

Қазақстан жастары

Талдамалық баяндама

Молодежь Казахстана

Аналитический отчет



Қазақстан Республикасы
Мәдениет және ақпарат министрлігі



«ҚАЗАҚСТАН ЖАСТАРЫ»

ӨЛЕУМЕТТАНУЛЫҚ ЗЕРТТЕУ НӘТИЖЕЛЕРІ БОЙЫНША
ТАЛДАМАЛЫҚ БАЯНДАМА

Астана, 2026

«Қазақстан Жастары» әлеуметтанулық зерттеуі, «Жастар» ғылыми-зерттеу орталығы, Астана, 2026. – 244 б.

Авторлар: Нахбаева Г.С., Шаймерденова С.А., Кожобекова Д.А., Сулейменова М.Ж.

Кенесберушілер: Коригова Л.Б., Рахимжанова А. К.

Аудармашылар: Амиржанова М.Р., Мырзахметова А.Е.

Талдамалық баяндама Қазақстан Республикасы Мәдениет және ақпарат министрлігінің тапсырысы бойынша жаппай республикалық және сарапшылық сауалнама әдістерімен жүргізілген «Қазақстан Жастары» әлеуметтанулық зерттеуінің нәтижелеріне негізделген.

© «Жастар» ғылыми-зерттеу орталығы, 2026

МАЗМҰНЫ

I. ӘЛЕУМЕТТАНУЛЫҚ ЗЕРТТЕУ БАҒДАРЛАМАСЫ	4
II. ЖАСТАР АРАСЫНДАҒЫ ЖАППАЙ САУАЛНАМАНЫҢ НӘТИЖЕЛЕРІ	9
Респонденттердің әлеуметтік-демографиялық сипаттамалары	9
1. ЖАСТАРДЫҢ ҚҰНДЫЛЫҚ БАҒДАРЛАРЫ МЕН ОТБАСЫЛЫҚ ҰСТАНЫМДАРЫ	11
2. ЖАСТАРДЫҢ СӘЙКЕСТІГІ ЖӘНЕ ДЕНСАУЛЫҒЫ	22
3. БОЛАШАҚТЫҢ БЕЙНЕСІ ЖӘНЕ ЭЛЕКТОРАЛДЫҚ ПРАКТИКАЛАР	36
4. БІЛІМ, ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ МӘДЕНИЕТ.....	46
5. ЖАСТАРДЫҢ ЖҰМЫСҚА ОРНАЛАСУЫ, ДАҒДЫЛАРЫ МЕН ЭКОНОМИКАЛЫҚ БАҒДАРЛАРЫ	57
6. КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯ ЖӘНЕ МӘДЕНИ ТҰТЫНУ	67
7. ІШКІ ЖӘНЕ СЫРТҚЫ КӨШІ-ҚОН	79
ҰСЫНЫМДАР	92
III САРАПТАМАЛЫҚ САУАЛНАМА НӘТИЖЕЛЕРІ	93
1. Жастар ортасындағы өзекті трендтер	93
2. Цифрлық ортаның әлеуметтенуге және азаматтық ұстанымға ықпалы	99
3. Білім беру, жасанды интеллект және болашақ дағдылары	104
4. Жастардың отбасылық және миграциялық ұстанымдары	107
5. Мәдени және креативті ортадағы жастар	114
6. Жастардың волонтерлік қызметке тартылуы	119
ҰСЫНЫМДАР	122

I. ӘЛЕУМЕТТАНУЛЫҚ ЗЕРТТЕУ БАҒДАРЛАМАСЫ

Жеделдетілген цифрлық трансформация жағдайында жастар экономикалық, мәдени және коммуникативтік практикалардың өзгеру үдерістеріне ең терең тартылған негізгі әлеуметтік топтардың бірі болып табылады. Дәл осы жастар цифрлық технологияларды, жасанды интеллект құралдарын, жұмыспен қамту мен коммуникацияның жаңа форматтарын алғашқылардың бірі болып игереді, бұл оларды әлеуметтік өзгерістердің объектісі ғана емес, сонымен бірге олардың белсенді субъектісі ретінде де қарастыруға мүмкіндік береді. Жастардың цифрлық ортаға жоғары бейімделгіштігі өмірлік траекториялардың белгісіздігімен, бірегейліктің фрагменттелуімен және әлеуметтік рөлдердің тұрақсыздығымен ұштасады, бұл осы топтың құндылық бағдарларын, ұстанымдары мен әлеуметтік тартылу нысандарын кешенді әлеуметтанулық талдау қажеттілігін өзектендіреді.

Жүргізіліп жатқан трансформациялардың ең сезімтал индикаторларының бірі жастардың неке-отбасылық ұстанымдары болып табылады. Некеге, балалы болуға және ата-ана болуға деген көзқарастың өзгеруі білім беру траекторияларының ұзаруымен, академиялық және еңбек мобильділігінің өсуімен, жұмыспен қамтудың стандартты емес нысандарының таралуымен, сондай-ақ цифрлық экономикадағы кәсіби болашақтың жалпы белгісіздігімен тығыз байланысты. Мұндай жағдайларда жастар жеке өзін-өзі жүзеге асыруға, адами капиталды жинақтауға және қаржылық тұрақтылыққа қол жеткізуге бағдарлана отырып, некеге тұру мен бала тууды жиі кейінге қалдыруы мүмкін. Бұл үрдістер цифрлық қоғам мен өзгермелі әлеуметтік нормалар контекстінде жастардың репродуктивті және отбасылық стратегияларын қалыптастыратын факторларды талдауды талап етеді.

Кәсіби саланың цифрландырылуы және жасанды интеллект технологияларының белсенді енгізілуі жастардың білім беру және кәсіби күтулеріне тікелей ықпал етеді. Жастар үшін жасанды интеллект дерексіз инновация болудан қалып, оқудың, ғылыми ізденіс пен еңбек қызметінің күнделікті құралына айналуға. Сонымен қатар цифрлық құзыреттілік деңгейіндегі, жасанды интеллектіні пайдалануға тартылу дәрежесіндегі және онымен байланысты тәуекелдерді ұғынудағы айырмашылықтар жастар тобының ішінде әлеуметтік теңсіздіктің жаңа тармақтарын қалыптастырады. Бұл жастардың жасанды интеллектке, ғылым мен білімге көзқарасын, сондай-ақ олардың кәсіби және әлеуметтік болашақ туралы түсініктерін зерттеуді өзекті етеді.

Цифрлық экономикада жастардың өзін-өзі жүзеге асыруының маңызды бағыттарына креативті индустриялар, жобалық жұмыспен қамту және волонтерлік қызмет жатады. Бұл салалар жеке даму, әлеуметтік маңыздылық және еңбек практикаларының икемділігі құндылықтарын ұштастыра отырып, жастардың дербестікке және қызметтің мағыналық толымдылығына деген сұраныстарына жауап береді. Дегенмен белсенділіктің креативті және волонтерлік нысандарының қолжетімділік деңгейі көбінесе институционалдық қолдаудың болуымен, ақпараттану, цифрлық дағдылар мен әлеуметтік капитал деңгейімен айқындалады, бұл жастар ортасындағы саралануды күшейтеді. Бұл үдерістерді талдау жастардың әлеуметтік, мәдени және инновациялық даму ресурсы ретіндегі әлеуетін анықтауға мүмкіндік береді.

Жалпы алғанда, цифрлық орта жастар үшін әлеуметтенудің, бірегейлікті және азаматтық ұстанымды қалыптастырудың негізгі кеңістігі болып табылады. Әлеуметтік желілер мен мессенджерлер жастардың құндылық бағдарларына, олардың ғылым, технологиялар, әлеуметтік нормалар және мінез-құлықтың жол берілетін нысандары туралы түсініктеріне елеулі әсер етеді.

Осылайша, осы зерттеуді жүргізу ғылыми және әлеуметтік тұрғыдан маңызды болып табылады, өйткені ол жеделдетілген цифрлық трансформация жағдайында жастардың жағдайын тұтастай пайымдауға және оның құндылық бағдарларын, өмірлік стратегиялары мен әлеуметтік белсенділік нысандарын айқындайтын негізгі факторларды анықтауға мүмкіндік береді. Алынған нәтижелер жатар, білім беру және отбасы саясатының тиімді шараларын, цифрлық құзыреттіліктерді дамыту, креативті бастамаларды қолдау және онлайн-қауіпсіздікті қамтамасыз ету бағдарламаларын әзірлеу үшін эмпирикалық негіз қалыптастырады. Осы зерттеу шеңберінде жастар цифрлық өзгерістердің енжар объектісі ретінде емес, қазіргі қоғамның тұрақты әлеуметтік, экономикалық және мәдени дамуының стратегиялық маңызды ресурсы ретінде қарастырылады.

Зерттеудің мақсаты – қоғамның цифрлық трансформациясы жағдайында жастардың әлеуметтік ұстанымдарын, құндылық бағдарлары мен тәжірибелерін, соның ішінде жасанды интеллектінің, жұмыспен қамту, білім беру, ғылым және коммуникация салаларындағы өзгерістердің жастардың өмірлік стратегияларына ықпалын анықтау және талдау.

Зерттеудің міндеттері:

- жастардың некеге, балалы болуға және ата-ана болуға деген көзқарасын талдау;
- еңбек нарығын цифрландыру жағдайында жастардың оқу және еңбек көші-қонына, сондай-ақ жұмыспен қамтудың стандартты емес нысандарына деген ұстанымдарын зерттеу;
- жастардың білім беру, ғылым және кәсіби қызметтегі цифрландыру үдерістеріне және жасанды интеллектіні пайдалануға тартылу деңгейін бағалау;
- жастардың болашақ бейнесі және қоғамның әлеуметтік-экономикалық және мәдени дамуындағы жасанды интеллектінің рөлі туралы түсініктерін анықтау;
- жастардың креативті индустриялар мен волонтерлік қызметке деген қызығушылығын талдау, сондай-ақ оларды қолдаудың қолданыстағы құралдарының қолжетімділігі мен тиімділігін бағалау;
- жастардың құндылық бағдарларын, бірегейлікті қалыптастыру ерекшеліктерін және бұл үдерістерге цифрлық ортаның ықпалын зерттеу;
- әлеуметтік желілер мен цифрлық коммуникациялардың әсерін талдау.

Зерттеу пәні

Жастардың цифрлық ортаға тартылуы, жасанды интеллектіні пайдалануы және отбасы, білім беру, еңбек және мәдениет институттарының трансформациясы үдерісінде қалыптасатын әлеуметтік ұстанымдары, құндылық бағдарлары, өмірлік стратегиялары мен тәжірибелері.

Зерттеудің әдістемелік бөлімі

Зерттеуде ақпаратты жинау мен талдаудың сандық және сапалық әдістері қолданылды – респондентпен бетпе-бет сұхбаттасу арқылы сауалнама жүргізу, сондай-ақ сарапшылық сұхбат әдісі.

Ақпарат жинаудың негізгі әдісі ретінде 14 пен 35 жас аралығындағы жастар арасында «face-to-face» форматындағы жаппай сауалнама пайдаланылды. Бұл әдіс жастар ортасындағы жағдай туралы барынша объективті ақпарат алуға мүмкіндік береді. Жаппай сауалнама іріктеме негізінде таңдап алынған және өздерінің жиынтығында әлеуметтік топтың құрылымын көрсететін респонденттердің үлкен санының зерттеуге қатысуын көздейді. Жүргізілген жаппай сауалнама нәтижелерінің негізінде белгілі бір дәлдік дәрежесімен

бұқаралық мінез-құлық туралы болжам жасалады. Жаппай сауалнамалардың негізгі мақсаты – адамдардың пікірлері, олардың уәждері мен әлеуметтік құбылыстарға берген бағалары туралы, сондай-ақ қоғамдық, топтық және жеке сананың феномендері мен жай-күйі туралы ақпарат алу.

Іріктеме жиынтығының көлемі 2000 респондентті құрады. Әлеуметтанулық зерттеу жүргізу аумағы Қазақстан Республикасының барлық өңірлерін – республикалық маңызы бар Астана, Алматы және Шымкент қалаларын, 17 облыс орталығын, сондай-ақ ауылдық елді мекендерді қамтиды (№1 кесте). Зерттеуде квоталау қолданылған стратификацияланған көпсатылы іріктеме пайдаланылды. Алдымен, облыстар мен қалалар бойынша халық санына сүйене отырып, ел өңірлері бойынша іріктеме көлемі анықталды. Өрі қарай әрбір өңір бойынша қалалық және ауылдық іріктеме көлемдері, сондай-ақ гендерлік бөліністері іріктеме көлемдері есептелді.

№1 кесте. Жоба бойынша іріктеме жиынтығының есебі, адам саны*

Облыс	Барлығы	Қала	Ауыл	Ерлер	Әйелдер
Қазақстан Республикасы	2000	1262	738	1019	981
Абай	51	32	19	24	27
Ақмола	72	41	31	38	34
Ақтөбе	92	69	23	48	44
Алматы	150	28	122	76	74
Атырау	71	39	32	37	34
Батыс Қазақстан	64	36	28	33	31
Жамбыл	123	52	71	63	60
Жетісу	64	29	35	30	34
Карағанды	104	85	19	54	50
Қостанай	73	46	27	38	35
Қызылорда	85	39	46	43	42
Маңғыстау	83	37	46	47	36
Павлодар	65	46	19	34	31
Солтүстік Қазақстан	44	22	22	23	21
Түркістан	231	57	174	123	108
Ұлытау	21	17	4	11	10
Шығыс Қазақстан	59	39	20	30	29
Астана қ.	166	166	0	80	86
Алматы қ.	245	245	0	119	126
Шымкент қ.	137	137	0	68	69

Іріктемені есептеу ҰСБ-ның 2025 жылдың басындағы деректеріне сәйкес жүргізілді

Осы зерттеуде бақылау бірліктерін іріктеу бірнеше кезеңмен жүргізілді:

1. Облыстар бойынша іріктеу – Астана, Алматы, Шымкент қалалары мен еліміздің 17 облысы бойынша қалалық іріктемеге сәйкес, облыстар мен республикалық маңызы бар қалалардағы 14 пен 35 жас аралығындағы халық саны негізге алынды.

2. Қала-ауыл қағидаты бойынша іріктеу – әрбір облыстағы қалалық және ауылдық іріктеме көлемінің арақатынасы ескерілді. Сауалнамамен барлық облыс орталықтары, қалалар мен ауылдық елді мекендер қамтылды.

3. Сауалнама жүргізу нүктелерін іріктеу – қалалық және ауылдық елді мекендерде осы елді мекеннің картографиялық тізімінен шағын аудандар мен көшелерді қарапайым кездейсоқ іріктеу әдісі қолданылды.

4. Үй шарушалығын іріктеу – бастапқы нүктеден бастап маршрут бойынша «сол қол» ережесіне сүйене отырып, қалада 5 қадамдық, ал ауылда 3 қадамдық іріктеме қадамымен үй шаруашылығы таңдалды. Бұл ретте бір үй

шаруашылығынан квотаға сәйкес келетін 1 респондент қана белсенді сұхбатқа қатыса алады деген шектеу қойылды. Бастапқы нүкте еркін таңдалады.

5. Квотаға сәйкес респонденттерді іріктеу – әрбір жеке алынған үй шаруашылығында респонденттер екі белгісі – жынысы мен жасы бойынша іріктелді. Сауалнама жүргізілген сәтте респонденттердің жасы 14-тен кіші және 35-тен үлкен болмауы тиіс, сондай-ақ жынысы бойынша репрезентативті өкілдік қамтамасыз етілді (сауалнама алынатын ерлер мен әйелдердің саны әрбір облыс, қала және ауыл бойынша Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі Ұлттық статистика бюросының деректеріне сәйкес есептелді).

Іріктеме репрезентативті, яғни бөліп көрсетілген параметрлер бойынша респонденттердің құрамы бас жиынтықтағы тиісті пропорцияларға жақындайды. Бұл ретте іріктеме жиынтығы орташа сипаттамаларының бас жиынтықтың орташа сипаттамаларынан ауытқуы $\pm 2,19\%$ аспайды.

Сарапшылық сұхбат – белгілі бір қызмет саласындағы жоғары білікті мамандар респондент болып табылатын сауалнаманың бір түрі. Бұл әдіс қарастырылып отырған мәселені талдау мен шешуге мамандардың құзыретті түрде қатысуын көздейді. Әлеуметтанулық зерттеулер практикасында сарапшылық сауалнама келесі жағдайларда қолданылады: қандай да бір құбылыстың дамуын болжау үшін; жаппай сауалнаманың шынайылық дәрежесін бағалау үшін; зерттеу мәселесі туралы алдын ала ақпарат жинау үшін; қатардағы респонденттер арасында жаппай сауалнама жүргізу мүмкін болмаған немесе тиімсіз болған жағдайларда.

Сарапшылық сұхбаттың іріктеме жиынтығы белгіленген параметрлерге сәйкес 10 сарапшыны құрады. Олар: біліктілігі, қызмет саласы (зерттелуі тиіс салалардағы, атап айтқанда, денсаулық сақтау, білім беру және бос уақыт, жұмыспен қамту және жұмысқа орналастыру, мемлекеттік жастар саясаты және т.б. салалардағы жастармен байланысты қызметі).

Құралдардың құрылымы

Бастапқы ақпаратты жинау үшін сауалнама пайдаланылды. Ол – белгілі бір ережелер бойынша тұжырымдалған және өзара байланыстырылған сұрақтар жиынтығынан тұратын, таратылымды құжат. Респонденттер арасында сауалнама олардың таңдауына байланысты екі тілде: қазақ және орыс тілдерінде жүргізілді. Зерттеудің далалық кезеңінде ақпарат жинау жұмыстарын өңірлік супервайзерлердің жетекшілігімен арнайы дайындалған интервьюерлер жүзеге асырды.

Сарапшылық сұхбаттар зерттеу міндеттеріне сәйкес алдын ала дайындалған сценарий (гайд) бойынша жүргізілді.

Зерттеу құралдарының құрылымы зерттеудің бағдарламалық мақсаттары мен міндеттеріне сәйкес логикалық блоктарға бөлінген бірқатар сұрақтардан тұрады.

Сұхбат жүргізу барысында мәліметтерді кейіннен транскрипциялауды және талдауды жеңілдету үшін аудиожазба жасалды. Жұмыс қорытындысы бойынша аудиожазбалар шифры тарқатылып, транскрипт жасалды.

Мәліметтерді өңдеу әдістемесі

Зерттеудің далалық кезеңінің қорытындысы бойынша интервьюерлер жұмысына бақылау жасалды (сауалнамалардың дұрыс толтырылуын 100% тексеру және телефон арқылы далалық жұмыстарды 30% бақылау), сондай-ақ мәліметтерді кодтау, енгізу және өңдеу жұмыстары жүргізілді.

Бастапқы мәліметтерді енгізу, өңдеу, сонымен қатар бірөлшемді, екіөлшемді кестелерді шығару, корреляциялық және кластерлік талдаулар SPSS

лицензиялық, орыстандырылған компьютерлік бағдарламасының көмегімен орындалды.

Мәліметтерді талдау әдістері

Бастапқы әлеуметтанулық ақпаратты талдаудың негізгі әдістері келесілер болып табылады:

1) мәліметтерді бірөлшемді талдау;

2) мәліметтерді екіөлшемді талдау;

3) корреляциялық талдау.

Әлеуметтанулық зерттеуді ұйымдастыру кезеңдері:

1 кезең. Әлеуметтанулық сауалнаманы дайындау.

Келесілерді қамтитын бағдарламаны әзірлеу:

- проблемалық ахуалды анықтау;
- таңдалған тақырып бойынша әдебиеттерге шолу жасау;
- мақсат пен міндеттерді қою;
- ұғымдарды операциялизациялау;
- гипотезаларды алға тарту;
- іріктеме жиынтығын жобалау.

Эмпирикалық ақпаратты жинауға арналған құралдарды (сауалнаманы) әзірлеу:

- сауалнаманы аудару;
- құралдарды пилоттық сынақтан өткізу.

2 кезең. Эмпирикалық материалды жинау.

Сауалнама жүргізуді ұйымдастыру:

- интервьюерлерді іріктеу, дайындау және оларға нұсқаулық беру;
- сауалнама жүргізу учаскелерін бөлу;
- сауалнама бірліктерін іріктеу;
- сауалнама жүргізу және сауалнамаларды толтыру бойынша нұсқаулықтар мен сауалнамаларды жолдау;
- сұхбат жүргізу.

3 кезең. Әлеуметтанулық мәліметтерді өңдеу және интерпретациялау:

• статистикалық мәліметтерді талдау мен өңдеуге арналған бағдарламада (SPSS) макет жасау;

• сауалнамаларды кодтау (респонденттердің ашық жауаптарын кодтау);

• сауалнама мәліметтерін енгізу;

• далалық жұмыстарды бақылау;

• желілік есептерді және әлеуметтік-демографиялық параметрлер бойынша есептерді өңдеу және шығару;

• статистикалық талдаудың басқа да түрлерін қолдану.

4 кезең. Алынған мәліметтерді талдау.

Бастапқы талдау жүргізу:

• сауалнама нәтижесінде анықталған тәуелділіктерді тіркеу;

• кестелерді шығару;

• диаграммаларды құру.

Мәліметтерді екінші деңгейде талдау:

• салыстырмалы талдау;

• қосымша ақпаратты тарту;

• жаңа болжамдар мен ұсынымдарды алға тарту;

• зерттеудің қорытынды есебін дайындау.

