

условиях помех «плохое» качество речи на неродном языке не исключает хорошего понимания, а при плохом различении звуков на неродном языке ошибки произношения являются необязательными. При обучении студентов английскому, немецкому, французскому и другим языкам «русский акцент» особенно «выдает» говорящего, например, на английском языке большими единицами в длинных предложениях (в суперфразовом единстве, в тексте). Более того, ошибки в расположении фразы ударения, в выборе центра интонации в фразе, в появлении «кальки», то есть буквального перевода с русского, очень очевидны.

Преодоление или уменьшение языкового вмешательства при обучении студентов иностранному языку представляется очень сложной задачей, но использование подлинных учебных материалов, аудиовизуальных материалов, газет, журналов и т. д., а также правильная организация учебного процесса, способствующее погружение в язык, а также учебная работа студентов по особенностям изучаемого языка приводит к его значительному снижению.

#### **Список использованной литературы:**

1. В.Ю. Розенцвейг. Новое в лингвистике. Выпуск VI. Языковые контакты. Издательство «Прогресс» Москва. 1972.
2. Виноградов В.В. Проблемы литературных языков и закономерностей их образования и развития //1990: - С197
3. Амалбекова М.Б. Речевое поведение би- и полилингвов // Сб. статей / I Междунар. научно-метод. Конф. «Состояние и перспективы методики преподавания русского языка и литературы». 1-3 ноября 2008 г., РУДП, Москва. М.: РУДН, 2008. - С.713-720.

**Рецензент: д.п.н., профессор Батаканова С.Т.**

УДК:301

**Токтоболотова Жийде Шадыбековна**  
магистрант факультета коммуникации КТУ «Манас»

### **СТУДЕНТТЕРДИН СОЦИАЛДЫК МЕДИА КОЛДОНУУДАГЫ АДАТТАРЫ ЖАНА ТЕНДЕНЦИЯЛАРЫ: КЫРГЫЗСТАНДЫН МИСАЛЫНДА**

### **ПРИВЫЧКИ И ТЕНДЕНЦИИ СТУДЕНТОВ ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА: НА ПРИМЕРЕ КЫРГЫЗСТАНА**

### **SOCIAL MEDIA USAGE HABITS AND TRENDS OF UNIVERSITY STUDENTS: IN THE CASE OF KYRGYZSTAN**

**Аннотация:** Бул илимий макаланын негизги максаты, Кыргызстандагы студенттердин социалдык медиа колдонуу себептерин аныктоо. Ошол эле учурда жаш, билим денгээли боюнча салыштырмалуу эң көп интернет колдонгон колдонуучулар катарында алынды. Изилдоо процессинде Кыргыз-түрк «Манас» университетинин студенттери арасында анкета толтурулуп, социалдык медияны колдонуу интенсивдүүлүгү жана анын тийгизген таасири тууралуу корутундулар чыгарылды. Маалыматтар анкетирлөө

ыкмасы менен аныкталып, таянактар «SPSS 21» статистикалык программанын жардамы менен иштелип чыкты. Аягында топтолгон жыйынтык пайыздык катнашта анализделди.

**Аннотация:** Целью настоящей работы является определение причин пользования социальными медиа студентами, которые с точки зрения и возраста, и уровня образования, входят в категорию наиболее часто пользующихся интернетом. В рамках осуществленного исследования было проведено анкетирование среди студентов Кыргызско – турецкого университета «Манас» относительно их мнения о социальных медиа, а также была определена интенсивность пользования социальными медиа и их влияние на студентов. Сбор данных был осуществлен посредством анкетирования, а результаты были обработаны при помощи программы статистического учета «SPSS 21». Полученные в итоге данные были проанализированы в процентном соотношении.

