

ВЕБ-СЕРИАЛЫ И ПОТОКОВЫЙ КОНТЕНТ В ЖИЗНИ КАЗАХСТАНСКОЙ МОЛОДЕЖИ: АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ И ПРЕДПОЧТЕНИЙ

Эльмира Пшенаева¹, Шарипа Уразбаева²

^{1,2}Казахская национальная академия искусств имени Темирбека Жургенова
(Алматы, Казахстан)

Аннотация. Актуальность исследования влияния веб-сериалов на казахстанскую молодежь обусловлена быстрым ростом популярности цифрового контента и его значимостью для формирования современных социальных норм и ценностей. Данная статья является продолжением исследований в области медиапотребления, сосредоточенных на молодежной аудитории. Данное исследование представляет собой новаторский анализ психосоциального влияния веб-сериалов на молодежь Казахстана, исследуя их уникальные аспекты. *Цель* работы заключается в анализе психосоциального влияния веб-сериалов на молодежь Казахстана, а также в определении факторов, влияющих на их предпочтения. Для достижения поставленных *задач* был использован смешанный метод: анкетирование 40 респондентов в возрасте от 18 до 33 лет и контент-анализ популярных веб-сериалов. *Результаты* показали, что 42,2% молодежи регулярно смотрят онлайн-контент, с предпочтением казахстанского производства. Дискуссия результатов подтверждает, что веб-сериалы могут как положительно, так и отрицательно влиять на молодежное восприятие, что требует дальнейших исследований. Практическая значимость статьи заключается в необходимости развития медиаграмотности, что поможет молодежи осознанно потреблять цифровой контент и избежать негативных последствий его воздействия.

Ключевые слова: Веб-сериалы, онлайн-трансляция, психосоциальный аспект, казахстанская молодежь, влияние, зависимость, веб-эпизод, Netflix, Amazon Prime, потребление цифровых медиа.

Для цитирования: Пшенаева Эльмира, Шарипа Уразбаева «Веб-сериалы и потоковый контент в жизни казахстанской молодежи: анализ влияния и предпочтений». *Central Asian Journal of Art studies*, т. 10, № 3, с. 348-364, DOI: 10.47940/cajas.v10i3.1017.

Благодарности: Авторы выражают свою благодарность редакции журнала «Central Asian Journal of Art Studies» и рецензентам за проявленный интерес, а также за помощь в подготовке данной статьи к публикации.

Авторы прочитали и одобрили окончательный вариант рукописи и заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Введение

В последние десятилетия наблюдается стремительный рост популярности веб-сериалов и потокового контента, что существенно изменяет привычки медиа потребления среди молодежи. В условиях глобализации и цифровизации молодежь Казахстана все чаще обращается к онлайн-контенту, который становится неотъемлемой частью их повседневной жизни. Веб-сериалы, как новый медиажанр, предлагают уникальные форматы и тематики, отражающие актуальные социальные и культурные проблемы (Ulin 123). Это явление требует глубокого анализа, поскольку оно не только влияет на индивидуальное восприятие, но и формирует коллективные ценности, нормы и поведение молодежи.

Актуальность данного исследования обусловлена тем, что веб-сериалы становятся важным инструментом формирования социальных установок и поведения молодежной аудитории. По данным недавних исследований, 42,2% молодежи в Казахстане регулярно смотрят фильмы и сериалы в интернете (Ranking.kz), что свидетельствует о значительном сдвиге в потреблении медиа. Сравнение с веб-сериалами в других странах Центральной Азии показывает уникальные аспекты казахстанского контекста, где акцент делается на социальные проблемы, в отличие от более развлекательного контента, распространенного в соседних странах. Молодежь предпочитает контент, доступный на платформах, таких как Netflix, YouTube и локальные сервисы, что открывает новые возможности для исследователей и практиков в области медиа.

Исследования в области медиа-психологии и социологии показывают, что контент, с которым взаимодействует молодежь, может оказывать как положительные, так и отрицательные

эффекты. С одной стороны, веб-сериалы могут способствовать развитию критического мышления, социальной осведомленности и самовыражения (Dhiman & Malik 45). С другой стороны, чрезмерное потребление и неосознанное восприятие контента могут привести к нормализации девиантного поведения, снижению критического восприятия и формированию зависимостей (Ganiniev 87). Эти аспекты подчеркивают необходимость комплексного подхода к анализу влияния веб-сериалов на молодежь.

Целью данного исследования является анализ психосоциального влияния веб-сериалов на молодежь Казахстана, а также выявление факторов, влияющих на их выбор и восприятие контента. Задачи исследования включают:

Определение предпочтений молодежи в выборе веб-сериалов и платформ для их просмотра.

Оценка эмоционального и поведенческого воздействия веб-контента на молодежную аудиторию.

Анализ содержания популярных веб-сериалов на предмет отражения социальных проблем и культурных реалий.

Методология исследования включает смешанный подход, который сочетает количественные и качественные методы. Анкетирование, проведенное среди 40 респондентов в возрасте от 18 до 33 лет, позволит получить данные о предпочтениях и восприятии контента.

Понимание влияния веб-сериалов на молодежь Казахстана не только обогатит научный дискурс в области медиапсихологии и социологии, но и откроет новые горизонты для разработки программ медиаграмотности и образовательных инициатив, направленных на формирование критического восприятия контента. В условиях быстроменяющейся цифровой среды исследование данной тематики становится особенно актуальным

и необходимым для формирования здорового медиапотребления среди молодежи.

Таким образом, данная работа нацелена не только на анализ текущего состояния медиапотребления, но и на разработку рекомендаций по улучшению медиаграмотности молодежи, что является важным шагом к созданию более осознанного и ответственного общества в цифровую эпоху.