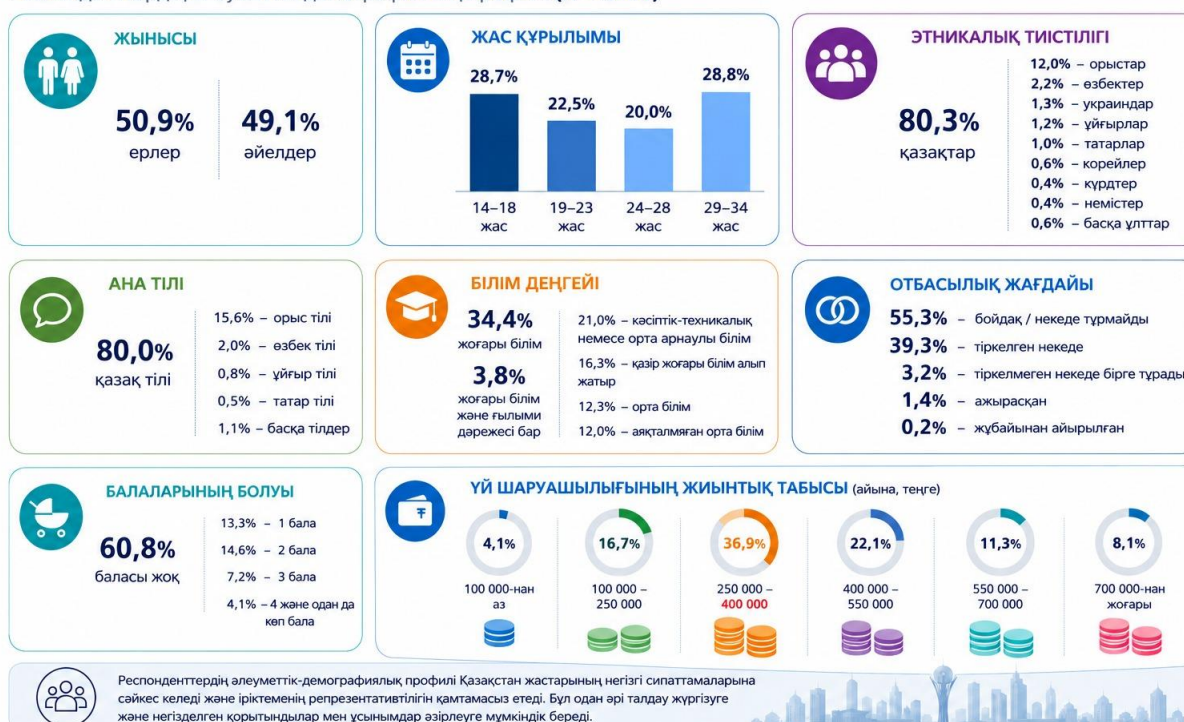
II. ЖАСТАР АРАСЫНДАҒЫ ЖАППАЙ САУАЛНАМАНЫҢ НӘТИЖЕЛЕРІ

Респонденттердің әлеуметтік-демографиялық сипаттамалары

Сауалнаманың әлеуметтік демографиялық блогы респонденттердің негізгі сипаттамаларын зерттеуге бағытталған. Оның ішінде жынысы мен жасы сияқты квоталық критерийлер, сондай-ақ кездейсоқ критерийлер: этникалық тиістілігі, ана тілі, білім деңгейі, отбасы жағдайы, балаларының болуы және үй шаруашылығының табыс деңгейі қамтылды.

ЗЕРТТЕУГЕ ҚАТЫСҚАНДАР КІМДЕР?

Респонденттердің әлеуметтік-демографиялық профилі (N = 2000)



Жыныстық құрам бойынша іріктеме ерлер мен әйелдер арасында дерлік біркелкі бөлінді: респонденттердің 50,9%-ын ерлер, 49,1%-ын әйелдер құрады.

Респонденттердің жас құрылымы статистикалық мәліметтерге жақындатылған: ең көп үлесті 29–34 жас – 28,8% және 14–18 жас – 28,7% аралығындағы респонденттер иеленді. 19–23 жас аралығындағы респонденттер 22,5%-ды, ал 24–28 жас аралығындағылар 20,0%-ды құрайды.

Респонденттердің этникалық құрамы ел халқының құрылымын көрсетеді. Зерттеуге қатысушылардың көпшілігі - қазақтар (80,3%). Орыстар іріктеменің 12,0%-ын құрады. Сондай-ақ сауалнамаға басқа да этникалық топтардың өкілдері қатысты: өзбектер (2,2%), украиндар (1,3%), ұйғырлар (1,2%), татарлар (1,0%), корейлер (0,6%), күрдтер мен немістер (әрқайсысы 0,4%-дан) және бірқатар басқа ұлт өкілдері. Негізгі этникалық топтардың қамтылуы жастардың құндылықтарын, ұстанымдары мен қоғамдық көңіл-күй ерекшеліктерін этникалық бөліністе талдауға мүмкіндік береді.

Бұл жылы зерттеуге алғаш рет респонденттердің ана тілі туралы сұрақ енгізілді, бұл Қазақстан жастарының тілдік бірегейлігін тереңірек зерттеуге мүмкіндік береді. Нәтижелер көрсеткендей, сауалнамаға қатысқандардың көпшілігі үшін қазақ тілі ана тілі болып табылады – 80,0%. Респонденттердің

15,6%-ы орыс тілін, 2,0%-ы өзбек тілін, 0,8%-ы ұйғыр тілін, 0,5%-ы татар тілін ана тілі деп атады. Басқа тілдерде сөйлейтіндердің үлесі шамалы деңгейде қалып отыр. Алынған мәліметтер Қазақстанға тән тілдік әртүрлілік сақталған жағдайда, қазақ тілінің жастарды этномәдени әлеуметтендірудің негізгі тілі ретіндегі басым рөлін айғақтайды.

Жастардың едәуір бөлігінің білім деңгейі жеткілікті түрде жоғары. Мәселен, респонденттердің 34,4%-ының жоғары білімі, 3,8%-ының жоғары білімі мен ғылыми дәрежесі бар. Бұл ретте қатысушылардың 21,0%-ы кәсіптік-техникалық немесе орта арнайы білім беру мекемелерін тәмамдаған, ал 16,3%-ы сауалнама жүргізілген сәтте жоғары білім алып жатқандар болды. Респонденттердің 12,3%-ының орта білімі, 12,0%-ының аяқталмаған орта білімі бар. Алынған мәліметтер жастардың білім беру әлеуетінің айтарлықтай жоғары екенін және олардың кәсіптік және жоғары білім беру жүйесімен кеңінен қамтылғанын айғақтайды, бұл білікті адами капиталды қалыптастыру үшін қолайлы жағдайлар туғызады.

Отбасы жағдайы бойынша респонденттердің көпшілігі бойдақ немесе некеде тұрмағандар – 55,3%. Респонденттердің 39,3%-ы тіркелген некеде тұрады, 3,2%-ы тіркелмеген некеде бірге тұрып жатыр. Ажырасқан қатысушылар 1,4%-ды, жұбайынан немесе зайыбынан айырылғандар 0,2%-ды құрады. Мұндай құрылым көбінесе жастар тобының жас ерекшеліктеріне байланысты, өйткені олардың едәуір бөлігі өмірлік стратегияларының бастапқы кезеңінде тұр.

Балаларының болуы туралы мәліметтер де осымен түсіндіріледі: жастардың көпшілігінің әзірге балалары жоқ – 60,8%. Респонденттердің 13,3%-ының бір баласы, 14,6%-ының екі баласы, 7,2%-ының үш баласы, ал 4,1%-ының төрт және одан да көп баласы бар. Тұтастай алғанда, алынған нәтижелер жастардың едәуір бөлігі үшін отбасын құру мен балалы болу білім алуды аяқтап, белгілі бір әлеуметтік-экономикалық тұрақтылыққа қол жеткізгеннен кейінгі, өмір жолының келесі кезеңдерінің міндеттері екенін көрсетеді.

Үй шаруашылықтарының жиынтық табысын талдау көрсеткендей, ең көп таралған сома 250 000-нан 400 000 теңгеге дейінгі аралық болып табылады, оны зерттеуге қатысушылардың 36,9%-ы көрсеткен. Үй шаруашылықтарының 22,1%-ы 400 000-нан 550 000 теңгеге дейінгі табысты, ал 16,7%-ы 100 000-нан 250 000 теңгеге дейінгі табысты белгіледі. Табыстың жоғарырақ деңгейін, атап айтқанда 550 000-нан 700 000 теңгеге дейінгі аралықты респонденттердің 11,3%-ы, ал 700 000 теңгеден астамын 8,1%-ы көрсетті. Зерттеуге қатысушылардың 4,1%-ы табысының 100 000 теңгеден аз екенін атап өткен. Алынған мәліметтер жас үй шаруашылықтарының көпшілігі төмен және орта табыс деңгейіндегі топтарда шоғырланғанын, ал табысы жоғары отбасыларда тұратын жастардың үлесі салыстырмалы түрде аз екенін айғақтайды. Бұл жастар ортасы үшін материалдық әл-ауқат пен экономикалық тұрақтылық мәселелерінің маңыздылығы әлі же жоғары екенін көрсетеді.

Жалпы алғанда, зерттеуге қатысушылардың әлеуметтік-демографиялық профилі Қазақстан жастарының негізгі сипаттамаларына сәйкес келеді және іріктеменің қажетті көрнекілігін қамтамасыз етеді. Бұл негізгі әлеуметтік-демографиялық белгілер бойынша одан әрі талдау жүргізуге және негізделген қорытындылар мен ұсынымдар әзірлеуге мүмкіндік береді.

1. ЖАСТАРДЫҢ ҚҰНДЫЛЫҚ БАҒДАРЛАРЫ МЕН ОТБАСЫЛЫҚ ҰСТАНЫМДАРЫ

Бұл бөлімде жастардың құндылықтарын зерттеуге арналған әлеуметтанулық зерттеудің нәтижелері берілген. Алынған мәліметтерді талдау осы әлеуметтік топ өкілдері үшін қандай бағдарлар мен басымдықтардың маңызды екенін анықтауға, сондай-ақ олардың құндылық құрылымының ерекшеліктерін айқындауға мүмкіндік береді. Респонденттер жауаптарының бөлінісін қарастыру жастардың өмірлік ұстанымдарын қалыптастырудағы әртүрлі факторлардың рөлін тереңірек түсінуге жол ашады.

Зерттеу нәтижелері көрсеткендей, жастар үшін ең жоғары құндылық – отбасы, бірінші кезекте ата-анасы болып табылады – бұл нұсқаны респонденттердің 48,0%-ы таңдаған. Сондай-ақ сауалнамаға қатысушылардың 37,3%-ы атап өткен денсаулық та маңызды құндылық болып шықты. Алынған мәліметтер жастардың өмірлік басымдықтары жүйесінде отбасылық әл-ауқат пен физикалық жағдайдың маңыздылығы жоғары екенін айғақтайды.

Респонденттер басқа да маңызды құндылықтардың арасынан жұбайы, зайыбы және балалары бейнесіндегі отбасын (24,9%), білім мен оқуды (23,7%), жұмыс пен мансапты (21,3%), және де достықты (21,0%) бөліп көрсетті. Жастар үшін бостандық пен жақсы өмірге ұмтылу (19,8%), материалдық тұрғыдан қамтамасыз етілген өмір (19,5%), жан тыныштығы (15,6%), махаббат (15,2%) және жеке шекараларды құрметтеу де (14,5%) айтарлықтай маңызды болып табылады.

2025 және 2026 жылдардағы мәліметтерді салыстыру барысында респонденттердің өмірлік құндылықтар жүйесінде айтарлықтай өзгерістер байқалады. Бірінші кезекте, отбасының екі мағынасында да оның маңыздылығының едәуір төмендегені тіркелді. Мәселен, ата-ана бейнесіндегі отбасының құндылығы 2025 жылғы 68,8%-дан 2026 жылы 48,0%-ға дейін төмендеді. Сонымен қатар, жұбайы/зайыбы және/немесе балалары бейнесіндегі отбасының маңызы да 34,0%-дан 24,9%-ға дейін азайған. Бұл дәстүрлі бағыттағы отбасылық басымдықтардың әлсірегенін көрсетеді.

Денсаулықтың маңыздылығы да – 44,5%-дан 37,3%-ға дейін, сондай-ақ дін мен иманның маңызы да 18,2%-дан 13,8%-ға дейін төмендегені байқалады. Бұл фокустың дәстүрлі құндылық бағдарларынан біртіндеп ығысып жатқанын аңғартуы мүмкін.

Сонымен қатар, білім мен оқу құндылығының артқаны байқалады: бұл көрсеткіш 13,8%-дан 23,7%-ға дейін өсті, бұл құндылықтар құрылымындағы ең елеулі өзгерістердің бірі болып табылады. Сондай-ақ жұмыс пен мансаптың маңыздылығы да күшейіп келеді (16,9%-дан 21,3%-ға дейін), бұл кәсіби тұрғыда өзін-өзі жүзеге асыруға деген ұмтылыстың артқанын көрсетеді.

Достық құндылығы (20,0% и 21,0%), сондай-ақ материалдық тұрғыдан қамтамасыз етілген өмір (19,8% и 19,5%) тұрақты деңгейде қалып отыр. Бұл негізгі әлеуметтік және экономикалық бағдарлардың айтарлықтай ауытқусыз сақталғанын білдіреді.

2026 жылы «бостандық, жақсы өмірге ұмтылу» санатының пайда болуы мен тіркелуін бөлек атап өткен жөн – 19,8%. Бұл индивидуалистік ұстанымдардың және өмірлік таңдауды өз бетінше жасауға деген ұмтылыстың күшейгенін айғақтайды.

Сондай-ақ эмоционалды-психологиялық әл-ауқат маңыздылығының артқаны байқалады: жан тыныштығы 12,8%-дан 15,6%-ға дейін, махаббат 12,9%-дан 15,2%-ға дейін, ал жеке шекаралардың құндылығы 12,0%-дан 14,5%-ға дейін өсті. Бұл өмір сапасы мен психологиялық жайлылыққа деген қызығушылықтың артқанын көрсетеді.

Шығармашылық 1,6%-дан 2,0%-ға дейін шамалы өскеніне қарамастан, ең аз маңызды құндылық болып қала береді. Жауап беруге қиналған респонденттердің үлесі 0,5%-дан 0,3%-ға дейін төмендеді, бұл құндылықтық ұстанымдардың анағұрлым айқын қалыптасқанын білдіреді.

Тұтастай алғанда, дәстүрлі-отбасылық және діни құндылықтардан жеке даму, білім алу, кәсіби тұрғыда өзін-өзі жүзеге асыру және жеке бостандық құндылықтарына қарай ығысу байқалады, бұл ретте эмоционалды әл-ауқаттың маңыздылығы да бір уақытта күшейіп келеді.

№2 кесте. «Өмірде Сіз үшін не құнды?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, %

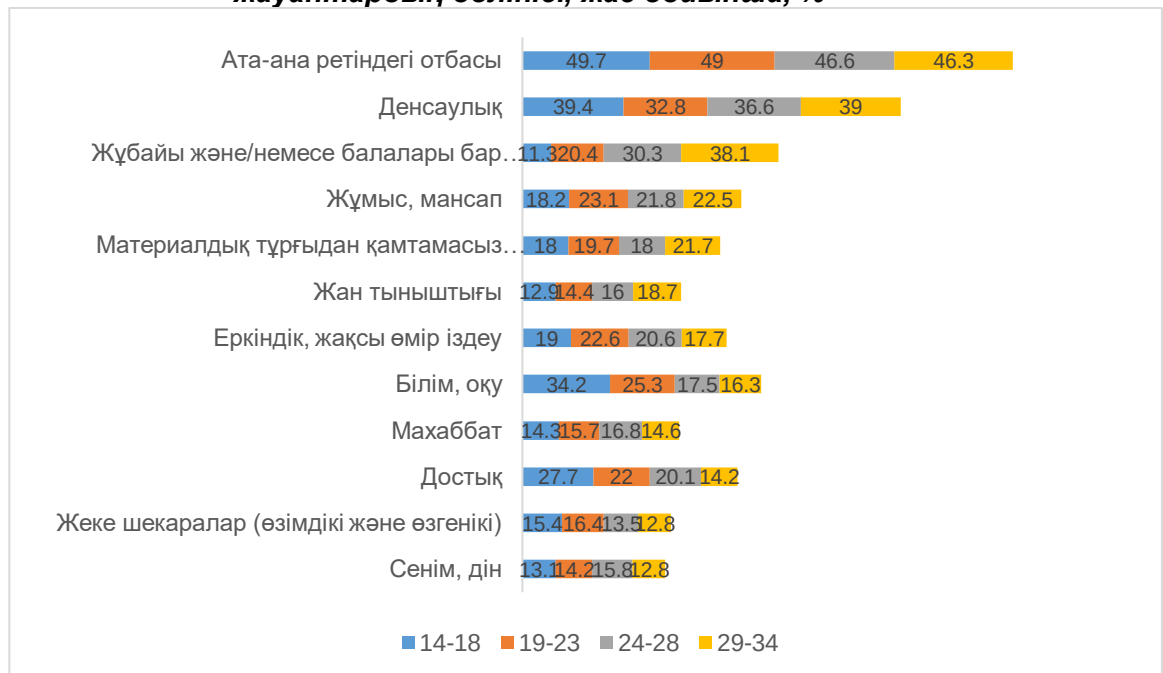
	2025	2026*
Ата-ана ретіндегі отбасы	68,8	48,0
Денсаулық	44,5	37,3
Жұбайы және/немесе балалары бар отбасы	34,0	24,9
Білім, оқу	13,8	23,7
Жұмыс, мансап	16,9	21,3
Достық	20,0	21,0
Еркіндік, жақсы өмір іздеу	-	19,8
Материалдық тұрғыдан қамтамасыз етілген өмір	19,8	19,5
Жан тыныштығы	12,8	15,6
Махаббат	12,9	15,2
Жеке шекаралар (өзімдікі және өзгенікі)	12,0	14,5
Сенім, дін	18,2	13,8
Шығармашылық	1,6	2,0
Жауап беруге қиналамын	0,5	0,3

* Жауаптар қосындысы 100%-дан асады, себебі респондент бірнеше жауап нұсқасын таңдай алды

Жастардың құндылықтар құрылымындағы жас ерекшеліктеріне қатысты айырмашылықтар ерекше қызығушылық тудырады. Ата-ана бейнесіндегі отбасы барлық жас топтарында ең маңызды құндылық болып қала береді, алайда оның маңыздылығы жастар есейген сайын біртіндеп төмендейді: 14-18 жастағы респонденттер арасындағы 49,7%-дан, 29-34 жастағы жастар арасында 46,3%-ға дейін кемиді. Бұл үрдіс заңды құбылыс болып табылады және есеюдің, дербестікке қол жеткізудің әрі өз отбасын құрудың табиғи процесін көрсетеді. Сонымен бірге жұбайы немесе зайыбы және балалары бейнесіндегі отбасының маңыздылығы арта түседі: егер жасөспірімдер арасында бұл құндылықты респонденттердің тек 11,3%-ы ғана атап өтсе, 29-34 жастағы жастар арасында бұл көрсеткіш 38,1%-ға жетеді. Бұл негізгі өмірлік кезеңдерден өту барысында отбасылық бағдарлардың ата-ана шаңырағынан өз отбасына қарай біртіндеп трансформацияланатынын айғақтайды.

Денсаулық құндылығының жас бөлінісіндегі үлесі толқын тәрізді сипатқа ие. Ең жоғары көрсеткіш 14-18 жастағы жастар арасында тіркелді (39,4%). 19-23 жас тобында бұл көрсеткіш 32,8%-ға дейін төмендейді, содан кейін қайтадан өсе бастайды: 24-28 жастағы жастар арасында 36,6%-ға дейін және 29-34 жастағы респонденттер арасында 39,0%-ға дейін артады. Мұндай динамика заңды болып көрінеді. Егер жасөспірімдер үшін денсаулық мәселелері көбінесе белсенді өмір салтымен, спортпен және физикалық дамумен байланысты болса, 14-18 жастан кейін, яғни 19-23 жаста басымдықтар жиі білім алуға, кәсіби қалыптасуға және қоғамнан өз орнын табуға қарай ығысады. Бұл тұжырымды 19-23 жас тобында жұмыс, мансап (23,1%) және өмірді материалдық тұрғыдан қамтамасыз ету (19,7%) құндылықтары бойынша ең жоғары пайыздық көрсеткіштің тіркелуі де дәлелдей түседі.

№1 Диаграмма. «Өмірде Сіз үшін не құнды?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, жас бойынша, %



Гендерлік бөліністегі нәтижелер көрсеткендей, ерлер үшін де, әйелдер үшін де ең маңызды өмірлік құндылық ата-ана ретіндегі отбасы болып табылады. Бұл позицияны ерлердің 48,4%-ы және әйелдердің 47,5%-ы атап өткен, бұл респонденттер арасында отбасылық қарым-қатынастардың жоғары маңыздылығын және дәстүрлі отбасылық бағдарлардың сақталғанын айғақтайды. Екі топ үшін де денсаулық (ерлердің 36,4%-ы және әйелдердің 38,1%-ы), жұбайы мен балалары бейнесіндегі отбасы (25,1% және 24,7%), сондай-ақ білім мен оқу (23,3% және 24,2%) айтарлықтай маңызды орын алады.

Сонымен қатар, талдау құндылықтар жүйесінде белгілі бір гендерлік айырмашылықтардың бар екенін көрсетеді. Ерлер әйелдерге қарағанда жұмыс пен мансап (18,3%-ға қарсы 24,0%), достық (19,2%-ға қарсы 22,8%), материалдық тұрғыдан қамтамасыз етілген өмір (18,6%-ға қарсы 20,3%), сондай-ақ сенім мен дін (12,0%-ға қарсы 15,5%) сияқты санаттарды жиірек бөліп көрсетті. Бұл ерлер үшін кәсіби тұрғыда танылуға, әлеуметтік мәртебеге және материалдық тұрақтылыққа бағдарлану тән деген болжам жасауға мүмкіндік береді.

Әйелдер, өз кезегінде, жан тыныштығының маңыздылығын (ерлердегі 12,5%-ға қарсы 18,8%), жеке шекараларды (13,2%-ға қарсы 15,9%), еркіндік пен дақсы өмір іздеу (18,7%-ға қарсы 20,8%) және махаббатты (13,7%-ға қарсы 16,7%) жиірек атап өткен. Алынған мәліметтер әйелдердің эмоционалды әл-ауқатқа, психологиялық жайлылыққа және тұлғааралық қарым-қатынастардың сапасына көбірек бағдарланғанын көрсетеді.

Негізгі құндылықтардың жалпы ұқсастығына қарамастан, ерлер сыртқы әлеуметтік және кәсіби тұрғыда өзін-өзі жүзеге асыруға көбірек бейім, ал әйелдер ішкі әл-ауқатқа, эмоционалды үйлесімділік пен тұлғааралық қарым-қатынастарға жиі назар аударады.

№3 кесте. «Өмірде Сіз үшін не құнды?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, гендер бойынша, %

	Ерлер	Әйелдер
Ата-ана ретіндегі отбасы	48,4	47,5
Денсаулық	36,4	38,1
Жұбайы және/немесе балалары бар отбасы	25,1	24,7
Жұмыс, мансап	24,0	18,3
Білім, оқу	23,3	24,2
Достық	22,8	19,2
Материалдық тұрғыдан қамтамасыз етілген өмір	20,3	18,6
Еркіндік, жақсы өмір іздеу	18,7	20,8
Сенім, дін	15,5	12,0
Махаббат	13,7	16,7
Жеке шекаралар (өзімдікі және өзгенікі)	13,2	15,9
Жан тыныштығы	12,5	18,8
Шығармашылық	2,0	2,0
Жауап беруге қиналамын	0,3	0,3

Отбасылық құндылықтардың жоғары маңыздылығын ескере отырып, жастардың неке институтына және отбасылық-некелік қарым-қатынастарға деген көзқарасы мәселесі ерекше өзектілікке ие болады, өйткені бұл көрсеткіш отбасы құндылығының жастардың іс-тәжірибелік өмірлік ұстанымдарында қалай жүзеге асатынын бағалауға мүмкіндік береді. Некені ресми тіркеу қажеттілігі туралы сұраққа жауап бере отырып, жастардың көпшілігі тіркелген некені қолдайтынын білдірді. Мәселен, респонденттердің 74,9%-ы некені АХАТ органдарында міндетті түрде тіркеу қажет деп санайды. Бұл жастардың қоғамдық санасында ресми неке институты маңыздылығының жоғары деңгейде сақталып отырғанын айғақтайды.