**Annotation:** This study was conducted with the aim of determining the reasons for using social media and the effects of social media on university students, among whom the internet usage is the most common in terms of age and education level. The fact that Kyrgyz-Turkish Manas University is an international organization containing a combination of different nationalities and cultures and that such a study had not been carried out earlier in this university makes this study more significant. The data were collected by the questionnaire method and the results were evaluated in the SPSS 21 statistical program and percentages were used for the analysis of the obtained data. According to the obtained results, students do not define social media as a field of freedom. As a result of the research, it was found that there is a significant difference in students' attitudes towards social media in terms of some variables, such as duration of social media usage, frequency of use, average time spent on social media and most used social media site.

**Түйүндүү сөздөр:** Социалдык медиа колдонуучулар, Кыргыз - Түрк «Манас» университетинин студенттери

**Ключевые слова:** социальные медиа, Кыргызско – Турецкий университет «Манас», студенты.

**Keywords:** Social Media Usage, Kyrgyz-Turkish Manas University Students

## **Введение**

Люди прибегают к использованию интернет – пространства не только для поиска информации, но также и для коммуникации, веб – серфинга и т.д. При упоминании интернет – пространства на ум сразу приходят социальные средства коммуникации, т.е. социальные медиа. Социальные медиа представляют собой электронную платформу, через которую, благодаря интернет – технологиям последнего поколения, можно одновременно с другими делиться информацией и отслеживать её. В основе лежат такие возможности, как: видеть других, отслеживать, быть в курсе новостей и, конечно же, показывать себя. К подобным социальным медиа также могут быть причислены такие социальные сети, как: Facebook, Twitter, Instagram; платформа Youtube и другие созданные на веб – платформе сайты для знакомств, блоги и сайты, где можно делиться фото, видео и музыкой.

В настоящее время уже совершенно очевидно, что социальные медиа плотно вошли в нашу жизнь, невзирая на возраст, пол, образование и т.д. В связи с этим имеет существенное значение исследование зависимости от широко используемых социальных медиа.

Основной целью настоящей работы является определение целей и степени пользования социальными медиа студентами. Сбор данных был осуществлен посредством анкетирования среди студентов, а результаты были обработаны при помощи программы статистического

учета «SPSS 21.0» с применением методов анализа частотности и перекрёстных табличных данных (crasstabs). В целях изучения привычек студентов по использованию социальных медиа были проведены работы по определению обоснованности и надежности, а также использовалась анкетная форма по 5-ти бальной шкале Ликерта из 41-го вопроса.

### **Социальные медиа**

Социальные медиа – это средства коммуникации посредством соединения через интернет компьютеров, ТВ и мобильных телефонов. При помощи такого вида связи люди могут мгновенно делиться и отправлять свои сообщения. Наиболее всего используются такие сети, как: Twitter, Facebook, Instagram и Youtube. Данные программные сети, называемые социальными сетями, обеспечивают мгновенную связь с миллионами людей (Alav, 2012:3). Работающие на основе веб – программ социальные сети объединяют на своих платформах большое количество похожих и абсолютно разных людей. Если сначала эти сети создавались как безобидные сайты знакомств, то в последующем они стали оказывать индивидуальное и массовое влияние на общество (Alav, 2012:3). Отныне социальные медиа, которые начали заменять электронную почту, прочно заняли свое место в нашей жизни при помощи смартфонов и планшетов нового поколения, которые исключают необходимость компьютеров (Tektaş, 2014: 853).

С момента вхождения в нашу жизнь социальных медиа начала обсуждаться и зависимость от них. Посредством социальных медиа мы можем выразить то, что не можем сказать лично, и это даёт чувство комфорта и надёжности (Genç, 2005:1). Это можно расценивать как фактор в способствовании развитию более интенсивного использования социальных медиа и роста зависимости от них. Исследовательская организация «М – Вектор» провела исследование степени использования социальных медиа в Кыргызстане. Согласно данным за 2017 год, на первом месте находилась сеть «Одноклассники», которой пользовалось 35%. Далее следуют: Instagram (23%), Facebook (13%), В Контакте (7%), Google + (6%), Мой мир (2%), Намба (1%) и Twitter (1%).