Методы исследования

В данном исследовании использован смешанный (mixed-methods) подход, который сочетает количественные и качественные методы для всестороннего анализа психосоциального воздействия веб-сериалов и потокового контента на молодежь Казахстана. Количественный метод исследования включала анкетирование, проведенное с использованием онлайн-платформы Google Forms. В выборку вошли 40 респондентов в возрасте от 18 до 33 лет, среди которых 60% составили женщины и 40% — мужчины. Из общего числа участников 75% были студентами вузов, а 25% — молодыми специалистами. При этом 80% респондентов проживали в городах, а 20% — в сельской местности. Анкета содержала закрытые и полужакрытые вопросы, направленные на сбор данных о следующих аспектах:

Время просмотра: Участники указывали, сколько времени они тратят на просмотр веб-сериалов и онлайн-контента ежедневно. Предпочтения платформ и жанров: Респонденты отмечали, какие платформы (например, Netflix, YouTube) и жанры (драма, комедия, триллер) они предпочитают.

Эмоциональное и поведенческое воздействие: Участники оценивали, как контент влияет на их эмоциональное состояние и поведение. Для описательной обработки количественных данных использовались частотные распределения

и процентные характеристики, что позволило выявить основные тенденции в медиапредпочтениях молодежи Казахстана.

Сравнительный анализ: В дополнение к вышеизложенным методам, исследование включало элемент сравнительного анализа, который позволил сопоставить результаты с данными о медиапрактиках молодежи в других странах Центральной Азии и СНГ. Это сравнение подчеркивает уникальные аспекты казахстанского контекста и выявляет специфические тенденции в потреблении веб-контента.

Таким образом, комбинация количественных и качественных методов, а также сравнительный анализ, обеспечивают глубокое понимание влияния веб-сериалов на молодежь Казахстана и способствуют формированию рекомендаций по повышению медиаграмотности.

Обсуждение

В Казахстане фиксируется устойчивый рост аудитории веб-сериалов, прежде всего среди молодежи. Этот формат видеоконтента оказывается более востребованным по сравнению с традиционным телевидением, поскольку отражает повседневные реалии, проблемы и интересы молодых людей.

В исследовании приняли участие 40 респондентов из различных регионов страны. Гендерное распределение составило 60% женщин и 40% мужчин; 75% участников — студенты, 25% — молодые специалисты. Большинство опрошенных проживает в городах (80%), остальные — в сельской местности (20%).

Анализ возрастной структуры (см. Рисунок 1) показал следующие результаты:

- 18–22 года (48,2%).

Наиболее многочисленная группа, что свидетельствует о высоком интересе

Диаграмма 1. Распределение респондентов по возрастным группам

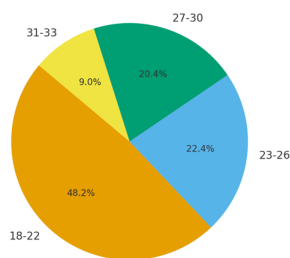


Рисунок 1. Возрастное распределение респондентов, участвующих в исследовании.

к веб-сериалам среди студентов и старших школьников. Характерна активная вовлеченность в цифровую среду, предпочтение онлайн-платформ и потоковых сервисов как более гибких и доступных по сравнению с телевидением.

- 23–26 лет (22,4 %).

Значительная часть аудитории также принадлежит к данной возрастной категории. Выбор онлайн-контента у представителей этой группы во многом обусловлен удобством сервисов по подписке и возможностью просмотра в индивидуальном режиме, что особенно актуально при высокой учебной или профессиональной нагрузке.

- 27–30 лет (20,4 %). Доля респондентов этой категории несколько ниже, однако интерес к веб-сериалам сохраняется. Снижение интенсивности просмотра, вероятно, связано с профессиональной занятостью и сокращением свободного времени.

- 31–33 года (9,0 %). Наименее представленная возрастная группа. Несмотря на меньшую активность, интерес к веб-контенту у респондентов данной категории сохраняется, однако предпочтения могут смещаться в сторону традиционных форм досуга.

Таким образом, *наиболее активными потребителями веб-сериалов являются молодые люди в возрасте 18–26 лет*, что объясняется их технологической грамотностью, мобильностью и высокой степенью

адаптации к цифровым платформам.

По мере взросления и увеличения профессиональной нагрузки интерес к данному формату постепенно снижается, что отражает зависимость медиапрактик от жизненного цикла и социального статуса.

Факторы, определяющие медиапредпочтения молодежи

Изучение медиапотребления показало, что выбор веб-сериалов и онлайн-контента обусловлен сочетанием индивидуальных, психологических и структурных факторов. Эти закономерности подтверждаются рядом эмпирических и теоретических исследований, проведенных в последние десятилетия (см. Рисунок 2).



Рисунок 2. Факторы, определяющие медиапредпочтения молодежи.

Во-первых, медиаконтент используется для удовлетворения различных потребностей — когнитивных, эмоциональных и социальных. Среди них особое место занимают стремление к получению информации, регулирование эмоционального состояния, уход от повседневных стрессов (эскапизм), подтверждение личных ценностей и поддержание привычных паттернов поведения. Данный аспект подробно освещён в работах Rubin 45, Bryant и Zillmann 67, Sweeney и Gruber 89, Kim и Rubin 12, Perse 34, Harwood 56, Hawkins и др. 78, LaRose и Eastin 90, Diddi и LaRose 172, Knobloch-Westerwick и Alter 23. Современные цифровые технологии усиливают этот процесс, предоставляя пользователям персонализированный

выбор и мгновенный доступ к разнообразным источникам информации (Diddi и LaRose 172).

