных культурных тенденций, в частности корейской поп-культуры. Цель данного исследования – проанализировать влияние медийного ландшафта, формирующего культурную идентичность детей, и оценка баланса между глобальными влияниями и сохранением национального наследия. Ключевые направления исследований включают изучение роли цифровых медиа в формировании идентичности, оценку влияния иностранного культурного контента и изучение стратегий поддержки развития местного цифрового и телевизионного контента на казахском языке. Методология исследования основана на сочетании социологических опросов, контент-анализа потребления цифровых медиа и сравнительных исследований процессов культурной адаптации. Особое внимание уделяется междисциплинарному подходу, включающему социокультурные, лингвистические и психологические аспекты формирования идентичности в эпоху цифровых технологий. Практическая значимость данного исследования заключается в предоставлении информации, которая может быть применена при разработке культурных и образовательных программ, направленных на сохранение культурной идентичности Казахстана при одновременном использовании преимуществ глобальной цифровой интеграции. Основные выводы показывают, что, хотя цифровые медиа предоставляют детям доступ к разнообразному культурному опыту и знаниям, они также способствуют смещению культурных предпочтений в сторону традиционного казахского наследия. Доминирование социальных сетей, таких как TikTok, YouTube и Instagram, наряду с широкой популярностью корейских сериалов и музыки, демонстрирует значительную трансформацию в предпочтениях в сфере развлечений. В то же время снижение потребления контента на казахском языке вызывает опасения по поводу будущего национальной идентичности среди молодого поколения. Вклад этого исследования состоит в систематическом анализе влияния цифровых технологий на культурную идентичность и его последствий для культурной политики и медиаобразования. Полученные результаты подчеркивают необходимость сбалансированного подхода к цифровому взаимодействию, при котором преимущества глобализации сосуществуют с усилиями по укреплению национальной идентичности посредством медиаграмотности, вовлечения родителей и продвижения местного культурного контента.

Ключевые слова. культурная идентичность, цифровые медиа, глобализация, контент на казахском языке, медиапотребление, вовлечение детей в цифровую жизнь.

А.Т. Еспенова^{1*}, Л.Д. Мусабекова², К.М. Мусабаев³

Т.Жұргенов атындағы Қазақ ұлттық өнер академиясы, Алматы, Қазақстан

E-mail: ¹aespenova@mail.ru, ²al-laura@mail.ru, ³musabaevkuat2@gmail.com

ORCID: ¹0000-0003-1152-0434; ²0009-0001-6158-6135; ³0000-0001-9327-6409

ЦИФРЛЫ МЕДИАНЫҢ БАЛАЛАР МӘДЕНИЕТІНІҢ ТРАНСФОРМАЦИЯСЫНА ӘСЕРІ

Аңдатпа. Цифрлық трансформация жағдайында интернет пен әлеуметтік желілер жас ұрпақтың мәдени бірегейлігін қалыптастыруда шешуші рөл атқарады. Бұл Қазақстан үшін ерекше маңызды, өйткені

жаһанданған контент ұлттық дәстүрлермен үнемі бәсекеге түседі. Мақалада Алматы қаласындағы қазақстандық балалардың мәдени құндылықтары мен сәйкестілігіне цифрлық платформалардың әсері қарастырылады, олардың медиа тұтыну әдеттеріне және шетелдік мәдени үрдістердің, атап айтқанда корей поп-мәдениетінің өсіп келе жатқан әсеріне ерекше назар аударылады. Зерттеудің мақсаты – балалардың мәдени сәйкестігін қалыптастыратын медиа ландшафтты талдау және жаһандық әсерлер мен ұлттық мұраны сақтау арасындағы тепе-теңдікті бағалау. Зерттеудің негізгі бағыттарына сәйкестікті қалыптастырудағы цифрлық медианың рөлін зерделеу, шетелдік мәдени контенттің әсерін бағалау және қазақ тіліндегі жергілікті цифрлық және телевизиялық контентті дамытуды қолдау стратегияларын зерделеу кіреді. Зерттеу әдіснамасы әлеуметтанулық сауалнамаларды, цифрлық медиа тұтынуының контент-талдауын және мәдени бейімделу процестерін салыстырмалы зерттеуді қамтиды. Цифрлық дәуірде сәйкестікті қалыптастырудың әлеуметтік-мәдени, лингвистикалық және психологиялық аспектілерін қамтитын пәнаралық тәсілге ерекше назар аударылады. Зерттеудің практикалық маңыздылығы жаһандық цифрлық интеграцияның артықшылықтарын бір мезгілде пайдалана отырып, Қазақстанның мәдени бірегейлігін сақтауға бағытталған мәдени және білім беру бағдарламаларын әзірлеу кезінде қолданылуы мүмкін ақпаратты ұсыну болып табылады. Негізгі тұжырымдар цифрлық медиа балаларға әртүрлі мәдени тәжірибелер мен білімдерге қол жеткізуге мүмкіндік бергенімен, олар мәдени артықшылықтардың дәстүрлі қазақ мұрасына ауысуына ықпал ететінін көрсетеді. TikTok, YouTube және Instagram сияқты әлеуметтік желілердің Үстемдігі корей телехикаялары мен музыкасының кең танымалдылығымен бірге ойын-сауық қалауларында айтарлықтай өзгерісті көрсетеді. Сонымен қатар, қазақ тіліндегі контентті тұтынуының төмендеуі жас ұрпақ арасында ұлттық бірегейліктің болашағы туралы алаңдаушылық туғызады. Бұл зерттеудің үлесі цифрлық технологиялардың мәдени сәйкестілікке әсерін және оның мәдени саясат пен медиа білім берудегі салдарын жүйелі түрде талдау болып табылады. Нәтижелер жаһанданудың артықшылықтары медиа сауаттылық, ата-аналарды тарту және жергілікті мәдени мазмұнды ілгерілету арқылы ұлттық бірегейлікті нығайтуға бағытталған күш-жігермен қатар өмір сүретін цифрлық өзара әрекеттесудің теңдестірілген тәсілінің қажеттілігін көрсетеді.