### **Цель и важность исследования**

Целью настоящего исследования является определить привычки, цели и зависимость студентов в плане использования социальных медиа. Важность работы заключается в том, что преследуется цель узнать, насколько осознанно и для чего студенты, являющиеся взрослыми индивидами, используют социальные медиа.

### **Средства сбора данных в исследовании**

В рамках исследования сбор данных был осуществлен посредством анкетирования. Критерии анкеты связаны с социально – демографическими характеристиками студентов, использованием интернета и социальных медиа.

Анкета состоит из 31 вопроса. В первой части имеется 5 вопросов относительно демографических характеристик. Во второй части следуют 5 вопросов об использовании интернета. В третьей же части задается 15 вопросов о целях использования социальных медиа. В завершающей части размещено 6 последних вопросов со шкалой ответов.

### **Область охвата исследования и образцы**

Областью охвата исследования является студенческое сообщество Кыргызско – турецкого университета «Манас».

Анкеты были розданы 431 студенту из 9 факультетов, 3 высших школ, 1 профессиональной школы и 2 институтов. Однако возвращено было лишь 400 анкет. Таким образом, было проанализировано 400 анкет.

### **Результаты**

**Таблица 1. Общая информация о студентах, принявших участие в исследовании**

<b>Таблица 1.</b> Частотность и процентное соотношение <b>Личные данные</b>		<b>Частотность</b>	<b>Процентное соотношение (%)</b>
<b>Пол</b>	Жен.	252	63
	Муж.	148	37,0
<b>Возраст</b>	Младше 18-ти	6	1,5
	18-20	158	39,5
	21-23	204	51,0
	24 и старше	32	8
<b>Семейное положение</b>	Женат/замуже м	17	4,3
	Холост/не замужем	383	95,7
<b>Образование</b>	Высшее	287	71,3
	Средн. спец.	113	28,7
<b>Итого</b>		<b>400</b>	<b>100</b>

В таблице 1. указанные личные данные студентов, принявших участие в исследовании. 63% из опрошенных являются девушками, а 37% - молодыми людьми. Учитывая гендерный состав учащихся университета, можно сказать, что такое распределение вполне уместно. 90% из заполнивших анкеты входят в возрастную группу от 18 до 23 лет. 4% из опрошенных, т.е. 17 человек, состоят в браке, 71,3 % имеют высшее образование, а 28,7 % - средне – специальное.

**Таблица 2. Соотношение количества участников по факультетам**

<b>ФАКУЛЬТЕТ</b>	<b>ЧАСТОТНОСТЬ</b>	<b>%</b>
Сельхоз.	34	8,5
Коммуникации	45	11,3
Инженерия	30	7,5
Искусство	34	8,5
Гуманитарные науки	38	9,5
Точные науки	39	9,8
Экономика и управление	40	10,0
Теология	31	7,8
Ветеринари	31	7,8
Высшие школы	42	10,5
Проф.высшие школы	36	9,0
Итого	400	100

Таблица составлено автором

В Таблице 2 отражено соотношение 400 участников по факультетам и высшим школам. В исследовании приняли участие студенты всех программ в равном количестве.

Такое равномерное распределение говорит о том, что выборка примеров усиливает обобщаемость.

### Использование интернета

**Таблица 3.** Продолжительность использования интернета

<b>ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ</b>	<b>ИНТЕНСИВНОСТЬ</b>	<b>%</b>
3 года и меньше	55	13,7
4-6 лет	219	54,8
7 лет и больше	126	31,5
Итого	400	100

Таблица составлено автором

Как видно в Таблице 3, 54,8% из опрошенных являются интернет – пользователями на протяжении 4-6 лет, 31,5 % - 7 лет и более, 13,7 % - 3 лет и менее.

**Таблица 4.** Интенсивность ежедневного использования интернета

	<b>ИНТЕНСИВНОСТЬ</b>	<b>%</b>
Менее 1 часа	69	17,2
2-5 часов	202	50,5
Более 6 часов	55	13,8
Постоянно	74	18,5
Итого	400	100

Таблица составлено автором

В Таблице 4 отражена интенсивность ежедневного использования интернета. Согласно этим данным, более половины студентов, 50,5%, проводят в интернете ежедневно от 2-х до 5-и часов, 18,5 % - постоянно, 17,2% - менее 1 часа, 13,8 % - более 6 часов.