Во-вторых, на медиапредпочтения молодёжи влияют личностные характеристики и психологические особенности. Например, стремление к поиску острых ощущений коррелирует с интересом к триллерам, криминальным и ужасающим сюжетам, тогда как высокий уровень эмпатии связан с предпочтением драматических и романтических сериалов (Weaver 45, Kraaykamp 67, Hall 89, Kraaykamp и Van Eijk 23, Shim и Paul 34, Vettehen и Hendriks 56). Эти результаты интерпретируются в рамках социально-когнитивной теории и теории эмоциональной регуляции (Bandura 12, Zillmann 78). эмоционально устойчивые зрители чаще обращаются к документальным и познавательным форматам, в то время как лица с высоким уровнем тревожности предпочитают развлекательные и юмористические проекты, способствующие психологической разрядке (Hall 123).

В-третьих, выбор контента определяется структурными факторами, среди которых — доступность цифровых платформ, гибкость их использования и отсутствие строгих временных ограничений. Персонализированные алгоритмы рекомендаций, сокращение рекламных вставок и возможность непрерывного просмотра (binge-watching) усиливают вовлечённость аудитории, способствуя формированию устойчивых медиапривычек (Jenner 45, Pittman и Sheehan 67). Исследования подтверждают, что автоматическое воспроизведение и наличие всех эпизодов сезона стимулируют длительное взаимодействие с контентом, изменяя традиционные модели медиапотребления (Devasagayam 89, Walton-Pattison, Dombrowski и Presseau 12).

Таким образом, молодёжь, являясь наиболее активным сегментом цифровых пользователей, формирует новые

мотивационные модели медиаповедения. Для неё важны не только жанровые и тематические характеристики контента, но и возможность социального взаимодействия — обсуждения просмотренных сериалов в социальных сетях, участия в фанатских сообществах и доступа к эксклюзивным проектам.

Предпочтения онлайн-платформ

Анализ опросных данных показал, что наиболее востребованными среди казахстанской молодёжи платформами для потокового видеоконтента являются:

- *Netflix* — 30,3 %;
- *YouTube* — 25,4 %;
- *Hotstar* — 17,1 %;
- *SonyLIV* — 11,0 %;
- *Amazon Prime Video* — 8,0 %;
- *Eros Now* — 5,0 %;
- *торрент-сайты* — 3,2 %.

Результаты демонстрируют, что значительная часть аудитории готова оплачивать подписку на премиальный контент (Netflix), в то время как другая предпочитает бесплатные платформы (YouTube и неофициальные ресурсы). По данным аналитического центра Ranking.kz («Молодёжь и видеоконтент», 2024), 58,8 % респондентов регулярно используют бесплатные сайты (HDrezka, KinoGo, KinoBar, Zetflix, Seasonvar, The-Cinema и др.), а 14,1 % — казахстанские платные платформы (Bee TV, Kazakhtelecom TV+, Qazaqsha и др.). 10,3 % пользователей обращаются к западным сервисам (Netflix, Prime Video, HBO Max, Apple TV+, Disney+), а 9,7 % — к российским (КиноПоиск, Amediateka, Start, Premier, Okko и др.) Кроме того, согласно исследованию Ranking.kz, одной из наиболее распространённых форм проведения досуга среди казахстанской молодёжи остаётся просмотр фильмов и сериалов онлайн:

- 42,2 % делают это регулярно,
- 38,4 % — время от времени,
- 15,2 % — редко,
- 3,5 % — никогда,
- 0,8 % затруднились с ответом.

Говоря о контентных предпочтениях, 57,7 % молодых казахстанцев отдают предпочтение *видеопроодукции отечественного производства*, что отражает рост интереса к локальной культуре. При этом 45,1 % респондентов смотрят российские, 41,9 % — голливудские, 24,3 % — турецкие, 23,8 % — европейские, 20,4 % — южнокорейские, 12,1 % — японские, 7,9 % — китайские и 7,1 % — индийские сериалы и фильмы. Эти данные указывают на расширение медиапространства Казахстана и его интеграцию в глобальные культурные процессы при сохранении интереса к национальному контенту.

Таким образом, современная казахстанская молодёжь демонстрирует *гибридный тип медиапотребления*, в котором сочетаются глобальные тенденции (binge-watching, стриминговые подписки) и локальные паттерны (интерес к отечественным сюжетам и культурной идентичности). Это подтверждает не только рост медиаграмотности, но и потребность в саморепрезентации через национальный визуальный контент.

Оценить время, которое молодежь тратит на просмотр веб-сериалов и онлайн-трансляций.

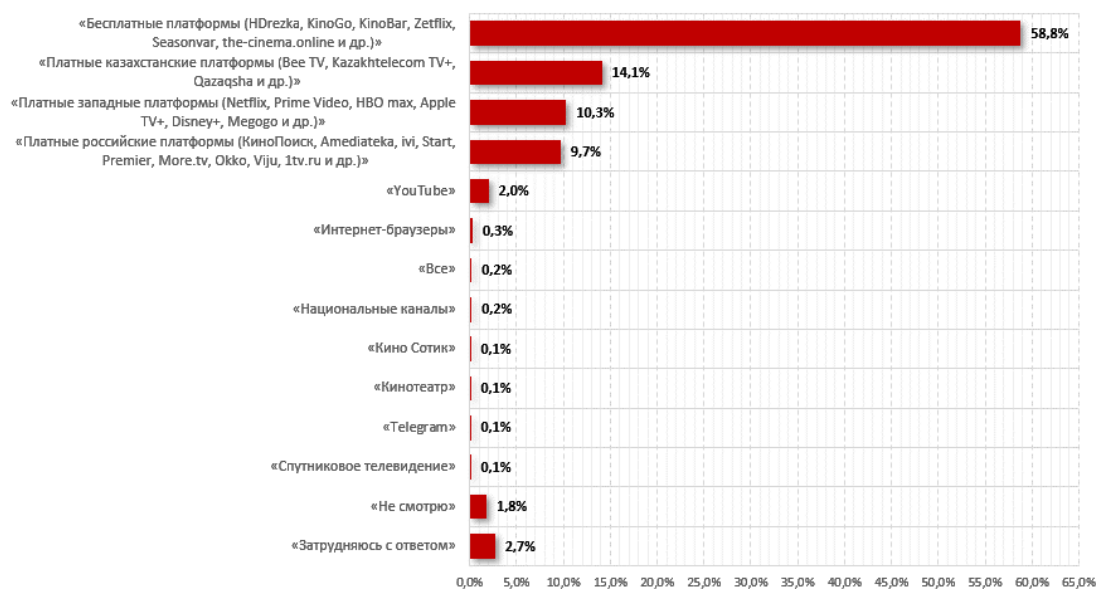
Для оценки медиапрактик респондентам был задан вопрос: «Сколько времени вы тратите на просмотр веб-сериалов или другого онлайн-видеоконтента ежедневно?» (см. Рисунок 3)

