**Ибраева Г. Ж.**

КазНУ имени аль-Фараби

 Galiya.Ibrayeva@kaznu.kz

**Социальные сети и новые медиа в процессе самоидентификации казахстанской молодежи**

Современная молодежь воспринимает мир через призму цифровых технологий, активно использует разные дивайсы до 4-5-ти, пользуется социальными сетями, имеет “друзей” на разных континентах, что важно с точки зрения их темпоральной самоидентификации. “Существует ли связь между образами прошлого, формируемыми масс-медиа и образами прошлого, создающими идентификационный каркас сознания молодежи”? Эта гипотеза ранее была выдвинута в научном проекте "Россия в 1917 году в восприятии современной молодежи: медиадискурс» под руководством ученого И.Дзялошинского, и стала основополагающей для исследования казахстанской молодежи. Теоретико-практической поддержкой для подкрепления гипотезы стало социологическое исследование, которое впервые проводилось (в течение 2014-2015 года) в Казахстане «Молодежь Центральной Азии. Казахстан» при поддержке Фонда имени Фридриха Эберта. Охват исследования составил 1000 респондентов, 2 фокус-группы, 5 глубинных интервью с молодыми людьми в возрасте от 14 до 29 лет. Выяснилось, что 74,9 % опрошенных активно интересуются международными новостями. События в соседней России интересуют молодых гораздо больше, чем события в США и странах Западной Европы, и даже в странах – соседях Казахстана – Узбекистане, Таджикистане и других. Это объясняют тем, что в информационном пространстве Казахстана доминируют российские СМИ, и ведущим языком вещания является русский. Логичным стал ответ на вопрос по поводу того, с кем Казахстану следует выстраивать более близкие отношения, молодые респонденты выделили прежде всего Россию (72%), Европейский Союз (36%), Кыргызстан (35%), Китай (30,7%),Узбекистан (29,8%). Сдержанные отношения, по мнению молодых, нужно соблюдать с США (40%), НАТО (34%), Ираном (29,8%). Согласно результатам проведенного социологического опроса следует предположить, что после развала СССР, информационное присутствие российских СМИ в Казахстане сохранилось, и создать собственное медиапространство молодому государству чрезвычайно сложно. Ставятся следующие задачи:

1. Является ли присутствие российских СМИ “барьером” на пути создания связи между “образами прошлого” и создаваемым “идентификационным каркасом сознания” казахстанской молодежи?

 2. Существует ли казахстанское информационное пространство и насколько сильно его влияние на историческое сознание новой генерации казахстанцев?

Методология исследования была основана на анкетном опросе. Рещультатом исследования стали следующие выводы: во-первых, утверждение, что присутствие российских СМИ становится “барьером” на пути создания связи между “образами прошлого” и создаваемым “идентификационным каркасом сознания” казахстанской молодежи является не совсем корректным. Содержание анкет подтверждает, что молодежь Казахстана адекватно воспринимает происходящие перемены в жизни суверенного государства, несмотря на присутствие зарубежных СМИ в информационном пространстве. Во-вторых, в стране создано мощное казахстанское информационное пространство, которое оказывает существенное влияние на историческое сознание новой казахстанской генерации. Исторический дискурс анализа ответов молодых показывает, что многие прогрессивные идеи, воплощаемые в современном Казахстане были актуализированы еще в начале ХХ века, но воплотились только сейчас, благодаря получению статуса независимости.

СМИ по данным нового Министерства информации и коммуникаций РК (воссоздано 6 мая 2016 года) “по состоянию на 1 июля 2016 года в Республике Казахстан зарегистрировано 2763 действующих СМИ. Подавляющее большинство в общей структуре – 86% – составляют печатные СМИ, 11% – электронные СМИ, 3%  – информационные агентства”.

Ключевык слова: *молодежная аудитория, социальные сети, дивайсы, казахстанское информационное пространство, новая генерация.*