Сонымен қатар, зерттеуге қатысушылардың 13,4%-ы некені ресми тіркеу міндетті емес деп есептейді, ал 8,0%-ы «неке қию», никях немесе шіркеуде некелесу сияқты діни рәсімдерді өткізу жеткілікті деп санайды. Респонденттердің 3,6%-ы жауап беруге қиналған.

№2 Диаграмма. «Сіздің ойыңызша, некені ресми түрде тіркеу міндетті ме?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, %



Респонденттердің көпшілігі жынысына қарамастан некені ресми тіркеуді міндетті деп санайды, ерлердің 70,9%-ы және әйелдердің 79,1%-ы. Әйелдер арасында бұл көрсеткіштің жоғары болуы олардың заңды түрде рәсімделген отбасылық қарым-қатынастарға көбірек бағдарланғанын және ресми некені

отбасы тұрақтылығы мен әлеуметтік қорғалуының маңызды элементі ретінде қабылдайтынын көрсетеді.

Некені ресми түрде тіркеу міндетті емес деген пікірді ерлердің 14,5%-ы және әйелдердің 12,2%-ы қолдады. Ерлер арасында АХАТ органдарында тіркелмей-ақ, тек діни рәсім өткізуді жеткілікті деп есептейтіндердің үлесі жоғары – әйелдер арасындағы 5,7%-ға қарсы ерлерде 10,1%. Бұл ерлер арасында діни дәстүрлер мен некелік қарым-қатынастардың бейресми формалары маңыздылығының айқынырақ екенін аңғартуы мүмкін.

АХАТ-та тіркелуді де, діни рәсімді де қатар өткізуді жеткілікті деп көздейтін нұсқаны респонденттер еркін жауап ретінде қосқан, сондықтан оны ерлердің тек 0,2%-ы ғана көрсетті, ал әйелдер арасында бұл нұсқа мүлдем белгіленбеген. Жауап беруге ерлердің 4,3%-ы және әйелдердің 3,0%-ы қиналған.

Тұтастай алғанда, нәтижелер неке институтына деген дәстүрлі көзқарастың басым екенін көрсетеді. Бұл ретте әйелдер некені ресми тіркеу қажеттілігін жиірек қолдаса, ерлер отбасылық қарым-қатынастардың бейресми немесе тек діни формаларына белгілі бір дәрежеде жиірек жол береді.

№3 Диаграмма. «Сіздің ойыңызша, некені ресми түрде тіркеу міндетті ме?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, гендер бойынша, %



Ресми неке институтының жоғары деңгейде қолдау табуы отбасының әлеуметтік институт ретіндегі маңыздылығының сақталғанын айғақтайды. Сонымен бірге, жастардың отбасылық ұстанымдарын толығырақ түсіну үшін олардың дәстүрлі отбасылық құндылықтарға деген көзқарасын қарастыру қажет, өйткені бұл құндылықтар отбасылық рөлдер, ұрпақтар арасындағы қарым-қатынастар және отбасын құру принциптері туралы түсініктерді қалыптастырады. Жастардың дәстүрлі отбасылық құндылықтарға көзқарасын бағалау көрсеткендей, респонденттердің көпшілігі оларды қоғамдық өмірдің маңызды бөлігі ретінде қабылдайды. Мәселен, сауалнамаға қатысушылардың 49,3%-ы дәстүрлі отбасылық құндылықтар маңызды рөл атқарады және сақталуы тиіс деп есептейді. 32,5%-ы мұндай құндылықтардың маңызы зор, бірақ заманауи жағдайларға бейімделуді талап етеді деген пікірде. Сонымен қатар, зерттеуге қатысушылардың 10,4%-ы дәстүрлі отбасылық құндылықтардың негізінен аға ұрпақ үшін ғана маңызы бар деп санаса, 6,3%-ы заманауи қоғамда олар өз өзектілігін жоғалтты деп есептейді. Респонденттердің 1,5%-ы жауап беруге қиналған.

№4 диаграмма. «Сіздің ойыңызша, дәстүрлі отбасылық құндылықтардың жастар өміріндегі маңызы қандай (үлкендерді құрметтеу, дәстүрлер және т.б.)?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, %



Дәстүрлі отбасылық құндылықтардың жоғары маңыздылығына қарамастан, жастар некелік серігін таңдауды көбінесе ресми әлеуметтік сипаттамалармен емес, адамның тұлғалық қасиеттерімен байланыстырады. Бұл отбасы туралы дәстүрлі түсініктердің жеке қарым-қатынастарды құрудағы заманауи, индивидуалистік тәсілдермен ұштасып жатқанын айғақтайды. Серік таңдау барысында жастар, ең алдымен, тұлғалық қасиеттерге бағдарланады. Ең маңызды критерий ретінде «адал азамат белгілері (мейірімділік, адалдық, парасаттылық, еңбекқорлық)» аталды – 52,3%.

Сондай-ақ маңызды рөлді зияткерлік (44,3%), жас ерекшелігі (37,3%) және сыртқы келбет деректері (30,4%) атқарады. Келесі кезекте ұлты (24,6%), білім деңгейі (20,4%), қаржылық әл-ауқат (18,0%) және рулық/кландық факторлар (16,2%) белгіленген.

Діни сенім деңгейі мен зайырлылық салыстырмалы түрде төменірек маңыздылыққа ие (6,0% и 3,0%). Жалпы алғанда, заманауи жеке критерийлер мен дәстүрлі әлеуметтік факторлардың өзара ұштасуы байқалады.

№4 кесте. «Болашақ жарыңызды таңдағанда неге назар аударатын едіңіз?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, %

	Проценты*
Адал азаматқа тән қасиеттеріне (мейірімділік, адалдық, тәртіптілік, еңбекқорлық)	52,3
Ақыл-парасатына (логикалық-математикалық және эмоционалдық)	44,3
Жасына	37,3
Сыртқы келбетіне	30,4
Ұлтына	24,6
Білім деңгейіне	20,4
Қаржылық әл-ауқатына	18,0
Руына (ру, клан)	16,2
Ата-анасының әлеуметтік мәртебесіне	10,2
Мансабына	8,8
Діндарлығына	6,0
Зайырлылығына	3,0
Жауап беруге қиналамын	1,7

*Жауаптардың қосындысы 100%-дан асады, өйткені респондент бірнеше жауап нұсқасын таңдай алады

Гендерлік бөліністе «адал азамат» белгілері, зияткерлік және жас ерекшелігі секілді негізгі критерийлер бойынша айтарлықтай айырмашылықтар жоқ. Алайда, одан кейінгі көрсеткіштер бойынша жыныстар арасындағы өзгешеліктер байқалады. Мәселен, ерлер үшін сыртқы келбет деректері әйелдерге қарағанда маңыздырақ, әйелдердегі 26,4%-ға қарсы ерлерде 34,2%. Ал әйелдер болашақ жұбайының әлеуметтік-экономикалық сипаттамаларына көбірек назар аударады, қаржылық әл-ауқат әйелдердің 25,5%-ы үшін маңызды болса, ерлерде бұл көрсеткіш 10,7%-ды құрайды. Сондай-ақ әйелдер серігінің мансабына (6,2%-ға қарсы 11,4%) және білім деңгейіне (18,8%-ға қарсы 21,9%) жиірек мән береді. Бұл әйелдердің болашақ отбасының тұрақтылығы мен әлеуметтік қорғалуына деген бағдарының айқынырақ екенін көрсетеді.

Өз кезегінде ерлер әйелдерге қарағанда ұлтын (22,5%-ға қарсы 26,5%), рулық немесе кландық тегін (13,4%-ға қарсы 18,9%), сондай-ақ серігінің діни сенімін (5,1%-ға қарсы 6,8%) жиірек атап өткен. Бұл нәтижелер ерлердің некелік серікті таңдау кезінде дәстүрлі және мәдени аспектілерге көбірек бейім екенін көрсетеді.

Ата-ананың әлеуметтік мәртебесі ерлер мен әйелдер үшін бірдей маңызды – по 10,2%. Қолдау, өзара түсіністік, махаббат, құрмет және денсаулық секілді критерийлер ең төменгі көрсеткіштерге ие болды. Респонденттердің аз ғана бөлігі: ерлердің 2,2%-ы және әйелдердің 1,1%-ы жауап беруге қиналған.

Тұтастай алғанда, нәтижелер болашақ жар таңдау кезінде респонденттердің көпшілігі үшін моральдық қасиеттер мен интеллектуалды деңгейдің бірінші орында тұратынын көрсетеді. Бұл ретте әйелдер қаржылық тұрақтылық пен әлеуметтік табыстылыққа бағдарланса, ерлер сыртқы келбетке, ұлттық-мәдени және дәстүрлі сипаттамаларға көбірек назар аударады.

№5 кесте. «Болашақ жарыңызды таңдағанда неге назар аударатын едіңіз?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, гендер бойынша, %

	Ерлер	Әйелдер
Адал азаматқа тән қасиеттеріне (мейірімділік, адалдық, тәртіптілік, еңбекқорлық)	51,9	52,7
Ақыл-парасатына (логикалық-математикалық және эмоционалдық)	43,4	45,3
Жасына	37,8	36,7
Сыртқы келбетіне	34,2	26,4
Ұлтына	26,5	22,5
Руына (ру, клан)	18,9	13,4
Білім деңгейіне	18,8	21,9
Қаржылық әл-ауқатына	10,7	25,5
Ата-анасының әлеуметтік мәртебесіне	10,2	10,2
Діндарлығына	6,8	5,1
Мансабына	6,2	11,4
Зайырлылығына	3,0	2,9
Жауап беруге қиналамын	2,2	1,1

Қала мен ауыл жастарының болашақ жар таңдаудағы басымдықтарында әлеуметтік ортаның ерекшеліктері мен құндылықтар жүйесіне байланысты белгілі бір ұқсастықтар мен айырмашылықтар байқалады.

Екі топ үшін де болашақ жарының тұлғалық қасиеттері – «Адал азаматқа тән қасиеттеріне (мейірімділік, адалдық, тәртіптілік, еңбекқорлық)» басты критерий болып қала береді. Бұл қасиеттерді қала жастарының 53,2%-ы және ауыл жастарының 50,8%-ы атап өткен. Дегенмен, қалалық респонденттер жұбайының зияткерлігі мен эмоционалды үйлесімділігіне (36,0% қарсы 49,1%), сондай-ақ

сыртқы келбет деректеріне (27,5%-ға қарсы 32,1%) және қаржылық әл-ауқатына (16,0%-ға қарсы 19,1%) айтарлықтай жиірек назар аударады.

Өз кезегінде, ауыл жастары көбінесе дәстүрлі және әлеуметтік тұрғыдан қалыптасқан сипаттамаларға бағдарланады. Олар үшін серіктің жас ерекшелігі (қаладағы 35,3%-ға қарсы 40,5%), ұлты (21,7%-ға қарсы 29,4%), рулық немесе кландық тегі (13,5%-ға қарсы 20,9%), ата-анасының әлеуметтік мәртебесі (7,7%-ға қарсы 14,5%) және діни сенімі (5,1%-ға қарсы 7,5%) маңыздырақ болып табылады.

Осылайша, болашақ жар таңдау кезінде қала жастары да, ауыл жастары да, ең алдымен, тұлғалық қасиеттерге басымдық береді. Сонымен қатар, қала жастары серігінің жеке сипаттамаларына жиірек екпін жасаса, ауыл жастары үшін дәстүрлі, отбасылық және әлеуметтік факторлар үлкен маңызға ие болып қала береді.

№6 кесте. «Болашақ жарыңызды таңдағанда неге назар аударатын едіңіз?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, елді мекен түрі бойынша, %

	Қала	Ауыл
Адал азаматқа тән қасиеттеріне (мейірімділік, адалдық, тәртіптілік, еңбекқорлық)	53,2	50,8
Ақыл-парасатына (логикалық-математикалық және эмоционалдық)	49,1	36,0
Жасына	35,3	40,5
Сыртқы келбетіне	32,1	27,5
Ұлтына	21,7	29,4
Білім деңгейіне	19,3	22,2
Қаржылық әл-ауқатына	19,1	16,0
Руына (ру, клан)	13,5	20,9
Мансабына	9,0	8,4
Ата-анасының әлеуметтік мәртебесіне	7,7	14,5
Діндарлығына	5,1	7,5
Зайырлылығына	3,1	2,7
Жауап беруге қиналамын	2,0	1,1

Серік таңдау кезінде жастар тұлғалық қасиеттерге бағдарланғанымен, олардың отбасылық өмірде қандай факторларды қабылданбайды деп есептейтінін және нені ажырасуға әкелуі мүмкін деп санайтынын түсіну де маңызды рөл атқарады. Респонденттер отбасылық қарым-қатынастардағы ең жағымсыз фактор ретінде ерлі-зайыптылардың бірінің опасыздығын атайды – бұл нұсқаны сауалнамаға қатысушылардың 48,9%-ы белгілеген. Бұл жастардың отбасылық өмір туралы түсінігінде адалдық, сенім және эмоционалды лоялдылықтың жоғары маңыздылығын көрсетеді. Алынған мәліметтер серік таңдау критерийлерімен де үлкен дәрежеде сәйкес келеді, онда жастар бірінші кезекте адалдық, парасаттылық және жауапкершілік сияқты қасиеттерге назар аударған болатын.

Неке бұзудың маңыздылығы жағынан екінші себебі ретінде жастар физикалық зорлық-зомбылықты атайды (41,2%). Сонымен қатар, респонденттердің 19,2%-ы психологиялық зорлық-зомбылықты көрсеткен.

Ерлі-зайыптылардың бірінің алкогольдік немесе есірткілік тәуелділігі де отбасы үшін елеулі тәуекел факторы ретінде қабылданады (33,4%). Респонденттердің 19,8%-ы «құмар ойындарға салыну» нұсқасын таңдаған. Бұл тәуелді мінез-құлықтың отбасы тұрақтылығы мен серіктестердің әл-ауқатына төнетін қауіп ретінде теріс қабылданатынын көрсетеді.

Респонденттердің төрттен біріне жуығы мінездердің үйлеспеушілігін ажырасудың елеулі себебі деп есептейді (24,2%), ал 20,9%-ы махаббат пен эмоционалды байланыстың жоқтығынан алға тартады. Осылайша, эмоционалды

үйлесімділік пен психологиялық жайлылық жастар үшін ресми отбасылық міндеттемелерден кем түспейтін маңызды рөл атқарады.

Жастар балалы бола алмау (9,8%), өмірлік жоспарлар мен мақсаттардағы айырмашылықтар (9,6%) және жұбайының ата-анасына немесе туыстарына құрмет көрсетпеу (9,2%), діни сенімдердегі (6,3%), дәстүрлер мен әдет-ғұрыптардағы (5,9%) өзгешеліктер, сондай-ақ қаржылық қиындықтар (5,6%) сияқты нұсқаларды анағұрлым сирек атап өткен. Бұл жастардың көпшілігі үшін некенің тұлғааралық және эмоционалды аспектілері әлеуметтік немесе мәдени айырмашылықтарға қарағанда маңыздырақ екенін айғақтауы мүмкін.

Кез келген жағдайға қарамастан некені сақтап қалу басымдық ретінде қарастырылған дәстүрлі түсініктерден айрықшалана отырып, қазіргі заманғы жастар тұлғааралық қарым-қатынастардың сапасына және жеке әл-ауқатқа көбірек бағдарланған.

№7 кесте. «Төменде көрсетілген себептердің қайсысы Сіз үшін некені бұзуға негіз бола алады?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, %

	Проценты*
Жұбайының опасыздығы	48,9
Физикалық зорлық-зомбылық	41,2
Жұбайлардың бірінің алкогольге немесе есірткіге тәуелділігі	33,4
Мінездерінің үйлеспеуі	24,2
Махаббат пен жақындықтың болмауы	20,9
Құмар ойындарға әуестік	19,8
Психологиялық зорлық-зомбылық	19,2
Балалы бола алмау	9,8
Өмірлік жоспарлар мен мақсаттардағы айырмашылықтар	9,6
Жұбайының ата-анасына немесе туыстарына құрметсіздік	9,2
Діни көзқарастардағы айырмашылықтар	6,3
Дәстүрлер мен әдет-ғұрыптардағы айырмашылықтар	5,9
Қаржылық қиындықтар	5,6
Дәстүрлі емес сексуалдық бағдар	5,0
Қашықтық және географиялық бөліну	4,2
Қанағаттанарлықсыз сексуалдық өмір	3,1
Жауап беруге қиналамын	3,0

*Жауаптардың қосындысы 100%-дан асады, өйткені респондент бірнеше жауап нұсқасын таңдай алды

Тұтастай алғанда, әйелдер серігінің зорлық-зомбылығы мен тәуелділіктеріне сезімтал келеді, ал ерлер опасыздыққа, эмоционалды алшақтауға және баланың болмауы мәселесіне көбірек мән береді. Қалған себептер бойынша елеулі гендерлік айырмашылықтар байқалмайды. Нәтижелерге сәйкес, әйелдер ерлерге қарағанда ажырасуға негіз ретінде физикалық зорлық-зомбылықты (ерлердегі 30,1%-ға қарсы әйелдерде 52,7%) және психологиялық зорлық-зомбылықты (16,2%-ға қарсы 22,2%), сондай-ақ серігінің алкогольдік немесе есірткіге тәуелділік (30,1%-ға қарсы 36,7%) жиірек көрсетеді. Ерлер болса опасыздықты (47,8%-ға қарсы 49,9%), махаббат пен жақындықтың болмауы (18,8%-ға қарсы 23,0%) және балалы бола алмау мәселесін (7,3%-ға қарсы 12,1%) сәл жиірек атайды. Мінездердің үйлеспеушілігіне, қаржылық қиындықтарға, құмар ойындарға және сексуалдық өмірге көңіл толмаушылыққа байланысты себептердің маңыздылығы екі жыныс үшін де ұқсас деңгейде.

№8 кесте. «Төменде көрсетілген себептердің қайсысы Сіз үшін некені бұзуға негіз бола алады?» деген сұраққа берілген жауаптардың гендерлік бөлінісі, %

	Мужчины	Женщины
--	---------	---------

Физикалық зорлық-зомбылық	30,1	52,7
Жұбайының опасыздығы	49,9	47,8
Жұбайлардың бірінің алкогольге немесе есірткіге тәуелділігі	30,1	36,7
Мінездерінің үйлеспеуі	25,6	22,6
Психологиялық зорлық-зомбылық	16,2	22,2
Құмар ойындарға әуестік	18,5	21,1
Махаббат пен жақындықтың болмауы	23,0	18,8
Өмірлік жоспарлар мен мақсаттардағы айырмашылықтар	10,5	8,7
Жұбайының ата-анасына немесе туыстарына құрметсіздік	10,2	8,2
Балалы бола алмау	12,1	7,3
Діни көзқарастардағы айырмашылықтар	7,0	5,6
Қаржылық қиындықтар	6,0	5,2
Дәстүрлер мен әдет-ғұрыптардағы айырмашылықтар	7,3	4,4
Дәстүрлі емес сексуалдық бағдар	5,9	4,0
Қашықтық және географиялық бөліну	4,8	3,6
Қанағаттанарлықсыз сексуалдық өмір	3,1	3,0
Жауап беруге қиналамын	3,7	2,2

Қорытындылар

1. Құндылықтар деңгейінің төмендеу үрдісі байқалғанымен, отбасылық құндылықтарды сақтау жастардың маңызды ерекшелігі болып қала береді. Жастар бұрынғысынша отбасын (48,0%), денсаулықты (37,3%), білімді (23,7%) және жұмыс/мансапты (21,3%) бәрінен жоғары бағалайды, алайда дәстүрлі бағдарлардың маңызы төмендеп, жеке индивидуалды құндылықтардың өсімі байқалады. Бостандық пен жақсы өмір іздеудің (19,8%), жан тыныштығының (15,6%), махаббаттың (15,2%) және жеке шекараларды сақтаудың (14,5%) рөлі күшейіп келеді.

Жас ұлғайған сайын ата-анасы ретіндегі отбасының маңыздылығы төмендесе (49,7%-дан 46,3%-ға дейін), өз отбасын құру құндылығы айтарлықтай өседі (11,3%-дан 38,1%-ға дейін).

2. Ресми неке жастар арасында қоғамдық қолдаудың жоғары деңгейін сақтап отыр. Сауалнамаға қатысқандардың төрттен үшіне жуығы (74,9%) некені ресми түрде тіркеуді міндетті деп санайды, бұл ретте әйелдер арасында бұл көрсеткіш ерлерге (70,9%) қарағанда жоғары (79,1%). Жастардың тек 13,4%-ы ғана тіркеуді міндетті емес деп есептейді.

3. Болашақ жар таңдау кезінде жастар, ең алдымен, серігінің тұлғалық қасиеттеріне бағдарланады. Ең маңызды критерийлер ретінде мейірімділік, адалдық, тәртіптілік пен еңбекқорлық (52,3%), ақып-парасат (44,3%) және жас ерекшелігі (37,3%) алға шығады. Бұл ретте әйелдер серігінің қаржылық әлауқатына (25,5%) жиірек назар аударса, ерлер сыртқы келбетке (34,2%) және ұлттық-мәдени сипаттамаларға (26,5%) көбірек мән береді.

4. Қала мен ауыл жастары некелік серік таңдау тәсілдеріне айырмашылықтар көрсетіп отыр, бұл ретте ауыл жастары дәстүрлі көзқарасты ұстанады. Қала тұрғындары зияткерлікке (ауылдық жерлердегі 36,0%-ға қарсы қалада 49,1%), сыртқы келбетке мен қаржылық әл-ауқатқа жиірек бағдарланса, ауыл жастары үшін жас ерекшелігі (40,5%), ұлты (29,4%), рулық немесе кландық тегі (20,9%) және діни сенімі (7,5%) маңыздырақ болып табылады.

5. Жастар үшін сенімнің бұзылуы мен зорлық-зомбылық некені бұзудың негізгі себептері болып табылады. Ең қабылданбайтын себептер ретінде ерлі-зайыптылардың бірінің опасыздығы (48,9%) және физикалық зорлық-зомбылық (41,2%) аталды. Сондай-ақ ерлі-зайыптылардың бірінің алкогольдік немесе есірткілік тәуелділігі (33,4%), мінездердің үйлеспеушілігі (24,2%) және махаббатың жоқтығы (20,9%) елеулі факторлар болып есептеледі. Гендерлік

айырмашылықтар ажырасу себептерін бағалауда да көрініс табады. Әйелдер ерлерге қарағанда физикалық зорлық-зомбылықты (30,1%-ға қарсы 52,7%), психологиялық зорлық-зомбылықты (16,2%-ға қарсы 22,2%) және серігінің тәуелділіктерін (30,1%-ға қарсы 36,7%) некені бұзуға негіз ретінде айтарлықтай жиірек қарастырады. Ерлер болса опасыздықты (49,9%), махаббаттың жоқтығын (23,0%) және балалы бола алмау мәселесін (12,1%) сәл жиірек көрсетеді.