Результаты распределились следующим образом:

70,2 % респондентов сообщили, что проводят за просмотром от 1 до 3 часов в день; 22,3 % — от 4 до 6 часов в день; 7,6 % — от 7 до 9 часов в день. Эти данные свидетельствуют, что большинство молодежи потребляют онлайн-контент в умеренных объемах. Однако значительная часть аудитории демонстрирует склонность к продолжительным просмотрам, что указывает на формирование устойчивых медиапривычек.

Теоретическая концепция медийных привычек ЛаРоуза (2010) позволяет интерпретировать полученные результаты: медиапривычки формируются как результат повторяющегося поведения,

Ответы молодёжи о предпочитаемых платформах для просмотра кино- и видеоконтента | % респондентов



Ranking.kz на основе данных аналитического доклада «Молодёжь Казахстана» 2024

Рисунок 3. Время, затрачиваемое на просмотр веб-сериалов и онлайн-контента.

Диаграмма 3. Среднее время просмотра веб-контента

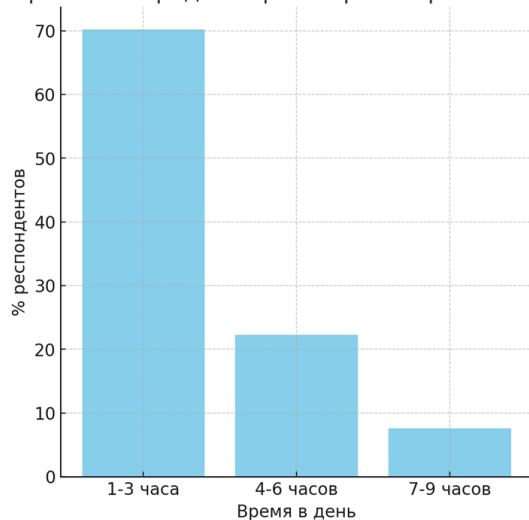


Рисунок 4. Эмоциональное воздействие веб-сериалов на молодежную аудиторию.

первоначально мотивированного стремлением удовлетворить конкретную когнитивную или эмоциональную потребность. Постепенно эти действия закрепляются и становятся частью повседневного медиапотребления.

Таким образом, анализ времени, затрачиваемого на просмотр веб-сериалов, подтверждает, что удовольствие и эмоциональная вовлеченность являются ключевыми факторами, стимулирующими продолжительное потребление контента.

Специфика восприятия веб-сериалов

Веб-сериалы обладают рядом особенностей, отличающих их от традиционного киноформата:

Продолжительность эпизодов. Как правило, серии длятся от 5 до 15 минут, что делает их удобными для просмотра с мобильных устройств и объясняет популярность среди молодежи, ценящей мобильность и оперативный доступ к контенту. Этот формат также активно используется в рекламных стратегиях и продвижении брендов (Kang 2017).

Интенсивность вовлеченности. Развитие сюжета, распределенное на большое количество коротких эпизодов, обеспечивает долговременное удержание

внимания и способствует закреплению медиапривычек.

Новый тип медиапотребления.

В отличие от кинофильмов, воспринимаемых как отдельное событие, веб-сериалы становятся частью повседневной практики. Они нередко сопровождают выполнение рутинных задач, что отражает формирование *интегрированного формата потребления*, встроенного в ежедневный ритм жизни.

Веб-сериалы оказывают значительное воздействие на молодежную аудиторию, формируя эмоциональное восприятие, поведенческие установки и особенности социального взаимодействия. Одним из ключевых аспектов является демонстрация агрессивного поведения, насилия, а также употребления алкоголя, табака и наркотических веществ. Регулярное воспроизведение подобных сцен может приводить к снижению чувствительности зрителей, размыванию границ между нормативным и девиантным поведением, а также к романтизации деструктивных моделей.

Возрастные различия в восприятии данных аспектов оказались значимыми. Так, респонденты в возрасте 25–33

лет чаще акцентировали внимание на потенциальной опасности подобных сюжетов, тогда как молодежь 15–24 лет склонна оценивать их влияние как менее существенное. При этом многие участники исследования отметили, что агрессивное поведение на экране постепенно становится привычным и воспринимается как допустимое, особенно если оно сопровождается положительными эмоциями и награждается сюжетным успехом персонажей.

На вопрос «Согласны ли вы с тем, что веб-сериалы и онлайн-контент оказывают на вас эмоциональное воздействие?» значительная часть респондентов ответила утвердительно (см. Рисунок 5). Полученные данные демонстрируют, что влияние проявляется в разных формах: эмоциональная вовлеченность и сопереживание персонажам; возникновение тревожности и агрессивных реакций; стимуляция к саморефлексии и переоценке личных установок.

Согласно теории социального научения (Bandura 23), медиаконтент влияет на аудиторию не только посредством прямой демонстрации моделей поведения, но и через эмоциональное вовлечение, способствующее их усвоению. В частности, идентификация зрителей с персонажами, демонстрирующими девиантные практики, может изменять восприятие социальных норм и корректировать личностные установки.