Кілт сөздер. мәдени бірегейлік, цифрлық медиа, жаһандану, қазақ тіліндегі контент, медиа тұтыну, балаларды цифрлық өмірге тарту.

A.T. Yespenova^{1*}, L.D. Mussabekova², K.M. Mussabayev³

Kazakh National Academy of Arts named after T.Zhurgenov Almaty, Kazakhstan

E-mail: ¹aespenova@mail.ru, ²al-laura@mail.ru, ³musabaevkuat2@gmail.com

ORCID: ¹0000-0003-1152-0434; ²0009-0001-6158-6135; ³0000-0001-9327-6409

THE TRANSFORMATION OF CHILDREN'S CULTURE UNDER THE INFLUENCE OF DIGITAL MEDIA

Abstract. In the context of digital transformation, the Internet and social networks have a significant impact on the formation of children's cultural identity, which is especially important for Kazakhstan, where globalized content competes with national traditions. This article examines the impact of digital platforms on the cultural preferences and identity of Kazakhstani children in Almaty, paying special attention to their media consumption habits and the growing influence of foreign cultural trends, in particular Korean pop culture. The purpose of this study is to analyze the impact of the media landscape shaping children's cultural identity and to assess the balance between global influences and the preservation of national heritage. Key research areas include studying the role of digital media in identity formation, assessing the impact of foreign cultural content, and exploring strategies to support the development of local digital and television content in the Kazakh language. The research methodology is based on a combination of sociological surveys, content analysis of digital media consumption and comparative studies of cultural adaptation processes. Special attention is paid to an interdisciplinary approach that includes socio-cultural, linguistic and psychological aspects of identity formation in the digital age. The practical significance of this research lies in providing information that can be applied in the development of cultural and educational programs aimed at preserving Kazakhstan's cultural identity while

taking advantage of global digital integration. The main findings show that although digital media provides children with access to diverse cultural experiences and knowledge, they also contribute to a shift in cultural preferences towards traditional Kazakh heritage. The dominance of social media platforms such as TikTok, YouTube, and Instagram, along with the widespread popularity of Korean TV series and music, demonstrates a significant transformation in entertainment preferences. At the same time, the decline in the consumption of Kazakh-language content raises concerns about the future of national identity among the younger generation. The contribution of this research is a systematic analysis of the impact of digital technologies on cultural identity and its implications for cultural policy and media education. The results highlight the need for a balanced approach to digital interaction, in which the benefits of globalization coexist with efforts to strengthen national identity through media literacy, parental involvement, and the promotion of local cultural content.

Keywords: cultural identity, digital media, globalization, Kazakh language content, media consumption, children's involvement in digital life.

1. Введение

В XXI веке цифровые медиа стали неотъемлемой частью повседневной жизни детей, кардинально трансформируя их культурные практики и процессы социализации. Актуальность данного исследования обусловлена стремительной цифровизацией детского пространства в Казахстане, где глобальные медиатренды (включая русскоязычный и корейский контент) вступают в сложное взаимодействие с задачами сохранения национальной культурной идентичности. Несмотря на существующие работы по медиапотреблению (М.С. Ашилова, Ж.Х. Тоганова и др.), остаются недостаточно изученными возрастные особенности цифровой социализации казахстанских детей и их влияние на культурные ориентации. В отличие от предыдущих поколений, современные дети с раннего возраста интегрированы в цифровую среду, которая с раннего возраста формирует их когнитивные процессы, поведенческие паттерны и социальные практики.

Распад Советского союза совпал с фазой активного развития цифровых технологий. Процесс отрыва от прежней советской основы, которая почти столетие служила литературно-эстетическим путеводителем, и стремление писателей к возрождению оригинальных ценностей, отражающих идентичность нации, вызвали новый прорыв в тематико-идейном плане (Худайбергенов, 2021: 191). Несмотря на демократические преобразования, способствовавшие духовному подъему в сфере культуры, параллельно происходило активное внедрение технологий во все сферы жизни и всеобщая цифровизация, что привело к многомерной трансформации детской культуры под влиянием цифровых медиа, затрагивающей различные аспекты их развития. Традиционные формы игры, рассказывания историй и взаимодействия со сверстниками были дополнены, а в некоторых случаях и заменены цифровыми альтернативами. Видеоигры, социальные сети и потоковые платформы становятся новыми культурными пространствами, где дети создают контент, делятся им и потребляют его. Эти изменения поднимают важные вопросы о формировании идентичности, когнитивном развитии и сохранении культурного наследия в эпоху цифровых технологий.

Научная новизна исследования заключается в комплексном анализе:

- Возрастной динамики доступа к цифровым устройствам (от 7 до 17 лет);
- Эволюции медиапредпочтений на разных этапах взросления

- Влияния языкового фактора (казахский/русский/английский/корейский) на культурную идентификацию.

Цель данного исследования – изучить ключевые аспекты этой трансформации, проанализировав как положительное, так и отрицательное влияние цифровых медиа на культуру детей. Исследуя, какие медиа выбирают дети в разном возрасте, какой контент они ищут в Интернете, на телевидении, сколько времени они проводят в социальных сетях и приложениях для обмена сообщениями, в какие группы они вступают и другие связанные с этим аспекты, эта статья стремится дать всестороннее представление о том, как цифровые медиа по-новому определяют детство в современном обществе.