2. ЖАСТАРДЫҢ СӘЙКЕСТІГІ ЖӘНЕ ДЕНСАУЛЫҒЫ

Зерттеу аясында жастардың өзін-өзі сәйкестендіру ерекшеліктері, азаматтық рәміздерге көзқарасы, діни сенім деңгейі, сондай-ақ тұрғылықты жерлеріндегі этносаралық келісімді қабылдауы зерделенді. Сұрақтардың бұл блогы жастардың өз сәйкестігі үшін қандай әлеуметтік және мәдени сипаттамаларды ең маңызды деп санайтынын бағалауға, сонымен қатар жас буынның қоғамдық және құндылықтық ұстанымдарының ерекшеліктерін анықтауға мүмкіндік береді.

Зерттеу нәтижелері көрсеткендей, жастар үшін өзін-өзі сәйкестендірудің ең маңызды факторы азаматтық тиесілілік болып табылады. Мәселен, респонденттердің 36,8%-ы азаматтықты өздерін бірінші кезекте байланыстыратын басты белгі ретінде атап өткен. Респонденттер өз сәйкестігін этностық тиесілілікпен (13,1%), жынысымен (12,8%) және дінімен (9,0%) анағұрлым сирек байланыстырады. Рулық тиесілілік («ру») зерттеуге қатысушылардың 7,2%-ы үшін, ал жас ерекшелігі тобы 7,8%-ы үшін маңызды болып шықты. Облыс, қала, аудан немесе ауыл сияқты аймақтық және жергілікті сипаттамалар жастардың өзін-өзі сәйкестендіруінде айтарлықтай төмен рөл атқарады.

2025 жылмен салыстырғанда, 2026 жылы азаматтықтың маңыздылығы сәл төмендеген (38,1%-ға қарсы 36,8%), соған қарамастан ол бірегейліктің басты белгісі болып қала береді. Ондақо оно остаётся главным признаком самоидентификации. Сонымен қатар діннің (4,9%-ға қарсы 9,0%), этностықтың (12,4%-ға қарсы 13,1%) және жыныстың (11,5%-ға қарсы 12,8%) рөлі артты. Керісінше, тұратын қаланың (4,4%-ға қарсы 2,7%), оқу орнының (3,5%-ға қарсы 1,7%) және жас ерекшелігі тобының (8,5%-ға қарсы 7,8%) маңыздылығы азайды.

Тұтастай алғанда, азаматтық сәйкестіктің жетекші рөлі сақтала отырып, бірегейліктің этномәдени және діни аспектілері маңыздылығының күшеюі байқалады.

№9 кесте. «Төмендегі белгілердің қайсысын өзіңіздің өзіндік бірегейлігіңіз үшін ең маңызды деп санайсыз?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, %

	2025	2026
Азаматтық	38,1	36,8
Этностық	12,4	13,1
Жыныс	11,5	12,8
Дін	4,9	9,0
Жас тобы	8,5	7,8
Ру (ру)	6,4	7,2
Жауап беруге қиналамын	7,2	6,4
Қала	4,4	2,7
Оқыған оқу орны	3,5	1,7
Облыс	2,0	1,4
Аудан (ауыл, кент және т.б.)	0,9	0,9
Құндылықтар	-	0,1
Қоршаған орта	-	0,1

Этникалық тиесілілік бөлінісінде көптеген топтар үшін өзіндік бірегейлікті анықтайтын ең маңызды белгі азаматтық болып табылады, бұл үрдіс әсіресе қазақтар (37,9%), орыстар (37,1%) және өзбектер (32,6%) арасында айқын байқалады. Сонымен қатар, украиндар (28,0%), ұйғырлар (21,7%) және басқа да этнос өкілдері (26,6%) арасында этностық тиесілілік салыстырмалы түрде маңыздырақ рөл атқарады. Өзбектер басқа топтармен салыстырғанда өз бірегейлігін жынысымен және жас тобымен айтарлықтай жиі байланыстырады (әрқайсысы 25,6%), ал орыстар арасында жыныс факторының маңыздылығы

16,7%-ды құрайды. Қазақтар үшін азаматтық сәйкестіктің этностық тиесілілікпен (12,7%) және жас тобымен (9,2%) қалыпты деңгейде ұштасуы тән ерекшелік болып табылады. Орыстар арасында діннің маңыздылығы салыстырмалы түрде жоғары (11,7%), ал украиндар арасында бұл көрсеткіш 12,0%-ға жетеді.

№10 кесте. «Төмендегі белгілердің қайсысын өзіңіздің өзіндік бірегейлігіңіз үшін ең маңызды деп санайсыз?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, этнос бойынша, %

	Қазақ	Орыс	Өзбек	Украин	Ұйғыр	Басқа
Азаматтық	37,9	37,1	32,6	20,0	17,4	26,6
Этностық	12,7	10,0	9,3	28,0	21,7	26,6
Жыныс	12,1	16,7	25,6	16,0	8,7	10,9
Дін	7,7	11,7	0,0	12,0	4,3	3,1
Жас тобы	9,2	4,2	25,6	4,0	8,7	10,9

Тұтастай алғанда, зерттеу нәтижелері жастардың өзін-өзі сәйкестендіруінің негізін азаматтық тиесілілік құрайтынын және ол респонденттердің этникалық тегіне қарамастан жетекші позициясын сақтап қалатынын айғақтайды. Бұл ретте өткен жылмен салыстырғанда этностық және діни факторлар маңыздылығының біршама күшейгені байқалады. Жастардың азаматтық сәйкестігі көбінесе мемлекеттік рәміздерге сүйенеді, олар елге тиесілілік сезімінің айқындаушы белгілері ретінде көрініс табады. Жалпы алғанда, мәліметтер жастардың өзін-өзі қабылдау құрылымында этномәдени ерекшеліктердің маңызды рөлі сақтала отырып, азаматтық сәйкестіктің басым екендігін көрсетеді.

Азаматтықты өз сәйкестігінің маңызды элементі ретінде көрсеткен респонденттер арасында мемлекеттік рәміздер – ту, елтаңба және әнұран ең жоғары маңыздылыққа ие (40,6%). Бұл мемлекеттің ресми атрибуттарының елге тиесілілік сезімін қалыптастырудағы символдық рөлінің жоғары екенін дәлелдейді.

Маңыздылығы жағынан екінші символ ол Қазақстан Республикасы азаматының төлқұжаты, оны респонденттердің 21,0%-ы атап өткен. Сондай-ақ ұлттық мәдени символдар мен дәстүрлер де маңызды рөл атқарады (12,9%), бұл азаматтық сәйкестіктің мәдени мұрамен және ұлттық құндылықтармен тығыз байланысты екенін аңғартады.

Жастар азаматтық тиесілілікті ұлттық валютамен (7,6%), мемлекеттік мерекелермен (7,1%) немесе әскери символикамен (1,9%) сирегірек байланыстырады. Респонденттердің аз ғана бөлігі (3,0%) ұсынылған символдардың ешқайсысы оларда азаматтық тиесілілікпен ерекше байланыс тудырмайтынын атап өткен.

№11 кесте. «Азаматтыққа тиесілі қандай рәміздері Сізге көбірек ұнайды?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі (тек өткен сұрақта «азаматтық» нұсқасын белгілеген респонденттер жауап берді), %

	Пайыз
Мемлекеттік рәміздер (ту, елтаңба, әнұран)	40,6
Қазақстан Республикасы азаматының паспорты	21,0
Ұлттық мәдени рәміздер мен дәстүрлер	12,9
Ұлттық валюта (теңге)	7,6
Мемлекеттік мерекелер мен атаулы күндер	7,1
Жауап беруге қиналамын	5,7
Көрсетілгендердің ешқайсысы	3,0
Отанға қызмет етудің әскери киімі мен атрибуттары	1,9

Егер мемлекеттік рәміздер жастардың елге деген азаматтық тиесілілігін айқындаса, діни сәйкестік жас буынның рухани және дүниетанымдық бағдарларын

бағалауға мүмкіндік береді. Осыған байланысты жастардың сенім мен дін мәселелеріне көзқарасын талдау маңызды рөл атқарады.

Зерттеу нәтижелері көрсеткендей, жастардың көпшілігі өзін қандай да бір дәрежеде сенушілер қатарына жатқызады. Олардың арасында діншілдіктің қалыпты формасы ең көп таралған: респонденттердің 57,2%-ы өздерін құдайға сенетін адамдар ретінде санағанымен, тек жекелеген мерекелер мен діни жоралғыларды орындаумен ғана шектелетінін атап өткен. Ал жастардың 11,6%-ы өздерін діни қағидаларды қатаң ұстанатын, құлшылықтарын белсенді түрде орындайтын діндар ретінде сипаттады. Осылайша, жиынтық алғанда жастардың үштен екісіне жуығы өзін дінмен байланыстырады.

Респонденттердің бір бөлігі неғұрлым зайырлы көзқарастарды ұстанады. Мәселен, 7,1%-ы дінге сенбейтінін, бірақ діндар адамдарға бейтарап қарайтынын мәлімдесе, 2,3%-ы өздерін атеист, ал 2,2%-ы агностик деп атаған. 17,1%-ы дінге сенбейтінін, алайда жекелеген жіни жораларды орындайтынын мәлімдеді. Алынған мәліметтер жастар ортасында белгілі бір дүниетанымдық әртүрліліктің сақатлуымен қатар, қалыпты діншілдік үрдісінің басым екенін көрсетеді.

№5 диаграмма. «Айтыңызшы, өзіңізді дінге сенетін адам қатарына жатқызасыз ба?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, %

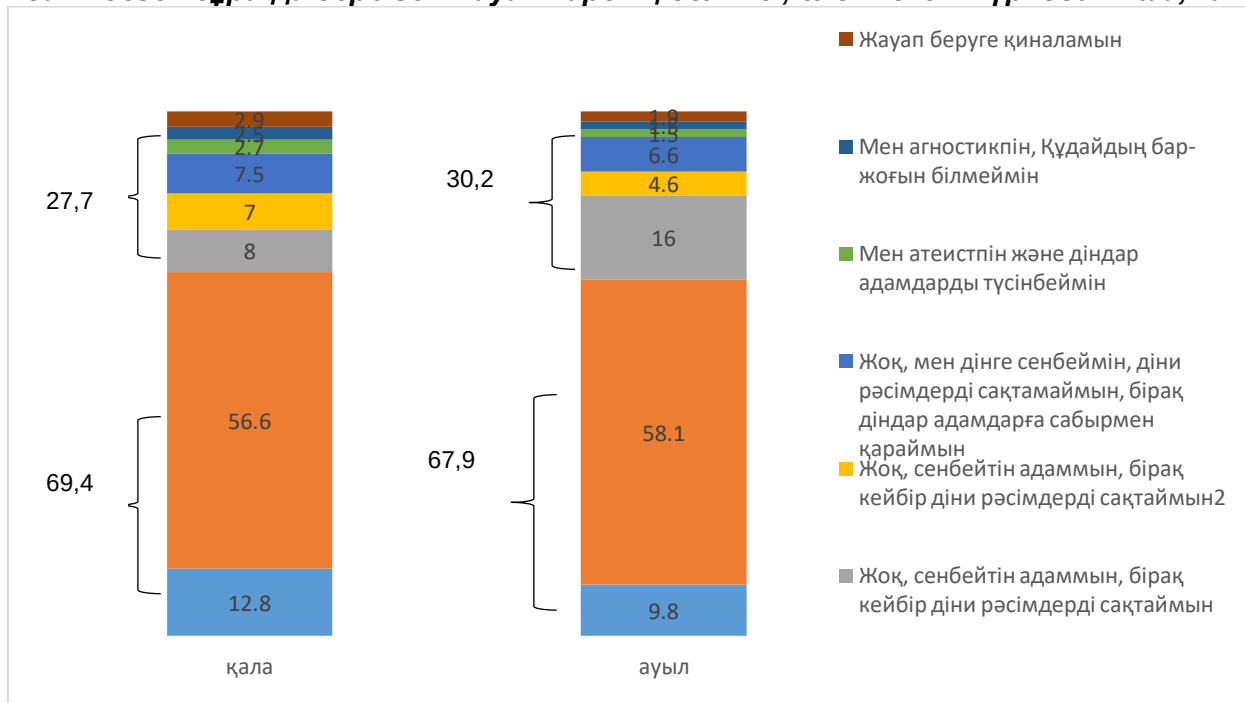


Тұтастай алғанда, респонденттердің көпшілігі өздерін діни жоралғыларды ішінара орындайтын сенушілер қатарына жатқызды. Егер бұл мәселені қоныстану типі бойынша қарастыратын болсақ, қалаларда респонденттердің 12,8%-ы өздерін құлшылықтарын блесенді орындайтын діндарлар деп атаса, діни қағидаларды ішінара орындайтын сенушілер – 56,6%-ды құрайды. Ауылдық жерлерде құлшылықтарын белсенді орындайтын діндарлардың үлесі сәл төменірек – 9,8%, ал қағидаларды ішінара орындайтын сенушілер – 58,1%.

Дінге сенбейтін, бірақ жекелеген діни жоралғыларға қатысатындар қалаларда 8%-ды, ал ауылда 16%-ды құрап отыр. «Дінге сенбеймін және рәсімдерді сақтамаймын» санаты қалаларда 7–7,5%-ды, ал ауылдарда 4,6–6,6%-ды құрайды.

Осылайша, жиынтық алғанда қалалық жерде діни жастардың үлесі ауылдық жерлерге қарағанда көп (67,9%-ға қарсы 69,4%). Нәтижелер көрсеткендей, ауыл жастары мерекелер мен жоралғыларға қатысу арқылы өздерін сеніммен көбірек байланыстырса, қала жастары қатаң діни тәжірибеге біршама бейім келеді.

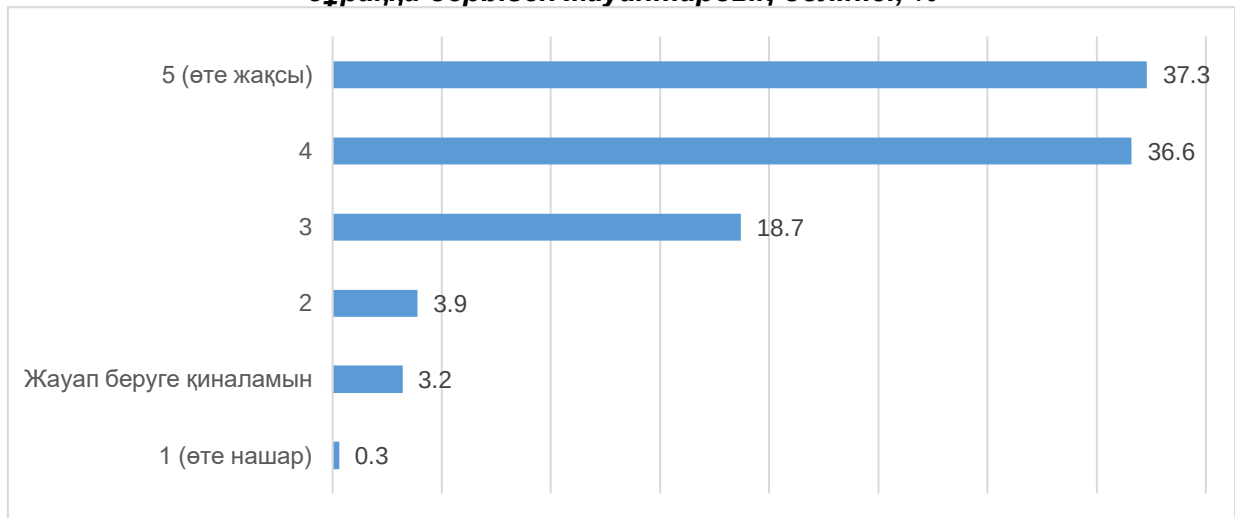
№6 диаграмма. «Айтыңызшы, өзіңізді дінге сенетін адам қатарына жатқызасыз ба?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, елді мекен түрі бойынша, %



Бұл ретте діни ахуал қоғамдық тұрақтылық пен әлеуметтік үйлесімділіктің құрамдас бөліктерінің бірі ғана болып табылады. Көпұлтты Қазақстан үшін жастар ортасындағы этносаралық қарым-қатынастардың жай-күйі мен ұлтаралық келісімнің деңгейі қоғамдық әл-ауқаттың маңызды индикаторы ретінде көрініс табады. Елді мекендердегі этносаралық келісім деңгейін бағалау ұлтаралық қарым-қатынастардың негізінен оң қабылданатынын көрсетеді. Респонденттердің көпшілігі жағдайды тұрақты әрі қолайлы деп бағалайды: респонденттердің 37,3%-ы ең жоғары «5» деген бағаны қойса, 36,6%-ы «4» деген баға берген. Орташа «3» деген бағаны зерттеуге қатысушылардың 18,7%-ы таңдаған, ал төменгі «1» және «2» бағаларының жиынтық үлесі 4,2%-ды құрады.

Нәтижелер жастар арасында қоғамдық тұрақтылықтың айтарлықтай жоғары деңгейде екенін және этносаралық қарым-қатынастардың оң қабылданатынын айғақтайды. Бұл сондай-ақ жастар ортасында қоғамдық келісім мен әртүрлі этникалық топтардың бейбіт қатар өмір сүру құндылықтарының маңыздылығын көрсетуі мүмкін.

№7 диаграмма. «Елді мекеніңіздегі этносаралық келісім деңгейін 1-ден 5 балға дейінгі шкала бойынша бағалаңыз, мұнда 1 – өте нашар, 5 – өте жақсы» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, %



Жастар бағалауындағы аймақтық айырмашылықтарды талдау үшін бес балдық шкала бойынша нәтижелерді индекстеу әдісі қолданылды. Көрнекілікті арттыру мақсатында әрбір жауап нұсқасына тиісті салмақ беріледі: «5» деген баға қойған респонденттердің үлесі 5-ке, «4» деген баға – на 4-ке, «3» деген баға – 3-ке және т.с.с. көбейтіледі. Алынған мәндер қосылып, содан кейін қорытынды көрсеткіш мазмұнды жауап берген (жауап беруге қиналғандарды есепке алмағанда) респонденттердің үлесіне бөлінеді. Нәтижесінде 1-ден 5 балға дейінгі мәндерді қамтитын, өңірлер арасындағы бағалауларды дұрыс салыстыруға мүмкіндік беретін интегралдық индекс қалыптасады.

Ең жоғары көрсеткіш Ұлытау облысында (4,5 балл) тіркелді, бұл республикалық орташа деңгейден (4,1 балл) асатын жалғыз өңір. Салыстырмалы түрде жоғары бағалар Маңғыстау (4,0) және Қызылорда (3,9), Ақмола облысында (3,8 балл), Ақтөбе облысы мен Астана қаласында 3,7 балдан, Қостанай, Солтүстік Қазақстан облыстары мен Шымкент қаласында 3,6 балдан байқалады. Көрсеткіштер Абай, Жетісу және Қарағанды облыстарында (әрқайсысында 3,5 балдан), сондай-ақ Алматы, Жамбыл, Павлодар және Түркістан облыстарында (әрқайсысында 3,3 балдан) сәл төменірек тіркелді.

Индекстің ең төменгі мәндері Атырау және Батыс Қазақстан облыстарында (әрқайсысында 3,1 балдан), Шығыс Қазақстан облысында (3,0 балл), сондай-ақ Алматы қаласында (2,9 балл) белгіленді.

Тұтастай алғанда, нәтижелер этносаралық келісімді орташа-жоғары бағалау басым болғанына қарамастан, айқын аймақтық айырмашылықтардың сақталып отырғанын көрсетеді, бұл ретте бірқатар батыс және солтүстік облыстарға жоғары көрсеткіштер тән болса, ірі қалалар мен бөлектеген шығыс және оңтүстік өңірлер үшін төменірек мәндер тән.

№12 кесте. «Елді мекеніңіздегі этносаралық келісім деңгейін 1-ден 5 балға дейінгі шкала бойынша бағалаңыз, мұнда 1 – өте нашар, 5 – өте жақсы» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, облыс бойынша, индекс

Облыс	Индекс*
Ұлытау	4,5
Қазақстан Республикасы	4,1
Маңғыстау	4
Қызылорда	3,9
Ақмола	3,8
Ақтөбе	3,7

Астана қ.	3,7
Қостанай	3,6
Солтүстік Қазақстан	3,6
Шымкент қ.	3,6
Абай	3,5
Жетісу	3,5
Қарағанды	3,5
Алматы	3,3
Жамбыл	3,3
Павлодар	3,3
Түркістан	3,3
Атырау	3,1
Батыс Қазақстан	3,1
Шығыс Қазақстан	3
Алматы қ.	2,9

Бірегейлік мәселелерінен бөлек, жастарды зерттеудің маңызды аспектісі олардың физикалық, психологиялық және репродуктивтік денсаулығының жай-күйі болып табылады. Бұл саладағы ұстанымдар мен мінез-құлық үлгілері көбінесе жастардың ақпараттандырылу деңгейін, олардың құндылықтық бағдарлары мен өз болашығына жауапкершілікпен қарауға дайындығын көрсетеді.

Зерттеу аясында жастардың репродуктивтік және сексуалдық денсаулығына байланысты мәселелер кешені қаралды. Бұл блок ақпарат алу көздерін, жыныстық жолмен таралатын аурулар туралы білім деңгейін, сексуалдық ағартушылыққа көзқарасты, сексуалдық мінез-құлық нормаларын, сондай-ақ репродуктивтік ұстанымдарды қамтиды.

Зерттеу нәтижелеріне сәйкес, жастар репродуктивтік және сексуалдық денсаулық туралы ең беделді ақпарат көзі ретінде көбінесе медицина мамандарын атайды. Бұл топта бейінді дәрігерлерге (гинекологтар, урологтар, репродуктологтар) жүгіну – 27,7%-бен, сондай-ақ отбасылық дәрігерлерге жүгіну - 11,6%-бен көш бастап тұр. Қосымша ретінде маңызы төмендеу болса да қолданылатын ақпарат көздеріне ЖИТС орталықтары (5,3%) мен жедел желілер (5,1%) жатады. Жиынтық алғанда, медициналық ақпарат көздері ең сенімді ақпарат арнасын құрайды.

Маңыздылығы жағынан екінші топты ақпараттық және білім беру көздері құрайды (жиынтығы 45%). Олардың ішінде медициналық мекемелердегі баспа материалдары (13,7%), әлеуметтік желілер мен блогерлер (9,5%), мектептегі сабақтар (9,3%) және деректі фильмдер (8,4%) ең жиі аталады. Форумдардағы талқылаулардың маңызы ең төмен (4,1%) болып шықты.