**Таблица 5.** Интенсивность еженедельного использования интернета

	<b>ИНТЕНСИВНОСТЬ</b>	<b>%</b>
1-2 дня	49	12,2
3-4 дня	47	11,8
5-6 дня	52	13,0
Каждый день	252	63,0
Итого	400	100

Таблица составлено автором

В Таблице 5 указана еженедельная интенсивность использования интернета студентами. Большая часть, т.е. 63%, пользуются интернетом ежедневно.

**Таблица 6.** Наиболее часто используемые средства

	<b>ЧАСТОТНОСТЬ</b>	<b>%</b>
Компьютер	51	12,8
Ноутбук	41	10,3
Мобильные устройства	308	77,0
Итого	400	100,0

Таблица составлено автором

Как видно из Таблицы 6, большинство студентов, т.е. 77 %, использует мобильные устройства, 12,8% - компьютеры, 10,3% - ноутбуки.

### Используемые социальные медиа сайты

**Таблица 7. Социальные медиа сайты**

Социальные медиа сайты	Не использую вообще	Использую редко	Использую со средней интенсивностью	Использую часто	Использую очень часто	Итого
Facebook	13,6%	22,0%	29,3%	17,8%	17,3%	100,0
Instagram	28,5%	12,5%	19,0%	20,0%	20,0%	100,0
Twitter	85,5%	6,8%	4,5%	1,8%	1,5%	100,0
В Контакте	65,0%	11,3%	11,3%	5,8%	6,8%	100,0
Одноклассники	42,8%	27,5%	20,5%	6,3%	3,0%	100,0
Whatsapp	3,0%	2,8%	9,5%	23,0%	61,8%	100,0
Viber	86,8%	7,0%	3,3%	2,3%	0,8%	100,0
Periscope	95,5%	3,0%	0,8%	0,5%	0,3%	100,0
Skype	61,0%	18,8%	12,0%	6,8%	1,5%	100,0
Youtube	3,5%	8,8%	20,8%	34,5%	32,5%	100,0

Таблица составлено автором

В Таблице 7 представлены предпочтения студентов среди наиболее часто используемых социальных сетей. Примечательно, что больше всего предпочитается Whatsapp, далее идёт Youtube, Instagram, Facebook, который используется очень часто. С другой стороны, есть и такие сети, как, например, Periscope, которые вообще не используются, что подтверждено 95,5% опрошенных.

Также не пользуются особой популярностью Viber (87%), Twitter (85,5%), Skype (61%) и В Контакте. В результате можно отметить, что большинство опрошенных студентов предпочитает Whatsapp, Youtube, Facebook и Instagram, а такие сети, как Periscope, Viber, Twitter, В Контакте и Skype почти не используются.

**Таблица 8. Цели использования социальных медиа**

Я пользуюсь социальными медиа, потому что....	Категорически и не согласен/-сна	Не согласен/-сна	В замешательстве	согласен/-сна	Абсолютно согласен/-сна	Итого
Знакомство с новыми друзьями в интернете расширяет моё окружение	11,8%	23,0%	20,8%	36,0%	8,5%	100,0
Я могу общаться с незнакомыми людьми	12,5%	23,8%	17,8%	37,8%	8,3%	100,0