Методологическая база исследования включает три основных подхода: количественный анализ данных анкетирования респондентов, контент-анализ наиболее популярных среди детей цифровых платформ, а также сравнительное изучение особенностей медиапотребления в различных возрастных когортах. Практическая значимость полученных результатов заключается в возможности их применения для разработки конкретных рекомендаций в области цифровой педагогики, формирования стратегий продвижения качественного казахскоязычного контента и создания эффективных моделей медиаграмотности для родителей. Основная гипотеза исследования утверждает, что цифровые медиа выполняют двойственную роль в процессе социализации: с одной стороны, они обогащают культурный опыт детей, а с другой – создают существенные риски размывания национальной идентичности. Эти риски проявляются через три основных фактора: доминирование русскоязычного контента (85% просматриваемого материала на YouTube), активную популяризацию корейских культурных образцов и выраженный дефицит качественного казахскоязычного контента, ориентированного на подростковую аудиторию.

2. Материалы и методы исследования

2.1 Методы исследования

Исследование проводилось в Алматы (Казахстан), городе с высоким уровнем проникновения Интернета и технологий, что делает его идеальным местом для наблюдения за популярными моделями поведения в СМИ, выявления специфических характеристик и анализа новых тенденций. Целевой аудиторией в основном были дети в возрасте от 7 до 17 лет. По данным Агентства Республики Казахстан по статистике, по состоянию на 1 января 2025 года в Алматы проживает более 665 тыс. детей и подростков этой возрастной группы (Бюро национальной статистики...). Выборка состояла из 285 детей и подростков, принявших участие в исследовании. Ключевыми задачами были выявление основных видов медиаактивности детей, изучение моделей потребления медиа на основе таких факторов, как экранное время, использование устройств и предпочтения в контенте, а также анализ потребительского поведения детей.

Методологическая основа исследования сочетает количественные и качественные подходы. В исследовании использовались как кабинетные, так и полевые методы сбора данных. Использовались различные процедуры, в том числе онлайн-опросы

и опросы на бумажных носителях. Чтобы получить более глубокое представление о детской аудитории и повысить надежность результатов, в исследование были включены различные типы данных, включая личные интервью и ответы на анкеты.

Исследование проводилось в пять этапов: подготовительный этап (разработка и тестирование инструментария), этап сбора данных (параллельное проведение онлайн и оффлайн опросов), этап верификации (перекрестная проверка данных анкетирования и интервью), аналитический этап (статистическая обработка данных, выявление корреляций) и интерпретационный этап (формулировка окончательных выводов).

Следует отметить определенные ограничения исследования: географическая локализация (только город Алматы), сезонность сбора данных (учебный период), а также потенциальная субъективность при анализе самоотчетов респондентов.

Представленная методология позволяет дать обоснованные ответы на ключевые исследовательские вопросы, касающиеся возрастной динамики медиапредпочтений, факторов выбора языка потребляемого контента и механизмов культурных заимствований.

2.2 Материалы исследования

Одной из насущных проблем, с которыми сталкиваются сегодня дети, является их растущая зависимость от информационных и коммуникационных технологий, обусловленная быстрым развитием цифровых медиа. Поскольку дети все с более раннего возраста начинают взаимодействовать с цифровым контентом, возникают опасения относительно влияния потребления медиа на их развитие, благополучие и самоидентификацию. Отрицательное воздействие цифровизации на психику подрастающего поколения является реальностью сегодняшнего дня. С развитием цифровых технологий и распространением искусственного интеллекта дети и подростки сталкиваются с рядом отрицательных воздействий на свое сознание (Абишева, 44: 2024). Чтобы лучше понять эту динамику, по всему миру были проведены многочисленные исследования, в которых анализировалось использование детьми средств массовой информации, цифровые привычки и влияние онлайн-контента на их психологическое и социальное развитие. Ниже представлен обзор ключевых результатов исследований, освещающих глобальные и региональные тенденции взаимодействия детей с цифровыми медиа.

В исследовании «Trends in Digital Media Use in Korean Preschool Children» (Тенденции использования цифровых медиа корейскими дошкольниками, 2016, Южная Корея) рассматривается раннее знакомство с цифровыми устройствами (Lee, 2019: 263). В исследовании «EU Kids Online 2020» (2017-2019, Европа) представлены результаты опроса об использовании Интернета детьми в 19 странах. В 2020 году исследование «The Common Sense Census: Media Use by Kids Age Zero to Eight» (Перепись здравого смысла: использование СМИ детьми в возрасте от 0 до 8-ми лет, США) позволила получить представление о потреблении СМИ маленькими детьми.

ЮНИСЕФ в 2017 году опубликован Доклад «Положение детей в мире, 2017 год: дети в цифровом мире», посвященный изучению того, каким образом цифровые технологии уже изменили жизнь детей и их жизненные шансы, а также анализу

возможных перспектив в этой области (Доклад, 2017). В нем подчеркивается, что при эффективном использовании и всеобщем доступе цифровые технологии могут значительно улучшить жизнь детей, подвергшихся маргинализации из-за бедности, расы, этнической принадлежности, пола, инвалидности, перемещения или географической изоляции. С положительной стороны, цифровые технологии улучшают обучение, обеспечивают доступ к образовательным ресурсам и способствуют социальной интеграции. Однако в докладе также предупреждается о значительных рисках, включая чрезмерное время, проводимое за экраном, что приводит к цифровой зависимости, воздействию вредоносного контента, нарушениям конфиденциальности, киберзапугиванию и онлайн-эксплуатации. Учитывая, что дети составляют почти треть пользователей Интернета во всем мире, в докладе подчеркивается необходимость принятия защитных мер для обеспечения безопасной и благоприятной цифровой среды для них.