Үшінші топты отбасылық талқылаулар (16,4%) мен достар/құрдастарды (16,6%) қамтитын жақын әлеуметтік орта құрайды (жиынтығы 33%), бұл ақпарат берудегі бейресми арналардың рөлі жоғары екенін көрсетеді.

Ақпараттық алшақтық және белгісіздік тобы бөлек айқындалады (35,7%). Оған мұндай тақырыптарды талқылауға ұялатын (7,9%), мұндай ақпаратты мүлдем алмайтын (11,1%), жауап беруге қиналатын (2,3%) респонденттер, сондай-ақ жауап беруден бас тартқандардың қомақты үлесі (14,4%) кіреді.

Жастар арасындағы репродуктивтік және сексуалдық денсаулық мәселелері бойынша ақпараттық кеңістік аралас сипатқа ие: медицина мамандары мен білім беру көздеріне деген сенім басым, алайда бейресми арналардың (отбасы мен достар) рөлі де маңызды болып қала береді, сонымен бірге ақпараттық белгісіздік пен тақырыптың әлеуметтік тұрғыдан табулануының жоғары үлесі байқалады.

№13 кесте. «Репродуктивтік және сексуалдық денсаулық туралы Сіз үшін ең беделді ақпарат көздерін көрсетіңіз?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, %

Топтар	Жауаптар	Пайызы*	Қосындысы
Медицина мамандары	Гинекологыммен / урологыммен / репродуктологыммен әңгіме	27,7	49,7
	Отбасылық дәрігеріммен әңгіме	11,6	
	ЖИТС орталығы	5,3	
	Жедел желі	5,1	
Ақпараттық-білім беру және медиа ресурстар	Медициналық мекемелердегі баспа материалдары	13,7	45
	Блогерлер / әлеуметтік желілер	9,5	
	Мектеп сабақтары мен талқылаулар	9,3	
	Деректі фильмдер	8,4	
	Форумдардағы талқылаулар	4,1	
Ақпараттық алшақтық және белгісіздік	Талқылауға немесе сұрауға ұяламын	7,9	35,7
	Жауап беруге қиналамын	2,3	
	Жауаптан бас тарту	14,4	
	Мен мұндай ақпарат алмаймын	11,1	
Жақын әлеуметтік орта	Отбасылық талқылаулар	16,4	33
	Құрдастар / достар	16,6	

*Жауаптардың қосындысы 100%-дан асалы, өйткені респондент бірнеше жауап нұсқасын таңдай алды

Жастардың ақпарат көздерін таңдауын жас ерекшеліктеріне қарай саралау өте маңызды үрдістерді көрсетеді. Жалпы алғанда, ақпарат көздерінің құрылымы барлық жас топтарында ұқсас болғанымен, жекелеген арналарға сенім білдіру деңгейі жас ұлғайған сайын айтарлықтай өзгереді.

Жастар есейген сайын репродуктивтік және сексуалдық денсаулық мәселелері бойынша медицина мамандарының рөлі арта түседі. Егер 14-18 жас аралығындағы жасөспірімдердің 22,2%-ы гинеколог, уролог немесе репродуктологпен сөйлесуді беделді дереккөз деп атаса, 29-34 жас аралығындағы жастарда бұл көрсеткіш 30,7%-ға дейін жетеді. Осыған ұқсас динамика отбасылық дәрігерлерге қатысты да байқалады: кіші топтағы 10,8%-дан ересек топтағы 13,2%-ға дейін өседі.

Сонымен қатар, жасөспірімдер үшін ақпарат алудағы бейресми және білім беру арналарының рөлі зор. Мәселен, мектеп сабақтары мен талқылауларды 14-18 жастағы жастардың 15,4%-ы атап өтсе, 29–34 жас аралығындағы респонденттер арасында бұл көрсеткіш небәрі 5,4%-ды құрайды. Жасөспірімдер арасында достар мен құрдастардың (19,2% қарсы 14,7%) және блогерлер мен әлеуметтік желілердің (11,5% қарсы 7,6% сәйкесінше) сұранысқа ие екені анықталды.

Дәл 14-18 жас аралығындағы жастар арасында репродуктивтік және сексуалдық денсаулық туралы ақпарат алуда қиындықтарға тап болатындардың үлесі ең жоғары. Мәселен, жасөспірімдердің 13,1%-ы мұндай тақырыптарды талқылауға ұялатынын, ал 12,0%-ы мұндай ақпаратты мүлдем алмайтынын мойындаған. Бұл көрсеткіштер ересек жас топтарының мәндерінен едәуір асып түседі және жасөспірімдерді репродуктивтік денсаулық мәселелері бойынша қолжетімді және сенімді ақпараттандырудың әлі де болса тапшы екенін айғақтайды.

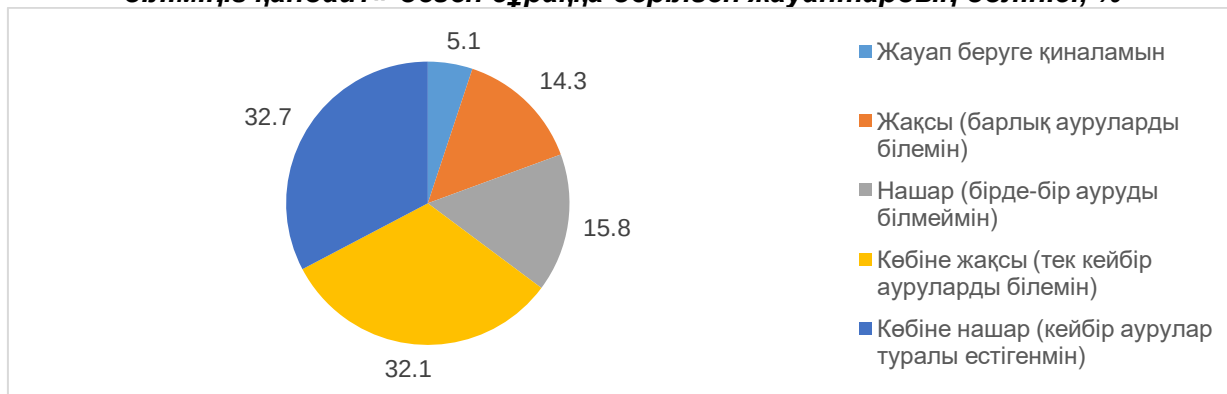
Осылайша, жас ерекшелігі ақпарат көздерін таңдауға айтарлықтай әсер етеді: жас топтар мектепке, достарға және цифрлық ортаға көбірек иек артса, ересек жастар медицина мамандарына және ресми ақпарат арналарына көбірек сенеді.

№14 кесте. «Репродуктивтік және сексуалдық денсаулық туралы Сіз үшін ең беделді ақпарат көздерін көрсетіңіз» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, жас бойынша, %

	14-18 жас	19-23 жас	24-28 жас	29-34 жас
Гинекологыммен / урологыммен / репродуктологыммен әңгіме	22,2	29,3	29,6	30,7
Құрдастар / достар	19,2	17,7	14,3	14,7
Отбасылық талқылаулар	16,8	14,4	17,8	16,6
Жауаптан бас тарту	13,3	13,3	14,8	15,9
Медициналық мекемелердегі баспа материалдары	11,0	14,4	15,0	14,7
Отбасылық дәрігеріммен әңгіме	10,8	11,1	11,0	13,2
Мен мұндай ақпарат алмаймын	12,0	11,8	10,3	10,2
Блогерлер / әлеуметтік желілер	11,5	10,6	7,8	7,6
Мектеп сабақтары мен талқылаулар	15,4	9,8	5,5	5,4
Деректі фильмдер	6,8	8,9	8,8	9,2
Талқылауға немесе сұрауға ұяламын	13,1	6,0	7,0	4,9
ЖИТС орталығы	4,2	6,7	4,5	5,7
Жедел желі	5,2	4,4	6,8	4,3
Форумдардағы талқылаулар	2,8	5,1	4,5	4,3
Жауап беруге қиналамын	2,4	1,6	3,0	2,3

Венерикалық аурулар туралы білімді өзін-өзі бағалау ақпараттандырылудың орташа деңгейін көрсетеді. Мәселен, респонденттердің 32,7%-ы өз білімдерін жеткіліксіз деп санайды, 32,1%-ы – жеткілікті, бірақ толық емес деп есептейді. Жастардың 14,3%-ы өздерін жақсы хабардар деп санайды, ал 15,8%-ы өте аз білетіндерін немесе мүлдем білмейтіндерін мойындаған. Зерттеуге қатысушылардың 5,1%-ы жауап беруге қиналды. Тұтастай алғанда, нәтижелер осы салада ағарту жұмыстарын күшейту қажеттігін көрсетеді.

№8 диаграмма. «Кең таралған жыныстық жолмен берілетін аурулар туралы біліміңіз қандай?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, %

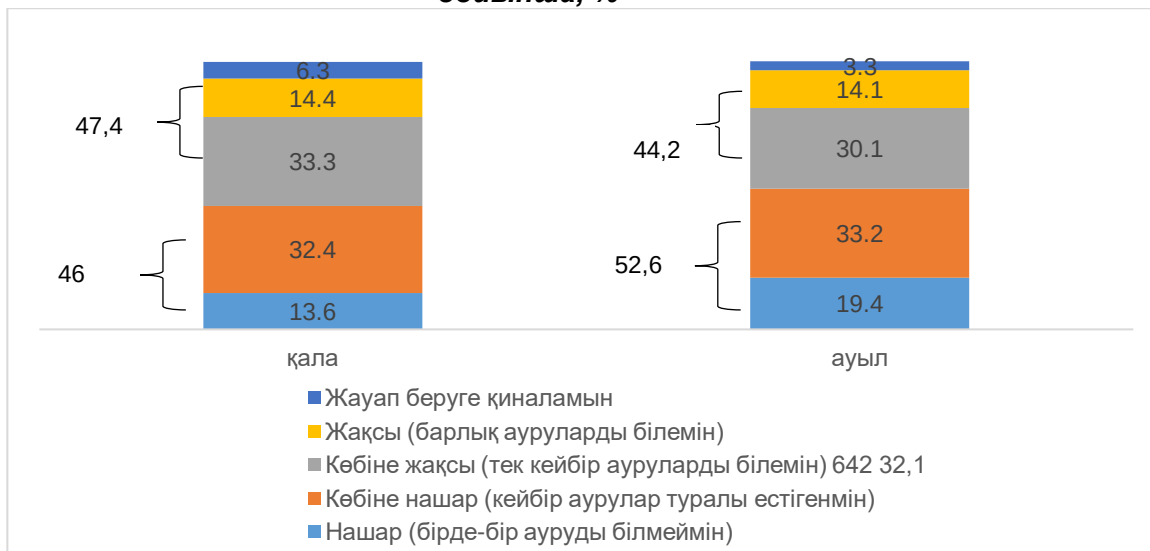


Мәліметтерге сәйкес, кеңінен таралған жыныстық жолмен берілетін аурулар туралы білім деңгейі қоныстану типіне байланысты біршама ерекшеленеді. Қалаларда өздерін «ауруларды нашар білемін немесе мүлдем білмеймін» деп есептейтін респонденттердің үлесі 13,6%-ды құраса, ауылдық жерлерде бұл көрсеткіш жоғары – 19,4%-ды құрайды, бұл ауылдағы ақпараттандырылу деңгейінің төмендігін көрсетеді.

Бұл ретте «жақсы білемін, тек кейбір ауруларды ғана білемін» деген өзін-өзі бағалау көрсеткіші де ауылдық жерлерде жоғары (қаладағы 32,4%-ға қарсы 33,2%). «Барлық ауруларды жақсы білемін» деп есептейтіндердің үлесі қоныстанудың қос типінде де шамалас (шамамен 14%). Қалаларда жауап беруге қиналған респонденттердің үлесі сәл жоғары (ауылдағы 3,3%-ға қарсы 6,3%).

Тұтастай алғанда, қала жастары жыныстық жолмен берілетін аурулар туралы сәл жоғарырақ ақпараттандырылу деңгейін көрсетеді, ал ауылдық жерлерде білім деңгейіндегі алшақтықтың үлкендігі және жеткілікті ақпараттандырылмаған респонденттердің үлесінің жоғарылығы байқалады.

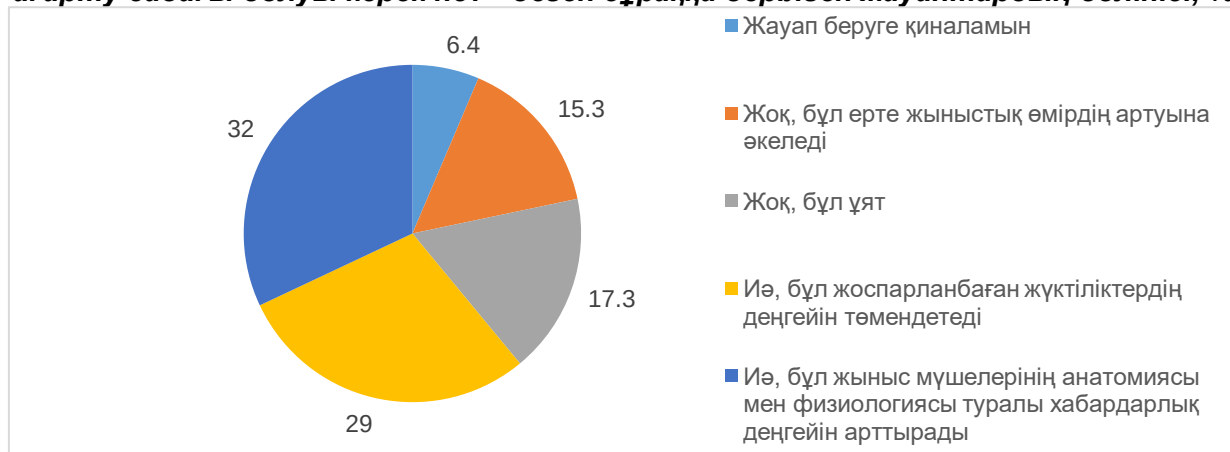
№9 диаграмма. «Кең таралған жыныстық жолмен берілетін аурулар туралы біліміңіз қандай?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, елді мекен түрі бойынша, %



Мектептерде сексуалдық ағарту сабақтарын енгізуге деген көзқарас тұтастай алғанда негізінен оң. Бұл идеяны респонденттердің 61,0%-ы қолдайды: оның ішінде 32,0%-ы бұл білім деңгейін арттырады деп санаса, 29,0%-ы қалаусыз жүктілік санын азайтады деген пікірде.

Сонымен қатар респонденттердің 32,6%-ы бұл бастамаға теріс көзқарас танытып, бұл тақырыпты ұят деп есептейді (17,3%) немесе жыныстық өмірдің ерте басталуынан қауіптенеді (15,3%). Жауап беруге қиналғандар - 6,4%.

№10 диаграмма. «Сіздің ойыңызша, мектептерде сексуалдық / жыныстық ағарту сабағы болуы керек пе?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, %



Ерлер мен әйелдер арасында ең көп таралған ұстаным ол мұндай сабақтар мектеп оқушыларының адам анатомиясы мен физиологиясы туралы хабардар болу деңгейін арттыруға қабілетті деген пікір болды: бұл көзқарасты ерлердің 29,8%-ы және әйелдердің 34,1%-ы қолдады. Әйелдер білім беру процесіне тиісті сабақтарды енгізуді ерлерге қарағанда жиірек қолдайды. Бұл репродуктивтік

денсаулық, ақпараттандырылу және әлеуметтік тәуекелдердің алдын алу мәселелеріне деген алаңдаушылықтың жоғары болуымен байланысты болуы мүмкін. Сонымен қатар ерлердің 26,4%-ы және әйелдердің 31,7%-ы жыныстық ағарту қалаусыз жүктілік деңгейін төмендетуге мүмкіндік береді деп есептейді.

Сонымен қатар респонденттердің бір бөлігі мектептердегі сексуалдық ағартушылыққа теріс көзқараспен қарайды. Мәселен, мұндай тақырыптар «ұят» болып табылады деген пікірді ерлердің 19,0%-ы және әйелдердің 15,4%-ы білдірді. Ерлердің 16,7%-ы және әйелдердің 13,9%-ы мұндай сабақтар жасөспірімдер арасында жыныстық өмірдің ерте басталуына әкелуі мүмкін деп есептейді. Бәлкім, ерлер бұл мәселеде неғұрлым консервативті көзқарастарды ұстанатын шығар.

Тұтастай алғанда, нәтижелер мектептердегі сексуалдық ағартушылыққа деген оң көзқарастың, әсіресе әйелдер арасында басым екенін көрсетеді.

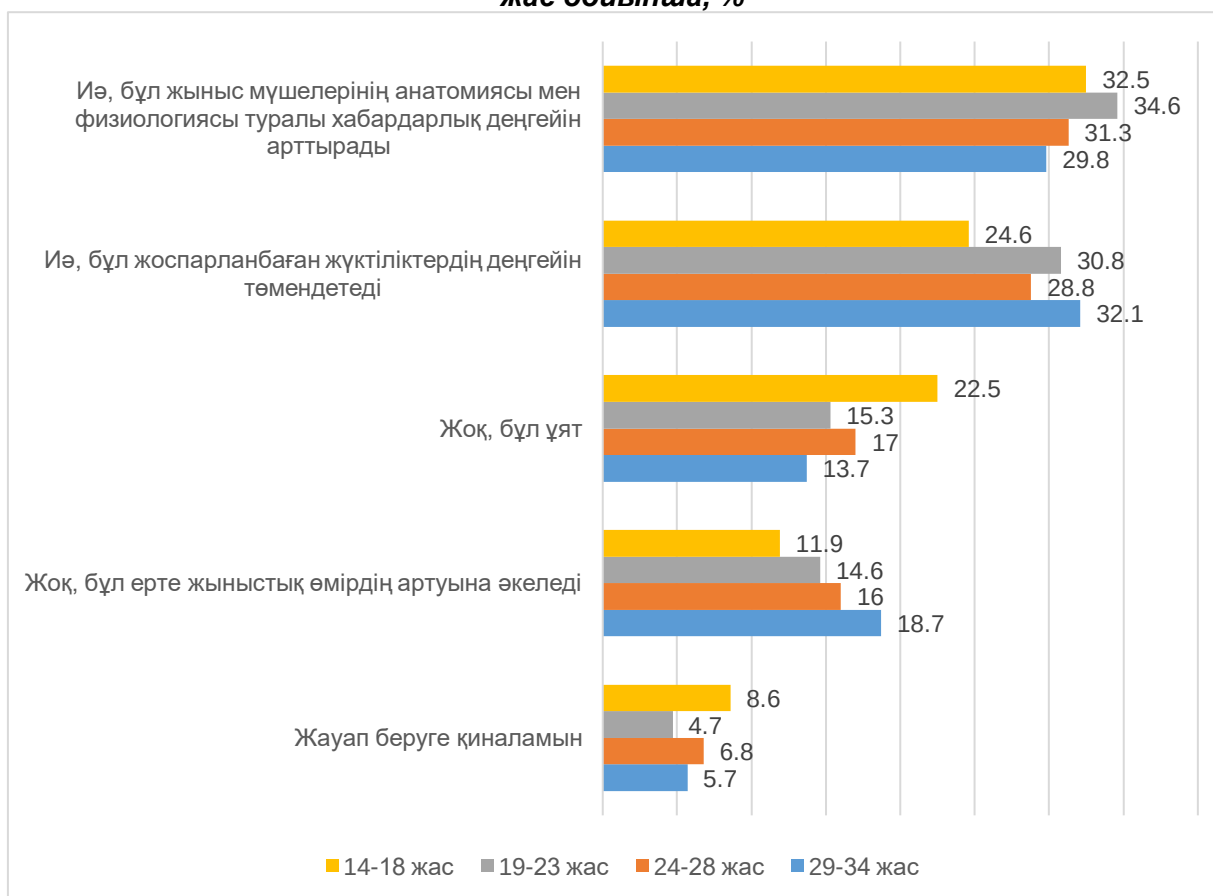
№11 диаграмма. «Сіздің ойыңызша, мектептерде сексуалдық / жыныстық ағарту сабағы болуы керек пе?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, гендер бойынша, %



Жас ерекшеліктеріне қарай саралғанда, «иә, бұл жыныс мүшелерінің анатомиясы мен физиологиясы туралы хабардарлық деңгейін арттырады» деген жауап нұсқасын барлық жас топтарындағы сұралғандардың үштен біріне жуығы (29,8–34,6%) таңдады. Сондай-ақ, көпшілігі мұндай сабақтар қалаусыз жүктілік деңгейін төмендетуге көмектеседі деп санайды. Бұл пікір әсіресе 19–34 жас аралығындағы респонденттер арасында жиі кездеседі (28,8–32,1%), ал жасөспірімдер арасында бұл көрсеткіш төменірек – 24,6%.

Теріс бағалаулар сирек кездеседі. Мұндай тақырыптарды талқылау «ұят» деген пікірді 14–18 жастағы жасөспірімдер жиірек білдіреді (22,5%), ал жас ұлғайған сайын бұл көрсеткіш 13,7%-ға дейін төмендейді. Керісінше, сексуалдық ағарту жыныстық өмірдің ерте басталуына әкеледі деген қауіп үлкен жастағы топтарда сәл арта түседі (с 11,9% до 18,7%).

№12 диаграмма. «Сіздің ойыңызша, мектептерде сексуалдық / жыныстық ағарту сабағы болуы керек пе?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, жас бойынша, %



Респонденттердің көпшілігі жыныстық өмірді бастау үшін оңтайлы жас ретінде 18–23 жас аралығын санайды: бұл ауқымды әйелдердің 70,5%-ы, ерлердің 65,3%-ы таңдаған. Жыныстық өмірді әйелдердің арасында ерте бастау (15–17 жас) сирек қарастырылады, бұл ретте ерлер бұл диапазонда әйелдерден екі есеге жуық белсендірек (8,3%-ға қарсы 4,1%). Кеш жасты (24–30 жас) әйелдермен (11,9%) салыстырғанда ерлер сәл көбірек таңдайды (14,6%).

Сонымен қатар, әйелдер ерлерге қарағанда «некеден кейін» немесе «әр адам өзі шешеді» сияқты анықталмаған немесе жеке нұсқаларды жиірек көрсетеді (13,5%-ға қарсы 11,5%).

Жастар жыныстық өмірді бастаудың оңтайлы жасын 18-23 жас аралығы деп көреді, алайда ерлер ертерек немесе кешірек нұсқаларға бейім, ал әйелдер орташа диапазонға және жеке шешімдерге көбірек бағдарланады.