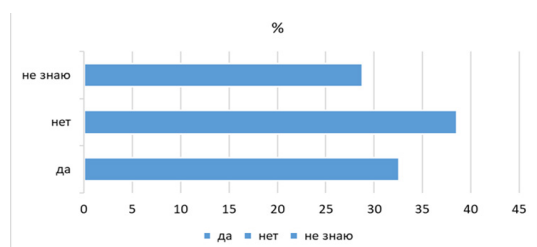


Рисунок 5. Психосоциальное воздействие веб-контента (идентификация, тревожность, агрессия, рефлексия).

В то же время часть респондентов придерживается альтернативной позиции, отмечая, что ключевое значение в формировании моделей поведения имеет ближайшее окружение и семейные ценности, а медиапродукты лишь усиливают уже существующие установки. Однако концепция «эффекта третьего лица» (Davison 56) указывает на характерную тенденцию недооценивать влияние медиаконтента на себя при одновременном признании его значимости для других.

Таким образом, полученные данные подтверждают гипотезу о выраженном психосоциальном воздействии веб-сериалов на молодежь. Это актуализирует необходимость дальнейших исследований, направленных на выявление механизмов медиавлияния, а также разработку стратегий формирования медиаграмотности и критического восприятия цифрового контента.

Сравнительный анализ:

Медиапрактик показывает, что тенденции развития веб-сериалов в Казахстане во многом совпадают с процессами, наблюдаемыми в соседних странах постсоветского пространства. Однако казахстанский контент отличается уникальными характеристиками, особенно в акценте на социальные драмы и криминальные истории.

1. Причины популярности социальных драм

Социальные проблемы и культурные реалии: Социальные драмы в Казахстане часто отражают актуальные проблемы, такие как наркозависимость, преступность, коррупция и семейные конфликты. Эти темы близки молодежи, так как они касаются реальной жизни и повседневных переживаний. Веб-сериалы, такие как «Сержан Братан» (социальная драма) и «Жездуха» (криминальный триллер), поднимают именно такие вопросы, способствуя социальной осведомленности и

обсуждению важных тем в обществе.

Постсоветская идентичность:

Казахстан, как страна с постсоветским наследием, переживает трансформацию своей идентичности. Социальные драмы становятся средством исследования этой идентичности, позволяя зрителям пересмотреть исторические и культурные аспекты своего существования. Они могут служить отражением борьбы с социальными стереотипами и предрассудками, что делает такие сериалы актуальными и резонирующими с аудиторией.

2. Сравнение с другими странами

В других странах постсоветского пространства также наблюдается развитие социальных драм, однако отражение социальных проблем может отличаться. Например:

Россия: В российских веб-сериалах часто делается акцент на криминальные драмы, которые исследуют сложные моральные выборы и коррупционные схемы, как это видно в сериалах, таких как «Мажор» и «Бандитский Петербург». Эти сериалы фокусируются на индивидуальных судьбах героев, что создает эмоциональную связь с аудиторией (Dhiman & Malik 45).

Узбекистан: Узбекистан, в свою очередь, акцентирует внимание на семейных драмах и воспитательных сюжетах, что говорит о более консервативном подходе к контенту, направленном на позитивные социальные уроки (Kang 78).

Кыргызстан: В Кыргызстане молодежные комедии и короткие форматы более популярны, что связано с попытками сделать контент более доступным и развлекательным для широкой аудитории (Ulin 102).

3. Влияние на общественное восприятие

Социальные драмы в казахстанских веб-сериалах не только развлекают, но и формируют общественное мнение. Они способствуют обсуждению

табуированных тем, таких как наркозависимость и насилие в семье, что может привести к более открытому диалогу в обществе. Исследования показывают, что такие сериалы могут способствовать формированию критического мышления и социальной осведомленности среди молодежи (Ganiniev 34).

Таким образом, акцент на социальные драмы в казахстанских веб-сериалах является отражением не только социальных проблем, но и стремления к исследованию культурной идентичности. Это делает казахстанский контент уникальным на фоне других стран постсоветского пространства и подчеркивает важность социальных тем в формировании общественного сознания.

Результаты

Анализ полученных данных показал, что влияние веб-сериалов на казахстанскую молодежь проявляется в различных психосоциальных формах — от эмоционального вовлечения до трансформации поведенческих установок. Однако степень выраженности этих эффектов различается в зависимости от возраста и уровня медиаграмотности респондентов.

Для проверки гипотезы о снижении критического восприятия контента у младшей возрастной группы (18–22 года) проведён дополнительный сравнительный анализ между возрастными подгруппами. Количественные данные свидетельствуют, что младшие участники чаще склонны к безоценочному восприятию экранного насилия и демонстрируемого девиантного поведения, в то время как респонденты старших групп (27–33 года) демонстрируют более высокий уровень рефлексивности и критического отношения. Эти результаты согласуются с выводами, полученными в рамках

теории социального научения (Bandura 45), согласно которой когнитивная зрелость и социальный опыт смягчают воздействие медиастимулов.

Качественный анализ интервью и анкетных комментариев выявил, что около 38 % респондентов младшей возрастной группы воспринимают агрессивные сцены как «часть художественного повествования» без акцента на их моральной оценке, в то время как среди респондентов 25–33 лет этот показатель составляет 14 %. Такие различия подтверждают необходимость учёта возрастных факторов при анализе влияния медиаконтента.

Сопоставление количественных и качественных данных позволило сделать вывод, что воздействие веб-сериалов не является однородным: его сила и направление зависят от возраста, уровня образования, социальной среды и привычек медиапотребления. Таким образом, утверждение о снижении критического восприятия у младшей аудитории частично подтверждается эмпирическими данными, однако требует дальнейшего уточнения на более широкой выборке.