В 2021 году было проведено несколько исследований, посвященных влиянию средств массовой информации во время пандемии COVID-19, в том числе «Effects of Screen Time on Problematic Behavior in Children During the COVID-19 Pandemic» (Влияние экранного времени на проблемное поведение детей во время пандемии COVID-19, 2021, Южная Корея) (Kim 2023: 178), а также «Media Screen Time Use and Mental Health in School-Aged Children During the Pandemic» (Использование экранного времени в средствах массовой информации и психическое здоровье детей школьного возраста во время пандемии, 2021, Канада) (Hmidan, 2023: 202), «Дети и медиапотребление» (2021, Кыргызстан) (Дети и медиапотребление, 2021), в которых анализировались региональные тенденции. Более поздние исследования, такие как «Children and Parents: Media Use and Attitudes Report» (Дети и родители: отчет об использовании средств массовой информации и отношении к ним, 2022, Великобритания) (Children and Parents, 2022) и «ICT Kids Online Brazil Survey» (2022, Бразилия) (Executive Summary, 2023) содержат обновленные данные о привычках детей пользоваться средствами массовой информации и заботах родителей. Вместе взятые, эти исследования образуют всеобъемлющую хронологию исследований, иллюстрирующую, как вовлечение детей в СМИ развивалось с течением времени и в различных культурных контекстах.

Масштабное исследование «Kazakhstan Kids Online», инициированное Министерством просвещения Казахстана в сотрудничестве с ЮНИСЕФ в 2023 году, показало, что 5% детей впервые выходят в Интернет в возрасте четырех лет и младше. Кроме того, 60% детей в возрасте 9-10 лет и 66% детей в возрасте 11-12 лет уже имеют свои собственные аккаунты в социальных сетях или на игровых платформах, несмотря на то, что условия использования многих социальных сетей и игровых платформ запрещают детям младше 13 лет иметь собственные аккаунты. Исследование также показало, что 15,3% детей сталкиваются с негативным онлайн-контентом, что вызывает у 11,7% из них серьезные переживания (Kazakhstan Kids 2024).

Исследование детского контента в Казахстане, проведенное в 2023 году Министерством культуры и информации РК и НАО «Казахстанский институт

общественного развития», представило результаты исследования детского контента в Казахстане, посвященного Instagram, TikTok и YouTube. В нем излагаются критерии оценки контента социальных сетей, дается обоснование влияния медиаконтента на детей и освещаются наиболее популярные мультимедийные материалы среди молодежной аудитории в Казахстане (Исследование детского контента, 2023).

Ученые больше исследуют двойственную роль социальных сетей как платформы для культурного самовыражения и среды, которая потенциально может ослабить традиционную культурную идентичность. В исследовании Echesony Gibson подчеркивается, что, хотя социальные сети позволяют подросткам, молодежи общаться с различными культурами и выражать свою индивидуальность, они также создают проблемы в поддержании традиционных культурных практик и ценностей. Полученные результаты свидетельствуют о том, что социальные сети могут привести к гибридации культурной идентичности, где традиционные и современные влияния сливаются воедино, влияя на то, как городская молодежь воспринимает и выражает свою культурную принадлежность (Echesony Gibson 2024: 8).

В своих исследованиях Ebba Sundin подтверждает, что современные цифровые технологии стали неотъемлемой частью социального и культурного развития детей, средства массовой информации играют важную роль в формировании идентичности детей, особенно в условиях глобализации и цифровизации. Они представляют как новые возможности, так и новые риски, требуя вдумчивого подхода со стороны родителей, педагогов и исследователей. Ebba Sundin подчеркивает, что современные дети растут в сложных культурных и медийных условиях, которые влияют на их восприятие национальной принадлежности, культурной самобытности и социальных норм.

Один из ключевых выводов заключается в том, что медиа не только передают культурные ценности, но и служат инструментом самовыражения детей. Медиа помогают в создании, поддержании и переосмыслении как личной, так и коллективной идентичности. Дети используют средства массовой информации для ознакомления с мировыми культурными тенденциями, в то же время сталкиваясь с проблемами сохранения своей местной самобытности. Исследование Sundin Ebba показало, что дети сознательно выбирают медиа-контент, соответствующий их культурным представлениям. Они могут использовать медиа либо для интеграции в более широкое сообщество, либо для сохранения уникальности своей культурной группы (Sundin Ebba, 2013: 25).

Camilla Hallgren и Asa Bjork исследуют, как цифровые технологии влияют на формирование идентичности молодых людей. Авторы отмечают, что современные технологии стирают границы между различными аспектами жизни, такими как учеба и досуг, общественное и частное, цифровое и аналоговое, виртуальное и материальное. В результате молодые люди ориентируются в нескольких контекстах одновременно, что усложняет их процессы самопознания и самовыражения.

Авторы подчеркивают, что, несмотря на многочисленные исследования, посвященные молодежи и цифровым технологиям, мы все еще не до конца понимаем, как эти смешанные условия влияют на их повседневную жизнь. Во многих

исследованиях социальные сети и использование технологий рассматриваются отдельно, без учета того, как они влияют на формирование идентичности в целом. Это непонимание является проблемой для педагогов и взрослых, пытающихся помочь молодежи ориентироваться в цифровом пространстве (Hallgren C., 2023: 55).

Taylor Jim исследует, как современные медиа и технологии влияют на развитие самоидентификации детей. Он утверждает, что современные дети все чаще определяют себя на основе внешних факторов, таких как отзывы в социальных сетях и популярная культура, а не внутренних ценностей и личного опыта.

Taylor Jim предполагает, что этот сдвиг в сторону внешней оценки может препятствовать развитию здоровой самоидентификации у детей. Он подчеркивает важность того, чтобы родители создавали условия, способствующие внутреннему самоопределению, позволяя самоидентификации детей развиваться естественным образом без чрезмерного внешнего влияния (Taylor J., 2012).

3. Обсуждение

В ходе нашего исследования был проведен анализ доступа детей к электронным устройствам и платформам социальных сетей, а также методов, используемых для мониторинга и регулирования контента, который они потребляют онлайн. Полученные результаты свидетельствуют о том, что гаджеты, Интернет и социальные сети стали неотъемлемой частью детского досуга и обучения.