№15 кесте. «Сіздің ойыңызша, жыныстық өмірді қай жастан бастаған дұрыс?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, %

Диапазон		Әйел респонденттердің жауаптары	Ер респонденттердің жауаптары
15-тен 17 жасқа дейін	15	0,4	0,9
	16	2,0	4,4
	17	1,7	3,0
18-ден 23 жасқа дейін	18	24,7	26,7
	19	4,5	3,8
	20	20,8	17,0
	21	9,4	8,2
	22	6,6	4,7

	23	4,5	4,9
24-тен 30 жасқа дейін	24	3,2	2,8
	25	6,7	9,0
	26	0,9	1,1
	27	0,3	0,8
	28	0,4	0,4
	30	0,4	0,5
Басқа	Жауаптан бас тарту	5,6	6,5
	Жауап беруге қиналамын	3,7	3,8
	Тұрмыс құрғаннан кейін	3,2	0,5
	Өр адам өзі шешеді	1,0	0,7

Жастар, негізінен, орташа балалы отбасы моделіне бағдарланған. Респонденттердің басым бөлігі екі бала (25,9%) немесе үш бала (23,4%) тәрбиелегісі келеді. Мұндай көрсеткіштер ата-ана болуға және отбасылық құндылықтарға деген оң көзқарастың сақталғанын айғақтайды.

Көп балалы отбасыға деген бағдар да айтарлықтай байқалады, жиынтығы әрбір бесінші респондент (24,7%): 17,1%-ы төрт бала, шамамен 11%-ы бес және одан да көп балалы болуды қалайды. Бұл қазақстандық қоғамға тән дәстүрлі отбасылық түсініктердің ықпалын, сондай-ақ үлкен отбасын әлеуметтік және мәдени құндылық ретінде оң қабылдауды көрсетуі мүмкін.

Сонымен қатар, жастардың салыстырмалы түрде шағын бөлігі ғана аз балалы отбасы моделіне бағдарланған: респонденттердің 6,9%-ы бір балалы болуды жоспарлайды, ал зерттеуге қатысушылардың небәрі 1,0%-ы ғана баласыз болуды таңдаған. Алынған деректер саналы түрде балалы болудан бас тарту идеяларының жастар арасында әлі кең таралмағанын көрсетеді.

Сонымен қатар, нақты шешім қабылдамаған респонденттердің де бар екенін атап өткен жөн: 7,8%-ы жауап беруге қиналды, 6,2%-ы сұраққа жауап беруден бас тартты. Бұл зерттеуге қатысушылардың жасына немесе өмірдің қазіргі кезеңінде отбасы және ата-ана болуға қатысты нақты өмірлік жоспарлардың болмауына байланысты болуы мүмкін.

№16 кесте. «Сіз қанша бала болғанын қалар едіңіз (бар балаларыңызды қоса есептегенде)?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, %

	Пайыз
2	25,9
3	23,4
4	17,1
Жауап беруге қиналамын	7,8
5	7,6
1	6,9
Жауаптан бас тарту	6,2
6	2,6
0	1,0
7	0,7
8	0,4
10	0,4

Бала санына қатысты қалаулар ерлер мен әйелдерде негізінен ұқсас. Респонденттердің көпшілігі 2–3 балалы отбасыға бағдарланған, алайда ерлер көп балалы отбасыларға көбірек бейімділік танытады.

Гендерлік бөліністегі деректер жастардың көпшілігі 2–3 балалы болуды жоспарлайтынын көрсетеді, бұл ретте әйелдер екі (ерлердегі 23,9%-ға қарсы әйелдердегі 27,9%) және үш балалы (ерлердегі 21,2%-ға қарсы әйелдердегі

25,7%). Ерлер әйелдерге қарағанда үлкен отбасыларға бейім келеді – 4–6 балалы болуды ерлердің 30,5%-ы таңдаса, әйелдердің 23,5%-ы таңдаған.

№17 кесте. «Сіз қанша бала болғанын қалар едіңіз (бар балаларыңызды қоса есептегенде)?», деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, гендер бойынша, %

	Ерлер	Әйелдер
0	0,8	1,1
1	6,4	7,3
2	23,9	27,9
3	21,2	25,7
4	18,7	15,3
5	8,6	6,4
6	3,2	1,8
7	1,1	0,4%
8	0,8	0,0
10	0,3	0,5
Жауаптан бас тарту	6,5	6,1
Жауап беруге қиналамын	8,4	7,3

Қорытынды

1. Азаматтық бірегейліктің үстемдігі. Азаматтық тиесілік 2025 жылмен салыстырғанда төмендегеніне қарамастан, жастардың өзін-өзі сәйкестендіруінің басты белгісі болып қала береді (36,8%). Сонымен бірге этникалық тиесіліктің (12,4%-дан 13,1%-ға дейін), діннің (4,9%-дан 9,0%-ға дейін) және жыныстың (11,5%-дан 12,8%-ға дейін) рөлі артып келеді, бұл жастар бірегейлігі құрылымының күрделене түскенін көрсетеді.

2. Жастардың өзін-өзі сәйкестендіруіндегі этникалық саралану. Барлық негізгі этникалық топтарда азаматтық бірегейліктің басымдығы сақталады, алайда украиндарда, ұйғырларда және басқа да бірқатар этнос өкілдерінде өзін-өзі сәйкестендіру негізі ретінде этникалық тиесіліктің рөлі айқынырақ байқалады, бұл этномәдени мәнмәтінге байланысты бірегейліктің әртүрлі деңгейлі сипатқа ие екенін айғақтайды.

3. Азаматтық бірегейлік құрылымындағы мемлекеттік рәміздердің жоғары маңыздылығы. Жастардың азаматтық бірегейлігі негізінен мемлекеттік рәміздерге (40,6%) және азаматтық паспортқа (21,0%) сүйенеді, бұл мемлекетке тиесілілік сезімінің күшті институционалдық және символдық байланысын растайды.

4. Жастар арасында қалыпты діндарлықтың басым болуы. Жастардың басым бөлігі дінге сенушілердің қалыпты тобына жатады (57,2%), ал қатаң діни практика азшылыққа тән (11,6%). Бұл діни және зайырлы ұстанымдарды біріктіретін дүниетанымның гибриді моделінің басым екендігін көрсетеді.

5. Өңірлік айырмашылықтардың болуына қарамастан этносаралық келісімді оң бағалау. Жастар жалпы алғанда этносаралық келісім деңгейін жоғары бағалайды (орташа индекс 4,1), алайда айтарлықтай өңірлік дифференциация сақталуда – Ұлытау облысындағы жоғары көрсеткіштерден (4,5) Алматы қаласындағы төмен көрсеткіштерге дейін (2,9), бұл әлеуметтік ортаны қабылдаудағы айырмашылықтарды көрсетеді.

6. Репродуктивті және сексуалды денсаулық туралы ақпарат көздерінің құрылымы аралас. Ақпараттық өріс гибриді сипатқа ие: медицина мамандарына ең көп сенім білдіріледі (49,7%-ға дейін), бұл ретте білім беру, цифрлық және әлеуметтік көздер, сондай-ақ жақын орта маңызды рөл атқарады. Жастардың айтарлықтай бөлігі бұл тақырыптан алшақ екендігін көрсетеді (35,7%-ға дейін), бұл ұялудан, ақпараттың жоқтығынан немесе жауап беруден бас

тартудан көрініс тауып, тақырыпқа тыйым салудың әлі де сақталып отырғанын нұсқайды.

7. Денсаулық туралы ақпарат көздерінің жас ерекшелігіне қарай дифференциациясы байқалады. Жас ұлғайған сайын медицина мамандарына деген сенім артады, ал жасөспірімдер көбінесе мектепке, достарына және цифрлық ортаға бағдарланады, сонымен қатар ақпараттық қиындықтардың жоғары деңгейін көрсетеді.

8. Жыныстық жолмен берілетін аурулар туралы білім деңгейі орташа. Жастардың өз білімін бағалауы орташа деңгейде: «көбіне жеткілікті емес» және «көбіне жеткілікті, бірақ толық емес» деген жауаптар басым, бұл ретте қала жастары ауыл жастарына қарағанда ақпараттанудың біршама жоғары деңгейін көрсетеді.

9. Жастардың басым бөлігі сексуалды ағартуды қолдайды (61%), оны білімді арттыру және қажетсіз жүктіліктің алдын алу құралы ретінде қарастырады, ал үштен бірі моральдық себептерге байланысты теріс көзқарас білдіреді. Әйелдер мен үлкен жас топтары сексуалды ағартуға көбірек қолдау көрсетеді, ал ерлер мен жасөспірімдер көбінесе консервативті ұстанымдар мен қауіптерді білдіреді.

10. Жастардың репродуктивті ұстанымдары орташа балалы отбасыға бағдарланған. Ең қолайлы модель ретінде 2–3 баласы бар отбасы қалады, бұл ата-ана болуға оң көзқарасты сақтай отырып, қалыпты отбасылық құндылықтарға тұрақты бағдарлануды көрсетеді. Әйелдер көбінесе 2–3 баланы таңдайды, ал ерлер көп балалы отбасы моделіне көбірек бейімділік танытады, бұл репродуктивті ұстанымдардағы айырмашылықтарды көрсетеді.

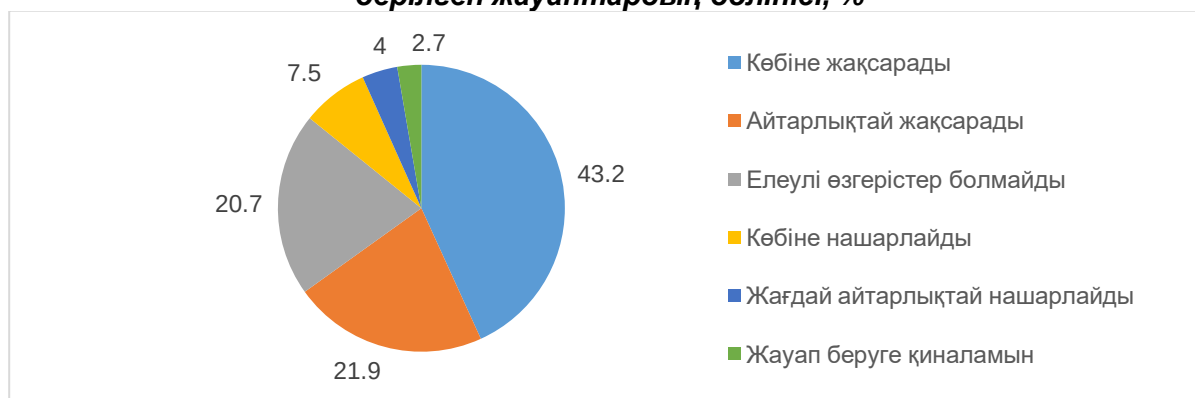
3. БОЛАШАҚТЫҢ БЕЙНЕСІ ЖӘНЕ ЭЛЕКТОРАЛДЫҚ ПРАКТИКАЛАР

Зерттеу аясында өз болашағына және Қазақстанның даму келешегіне қатысты көзқарастары сараланып, қазіргі жастар ортасына тән ең өзекті трендтер анықталды.

Елдің даму келешегін бағалай келе, жастардың басым бөлігі оптимистік көзқарасты ұстанады. Мәселен, респонденттердің 43,2%-ы болашақта жағдай «көбіне жақсарады» деп санаса, 21,9%-ы оның «айтарлықтай жақсаратынына» сенімді. Жалпы алғанда, бұл Қазақстанның даму келешегін оң бағалайтын сауалнамаға қатысқандардың 65,1%-ын құрайды. Бұл ретте, жас ерекшеліктеріне қарай талдайтын болсақ, үлкен жас топтарына қарағанда кішірек жас топтарының оптимизм деңгейі жоғары екенін атап өтуге болады (оң баға беру үлесі 14-18 жастағы жастар арасында 71,6%-дан, 29-34 жастағы респонденттер арасында 59,8%-ға дейін төмендейді).

Елеулі өзгерістер болмайды деп санайтындар (20,7%) бейтарап баға берді. Пессимистік бағалар өте сирек кездеседі: 7,5%-ы жағдай «көбіне нашарлайды» деп есептесе, 4,0%-ы айтарлықтай нашарлауды күтеді. Ал респонденттердің 2,7%-ы жауап беруге қиналған.

№13 диаграмма. «Сіздің ойыңызша, ел болашақта қалай дамиды?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, %



Сауалнама нәтижелері көрсеткендей, жастардың басым бөлігі болашаққа позитивті әрі сабырмен қарайды. Мәселен, респонденттердің 47,3%-ы болашаққа «сабырмен» қараса, 35,4%-ы болашаққа «сеніммен және оптимизммен» қарайды. Осылайша, зерттеуге қатысқандардың 80%-дан астамы жалпы алғанда болашаққа қатысты тұрақты әрі позитивті үміттерін байқатады. Сонымен қатар, сауалнамаға қатысқандардың 8,6%-ы болашаққа бейжай қараса, 6,7%-ы алаңдаушылық пен мазасыздықты, 1,2%-ы қорқыныш пен үмітсіздікті сезінеді. Ал респонденттердің 0,8%-ы жауап беруге қиналған.

2025 жылмен салыстырғанда 2026 жылы болашаққа қатысты позитивті және сабырлы ұстанымдардың айқын артуы, сонымен бірге алаңдаушылық пен негативті көңіл-күйдің төмендеуі байқалады. Мәселен, 2026 жылы болашаққа сабырмен қарайтындардың үлесі аздап өсті (2025 жылғы 44,3%-ға қарағанда 47,3%), сондай-ақ сенім мен оптимизм білдірген респонденттердің үлесі артты (25,8%-ға қарағанда 35,4%). Сонымен бірге, болашақты алаңдаушылық пен мазасыздықпен (17,7%-ға қарағанда 6,7%), сондай-ақ қорқыныш пен үмітсіздікпен (4,1%-ға қарағанда 1,2%) қабылдайтындардың үлесі төмендеді. Бейжай қарайтын респонденттердің үлесі өсті (6,5%-ға қарағанда 8,6%).

№14 диаграмма. «Болашаққа қандай сезіммен қарайсыз?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, %

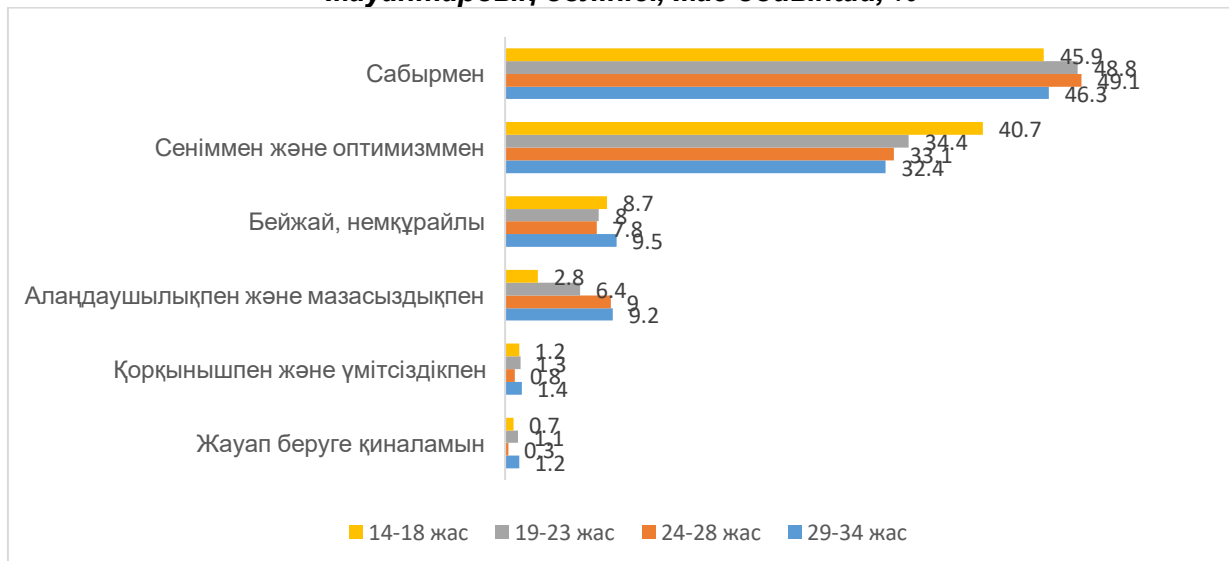


Жас ерекшеліктеріне қарай таңдағанда сабырлы әрі позитивті көңіл-күйдің басым екені байқалады, дегенмен есейген сайын алаңдаушылық деңгейі біртіндеп арта түседі. Жастардың басым бөлігі өз болашағын айтарлықтай уайымсыз қабылдайды, барлық топтарда ең көп таралған жауап – «сабырмен» (14-18 жастағылар арасындағы 45,9% болса, 24-28 жастағылар 49,1%).

Болашаққа «сеніммен және оптимизммен» қарайтындардың үлесі жас ұлғайған сайын төмендейді. 14-18 жастағы жасөспірімдер арасында мұндай жауапты 40,7%-ы берсе, 29-34 жастағылар тобында бұл көрсеткіш – 32,4%. Бұл есейген сайын адамдардың өмірлік келешегін бағалауда реалистік әрі сақ бола түсетінін көрсетуі мүмкін. Сонымен қатар, алаңдаушылық деңгейі де артады. Егер 14–18 жастағылар арасында болашақ сауалнамаға қатысқандардың тек 2,8%-ында ғана алаңдаушылық тудырса, 24–28 және 29–34 жастағылар арасында бұл көрсеткіш шамамен 9%-ды құрайды. Бұл жауапкершіліктің, сондай-ақ кәсіби және отбасылық міндеттемелердің артуымен байланысты болуы ықтимал.

Жалпы алғанда, жастар болашаққа сабырмен әрі көбінесе позитивті көңіл күймен қарайды, алайда есейген сайын оптимизм біртіндеп төмендеп, алаңдаушылық арта түседі.

№15 диаграмма. «Болашаққа қандай сезіммен қарайсыз?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, жас бойынша, %



2025 жылмен салыстырғанда 2026 жылы жастардың елдің болашақ бейнесі туралы түсініктерінде айтарлықтай өзгерістер орын алды. Ең елеулі өсім заманауи зайырлы мемлекет моделіне қатысты тіркелді – 21,7%-дан 43,3%-ға дейін, бұл жаңғыру және зайырлы даму бағытына деген бейімділіктің күшейгенін аңғартады.

Елдің болашағын қауіпсіздігі мықты мемлекет (24%-дан 20,3%-ға дейін) және технологиялық мемлекет (15%-дан 11,7%-ға дейін) ретінде көретіндердің үлесі біршама төмендеді. Сонымен бір мезгілде, елдің мәдени тартылыс орталығы (7,6%-дан 10,4%-ға дейін) және діни мемлекет (2,7%-дан 5,4%-ға дейін) ретіндегі бейнесіне деген қызығушылық артқан.

Еліміз «дәл қазіргідей» қалуы керек деп санайтын респонденттердің үлесі күрт азайды – 27,6%-дан 0,5%-ға дейін, сондай-ақ «өңірлік держава» нұсқасын таңдағандар мен жауап беруге қиналғандардың көрсеткіштері де төмендеді.

Жалпы алғанда, нәтижелер мәдени-идентификациялық және ішінара діни бағдарлардың өсуімен қатар, қоғамдық күтілімдердің мемлекет моделін жаңартуға, ең алдымен зайырлы және жаңғыру бағытында дамуға қарай ауысқанын көрсетеді.

№18 кесте. «Еліміздің болашағының бейнесін қалай елестетесіз?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, %

	2025	2026
Заманауи зайырлы мемлекет	21,7	43,3
Қауіпсіздігі мықты мемлекет	24	20,3
Технологиялық мемлекет	15	11,7
Мәдени тартылыс орталығы (мысалы, Korean pop)	7,6	10,4
Діни мемлекет	2,7	5,4
Жауап беруге қиналамын	5	4,2
Өңірлік держава	8,4	3,9
Дәл қазіргідей	27,6	0,5

Жастардың елдің болашақ бейнесі туралы түсініктері білім деңгейіне қарай жалпы алғанда ұқсас болғанымен, кейбір айырмашылықтар байқалады. Барлық топтарда ең танымал модель ретінде заманауи зайырлы мемлекет қалып отыр, бұл ретте ең жоғары көрсеткіштер жоғары білімі бар (47,7%) және толық емес жоғары білімі бар (45,4%) респонденттерге тиесілі.

Қауіпсіздігі мықты мемлекет бейнесін көбінесе магистратура және ғылыми дәрежесі бар респонденттер (26,0%) таңдаса, басқа топтарда бұл көрсеткіштер 18,8–22,7% аралығында ауытқиды.

Технологиялық мемлекет туралы түсініктер біршама біркелкі бөлінген (9,8–15,1%), мұндағы ең жоғары көрсеткіш 9 сынып білімі бар респонденттер арасында тіркелді (15,1%). Елдің мәдени тартылыс орталығы ретіндегі бейнесін көбінесе орта білімі бар респонденттер (15,5%) қолдайды, ал білім деңгейі жоғары топтар арасында оның маңыздылығы төмендей түседі.

Діни мемлекет және өңірлік держава бағыттары барлық білім топтарында төмен әрі тұрақты көрсеткіштерге ие.

Нәтижелер білім деңгейіне қарамастан зайырлы мемлекетке бағдарлану басым екенін көрсетеді, бұл ретте білімі жоғарырақ респонденттер қауіпсіздігі мықты мемлекет бейнесін көбірек қолдаса, білімі төмендеу топтар мәдениетке бағдарланған модельдерді жиі таңдайды.

№19 кесте. «Еліміздің болашағының бейнесін қалай елестетесіз?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, жас бойынша, %

	Толық емес орта мектептің 9-сыныбы	Орта Мектептің 11-сыныбы	Кәсіптік-техникалық, арнаулы орта колледж, училище	Толық емес жоғары тек ЖОО-да оқып жатырмын	Жоғары ЖОО-ны бітірдім	Жоғары және ғылыми дәрежесі бар магистр, кандидат, доктор, PhD
Заманауи зайырлы мемлекет	42,3	40,8	37,9	45,4	47,7	40,3
Қауіпсіздігі мықты мемлекет	19,7	18,8	20,0	22,7	19,6	26,0
Технологиялық мемлекет	15,1	9,8	11,2	10,4	12,2	10,4
Мәдени тартылыс орталығы (мысалы, Korean pop)	11,3	15,5	13,4	9,2	7,4	7,8
Діни мемлекет	5,0	6,1	3,8	5,2	5,7	7,8
Өңірлік держава	3,3	3,3	5,0	4,6	3,3	2,6

Жастардың ел болашағы туралы түсініктері олардың пікірінше алдағы жылдары қоғамның дамуын айқындайтын әлеуметтік және экономикалық процестермен тығыз байланысты. Осы орайда жастар өз буыны үшін ең өзекті әрі маңызды деп санайтын трендтерді талдау ерекше қызығушылық тудырады.

2025 жылмен салыстырғанда 2026 жылы жастар ортасында өзекті трендтерді қабылдауда айтарлықтай өзгерістер байқалып отыр. Қаржылық тәуелсіздік тренді әлі де көш бастап тұр (53,1%), дегенмен оның маңыздылығы өткен жылмен (56,1%) салыстырғанда сәл төмендеген. Ең жоғары өсім салауатты өмір салты және дұрыс тамақтану (2025 жылы «Фитнес және диеталық тамақтану» жауап нұсқасы болған, 22,1%-дан 30,9%-ға дейін) және диджитализация/цифрландыру (9,3%-дан 23,0%-ға дейін) бағыттарында тіркелді.