Основные положения

Результаты исследования позволяют выделить ряд ключевых положений, определяющих специфику влияния веб-сериалов и потокового контента на молодежь Казахстана:

Веб-сериалы как социокультурный феномен. Веб-сериалы представляют собой не только развлекательный формат, но и важный медиапространственный феномен, формирующий ценностные и поведенческие ориентиры молодежи. Через сюжетные линии, визуальную эстетику и характеры персонажей происходит трансляция моделей поведения и социальных

установок, влияющих на процесс самоидентификации зрителей.

Амбивалентность медиавоздействия. Влияние веб-контента имеет двойственный характер: с одной стороны, способствует развитию критического мышления и социальной рефлексии, с другой — может приводить к нормализации девиантных форм поведения. Воздействие зависит от уровня медиаграмотности и способности зрителя к интерпретации визуального материала.

Возрастные и когнитивные различия в восприятии. Молодежь в возрасте 18–22 лет демонстрирует более высокую степень эмоциональной вовлеченности и меньшую критическую дистанцию по отношению к медиаконтенту, тогда как старшая группа (27–33 года) склонна к аналитическому восприятию и оценке социальных последствий экранных образов.

Гибридная структура медиапотребления. Казахская молодежь сочетает интерес к локальным сюжетам с вовлеченностью в глобальное медиапространство. Такое взаимодействие формирует гибридную идентичность, где национальные мотивы сосуществуют с универсальными культурными кодами.

Необходимость развития медиаграмотности. Осознанное потребление цифрового контента является важнейшим условием снижения рисков медийного воздействия. Формирование медиаграмотности должно стать приоритетным направлением образовательных программ, ориентированных на молодежную аудиторию.

Таким образом, выявленные положения подчеркивают, что веб-сериалы и потоковый контент выполняют не только развлекательную, но и социально-педагогическую функцию, влияя на процессы социализации,

ценностной ориентации и культурной идентичности молодежи Казахстана

Заключение

В результате проведенного исследования веб-сериалов и потокового контента мы пришли к выводу, что они оказывают значительное психосоциальное влияние на молодежь Казахстана. Веб-сериалы не просто развлекают, но и формируют общественное мнение, поднимая важные социальные вопросы, такие как наркозависимость, преступность и семейные конфликты. Эти темы актуальны для молодежи, поскольку касаются их реальной жизни и повседневных переживаний.

Наш анализ показал, что казахстанские веб-сериалы, такие как «Сержан Братан» и «Жездуха», становятся важным инструментом для повышения социальной осведомленности и обсуждения значимых вопросов в обществе. Социальные драмы отражают уникальные культурные реалии и трансформацию постсоветской идентичности, что делает их особенно резонирующими с молодежной аудиторией.

Тем не менее, влияние веб-сериалов на восприятие молодежи

носит неоднозначный характер. С одной стороны, они способствуют развитию критического мышления и самовыражению, с другой — могут привести к нормализации девиантного поведения и снижению критического восприятия, особенно среди младших зрителей. Это подчеркивает необходимость дальнейшего изучения механизмов медиавлияния в контексте казахстанской молодежи

В ходе исследования мы также выявили, что молодежь Казахстана демонстрирует гибридный тип медиапотребления, сочетая глобальные тенденции с интересом к отечественным сюжетам и культурной идентичности. Рекомендуется внедрение образовательных программ, направленных на развитие медиаграмотности, чтобы помочь молодежи осознанно потреблять цифровой контент и минимизировать негативные последствия его воздействия.

Таким образом, результаты нашего исследования открывают новые горизонты для дальнейшего изучения влияния веб-сериалов на молодежь и подчеркивают важность формирования критического восприятия контента, что является важным шагом к созданию более осознанного и ответственного общества в условиях цифровой эпохи.

Вклад авторов:

Б.Э. Пшенаева – формирование идеи, написание основного текста, сбор, анализ и систематизация полученных данных, оформление статьи и списка литературы. Подготовка статьи к публикации.

Ш.Н.Уразбаева – разработка направления и методологии исследования. Коррекция и редакция черновика рукописи.

Авторлардың үлесі:

Б.Э. Пшенаева – идеяны қалыптастыру, негізгі мәтінді жазу, алынған деректерді жинау, талдау және жүйелеу, мақаланы және әдебиеттер тізімін рәсімдеу, мақаланы жариялауға дайындау.

Ш.Н. Уразбаева – зерттеу бағыты мен әдістемесін әзірлеу, қолжазбаның қара нұсқасын түзету және редакциялау.

Authors' contributions:

B.E. Pshenayeva – formulation of the main idea, writing of the primary text, collection, analysis, and systematization of the obtained data, preparation of the article and reference list, and final editing for publication.

Sh.N. Urazbayeva – development of the research direction and methodology; correction and editing of the draft manuscript.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

Ali, Bharat Abid. "Impact of Smartphone: A Review on Negative Effects on Students." *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt / Egyptology*, vol. 18, no. 4, 2021, pp. 5710–5718. <https://www.archives.palarch.nl/index.php/jae/article/view/7164>. Accessed 19 Oct. 2025.

Ali, Bharat Abid. "Influence of Social Media in Developing Social Anxiety: A Study of Kurukshetra University Students." *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt / Egyptology*, vol. 17, no. 12, 2020, pp. 1585–1592. <https://archives.palarch.nl/index.php/jae/article/view/7167>. Accessed 19 Oct. 2025.

Bandura, Albert. "Social Cognitive Theory: An Agentic Perspective." *Annual Review of Psychology*, vol. 52, no. 1, 2001, pp. 1–26. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.52.1.1>.

Dhiman, Bharat. "Effects of Online News Applications for Android—A Critical Analysis." *European Journal of Business and Social Sciences*, vol. 7, no. 2, 2019, pp. 815–819. <http://www.ejbss.com/Data/Sites/1/vol7no2/ejbss-2019-7-2-53.pdf>.

Dhiman, Bharat, and Malik, P. S. "Psychosocial Impact of Web Series and Streaming Content: A Study on Indian Youth." *Global Media Journal*, vol. 19, no. 46, 2021, pp. 1–7. <https://www.globalmediajournal.com/articles/psychosocial-impact-of-web-series-and-streaming-content-a-study-on-indian-youth.pdf>.