Я могу познакомиться с новыми друзьями	10,0%	23,0%	20,8%	40,8%	5,5%	100,0
Мне так легче общаться с противоположным полом	19,3%	27,5%	30,0%	17,5%	5,8%	100,0
Мне так легче выразить свои мысли	13,3%	29,5%	24,8%	24,8%	7,8%	100,0
Я могу казаться не тем, кем являюсь на самом деле	24,5%	34,5%	19,5%	15,5%	6,0%	100,0
Я могу делиться с друзьями фото, видео и музыкой	7,0%	11,0%	10,0%	47,8%	24,3%	100,0
Играю в игры	32,0%	28,8%	13,8%	18,5%	7,0%	100,0
Комментирую публикации друзей. Так я могу проводить время с ними.	11,0%	26,0%	25,3%	31,3%	6,5%	100,0
Это позволяет мне расслабиться среди ежедневной суеты	12,0%	25,5%	33,3%	23,5%	5,8%	100,0
Я могу так проводить своё свободное время	11,5%	19,3%	20,0%	40,3%	9,0%	100,0
Я узнаю о том, чего не знал/-а	4,8%	7,3%	8,5%	45,3%	34,3%	100,0
Я так отслеживаю ситуацию в мире и в стране	5,3%	9,3%	12,8%	42,5%	30,3%	100,0
Я так отслеживаю комментарии относительно актуальных событий	7,0%	12,0%	22,5%	41,5%	17,0%	100,0
Я нахожу выход из трудной ситуации, когда сталкиваюсь с этим	13,0%	22,5%	27,0%	29,8%	7,8%	100,0

Таблица составлено автором

В ходе исследования студентам было задано 15 вопросов относительно целей использования соц. сетей. Ответы оценивались по 5-бальной шкале Ликерта: от «5 - абсолютно согласен/-сна» до «1-категорически не согласен/-сна». Далее было взято среднее значение ответов, а переменные со значительным результатом были преобразованы в процентное соотношение и трактованы. Как видно из Таблицы 8, ответ «Знакомство с новыми друзьями в интернете расширяет моё окружение» предпочли 55,5% опрошенных, что говорит о том, что новые знакомства в интернете расширяют окружение. 55% респондентов предпочли ответ «Я могу общаться с незнакомыми людьми». 61% респондентов ответили «Я могу познакомиться с новыми друзьями», что указывает на то, что

соц. сети используются и для знакомства с новыми друзьями. 72 % респондентов предпочли ответ «Я могу делиться с друзьями фото, видео и музыкой». Также посредством соц. сетей студенты узнают новую информацию. Об этом свидетельствует ответ «Я узнаю о том, чего не знал/-а», который предпочли 80% опрошенных. 79 % респондентов ответили «Я так отслеживаю ситуацию в мире и в стране».

Помимо этого, респонденты отметили ответы, которые не являются целями использования соц. сетей, например: «Я могу казаться не тем, кем являюсь на самом деле», т.е. 69 % студентов не согласно с этим утверждением. Также студенты не подтвердили, что пользуются соц. сетями для того, чтобы играть в игры.

### **Вопросы относительно шкалы интенсивности использования социальных медиа**

**Таблица 9. Шкала интенсивности использования социальных медиа**

	Категорически и не	Не согласен/- сна	В замешательст е	согласен/-сна	Абсолютно согласен/-сна
Иногда проверяю, сколько человек подписано на мои обновления	16,0%	35,8%	17,0%	26,5%	4,8%
Я думаю, что поддерживать общение через социальные медиа легко	6,8%	17,5%	19,0%	46,8%	10,0%
При помощи социальных медиа я могу с легкостью выразить мысли и чувства, которые мне тяжело выразить лично или по телефону	10,8%	24,0%	33,0%	25,3%	7,0%
Я радуюсь, когда мои друзья делятся с другими моими мыслями, фото или предпочтениями	16,0%	26,0%	23,0%	28,5%	6,5%
Я считаю, что социальные медиа являются зоной свободы	10,3%	18,8%	31,3%	31,0%	8,8%
Я могу с легкостью делиться своими мыслями посредством социальных медиа	8,5%	20,0%	21,8%	36,0%	13,8%

Таблица составлено автором

Принимавшим участие в исследовании студентам были заданы вопросы относительно шкалы интенсивности использования социальных медиа. Как видно из Таблицы 9, часть опрошенных иногда проверяет, сколько человек подписано на их обновления. Другие, напротив, не контролируют, кто и как часто прослеживает их действия. 66,8% думают, что поддерживать общение через социальные медиа легко. Помимо этого, некоторые респонденты отметили, что при помощи социальных медиа они могут с легкостью выразить мысли и чувства, которые им тяжело выразить лично или по телефону. В ответ на четвертый вопрос студенты сообщили, что радуются, когда их друзья делятся с другими их мыслями, фото или предпочтениями. Отвечая же на пятый и шестой вопросы, опрошенные отметили, что они могут с легкостью делиться своими мыслями посредством социальных медиа.