Сонымен бірге діндарлықтың артуы (23,1%-дан 16,3%-ға дейін) және ішінара немесе қашықтан жұмыс істеудің (с 29,1% до 23,9%) маңыздылығы төмендеді. Инклюзивтілік пен толерантылыққа (с 7,7% до 15,1%), менталды денсаулыққа қамқорлық жасауға (14,9%-дан 15,2%-ға дейін) және өзін-өзі таныту еркіндігіне (13,3%-дан 14,9%-ға дейін) бөлінетін назар артып келеді. Милитаризация және «жауап беруге қиналамын» санатының өзектілігі төмен күйінде қалып отыр.

Жалпы алғанда, 2026 жылы жастар көбінесе денсаулыққа, цифрлық технологияларға, өзін-өзі танытуға және әлеуметтік инклюзивтілікке бағдарланған, бұл ретте қаржылық тәуелсіздікке деген жоғары қызығушылық сақталуда, ал діни және еңбек трендтерінің маңыздылығы төмендей түскен.

№20 кесте. «Сіздің ойыңызша, төмендегі трендтердің қайсысы жастар арасында ең өзекті?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, %

	2025	2026*
Қаржылық тәуелсіздік	56,1	53,1
Салауатты өмір салты және дұрыс тамақтану	22,1**	30,9
Ішінара немесе қашықтан жұмыспен қамтылу	29,1	23,9
Диджитализация (цифрландыру)	9,3	23,0
Діндарлықтың артуы	23,1	16,3
Психикалық денсаулыққа қамқорлық	14,9	15,2
Инклюзивтілік пен толеранттылық	7,7	15,1
Өз ойын еркін білдіру және митингілерге қатысу	13,3	14,9
Шығармашылық пен креативті индустрияны дамыту	14,5	12,9

Еркін қарым-қатынас және сексуалдық еркіндік	11,4	11,8
Экологиялық белсенділік	8,2	9,9
Беделді тұлғалар мен пікір көшбасшыларының болмауы	14	9,5
Саналы тұтыну	4,7	8,5
Тектік өзін-өзі тану, тамырын іздеу	4,8	8,2
Милитаризация	2,7	2,6
Жауап беруге қиналамын	3,1	1,7

*Респондент бірнеше жауап нұсқасын таңдай алатындықтан, жауаптардың жалпы жиынтығы 100%-дан асады

** 2025 жылы «Фитнес және диеталық тамақтану» жауап нұсқасы болған

Деректер қала және ауыл тұрғындары арасында жастардың ең өзекті трендтерін қабылдауда белгілі бір айырмашылықтар бар екенін көрсетеді. Жалпы алғанда, екі топтың жауаптары ұқсас болғанымен, бірқатар позициялар бойынша қалалық және ауылдық ортадағы әлеуметтік контекст ерекшеліктерін айқындайтын айтарлықтай өзгешеліктер байқалады.

Қала және ауыл респонденттері үшін де ең өзекті тренд ол қаржылық тәуелсіздік. Алайда, қалада бұл нұсқаны таңдағандардың үлесі айтарлықтай жоғары – ауылдағы 47,3%-бен салыстырғанда 56,4%. Бұл қала жастарының экономикалық дербестікке, мансапқа және қалалық ортадағы бәсекелестіктің жоғары деңгейіне көбірек бейім екенін аңғартуы мүмкін.

Екінші орында салауатты өмір салты және дұрыс тамақтану: қалада 31,8%, ауылда 29,4%. Көрсеткіштердің бір-біріне жақын болуы бұл трендтің елді мекен түріне қарамастан кең таралғанын көрсетеді.

Ауыл тұрғындары арасында дәстүрлі және ұжымшылдық құндылықтармен байланысты трендтер айқынырақ байқалды. Мәселен, діндарлықтың артуын ауыл респонденттерінің 21,5%-ы, ал қалада 13,2%-ы атап өткен. Дәл осындай жағдай «тектік өзін-өзі тану, тамырын іздеу» көрсеткіші бойынша да орын алып отыр – қаладағы 6,4%-бен салыстырғанда ауылда 11,2%. Бұл ауыл жастарының отбасылық және мәдени дәстүрлермен тығыздық байланыста екенін білдіруі мүмкін.

Сонымен қатар, ауыл респонденттері диджитализация және цифрландыру трендінің өзектілігін де жиірек атап өткен (қаладағы 20,8%-бен салыстырғанда 26,7%). Бұл цифрлық технологиялардың ауылдық жерлерде білім алу, кәсіби даму және коммуникациялық мүмкіндіктерді кеңейтудің маңызды құралы ретінде қабылданатынына байланысты болуы ықтимал.

Экологиялық белсенділік пен саналы тұтыну бағыттары қалаға (сәйкесінше 8,3% и 7,0%) қарағанда ауыл тұрғындары арасында жоғары көрсеткіштерге ие болды (12,6% и 11,1%). Бұл ауыл тұрғындарының табиғи ортамен және табиғи ресурстармен тығыздық байланыста болуымен түсіндірілуі мүмкін.

Ал қала жастары өз кезегінде индивидуалистік және заманауи құндылықтарға көбірек назар аударады. Мәселен, психикалық денсаулыққа қамқорлықты ауылдағы 12,2%-бен салыстырғанда қала респонденттерінің 16,9%-ы белгілеген. Шығармашылық пен креативті индустрияны дамыту бағыты да қалада жиірек таңдалған – 10,0%-бен салыстырғанда 14,6%. Бұған қоса, қалада инклюзивтілік пен толеранттылық (15,0%-ға қарсы 15,1%, айырмашылық өте аз) және ішінара немесе қашықтан жұмыспен қамтылу (22,8%-ға қарсы 24,5%) көрсеткіштері біршама жоғары.

Өз ойын еркін білдіру және митингілерге қатысу қаламен (13,9%) салыстырғанда ауылдық жерлерде (16,4%) өзекті тренд ретінде біршама жиірек қабылданады. Бұл ауыл жастарының қоғамдық белсенділікке және өз ұстанымын білдіруге деген ұмтылысының артып келе жатқанын көрсетуі мүмкін.

Екі топта да ең төменгі көрсеткішті милитаризация тренді көрсетті: қалалықтар арасында 2,0%, ауылдықтар арасында 3,7%. Сондай-ақ, жауап беруге

қиналамын деп көрсеткендердің үлесі де өте аз (тиісінше 1,9% және 1,4%). Бұл зерттеуге қатысушылардың жастар арасындағы тенденциялардан хабардар екендігін және сауалнамаға белсенді қатысқанын аңғартады.

Жалпы алғанда, нәтижелер қала жастарының көбінесе жеке жетістіктерге, кәсіби дамуға және психологиялық әл-ауқатқа бағдарланғанын көрсетеді. Ал ауыл жастары дәстүр, діндарлық, тамырмен байланыс құндылықтарын, сондай-ақ әлеуметтік даму құралы ретінде цифрландырудың маңыздылығын жиірек алға тартады.

№21 кесте. «Сіздің ойыңызша, төмендегі трендтердің қайсысы жастар арасында ең өзекті?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, елді мекен түрі бойынша, %

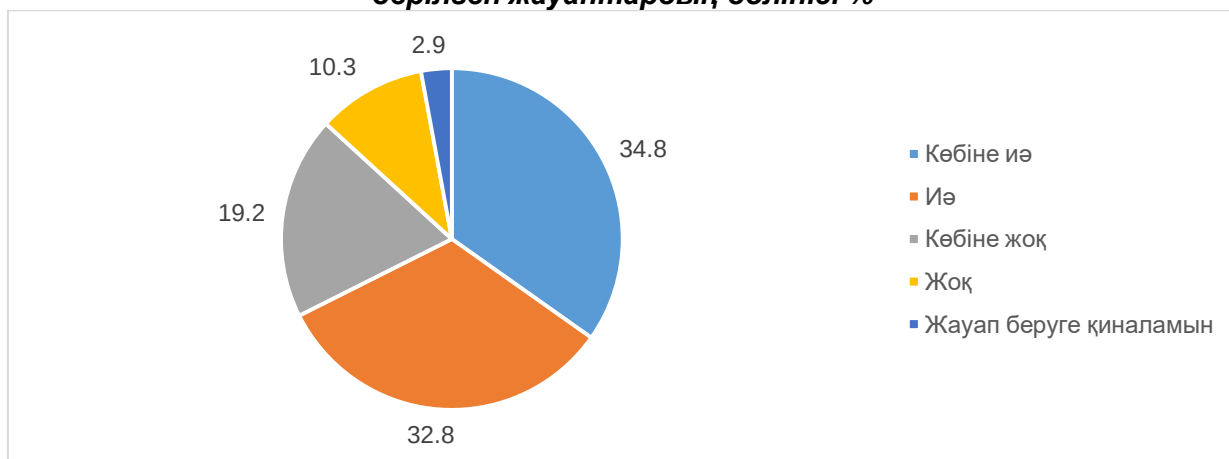
	Қала	Ауыл
Қаржылық тәуелсіздік	56,4	47,3
Салауатты өмір салты және дұрыс тамақтану	31,8	29,4
Ішінара немесе қашықтан жұмыспен қамтылу	24,5	22,8
Диджитализация (цифрландыру)	20,8	26,7
Психикалық денсаулыққа қамқорлық	16,9	12,2
Инклюзивтілік пен толеранттылық	15,1	15,0
Шығармашылық пен креативті индустрияны дамыту	14,6	10,0
Өз ойын еркін білдіру және митингілерге қатысу	13,9	16,4
Діндарлықтың артуы	13,2	21,5
Еркін қарым-қатынас және сексуалдық еркіндік	11,6	11,9
Беделді тұлғалар мен пікір көшбасшыларының болмауы	9,6	9,3
Экологиялық белсенділік	8,3	12,6
Саналы тұтыну	7,0	11,1
Тектік өзін-өзі тану, тамырын іздеу	6,4	11,2
Милитаризация	2,0	3,7
Жауап беруге қиналамын	1,9	1,4

Сайлау азаматтардың мемлекеттің саяси өміріне қатысуының негізгі механизмдерінің бірі және қоғамдық пікірді білдірудің маңызды құралы болып табылады. Жастардың электоралды процестерге қызығушылық деңгейі, өз құқықтарын түсінуі және сайлауға қатысудың маңыздылығын сезінуі көп жағдайда қоғамдық институттарға деген сенім деңгейін, азаматтық жауапкершілік деңгейін және жастардың елдің дамуына қатысуға дайындығын көрсетеді. Осыған байланысты қазіргі қоғамдық көңіл-күй мен азаматтық белсенділік тенденцияларын түсіну үшін жастардың электоралды ұстанымдарын зерттеу ерекше маңызға ие.

Зерттеу аясында жастардың сайлауға қатысуға деген көзқарасы, сондай-ақ сайлауды өткізу тәртібі мен азаматтардың сайлау құқықтары туралы хабардар болу деңгейі зерделенді. Бұл көрсеткіштер жастардың азаматтық тұрғыдан тартылу дәрежесін, олардың саяси мәдениетінің деңгейін және елдің қоғамдық-саяси өміріне қатысуға дайындығын бағалауға мүмкіндік береді.

Сауалнама нәтижелері жастардың басым бөлігі сайлауға қатысуды азаматтық жауапкершіліктің маңызды элементі ретінде қарастыратынын көрсетті. Мәселен, респонденттердің 32,8%-ы сайлауға қатысуды бірімәнді түрде маңызды деп санайды, 34,8%-ы «көбіне иә» нұсқасын таңдаған. Бұған қоса сауалнамаға қатысқандардың 19,2%-ы сайлауға қатысуды көбіне маңызды емес деп санайды, 10,3%-ы теріс ұстанымда. Респонденттердің 2,9%-ы жауап беруге қиналған.

№16 диаграмма. «Сайлауға қатысуды маңызды деп санайсыз ба?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі %



Жалпы ел бойынша жастардың басым бөлігі сайлауға қатысуды маңызды деп санайды: 29,5% теріс бағалаумен салыстырғанда «иә» және «көбіне иә» жауаптарының үлесі 67,6% құрайды. Алайда өңірлік бөліністе айырмашылықтар байқалады.

Сайлаудың маңыздылығын қолдаудың ең жоғары деңгейі Солтүстік Қазақстан облысында (97,7%), сондай-ақ Ақтөбе облысында (92,4%), Шымкент қаласында (89,1%) және Маңғыстау облысында (86,7%) тіркелді, бұл өңірлерде сайлауға қатысу іс жүзінде бірауыздан дерлік қабылданады. Сондай-ақ жоғары көрсеткіштер Қызылорда (78,8%), Қостанай (78,1%) және Шығыс Қазақстан (78%) облыстарында да атап өтіледі.

Қолдаудың орташа деңгейі Астана (63,3%) және Алматы (55,9%) қалаларына, Павлодар облысына (53,8%) және жастардың пікірі барынша екіге бөлінген бірқатар басқа өңірлерге тән.

Ең көп теріс жауапты Абай (62,7%) және Ақмола (52,8%) облыстарының тұрғындары берді, бұл жерлерде сайлауға қатысуды маңызды емес деп санайтындардың үлесі жартысынан айтарлықтай жоғары. Электоралды саясат үшін аталған облыстардағы жұмыс бірінші кезектегі маңызға ие болуы тиіс.

№22 кесте. «Сайлауға қатысуды маңызды деп санайсыз ба?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, облыс бойынша, %

Облыс	«иә» және «көбіне иә» жауаптарының жиынтығы	«көбіне жоқ» және «жоқ» жауаптарының жиынтығы
Солтүстік Қазақстан	97,7	2,3
Ақтөбе	92,4	7,6
Шымкент қ.	89,1	10,9
Маңғыстау	86,7	13,3
Қызылорда	78,8	18,8
Қостанай	78,1	19,2
Шығыс Қазақстан	78	18,6
Ұлытау	71,4	0
Жамбыл	69,1	28,5
Қазақстан Республикасы	67,6	29,5
Атырау	67,6	31
Батыс Қазақстан	67,2	18,8
Жетісу	65,6	32,9
Карағанды	64,4	30,8
Астана қ.	63,3	32,5

Түркістан	63,2	36,8
Алматы	56	44
Алматы қ.	55,9	37,1
Павлодар	53,8	40
Ақмола	47,2	52,8
Абай	37,3	62,7

Жастардың сайлау өткізу тәртібі мен сайлау құқықтары туралы хабардар болу деңгейін бағалау ең көп таралған жағдай ішінара ақпараттандырылу екенін көрсетті. Мәселен, респонденттердің 28,2%-ы сайлау процесінің кейбір тұстарын білетінін, бірақ барлық егжей-текжейінен бейхабар екенін айтқан. 26,3%-ы өзін көбіне жақсы хабардармын деп санайды және жалпы негізгі ережелер мен рәсімдерді түсінеді, 17,5%-ы сайлау және өз құқықтары туралы білімінің жоғары деңгейін атап өтті.

Сонымен қатар жастардың белгілі бір бөлігі осы тақырып бойынша ақпараттың жетіспеушілігін сезінеді. Респонденттердің 15,5%-ы сайлау өткізу тәртібі мен өз құқықтарын нашар білетінін атап өтсе, 10,5%-ы сайлау жүйесі туралы іс жүзінде хабардар емес екенін мәлімдеді. Респонденттердің 2,0%-ы өздерінің ақпараттану деңгейін бағалауға қиналды.

Жалпы алғанда, нәтижелер жастардың басым бөлігі сайлауға қатысуды маңызды азаматтық тәжірибе ретінде қабылдайтынын, алайда электоралдық сауаттылық деңгейінің біркелкі емес екенін көрсетеді. Алынған деректер жастардың сайлау процесінің тетіктері мен азаматтардың құқықтары туралы хабардарлығын одан әрі арттыру, сондай-ақ азаматтық және құқықтық ағарту бағдарламаларын дамыту қажеттілігін көрсетеді.

№23 кесте. «Сіз сайлау өткізу тәртібі мен азаматтардың сайлау құқықтары туралы қаншалықты хабардарсыз?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, %

	Пайыз
Ішінара хабардармын, кейбір тұстарын білемін, бірақ барлық егжей-тегжейін емес	28,2
Көбіне жақсы хабардармын, жалпы негізгі ережелер мен рәсімдерді түсінемін	26,3
Өте жақсы хабардармын, сайлау өткізу тәртібі мен өз сайлау құқықтарымды жақсы білемін	17,5
Көбіне хабардар емеспін, сайлау туралы естідім, бірақ тәртібі мен құқықтарды нашар білемін	15,5
Мүлде хабардар емеспін, бұл туралы іс жүзінде ештеңе білмеймін	10,5
Жауап беруге қиналамын	2,0

Жастардың сайлау өткізу тәртібі мен азаматтардың сайлау құқықтары туралы хабардар болу деңгейі жасына байланысты айтарлықтай артады. Хабардар болудың ең жоғары деңгейі 24-28 және 29-34 жастағы респонденттер арасында байқалады. 24-28 жас тобында 22,8%-ы сайлау өткізу тәртібі мен өз құқықтары туралы «өте жақсы хабардар» екенін атап өтті, 29-34 жастағылар арасында – 21,0%. Салыстыру үшін, 14-18 жастағы жасөспірімдер арасында бұл көрсеткіш 11,3% құрайды. Бұл саяси және құқықтық ақпараттанудың есеюге және өмірлік тәжірибе жинақтауға қарай артатынын көрсетеді.

«Көбіне жақсы хабардармын» нұсқасын ересек жас топтары жиірек таңдаған: 29-34 жастағылар арасында 30,7% және 24-28 жастағылар арасында 27,8%. 14–18 жастағылар арасында бұл көрсеткіш төменірек – 21,1%.

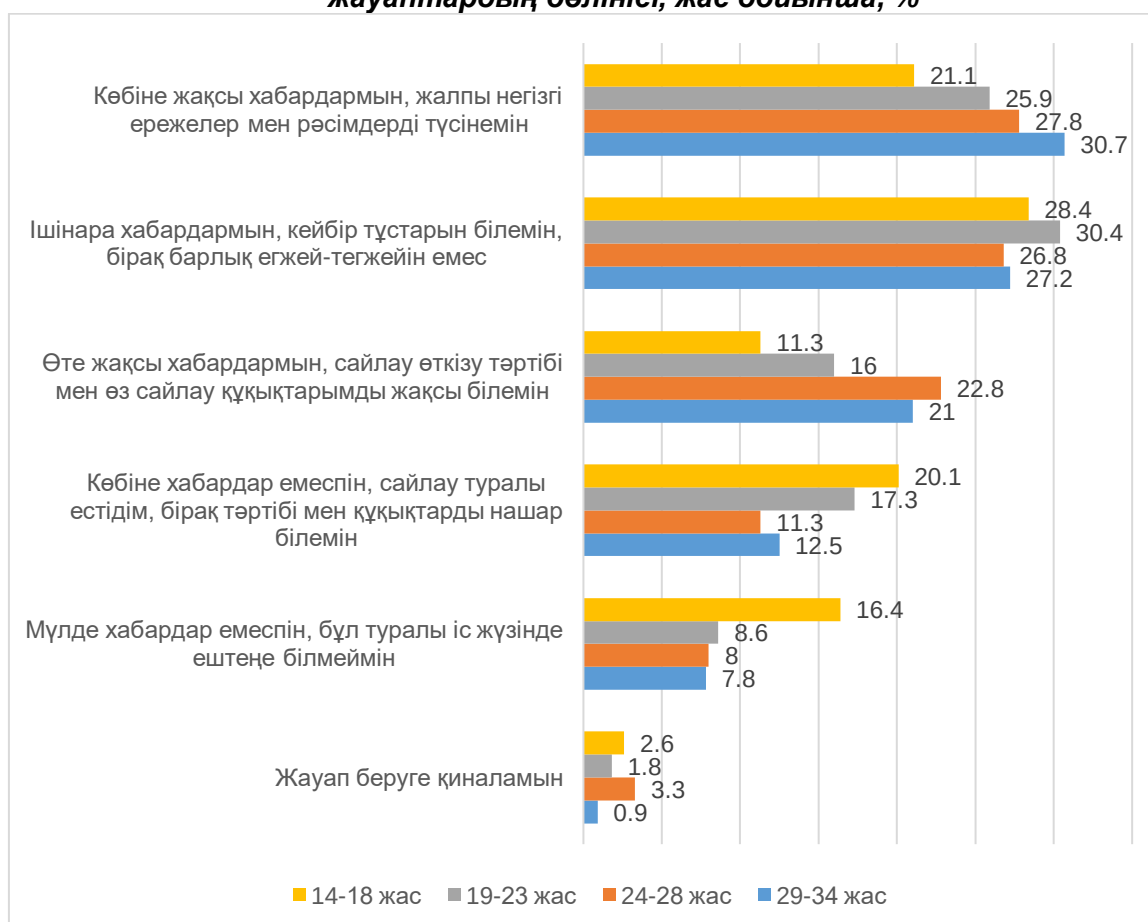
Барлық жаста респонденттердің едәуір бөлігі өз білімін ішінара деп бағалайды. Мұндай жауап әсіресе 19–23 жастағы (30,4%) және 14–18 жастағы

(28,4%) жастар арасында жиі кездеседі. Бұл сайлау туралы жалпы түсініктің бар екенін, бірақ рәсімдер мен құқықтар туралы терең білімнің жетіспейтінін білдіруі мүмкін.

Жеткіліксіз хабардар болу кіші жас тобына көбірек тән. 14–18 жастағылар арасында 20,1%-ы сайлау тәртібін көбіне нашар білетінін мойындады, 16,4%-ы мүлдем хабардар емес. Салыстыру үшін, 29–34 жастағылар арасында мүлдем хабардар еместердің үлесі 7,8% құрайды.

Нәтижелер жас пен сайлау туралы ақпараттану деңгейінің арасындағы тікелей тәуелділікті көрсетеді: ересек топтар сайлау рәсімдері мен өздерінің азаматтық құқықтарын жақсырақ түсінеді, ал жасөспірімдер мен кіші жастағы жастар арасында қосымша құқықтық және азаматтық ағартуға деген қажеттілік сақталып отыр.

№17 диаграмма. «Сіз сайлау өткізу тәртібі мен азаматтардың сайлау құқықтары туралы қаншалықты хабардарсыз?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, жас бойынша, %



Қорытынды

1. Қазақстан жастарының басым бөлігі елдің болашағын оң бағалайды.

Қазақстанның даму перспективаларын бағалауда жастардың 65,1%-ы оптимизм білдіреді (43,2% – «көбіне жақсарады», 21,9% – «айтарлықтай жақсарады»), ал 20,7%-ы ешқандай өзгеріс күтпейді және 11,5%-ы нашарлайды деп күтеді (7,5% және 4,0%).