Didi, Arvind, and Robert LaRose. "Getting Hooked on News: Uses and Gratifications and the Formation of News Habits among College Students in an Internet Environment." *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, vol. 50, no. 2, 2006, pp. 193–210. <https://doi.org/10.1080/08838150600751116>.

Ganiniev, Ramis. "Как распознать зависимость от сериалов и избавиться от вредной привычки?" *Hi-News.ru*, 6 дек. 2021, <https://hi-news.ru/research-development/kak-raspoznat-zavisimost-ot-serialov-i-izbavitsya-ot-vrednoj-privychki.html>. Accessed 19 Oct. 2025.

Kang, Jennifer M. "Just Another TV Platform? Emerging Web Dramas as a Digital Culture in South Korea." *Mass Media, Culture and Society*, vol. 39, no. 5, 2017, pp. 762–772. <https://doi.org/10.1177/0163443717712071>.

Ulin, Jeffrey C. *The Business of Media Distribution: Monetizing Film, TV, and Video Content in an Online World*. Routledge, 2019. <https://www.routledge.com/The-Business-of-Media-Distribution-Monetizing-Film-TV-and-Video-Content/Ulin/p/book/9781138309398>.

Ranking.kz. Молодежь и видеоконтент: что смотрят юные казахстанцы? 2024. Retrieved from <https://ranking.kz/digest/socium-digest/molodyozh-i-videokontent-chto-smotryat-yunye-kazahstantsy.html>

References

- Ali, Bharat Abid. "Impact of Smartphone: A Review on Negative Effects on Students." *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt / Egyptology*, vol. 18, no. 4, 2021, pp. 5710–5718. <https://www.archives.palarch.nl/index.php/jae/article/view/7164>. Accessed 19 Oct. 2025.
- Ali, Bharat Abid. "Influence of Social Media in Developing Social Anxiety: A Study of Kurukshetra University Students." *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt / Egyptology*, vol. 17, no. 12, 2020, pp. 1585–1592. <https://archives.palarch.nl/index.php/jae/article/view/7167>. Accessed: 19 Oct. 2025.
- Bandura, Albert. "Social Cognitive Theory: An Agentic Perspective." *Annual Review of Psychology*, vol. 52, no. 1, 2001, pp. 1–26. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.52.1.1>.
- Dhiman, Bharat. "Effects of Online News Applications for Android—A Critical Analysis." *European Journal of Business and Social Sciences*, vol. 7, no. 2, 2019, pp. 815–819. <http://www.ejbss.com/Data/Sites/1/vol7no2/ejbss-2019-7-2-53.pdf>.
- Dhiman, Bharat, and Malik, Pawan Singh. "Psychosocial Impact of Web Series and Streaming Content: A Study on Indian Youth." *Global Media Journal*, vol. 19, no. 46, 2021, pp. 1–7. <https://www.globalmediajournal.com/articles/psychosocial-impact-of-web-series-and-streaming-content-a-study-on-indian-youth.pdf>.
- Didi, Arvind, and Robert LaRose. "Getting Hooked on News: Uses and Gratifications and the Formation of News Habits among College Students in an Internet Environment." *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, vol. 50, no. 2, 2006, pp. 193–210. <https://doi.org/10.1080/08838150600751116>.
- Ganiniev, Ramis. "How to recognize TV show addiction and break the habit?" ["How to recognize TV show addiction and break the habit?"] *Hi-News.ru*, 6 дек. 2021, <https://hi-news.ru/research-development/kak-raspoznat-zavisimost-ot-serialov-i-izbavitsya-ot-vrednoj-privychki.html>. Accessed: 19 Oct. 2025. (In Russian)
- Kang, Jennifer. M. "Just Another TV Platform? Emerging Web Dramas as a Digital Culture in South Korea." *Mass Media, Culture and Society*, vol. 39, no. 5, 2017, pp. 762–772. <https://doi.org/10.1177/0163443717712071>.
- Ulin, Jeffrey C. "The Business of Media Distribution: Monetizing Film, TV, and Video Content in an Online World." Routledge, 2019. <https://www.routledge.com/The-Business-of-Media-Distribution-Monetizing-Film-TV-and-Video-Content/Ulin/p/book/9781138309398>.
- Ranking.kz. Molodezh i videokontent: chto smotryat yunyye kazakhstantsy? [Youth and video content: what do young Kazakhstanis watch?] 2024. Retrieved from <https://ranking.kz/digest/socium-digest/molodyozh-i-videokontent-chto-smotryat-yunye-kazakhstantsy.html>. (In Russian)

Pshenayeva Elmira, Urazbayeva Sharipa

Temirbek Zhurgenov Kazakh National Academy of Arts (Almaty, Kazakhstan)

WEB SERIES AND STREAMING CONTENT IN THE LIFE OF KAZAKHSTANI YOUTH: ANALYSIS OF INFLUENCE AND PREFERENCES

Abstract. The relevance of studying the impact of web series on Kazakhstani youth is determined by the rapid growth of digital content and its significance in shaping modern social norms and values. This article continues previous research in the field of media consumption focused on youth audiences. The *purpose* of the study is to analyze the psychosocial influence of web series on Kazakhstani youth and to identify the factors affecting their media preferences. A *mixed-method* approach was applied, combining a survey of 40 respondents aged 18 to 33 and a content analysis of popular web series. The *results* revealed that 42.2% of young people regularly watch online content, showing a preference for Kazakhstani productions. Web series such as Serzhan Bratan and Zhezdukha address important social issues, including drug addiction and criminal realities.

The discussion of results confirms that web series can exert both positive and negative effects on youth perception, which highlights the need for further investigation. The practical significance of the study lies in the necessity to promote media literacy among young audiences, enabling them to consume digital content consciously and mitigate the potential negative effects of media influence.