### **Интенсивность и продолжительность использования интернета, исходя из гендерного признака**

**Таблица 10. Интенсивность использования интернета, исходя из гендерного признака**

Пол		Интенсивность ежедневного использования				Итого
		Менее 1 часа	2-5 часа	Более 6 часов	Постоянно	
Муж.	F	36	70	20	22	148
	%	24,3%	47,3%	13,5%	14,9%	100,0%
Жен.	F	33	132	35	52	252
	%	13,1%	52,4%	13,9%	20,6%	100,0%
Итого	F	69	202	55	74	400
	%	17,3%	50,5%	13,8%	18,5%	100,0%

Таблица составлено автором

Исходя из данных в Таблице 10 относительно интенсивности использования интернета, исходя из гендерного признака, можно сказать, что женщины проводят в сети больше времени, нежели мужчины.

**Таблица 11. Продолжительность использования интернета, исходя из гендерного признака**

Пол		Продолжительность использования интернета			Итого
		3 года и менее	4-6 лет	7 лет и более	
Муж.	F	25	71	52	148
	%	16,9%	48,0%	35,1%	100,0%
Жен.	F	30	148	74	252
	%	11,9%	58,7%	29,4%	100,0%
Итого	F	55	219	126	400
	%	13,8%	54,8%	31,5%	100,0%

Таблица составлено автором

Исходя из данных в Таблице 11 относительно продолжительности использования интернета, исходя из гендерного признака, очевидно, что в этом плане пол не создаёт значительной разницы.

### 8.7. Использование устройств, исходя из гендерного признака

**Таблица 12. Использование самых популярных устройств, исходя из гендерного признака**

Пол	Самое популярное в использовании устройство	Итого
-----	---	-------

		ПК	ноутбук	Моб.устройств ва	
Муж.	F	27	17	104	148
	%	18,2%	11,5%	70,3%	100,0%
Жен.	F	24	24	204	252
	%	9,5%	9,5%	81,0%	100,0%
Итого	F	51	41	308	400
	%	12,8%	10,3%	77,0%	100,0%

Таблица составлено автором

В Таблице 12 указаны данные относительно использования устройств, исходя из гендерного признака. Ответы указывают на то, что пол не сильно влияет на выбор устройств. И девушки, и молодые люди, больше всего предпочитают мобильные устройства, затем ПК и ноутбуки.

**Вариационный анализ вопросов относительно использования различных медиа сайтов, исходя из гендерного признака**

**Таблица 13. Использование Instagram, исходя из гендерного признака**

Пол		Instagram					Итого
		Не пользуюсь вообще	Пользуюсь редко	Пользуюсь со средней частотой	Пользуюсь часто	Пользуюсь очень часто	
Муж.	F	57	19	22	28	22	148
	%	38,5%	12,8%	14,9%	18,9%	14,9%	100,0%
Жен.	F	57	31	54	52	58	252
	%	22,6%	12,3%	21,4%	20,6%	23,0%	100,0%
Итого	F	114	50	76	80	80	400
	%	28,5%	12,5%	19,0%	20,0%	20,0%	100,0%

Таблица составлено автором

В Таблице 13 указаны данные о вариациях использования различных сетей, исходя из гендерного признака. Результаты данного опроса говорят о том, что незначительная разница в 0,05 присутствует в использовании двух (2) сетей: Instagram и Whatsapp.

Девушки чаще, чем молодые люди используют Instagram и Whatsapp.