Для родителей главная задача состоит в том, чтобы понять, как наиболее эффективно управлять цифровыми взаимодействиями своих детей, и активно внедрять эти стратегии. Исследование показало, что доступ детей к персональным гаджетам зависит от возраста:

7 – 9 лет. У большинства детей в этой возрастной группе есть собственные цифровые устройства, которые часто приобретаются в возрасте около семи лет. Родители покупают эти гаджеты в первую очередь для поддержки образования своих детей.

10 – 12 лет. Почти у всех детей в этой группе есть персональные электронные устройства, которые они используют как для обучения, так и для развлечений.

13 – 15 лет. Подростки этой категории не только владеют гаджетами, но и активно используют социальные сети, онлайн-общение и создание цифрового контента.

16 – 17 лет: Подростки старшего возраста в значительной степени полагаются на свои устройства в самых разных целях, включая социальные сети, развлечения и учебную деятельность.

Результаты подчеркивают важность участия родителей в обеспечении сбалансированного и безопасного использования цифровых технологий детьми по мере их роста.

Исследование выявило различия в привычках потребления медиа также в зависимости от возраста. Дети младшего возраста (7-10 лет) в основном просматривали телевидение и YouTube, в то время как дети старшего возраста (11-17 лет) были более активны в социальных сетях и приложениях для обмена сообщениями.

Таблица 1 – Медиа-предпочтения в разбивке по возрастным группам

Возрастная группа	Предпочитаемые медиа-платформы	Контент
7-9 лет	TB, YouTube, TikTok	Мультфильмы и детские шоу Образовательные ролики Развлекательный контент (лестплеи, челленджи, скетчи)
10-12 лет	YouTube, TikTok, Instagram	Игры и стримы Популярные блогеры Короткие видео и челленджи (скетчи, лайфхаки, танцы) Анимационные сериалы
13-15 лет	YouTube, TikTok, Instagram	Казахстанские и зарубежные сериалы Музыкальные тренды Киберспорт и игровые трансляции Развлекательные шоу и подкасты
16-17 лет	Instagram, TikTok, Telegram	Музыка Блогеры и инфлюенсеры Документальные фильмы и образовательный контент Фильмы и сериалы на стриминговых платформах

Особую популярность имеют TikTok – 78%, YouTube – 85%, Instagram – 67%, Telegram – 55%.

Несмотря на растущее потребление онлайн-контента, телевидение остается популярной формой развлечения как для взрослых, так и для детей. Во многих случаях просмотр телепередач происходит в фоновом режиме во время других занятий, таких как прием пищи или работа в режиме многозадачности. Результаты исследования показали, что по сравнению с другими возрастными группами дети дошкольного возраста, 7-9 лет, потребляют больше телевизионного контента. Однако дети сосредоточены не только на экранах телевизоров – они также смотрят контент на компьютерах, смартфонах, планшетах и других цифровых устройствах.

Современные электронные устройства, такие как смартфоны и планшеты, в значительной степени заменили традиционное телевидение, которое теряет популярность. YouTube стал предпочтительным источником контента, и даже те, кто все еще смотрит телевизор, часто предпочитают онлайн-платформы традиционным каналам. Цифровые устройства и платформы социальных сетей стали неотъемлемой частью жизни детей. Согласно исследованию, почти каждый ребенок, даже в очень раннем возрасте, имеет доступ к Интернету и, следовательно, к социальным сетям. Такие платформы, как Instagram и TikTok, играют важную роль в цифровом развитии детей, многие из которых активно создают видеоролики и ведут виртуальный образ жизни. Кроме того, для некоторых детей эти платформы служат основными средствами коммуникации. Примечательно, что в большинстве случаев аккаунты в социальных сетях зарегистрированы на имена их родителей.

В среднем дети тратят на просмотр цифрового контента 3-5 часов в день. В таблице ниже представлено среднее время просмотра в разбивке по возрастным группам.

Таблица 2 – Ежедневное экранное время

Возрастная группа	Среднее ежедневное экранное время, ч.
7-9 лет	2,5
10-12 лет	3,5
13-15 лет	4
16-17 лет	5,5

Значительная часть детей старшего возраста использовали социальные сети и приложения для обмена сообщениями для общения и обмена контентом. На диаграммах ниже представлены данные исследования по ежедневному экранному времени в интернете в целом, социальных сетях, в компьютерных играх (рис.1).

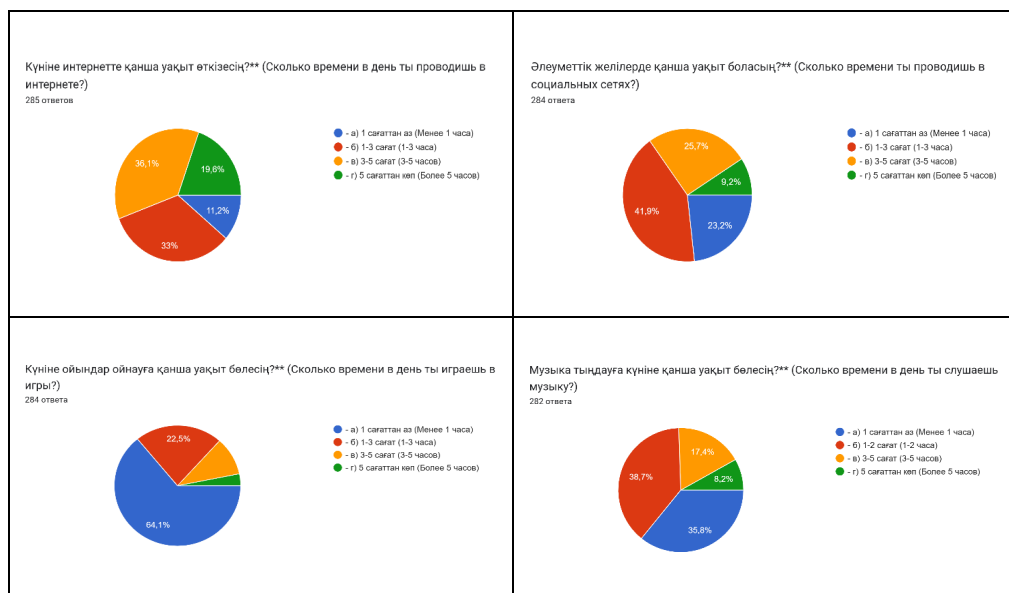


Рисунок 1 – Ежедневное экранное время детей в интернете в целом, социальных сетях, в компьютерных играх