Keywords: Web series, online streaming, psychosocial aspect, Kazakhstani youth, influence, addiction, web episode, Netflix, Amazon Prime, digital media consumption.

Cite: Pshenayeva Elmira, Urazbayeva Sharipa. "Web Series and Streaming Content in the Life of Kazakhstani Youth: Analysis of Influence and Preferences." *Central Asian Journal of Art Studies*, vol. 10, no.3, pp. 348-364, DOI: 10.47940/cajas.v10i3.1017.

Acknowledgment: The author expresses sincere gratitude to the editorial board of the Central Asian Journal of Art Studies and the reviewers for their interest and valuable assistance in preparing this article for publication.

The authors have read and approved the final version of the manuscript and declare no conflicts of interests.

Пшенаева Эльмира, Уразбаева Шарипа

Темірбек Жүргенов атындағы Қазақ ұлттық өнер академиясы (Алматы, Қазақстан)

ҚАЗАҚСТАНДЫҚ ЖАСТАРДЫҢ ӨМІРІНДЕГІ ВЕБ-СЕРИАЛДАР МЕН АҒЫНДЫ КОНТЕНТ: ҰҚПАЛЫ МЕН ТАҢДАУЛАРЫНА ТАЛДАУ

Аңдатпа. Веб-сериалдардың қазақстандық жастарға ықпалын зерттеудің өзектілігі цифрлық контенттің жылдам таралуымен және қазіргі әлеуметтік нормалар мен құндылықтарды қалыптастырудағы оның маңыздылығымен айқындалады. Бұл мақала жастар аудиториясына бағытталған медиатұтыну саласындағы зерттеулердің жалғасы болып табылады. Зерттеудің мақсаты – веб-сериалдардың қазақстандық жастардың психоәлеуметтік жағдайына әсерін талдау және олардың медиалық талғамына ықпал ететін факторларды айқындау. Зерттеу аралас әдіс арқылы жүргізілді: 18–33 жас аралығындағы 40 респондентке сауалнама жүргізіліп, танымал веб-сериалдарға контенттік талдау жасалды. Нәтижесінде жастардың 42,2%-ы онлайн-контентті үнемі тамашалайтыны және олардың қазақстандық өнімдерге басымдық беретіні анықталды. «Сержан Братан» және «Жездуха» сияқты веб-сериалдар нашақорлық пен қылмыстық өмір шындығы секілді өзекті әлеуметтік мәселелерді қозғайды. *Нәтижелерді* талдау веб-сериалдардың жастардың дүниетанымына әрі оң, әрі теріс әсер етуі мүмкін екенін көрсетті. Бұл жағдай осы бағыттағы зерттеулерді әрі қарай жалғастыру қажеттілігін дәлелдейді. Мақаланың практикалық маңызы – жастардың медиасауаттылығын арттыру қажеттілігін негіздеу, бұл өз кезегінде олардың цифрлық контентті саналы түрде тұтынуына және теріс әсерлерден сақтануына мүмкіндік береді.

Түйін сөздер: Веб-сериалдар, онлайн-трансляциялар, психоәлеуметтік аспект, қазақстандық жастар, ықпал, тәуелділік, веб-эпизод, Netflix, Amazon Prime, цифрлық медианы тұтыну.

Дәйексөз үшін: Пшенаева, Эльмира және Шарипа Уразбаева. «Қазақ жастарының өміріндегі веб-сериалдар мен ағынды контент: ықпалы мен таңдауларына талдау». *Central Asian Journal of Art Studies*, т. 10, № 3, 2025, 348-364 б. DOI:10.47940/cajas.v10i3.1017.

Алғыс: Автор «Central Asian Journal of Art Studies» журналының редакциясына және рецензенттерге көрсеткен қызығушылығы мен мақаланы жариялауға дайындаудағы көмегі үшін шын жүректен алғыс білдіреді.

Авторлар қолжазбаның соңғы нұсқасын оқып, мақұлдады және мүдделер қайшылығы жоқ екендігін мәлімдейді.

Авторлар туралы мәлімет:**Сведения об авторах:****Information about the authors:****Пшенаева Эльмира**

Болатханқызы – Кино және теледидар факультетінің «Экран өнер режиссері» кафедрасының оқытушысы, Темірбек Жүргенов атындағы Қазақ ұлттық өнер академиясы
(Алматы, Қазақстан)

Пшенаева Эльмира

Болатхановна – докторант факультета «Кино и ТВ» Кафедра «Режиссура экранных искусств» Казахской Национальной академии искусств имени Темирбека Жургенова
(Алматы, Казахстан)

Pshenayeva Elmira

Bolathanovna – doctoral student at the Faculty of Cinema and TV, Department of Screen Arts Directing, Temirbek Zhurgenov Kazakh National Academy of Arts
(Almaty, Kazakhstan)

ORCID ID: 0000-0002-1749-5586

E-mail: bolatovnaelmira202@gmail.com

Шарипа Нұрымбетовна

Уразбаева – PhD докторы, профессор, Кино және теледидар факультетінің «Экран өнер режиссері» кафедрасының оқытушысы, Темірбек Жүргенов атындағы Қазақ ұлттық өнер академиясы
(Алматы, Қазақстан)

Уразбаева Шарипа

Нұрымбетовна – доктор PhD, профессор преподаватель Факультета Кино и ТВ кафедры «Режиссура экранных искусств» Казахской Национальной академии искусств имени Темирбека Жургенова
(Алматы, Казахстан)

Sharipa N. Urazbayeva

– PhD, Associate Professor, Lecturer at the Faculty of Cinema and TV, Department of Screen Arts Directing, Temirbek Zhurgenov Kazakh National Academy of Arts
(Almaty, Kazakhstan)

ORCID ID: 0000-0003-3564-9531

E-mail: Shari.11@mail.ru