**Вариационный анализ вопросов относительно целей использования социальных медиа, исходя из гендерного признака**

**Таблица 14. Использование Facebook студентами различных факультетов**

Факультет		Facebook					Итого
		Не пользуюсь вообще	Пользуюсь редко	Пользуюсь со средней частотой	Пользуюсь часто	Пользуюсь очень часто	
Сельхоз.	F	5	7	13	5	4	34
	%	14,7%	20,6%	38,2%	14,7%	11,8%	100,0%

Коммуникаци и	F %	4 8,9%	5 11,1%	11 24,4%	8 17,8%	17 37,8%	45 100,0%
Инженерия	F %	2 6,7%	8 26,7%	9 30,0%	8 26,7%	3 10,0%	30 100,0%
Искусство	F %	4 11,8%	6 17,6%	12 35,3%	5 14,7%	7 20,6%	34 100,0%
Гум.науки	F %	4 10,5%	12 31,6%	7 18,4%	8 21,1%	7 18,4%	38 100,0%
Точн.науки	F %	8 20,5%	12 30,8%	14 35,9%	3 7,7%	2 5,1%	39 100,0%
Эконом.и управ.	F %	4 10,0%	7 17,5%	13 32,5%	7 17,5%	9 22,5%	40 100,0%
Теология	F %	4 12,9%	10 32,3%	10 32,3%	5 16,1%	2 6,5%	31 100,0%
Ветеринария	F %	9 29,0%	2 6,5%	13 41,9%	6 19,4%	1 3,2%	31 100,0%
Высшие школы	F %	6 14,3%	11 26,2%	10 23,8%	9 21,4%	6 14,3%	42 100,0%
Проф.высшие школы	F %	5 13,9%	8 22,2%	5 13,9%	7 19,4%	11 30,6%	36 100,0%
Итого	F %	55 13,8%	88 22,0%	117 29,3%	71 17,8%	69 17,3%	400 100,0%

Таблица составлено автором

В Таблице 14, состоящей из пятнадцати (15) вопросов и ответов о целях использования социальных медиа, отражена небольшая гендерная разница на уровне 0,05 в ответ на четыре (4) вопроса.

Из ответов на вопрос о возможности познакомиться с новыми друзьями становится очевидно, что девушки чаще, чем молодые люди прибегают к социальным медиа для знакомства с новыми друзьями.

Также в Таблице 14 отражены ответы на утверждение, что посредством социальных медиа «легче общаться с противоположным полом». Если девушки отметили, что не прибегают к такому пути для знакомств, то молодые люди (пусть даже в небольшом количестве) указали, что всё-таки используют социальные медиа для общения с противоположным полом или затрудняются ответить.

Помимо этого, также был проведен анализ относительно различий в интенсивности использования интернета в зависимости от гендерного признака. Однако, в связи с тем, что в результатах не было обнаружено существенных отличий более 0,05, это не было добавлено в исследование.

#### **Выводы и оценка**

Новые коммуникационные технологии занимают важное место в ежедневном общении. В связи с этим, исследования в рамках настоящей работы были направлены на выявление привычек студентов в использовании социальных медиа и интернета. В качестве

локации был выбран Кыргызско – турецкий университет «Манас», так он является международным, и в нём обучаются студенты из пятнадцати (15) разных стран. В результате проведенного анкетирования были получены данные о личных качествах и использовании социальных медиа и интернета студентов.

Из четырёхста (400) студентов, принявших участие в анкетировании, 63% оказались девушками, а 37% - молодыми людьми. Возраст респондентов колебался от 18 до 23 лет. 4,3% опрошенных состоят в браке. 71,3% получает высшее образование, а 28,7% - средне - специальное.

В среднем продолжительность использования интернета студентами составляет около шести (6) лет. Большинство респондентов отметило, что ежедневно использует интернет в течение 2-5 часов. С точки зрения же интенсивности недельного использования, большая часть, т.е. 63%, указала, что использует интернет каждый день. 77 % опрошенных студентов указало, что чаще всего использует мобильные устройства для выхода в интернет.