Как показывают результаты исследования, большинство детей 3-5 часов в день тратят на интернет, в том числе большинство из них (41%) 1-3 часа уделяют социальным сетям, 64,1% менее часа выделяют на компьютерные игры, причем большинству из них (68,7%) не требуется разрешение родителей. 38,7% детей

слушают музыку 1-3 часа в день, 35,8% – 3-5 часов в день. Часто мы замечаем, что дети в наушниках идут в школу и со школы, переходят дороги, держат в руках свои гаджеты, не обращая внимания на ситуацию вокруг, что является небезопасным.

В настоящее время родители считают, что обучение в школе без гаджетов уже невозможно. Использование электронных устройств в образовании стало неотъемлемой практикой среди детей школьного возраста. Этот переход к цифровому обучению был во многом обусловлен пандемией COVID-19. Международные исследования показывают, что переход к дистанционному обучению привел к увеличению времени, которое дети проводят за использованием цифровых устройств, а также к растущей зависимости от цифровых инструментов (Rideout V., 2020).

В ходе исследования оценивалась осведомленность детей об онлайн-рисках и их способность безопасно ориентироваться в цифровой среде. Только 47% детей сообщили, что получали рекомендации от родителей или учителей по вопросам онлайн-безопасности.

С положительной стороны, платформы социальных сетей могут служить средством для изучения идентичности, установления связей с сообществом и передачи культурных знаний. Они предоставляют детям возможность развивать социальные навыки, эмпатию и культурное взаимопонимание посредством онлайн-взаимодействия, тем самым способствуя их социальному развитию.

Однако имеются значительные потенциальные риски, связанные с использованием социальных сетей. К ним относятся киберзапугивание, расовая дискриминация и социальное давление, которые могут негативно сказаться на развитии детей, их социальном и эмоциональном благополучии.

Чрезмерное использование социальных сетей связано с повышением уровня депрессии, тревожности и одиночества среди подростков. Постоянное воздействие идеализированных образов и заикленной жизни на таких платформах, как Instagram и TikTok, может привести к неудовлетворенности своим телом, низкой самооценке и страху что-то упустить.

В ходе исследования также были изучены языковые предпочтения детей при просмотре медиаконтента на различных платформах. Анализ показал, что язык контента во многом зависит от возраста ребенка и типа платформы. Телевидение остается более популярным среди детей младшего возраста, а программы и мультфильмы в основном на русском и казахском языках. На YouTube и платформах социальных сетей (TikTok, Instagram, Telegram) преобладает русскоязычный контент, хотя растет интерес к материалам на казахском и английском языках, особенно среди подростков. В Telegram заметно возросло потребление образовательных и новостных каналов на казахском языке. Эти результаты подчеркивают необходимость дальнейшего развития высококачественного цифрового контента на казахском языке для детей, чтобы сделать его более доступным и привлекательным.

4. Результаты исследования

Результаты этого исследования подчеркивают значительное влияние потребления медиа на культурную идентичность казахстанских детей. Преобладание русскоязычного контента, особенно на таких цифровых платформах, как YouTube,

TikTok и Instagram, свидетельствует о том, что многие дети в большей степени подвержены влиянию русскоязычной культуры, чем казахскоязычной. Несмотря на наличие казахскоязычных СМИ, их ограниченная доступность в развлекательном и образовательном контенте может способствовать ослаблению связи с национальными традициями, ценностями и языком среди молодого поколения.

В то же время растущий интерес к контенту на казахском языке, особенно к новостям и образовательным материалам в Telegram, указывает на растущую осведомленность и спрос на местные культурные нарративы. Это говорит о том, что, хотя цифровизация создает проблемы для сохранения культуры, она также предоставляет возможности для продвижения казахстанской идентичности путем разработки более привлекательного и разнообразного цифрового контента на государственном языке.

Кроме того, влияние глобальных тенденций, особенно со стороны западных и восточноазиатских СМИ, формирует у детей представления об образе жизни, стандартах красоты и социальных нормах. Знакомство с идеализированными образами и мировой поп-культурой через такие платформы, как Instagram и TikTok, может привести к изменениям в самовосприятии и ценностях, иногда в ущерб традиционным элементам казахской культуры.

Уже сейчас мы видим, растущее влияние корейской культуры на казахстанских детей и подростков, в первую очередь через музыку, дорамы и модные тенденции. К-поп-группы, К-драмы и корейские стандарты красоты широко используются молодежной аудиторией, формируя их вкусы, стремления и даже языковые предпочтения. Многие дети и подростки активно используют контент на корейском языке с субтитрами, а некоторые даже начинают изучать корейский язык, чтобы лучше понимать свои любимые медиа.

Особенно ярко влияние корейской культуры проявляется в конкретных поведенческих практиках казахстанских подростков. Наши данные показывают, что:

- Большое количество девушек 13-17 лет копируют макияж в стиле K-beauty, используя косметику корейских брендов (данные из анкетирования);
- В более чем половины школьных танцевальных кружков включены элементы К-поп хореографии (по данным опроса педагогов дополнительного образования);
- Часть респондентов исследования посещают специализированные «корейские кафе» с меню из дорам (данные из анкетирования).