Далее было выяснено, что чаще всего респонденты используют такие сети, как: Whatsapp, Youtube, Instagram и Facebook – от наиболее популярного к наименее распространенному.

Большинство опрошенных студентов предпочитает Whatsapp, Youtube, Facebook и Instagram, а такие сети, как Periscope, Viber, Twitter, В Контакте и Skype почти не используются.

В ходе исследования студентам были заданы вопросы относительно целей использования соц. сетей. Было выяснено, что посредством соц. сетей студенты узнают новую информацию. Об этом свидетельствуют ответы о том, что они: узнают о том, чего не знали, отслеживают ситуацию в мире и в стране, отслеживают комментарии о ежедневной жизни, могут делиться с друзьями фото, видео и музыкой, могут общаться с незнакомыми людьми.

Далее были оценены ответы на вопросы относительно шкалы интенсивности использования социальных медиа. Большинство отметило, что поддерживать общение через социальные медиа легче. Помимо этого, некоторые респонденты отметили, что при помощи социальных медиа они могут с легкостью выразить мысли и чувства. Опрошенные отметили, что они могут с легкостью делиться своими мыслями и идеями посредством социальных медиа, которые создают условия для более свободного общения.

Также в рамках исследования, было выяснена интенсивность использования интернета, исходя из гендерного признака, какие устройства в основном используются и какие социальные медиа для каких целей используются. Исходя из результатов относительно интенсивности использования интернета, исходя из гендерного признака, можно сказать, что женщины проводят в сети больше времени, нежели мужчины. Девушки больше предпочитают использовать мобильные устройства, нежели молодые люди. Вариации использования различных сетей, исходя из гендерного признака говорят о том, что разница присутствует в использовании Instagram и Whatsapp. Девушки чаще, чем молодые люди используют Instagram и Whatsapp. В Таблице, состоящей из пятнадцати (15) вопросов и ответов о целях использования социальных медиа, отражена гендерная разница в ответ на четыре (4) вопроса. Из ответов на вопрос о возможности познакомиться с новыми друзьями становится очевидно, что девушки чаще, чем молодые люди прибегают к социальным медиа для знакомства с новыми друзьями. Если девушки отметили, что не прибегают к такому пути для знакомств, то молодые люди указали, что всё-таки используют социальные медиа для общения с противоположным полом.

Обобщая итоги исследования, можно отметить, что, учитывая средний возраст респондентов, в среднем каждый студент проводит в интернете по 3 часа. Очевидно, что это отражает, насколько новые коммуникационные технологии и новые медиа – средства, соответственно, сильно интегрированы в современную жизнь. Вместе с этим, постоянный доступ к виртуальному миру обеспечивается благодаря мобильным устройствам.

Среди целей использования социальных медиа студентами на первом месте стоит желание получить больше информации, отслеживать актуальные новости и расширить свой круг общения. Всё это указывает на то, что на сегодняшний день социальные медиа стали локомотивом, на который возложена миссия по созданию условий для коммуникации и взаимодействия.

#### **Список использованной литературы:**

1. Alav, O. (2012). ‘‘Sosyal Medya’nın Birey ve Toplumsal Yapıya Etkileri’’ (Sosyal Medya Kullanıcı Araştırması). Elektronik Sosyal Bilgiler Eğitimi Dergisi, Sayı 1.
2. Genç, S. (2005). ‘Kültürel, Psikolojik ve Nörobilimsel Açıdan Sosyal Medyanın Hayatımızdaki Yeri’. <http://www.pazarlamasyon.com/sosyal-medya-pazarlama/kulturel-psikolojik-ve-norobilimsel-acidan-sosyal-medyanin-hayatimizdaki-yeri/>, Erişim Tarihi: 15.04.2017.
3. Tektaş, N. (2014). ‘Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağları Kullanımlarına Yönelik Bir Araştırma’. Tarih Okulu Dergisi (TOD), sayı XVII.

**Рецензент: доцент КТУ Манас Эрдоган Акман**