Эти примеры демонстрируют, как глобальные тренды локализуются в казахстанском контексте, формируя новые потребительские привычки и досуговые практики. Примечательно, что 17% родителей отмечают использование детьми корейских слов в повседневной речи («оппа», «саранхэ»), что свидетельствует о глубоком проникновении этой культуры в языковую среду. Такая сильная привязанность к корейской культуре может быть объяснена ее ярким и увлекательным содержанием, интересным повествованием и вдохновляющим образом жизни, представленным в дорамах и музыкальных клипах. Платформы социальных сетей, такие как TikTok, YouTube и Instagram, играют решающую роль в распространении корейских культурных тенденций, поскольку дети участвуют в танцевальных конкурсах К-поп,

следят за корейскими лидерами в области красоты и моды и вступают в сообщества фанатов.

Хотя эта культурная близость способствует глобальному осознанию и разнообразию, она также поднимает вопросы о балансе между внешними влияниями и сохранением казахской культурной идентичности. Широко распространенное восхищение корейской культурой иногда приводит к предпочтению иностранной эстетики, ценностей и социальных норм традиционным казахским элементам. Эта тенденция подчеркивает необходимость разработки и продвижения высококачественного контента на казахском языке в музыке, кино и сфере развлечений, чтобы национальная культура оставалась актуальной и привлекательной для молодого поколения.

Немаловажно, что родители, педагоги и политики должны поощрять сбалансированное потребление медиа, способствуя как цифровой грамотности, так и прочной связи с национальным наследием. Это поможет детям ориентироваться в цифровом мире, сохраняя при этом чувство принадлежности к своим культурным корням.

5. Заключение

В исследовании подчеркивается глубокое влияние Интернета, социальных сетей и цифрового контента на культурную идентичность казахстанских детей. Вследствие широкого доступа к электронным устройствам и онлайн-платформам дети все больше погружаются в глобальные медиа, что формирует их предпочтения в развлечениях, социальном взаимодействии и языковом поведении.

Результаты показывают, что, хотя цифровые технологии предоставляют возможности для получения образования и культурного обмена, они также создают проблемы для сохранения национальной идентичности. Значительное потребление иностранного контента, особенно растущее влияние корейской поп-культуры, свидетельствует о смещении интересов молодежи в сторону глобальных тенденций. Хотя такое влияние обогащает культурное разнообразие, оно вызывает обеспокоенность в связи с уменьшением роли казахского языка, традиционных ценностей и наследия в повседневной практике молодого поколения.

Ключевым фактором сбалансированной цифровой социализации является активное вовлечение родителей и развитие медиаграмотности. Стимулирование создания образовательного и развлекательного контента на казахском языке, интеграция национальных нарративов в современные медиаформаты и продвижение культурных элементов в цифровом пространстве могут способствовать сохранению национальной идентичности в условиях глобализации. В конечном счете, достижение баланса между внешними культурными влияниями и укреплением казахского наследия будет иметь важное значение для формирования поколения, имеющего глобальные связи и культурные корни.

Литература:

1. Абишева О., Ержанова Ф., Ерлан А. Интегративный подход в сказкотерапии // *Keruen*. – № 83 (2). – 2024. – с. 43–58. <https://doi.org/10.53871/2078-8134.2024.2-03>
2. Вызовы и перспективы в цифровой жизни казахстанских детей (2023). [Электронный ресурс] – URL: <https://www.unicef.org/kazakhstan/%D09> (дата обращения: 15.01.2025).
3. Дети и медиапотребление в Кыргызстане (2021). [Электронный ресурс] – URL: <https://edu.gov.kg/media/pdf> (дата обращения: 21.12.2024).
4. Доклад «Положение детей в мире, 2017 год: дети в цифровом мире» (2017). [Электронный ресурс] – URL: <https://www.unicef.org/uzbekistan/media/7> (дата обращения: 21.12.2024).
5. Исследование детского контента в Казахстане – Астана: НАО «Казахстанский институт общественного развития», 2023. – 182 с.
6. Сайт Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам РК (2025). [Электронный ресурс] – URL: <https://stat.gov.kz/ru/> (дата обращения: 25.01.2025).
7. Социологическое исследование по медиапотреблению и медиаинформационной грамотности в странах Центральной Азии. Казахстан (2021). [Электронный ресурс]. URL: https://drive.google.com/file/d/1eisEUbjkPUHn8yljq_9RqtSGKuic6ANs/view (дата обращения: 21.12.2024).
8. Худайбергенов Н. Художественно-аксиологические искания в современной казахской детской поэзии (на основе творчества А. Истина) // *Keruen*. – № 73 (4). – 2021. – С. 190–200.
9. Common Sense Media. (2020). The Common Sense census: Media use by kids age zero to eight. [Электронный ресурс] – URL: <https://www.commonsensemedia.org/research/the-common-sense-census-media-use-by-kids-age-zero-to-eight-2020> (дата обращения: 21.12.2024).
10. Echesony G. (2024). Impact of social media on cultural identity in urban youth. *American Journal of Arts, Social and Humanity Studies*. – 2024. – 4(2). – P.1–11. <https://doi.org/10.47672/ajashs.2354>
11. Hallgren C., & Bjork A. Young people's identities in digital worlds. *The International Journal of Information and Learning Technology*. – 2023. – 40(1). – P.49–61. <https://doi.org/10.1108/IJILT-06-2022-0135>
12. Hmidan A., Seguin D., & Duerden, E. G. Media screen time use and mental health in school-aged children during the pandemic. *BMC Psychology*. – 2023. – 11, Article 202. <https://doi.org/10.1186/s40359-023-01240-0>
13. Kim I., Lee S., Yang S. J., et al. Effects of screen time on problematic behavior in children during the COVID-19 pandemic in South Korea. *Soa Chongsonyon Chongsin Uihak*. – 2023. – 34(3). – P.175–180. <https://doi.org/10.5765/jkacap.230014>
14. Lee D. Y., Roh H. W., Kim S. J., et al. (2019). Trends in digital media use in Korean preschool children. *Journal of Korean Medical Science*. – 2014. – 34(41), e263. <https://doi.org/10.3346/jkms.2019.34.e263>.
15. Ofcom. (2022). Children and parents: Media use and attitudes report. [Электронный ресурс] – URL: <https://www.ofcom.org.uk/siteassets/resources/documents/research-and-data/media-literacy-research/children/childrens-media-use-and-attitude>. (дата обращения: 21.12.2024).
16. Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (CETIC). (2023). Executive summary – Survey on internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil. – [Электронный ресурс] – URL: <https://cetic.br/en/publicacao/executive-summary-survey-on-internet-use-by-children-in-brasil-ict-kids-online-brazil-2023/>. (дата обращения: 21.12.2024).
17. Sundin, E. (2013). The complex process of children's identity in new landscapes of media and culture. *CM: Komunikacija i Mediji*. – 2013. – 8(29). – P.17–36.
18. Taylor J. (2012, October 11). Media's externalization of kids' self-identity: Are media shaping your children's self-identities? *Psychology Today*. <https://www.psychologytoday.com/intl/blog/the-power-prime/201210/media-s-externalization-kids-self-identity>
19. UNICEF Kazakhstan. (2024). Kazakhstan Kids Online. [Электронный ресурс] – <http://globalkidsonline.net/kazakhstan/>. (дата обращения: 21.12.2024).

References:

1. Abisheva O., Erzhanova F., Erlan A. (2024) Integrative approach in fairy tale therapy. *Keruen*. № 83 (2). – p. 43-58. <https://doi.org/10.53871/2078-8134.2024.2-03>. (in Russ.).

2. Challenges and prospects in the digital life of Kazakhstani children (2023). [Electronic resource]. URL: <https://www.unicef.org/kazakhstan/%D09> (data obrashhenija: 15.01.2025). (in Russ.).
3. Deti i mediapotreblenie v Kyrgyzstane (2021). [Electronic resource]. URL: <https://edu.gov.kg/media/pdf> (data obrashhenija: 21.12.2024). (in Russ.).
4. Doklad «Polozhenie detej v mire, 2017 god: deti v cifrovom mire» (2017). [Electronic resource]. URL: <https://www.unicef.org/uzbekistan/media/7> (data obrashhenija: 21.12.2024). (in Russ.).
5. Research of children's content in Kazakhstan (2023). Astana: NAO «Kazahstanskij institut obshhestvennogo razvitiija». – 182 p. (in Russ.).
6. Website of the Bureau of National Statistics of the Agency for Strategic Planning and Reforms of the Republic of Kazakhstan (2025) [Electronic resource]. URL: <https://stat.gov.kz/ru/> (data obrashhenija: 25.01.2025).
7. A sociological study on media consumption and media information literacy in Central Asian countries. Kazakhstan (2021). [Electronic resource]. URL: https://drive.google.com/file/d/1eisEUBjkPUHn8yljq_9RqtSGKuie6ANs/view (data obrashhenija: 21.12.2024).
8. Khudaibergenov N. Artistic and axiological searches in modern Kazakh children's poetry (based on the work of A. Istina). Keruen. № 73 (4). – P. 190-200. (in Kaz.).
9. Средства массовой информации, основанные на здравом смысле. (2020). Перепись «Здравый смысл»: использование СМИ детьми в возрасте от нуля до восьми лет [Electronic resource]. URL: <https://www.common sense media.org/research/the-common-sense-census-media-use-by-kids-age-zero-to-eight-2020> (data obrashhenija: 21.12.2024). (in Eng.).
10. Echesony G. (2024). Impact of social media on cultural identity in urban youth. American Journal of Arts, Social and Humanity Studies. 2024. – 4(2). – P.1–11. <https://doi.org/10.47672/ajashs.2354>. (in Eng.).
11. Hallgren C., & Bjork A. (2023) Young people's identities in digital worlds. The International Journal of Information and Learning Technology. – 40(1). – pp.49–61. <https://doi.org/10.1108/IJILT-06-2022-0135>. (in Eng.).
12. Hmidan A., Seguin D., & Duerden, E. G. (2023) Media screen time use and mental health in school-aged children during the pandemic. BMC Psychology. Article 202. <https://doi.org/10.1186/s40359-023-01240-0>. (in Eng.).
13. Kim I., Lee, S., Yang S. J., et al. (2023) Effects of screen time on problematic behavior in children during the COVID-19 pandemic in South Korea. Soa Chongsongyon Chongsin Uihak. 34(3). – P.175–180. <https://doi.org/10.5765/jkacap.230014>. (in Eng.).
14. Lee D. Y., Roh H. W., Kim S. J., et al. (2014). Trends in digital media use in Korean preschool children. Journal of Korean Medical Science. – 34(41), e263. <https://doi.org/10.3346/jkms.2019.34.e263>.
15. Ofcom. (2022). Children and parents: Media use and attitudes report. [Electronic resource] URL: <https://www.ofcom.org.uk/siteassets/resources/documents/research-and-data/media-literacy-research/children/childrens-media-use-and-attitude>. (data obrashhenija: 21.12.2024).
16. Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (CETIC). (2023). Executive summary – Survey on internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil. [Electronic resource]. URL: <https://cetic.br/en/publicacao/executive-summary-survey-on-internet-use-by-children-in-brasil-ict-kids-online-brazil-2023/>. (data obrashhenija: 21.12.2024).
17. Sundin E. (2013). The complex process of children's identity in new landscapes of media and culture. CM: Komunikacija i Mediji. 8(29). – P.17–36.
18. Taylor J. (2012, October 11). Media's externalization of kids' self-identity: Are media shaping your children's self-identities? Psychology Today. <https://www.psychologytoday.com/intl/blog/the-power-prime/201210/media-s-externalization-kids-self-identity>. (in Eng.).
19. UNICEF Kazakhstan. (2024). Kazakhstan Kids Online. [Electronic resource]. <http://globalkidsonline.net/kazakhstan/>. (data obrashhenija: 21.12.2024). (in Eng.).