2. Жастардың болашаққа деген көзқарасы негізінен оң және сабырлы, бұл ретте сенімділік артып, үрей деңгейі төмендеген. Жеке болашағына қатысты көңіл-күйлері келесідей бөлінеді: 47,3% – «сабырлы», 35,4% – «сенімділікпен және оптимизммен», 8,6% – «бейжай», 6,7% – «алаңдаушылықпен»

және 1,2% – «қорқынышпен және үмітсіздікпен». 2025–2026 жылдар динамикасында сенімділік 25,8%-дан 35,4%-ға дейін, сабырлық – 44,3%-дан 47,3%-ға дейін өсті, ал алаңдаушылық 17,7%-дан 6,7%-ға дейін және қорқыныш 4,1%-дан 1,2%-ға дейін төмендеді. Елдің болашағын оң бағалау 71,6%-дан (14-18 жас) 59,8%-ға (29-34 жас) дейін төмендейді, бұл ретте алаңдаушылық деңгейі 14-18 жастағы жасөспірімдердегі 2,8%-бен салыстырғанда ересек топтарда шамамен 9%-ға дейін артады.

3. Жастар арасындағы ел болашағының бейнесі негізінен заманауи зайырлы және қауіпсіз мемлекет моделімен байланысты. 43,3%-ы Қазақстанды «заманауи зайырлы мемлекет» ретінде көреді (21,7%-дан өсті), 20,3%-ы – «қауіпсіз мықты», 11,7%-ы – «технологиялық», 10,4%-ы – «мәдени тартылыс орталығы», 5,4%-ы – «діни», 3,9%-ы – «өңірлік держава» ретінде көреді. Белгісіздіктің төмендеуі әсіресе байқалады: «дәл қазіргідей» деген нұсқа 27,6%-дан 0,5%-ға дейін төмендеді.

4. Жастардың өзекті трендтері діни ұстанымдар рөлінің төмендеуі аясында цифрландыруға, денсаулыққа және даралануға қарай ауысуда. Жетекші тренд ретінде қаржылық тәуелсіздік қала береді (53,1%), одан кейін салауатты өмір салты (30,9%), цифрландыру (23,0%), ішінара/қашықтан жұмыс істеу (23,9%) тұр. Бұл ретте цифрландырудың (9,3%-дан 23,0%-ға дейін), салауатты өмір салтының (22,1%-дан 30,9%-ға дейін), инклюзивтіліктің (7,7%-дан 15,1%-ға дейін) маңыздылығы артып, ал діндарлық 23,1%-дан 16,3%-ға дейін төмендеді.

5. Өңірлік айырмашылықтар айқын бола тұра, жастардың электоралдық тартылуы салыстырмалы түрде жоғары деңгейде қалып отыр. 67,6%-ы сайлауға қатысуды маңызды деп санайды (32,8% – «иә», 34,8% – «көбіне иә»), ал 29,5%-ы оны маңызды емес деп санайды. Ең жоғары қолдау Солтүстік Қазақстан (97,7%), Ақтөбе (92,4%) облыстарында және Шымкент қаласында (89,1%) тіркелсе, ең төменгі қолдау Абай (37,3%) және Ақмола (47,2%) облыстарында байқалды.

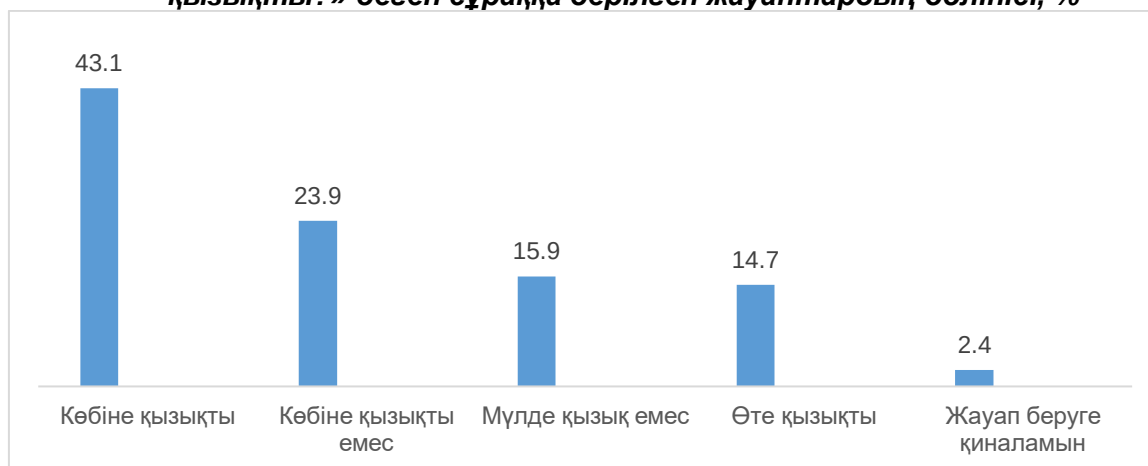
6. Жастардың электоралдық хабардар болу деңгейі орташа және жасы ұлғайған сайын артады. 28,2%-ы сайлаудың кейбір тұстарын біледі, 26,3%-ы – көбіне жақсы хабардар, 17,5%-ы – жақсы, 15,5%-ы – нашар, 10,5%-ы – мүлдем хабардар емес. Хабардар болу деңгейі 14-18 жастағы топтағы «өте жақсы ақпараттандырылғандардың» 11,3%-ынан 24-28 жастағы топта 22,8%-ға дейін артады.

4. БІЛІМ, ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ МӘДЕНИЕТ

Зерттеу аясында жастардың ғылымға деген көзқарасы, олардың неғұрлым перспективалы ғылыми бағыттар туралы түсініктері, сондай-ақ еліміздегі ғылым мен инновацияларды қолдаудың қажетті шаралары туралы пікірлерді зерделенді. Алынған нәтижелер жастардың ғылыми күн тәртібіне тартылу деңгейін бағалауға және ғылыми-зерттеу саласын одан әрі дамытуға қатысты күтулерді анықтауға мүмкіндік береді.

Сауалнама нәтижелері көрсеткендей, жалпы алғанда жастар ғылымға және ғылыми зерттеулерге айтарлықтай жоғары қызығушылық танытып отыр. Мәселен, респонденттердің 43,1%-ы ғылым оларға «өте қызықты» екенін атап өтсе, 43,1%-ы «көбіне қызықты» екенін көрсетті. Осылайша, жиынтығында сауалнамаға қатысқандардың жартысынан астамы (57,8%) ғылыми қызметке оң көзқарас танытады. Сонымен қатар респонденттердің 23,9%-ы ғылым оларға «көбіне қызық емес», 15,9%-ы – «мүлде қызық емес» екенін атап өтті, 2,4%-ы жауап беруге қиналды. Бұл деректер жастардың ғылыми салаға деген тұрақты қызығушылығының бар екенін айғақтайды, алайда сонымен бірге жастар арасында ғылымды одан әрі танымал ету қажеттілігін көрсетеді.

№18 диаграмма. «Сізге ғылым және ғылыми зерттеулер қаншалықты қызықты?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, %



Табыс бойынша бөліністі назар аударарлық жайт ретінде атап өтуге болады. Жалпы алғанда, ғылымға және ғылыми зерттеулерге деген қызығушылық табыс деңгейінің өсуіне қарай арта түседі. Ғылым «өте қызық» дейтіндердің ең жоғары үлесі табысы 700 мың теңгеден асатын топта (27,3%) байқалады, ал 100 мың теңгеге дейінгі табысы төмен топта бұл көрсеткіш 14,8% құрайды.

«Көбіне қызықты» санаты барлық табыс топтарында, әсіресе 250–400 мың теңге аралығында (48,6%) басым.

Табыстың өсуімен қатар ғылым «мүлдем қызық емес» дейтіндердің үлесі де төмендейді: ең төменгі топтағы 35,8%-дан ең жоғарғы топтағы 9,9%-ға дейін.

№24 кесте. «Сізге ғылым және ғылыми зерттеулер қаншалықты қызықты?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, табыс деңгейі бойынша, %

	100 мың тг-ге дейін	100 мың - 250 мың тг	250 мың - 400 мың тг	400 мың - 550 мың тг	550 мың - 700 мың тг	700 мың тг- ге дейін
Өте қызықты	14,8	11,7	12,2	16,7	15,6	27,3
Көбіне қызықты	23,5	42,8	48,6	41,4	40,9	35,4
Көбіне қызық емес	21,0	28,7	23,9	23,5	18,7	25,5
Мүлде қызық емес	35,8	14,7	13,8	15,4	21,3	9,9

Елімізде қандай ғылыми бағыттарға көбірек көңіл бөлу керек деген сұраққа жауап бере отырып, респонденттер медицина және биотехнологияларды (49%) жиі таңдаған. Бұл салаға деген жоғары қызығушылық қоғамның денсаулық мәселелеріне, медициналық қызметтердің сапасына және биомедициналық технологиялардың дамуына баса назар аударуымен байланысты болуы мүмкін.

Екінші орында ақпараттық технологиялар, жасанды интеллект және цифрлық шешімдер шықты – 33,9%. Бұл қазіргі қоғамдағы цифрландыру мен технологиялық инновациялардың артып келе жатқан маңыздылығын көрсетеді.

Сондай-ақ жастардың едәуір бөлігі экология, климат және «жасыл» технологияларды (32,0%) басымдыққа ие деп санайды, бұл экологиялық сананың артуын және тұрақты даму мәселелеріне деген қызығушылықты білдіреді. Жастар білім беру және педагогикалық технологияларды (26,2%), ауыл шаруашылығы мен азық-түлік қауіпсіздігін (26,1%) де сұранысқа ие бағыттар деп санайды. Респонденттердің пікірінше, инженерия, өнеркәсіп және жаңа материалдарға (22,4%), сондай-ақ энергетикаға, оның ішінде жаңартылатын энергия көздеріне (22,1%) назар аудару қажет.

Аз көлемдегі респонденттер әлеуметтік және гуманитарлық ғылымдарды (16,5%), ғарыштық технологиялары мен жерсеріктік жүйелерді (13,1%), креативті индустриялар мен мәдени саясатты (12,0%) таңдады. Респонденттердің шағын бөлігі (0,2%) ғылымның барлық бағыттарын бір уақытта дамыту қажет екенін атап өтті.

№25 кесте. «Сіздің ойыңызша, Қазақстанда қандай ғылыми бағыттарды дамытуға баса назар аудару қажет?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, %

	Пайыз*
Медицина және биотехнологиялар	49,0
Ақпараттық технологиялар, жасанды интеллект және цифрлық шешімдер	33,9
Экология, климат және «жасыл» технологиялар	32,0
Білім беру және педагогикалық технологиялар	26,2
Ауыл шаруашылығы және азық-түлік қауіпсіздігі	26,1
Инженерия, өнеркәсіп және жаңа материалдар	22,4
Энергетика (оның ішінде жаңартылатын энергия көздері)	22,1
Әлеуметтік және гуманитарлық ғылымдар	16,5
Ғарыштық технологиялар және жерсеріктік жүйелер	13,1
Креативті индустриялар және мәдени саясат	12,0
Жауап беруге қиналамын	3,3

*Жауаптардың жиынтығы 100%-дан асалы, өйткені респондент бірнеше жауап нұсқасын таңдай алды

Барлық жас топтарының өкілдері дамудың ең перспективалы бағыты ретінде медицина мен биотехнологияларды санайды: 14-18 жастағы респонденттердің 47,5%-ы, 19-23 жастағылардың 51,9%-ы, 24-28 жастағылардың 47,1%-ы және 29-34 жастағылардың 49,4%-ы. Бұл денсаулық, өмір сүру сапасы және медициналық технологияларды дамыту мәселелеріне деген қоғамдық қызығушылықтың жоғары деңгейін көрсетеді.

Маңыздылығы бойынша екінші бағыт ақпараттық технологиялар, жасанды интеллект және цифрлық шешімдер болды. Алайда жас ұлғайған сайын бұл салаға деген қызығушылық біртіндеп төмендейді: егер 14-18 жастағы респонденттердің арасында бұл нұсқаны 37,7% атап өтсе, 29-34 жас тобында – 28,1%. Мұндай тенденция жастардың цифрлық ортаға және заманауи технологиялық процестерге көбірек тартылуымен байланысты болуы мүмкін.

Барлық жастағы өкілдер экология, климат және «жасыл» технологиялар мәселелеріне айтарлықтай назар аударады. Осы бағытты қолдағандардың үлесі

30,3%-дан 34,4%-ға дейін ауытқиды, бұл қоғамның экологиялық қауіпсіздік пен тұрақты дамуға деген тұрақты қызығушылығын көрсетеді.

Жас ұлғайған сайын ауыл шаруашылығы мен азық-түлік қауіпсіздігіне деген қызығушылық артады. Егер 14-18 жастағы жасөспірімдер арасында бұл саланы 20,4% таңдаса, 29-34 жастағы респонденттер арасында бұл көрсеткіш 30,8%-ды құрады. Осындай тенденция білім беру және педагогикалық технологияларға қатысты да байқалады: көрсеткіш кіші топтағы 23,7%-дан ересек респонденттер арасында 28,1%-ға дейін өседі. Бұл есейген сайын практикалық және әлеуметтік бағдарланған салалар маңыздылығының арта түсетінін көрсетуі мүмкін.

Инженерия, өнеркәсіп және жаңа материалдар барлық жас санаттарында орташа қызығушылық деңгейін сақтап отыр – от 20,4%-дан 24,1%-ға дейін. Энергетика, оның ішінде жаңартылатын энергия көздері де тұрақты көрсеткіштерін көрсетуде – шамамен 20–23%.

Әлеуметтік және гуманитарлық ғылымдарға деген қызығушылық 29–34 жастағы респонденттер арасында біршама артады (19,1%), ал ғарыштық технологиялар мен креативті индустрияларға қызығушылық жас ұлғайған сайын төмендейді.

Жалпы алғанда, зерттеу нәтижелері респонденттердің жасына қарамастан, ең алдымен медицинаны, цифрлық технологияларды және экологиялық шешімдерді дамытуға бағдарланғанын көрсетеді. Сонымен қатар, жастар көбінесе инновациялық және цифрлық салаларға баса назар аударады, ал ересек жас топтарының өкілдері білім беру, ауыл шаруашылығы және әлеуметтік маңызы бар даму бағыттарына көбірек қызығушылық танытады.

№26 кесте. «Сіздің ойыңызша, Қазақстанда қандай ғылыми бағыттарды дамытуға баса назар аудару қажет?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, жас бойынша, %

	14-18 жас	19-23 жас	24-28 жас	29-34 жас
Медицина және биотехнологиялар	47,5	51,9	47,1	49,4
Ақпараттық технологиялар, жасанды интеллект және цифрлық шешімдер	37,7	36,4	34,1	28,1
Экология, климат және «жасыл» технологиялар	34,4	31,5	31,6	30,3
Білім беру және педагогикалық технологиялар	23,7	27,5	25,3	28,1
Ауыл шаруашылығы және азық-түлік қауіпсіздігі	20,4	25,1	28,6	30,8
Инженерия, өнеркәсіп және жаңа материалдар	20,4	23,3	24,1	22,4
Энергетика (оның ішінде жаңартылатын энергия көздері)	22,7	20,6	22,8	22,2
Әлеуметтік және гуманитарлық ғылымдар	16,8	14,2	15,0	19,1
Ғарыштық технологиялар және жерсеріктік жүйелер	14,8	13,1	15,8	9,5
Креативті индустриялар және мәдени саясат	13,3	14,0	10,8	9,9

Сұрақтардың жеке блогы Қазақстанда ғылым мен инновацияларды дамыту үшін қажетті шараларға арналды. Жастар қолдаудың ең сұранысқа ие түрі ретінде жас ғалымдарға арналған гранттар мен стипендияларды санайды – бұл нұсқаны респонденттердің 44,2%-ы таңдады. Бұл жаңадан бастаған зерттеушілерге қаржылық және білім беру қолдауын көрсетудің аса маңызды екенін білдіреді.

Сондай-ақ басым шаралар қатарында респонденттер ғылымды мемлекеттік қаржыландыруды ұлғайтуды (32,1%), шетелде тағылымдамадан өту және оқу мүмкіндіктерін (25,5%), сонымен қатар ғылыми инфрақұрылым мен

зертханаларды дамытуды (23,7%) атап өтті. Респонденттердің бір бөлігі стартаптар мен технологиялық кәсіпкерлікті қолдауды (22,0%), ғылым, бизнес және университеттердің ынтымақтастығын (21,0%), сондай-ақ ғалымдардың жалақысын көтеруді (20,9%) маңызды деп санайды.

Бұдан бөлек, жастар гранттарды бөлу үдерісінің ашықтығын қамтамасыз ету (19,9%), жастар арасында ғылымды насихаттау (18,3%) және заманауи технологиялар мен жабдықтарға қолжетімді кеңейту (17,8%) қажеттілігіне назар аударады. Респонденттер зерттеулер мен әзірлемелер саласында жаңа жұмыс орындарын құру (8,2%) және бюрократиялық рәсімдерді жеңілдету (7,8%) туралы сирек айтты.

№19 диаграмма. «Сіздің ойыңызша, Қазақстанда ғылым мен инновацияларды дамыту үшін қандай қолдау көбірек қажет?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, %



* Жауаптар қосындысы 100%-дан асады, себебі респондент бірнеше жауап нұсқасын таңдай алды

Ғылыми әлеуетті дамыту мәнмәтінінде жоғары білімі және ғылыми дәрежесі бар респонденттердің пікірі ерекше қызығушылық тудырады. Талдау көрсеткендей, олардың сұраныстары жастардың жалпы бағалауларынан біршама ерекшеленеді және көбінесе ғылымды қолдаудың жүйелі шараларына бағдарланған.

Мәселен, ғылыми дәрежесі бар респонденттер арасында ғылымды мемлекеттік қаржыландыруды ұлғайту ең сұранысқа ие шара болып табылады (40,3%), ал ЖОО түлектері арасында бұл көрсеткіш 30,4% құрайды. Сонымен қатар, ғылыми дәреже иелері ғалымдардың жалақысын көтеру (20,1%-ға қарсы

27,3%) және ғылыми гранттарды бөлу процестерінің ашықтығын қамтамасыз ету (21,7%-ға қарсы 24,7%) қажеттілігін жиірек атап өтеді.

Сонымен бірге екі топ та жас ғалымдарға арналған гранттар мен стипендияларға (ЖОО түлектері арасында 41,7% және ғылыми дәрежесі бар респонденттер арасында 40,3%), сондай-ақ ғылыми инфрақұрылым мен зертханаларды дамытуға (сәйкесінше 27,9% и 28,6%) жоғары сұраныс танытып отыр.

Алынған мәліметтер ғылыми қызметте тәжірибесі бар жастардың қаржыландыру мәселелеріне, еңбек жағдайларына және ғылыми жүйенің ашықтығына көбірек назар аударатынын көрсетеді, ал жоғары білімі бар респонденттер көбінесе кәсіби даму мүмкіндіктеріне, халықаралық тағылымдамаларға және гранттық қолдау алуға бағланған.

№27 кесте. «Сіздің ойыңызша, Қазақстанда ғылым мен инновацияларды дамыту үшін қандай қолдау көбірек қажет?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, білім деңгейі бойынша, %

	Жоғары ЖОО бітірген	Жоғары және ғылыми дәреже магистр, кандидат, доктор, PhD	Жалпы
Ғылымды мемлекеттік қаржыландыруды арттыру	30,4	40,3	32,1
Жас ғалымдарға гранттар мен стипендиялар беру	41,7	40,3	44,2
Ғылыми инфрақұрылым мен зертханаларды дамыту	27,9	28,6	23,7
Грант иегерлерін іріктеу үдерісінің ашықтығы	21,7	24,7	19,9
Стартаптар мен технологиялық кәсіпкерлікті қолдау	23,8	20,8	22,0
Ғылым, бизнес және университеттердің ынтымақтастығы	22,4	18,2	21,0
Шетелде тағылымдамадан өту және оқу мүмкіндіктері	23,4	18,2	25,5
Ғалымдардың жалақысын көтеру	20,1	27,3	20,9
Жастар арасында ғылымды насихаттау	16,9	13,0	18,3
Ғылым саласындағы бюрократиялық рәсімдерді жеңілдету	7,7	3,9	7,8
Заманауи технологиялар мен жабдықтарға қолжетімділік	18,9	15,6	17,8
Зерттеулер мен әзірлемелер саласында жұмыс орындарын құру	7,3	9,1	8,2

Қазіргі ғылыми-технологиялық күн тәртібінде жасанды интеллект ерекше орын алады. Бүгінде ол тек перспективалы ғылыми зерттеу бағыты ретінде ғана емес, сонымен қатар білім беру жүйесін, еңбек нарығын және күнделікті өмірді өзгертуге қабілетті құрал ретінде қарастырылады. Осыған байланысты зерттеу аясында жастардың жасанды интеллект технологияларын қабылдауына және олардың қоғамның болашақ дамуындағы рөлін бағалауына айрықша назар аударылды. Зерттеу барысында респонденттерге жасанды интеллектімен (ЖИ) байланысты түрлі аспектілерді 5 балдық шкала бойынша бағалау ұсынылды, мұнда 1 балл ең төменгі маңыздылықты немесе көріністі, ал 5 балл ең жоғары мәнді білдіреді.

Сұрақтар ЖИ технологияларын оқып үйренудің маңыздылығына, оқу мен жұмыста ЖИ құралдарын қолдануға, жасанды интеллектінің білім беру сапасы мен

сыни ойлауға тигізетін әсеріне, сондай-ақ ЖИ жасаған контентті ажырата білу қабілетіне қатысты болды.

Зерттеу нәтижелері көрсеткендей, жастар білім беру жүйесінде жасанды интеллект технологияларын оқып-үйренудің маңыздылығын жалпы алғанда жоғары бағалайды. Ең жоғары «5» бағасын респонденттердің 32,1%-ы қойды, ал 30,8%-ы «4» бағасын таңдады. Осылайша, зерттеуге қатысушылардың 60%-дан астамы ЖИ-ді оқып-үйренуді заманауи білім берудің маңызды бағыты деп санайды. Орташа «3» бағасын сауалнамаға қатысқандардың 22,8%-ы берді, ал төменгі «1» және «2» бағаларының жиынтығы 13,3% құрады. Бұл жастар арасында цифрлық және технологиялық құзыреттердің маңыздылығын мойындау деңгейінің айтарлықтай жоғары екенін көрсетеді.

Оқуда немесе жұмыста ЖИ негізіндегі құралдарды қолдануды бағалау кезінде респонденттердің 29,0%-ы «4» бағасын, 23,2%-ы ең жоғары «5» бағасын қойды. Тағы 23,7%-ы қолданудың орташа деңгейін таңдады. Сонымен қатар сауалнамаға қатысқандардың төрттен біріне жуығы ЖИ қолдануды төмен деңгейде бағалады, атап айтқанда 9,9%-ы «1» бағасын, 13,5%-ы «2» бағасын таңдады. Алынған нәтижелер жасанды интеллект технологияларының жастардың күнделікті қызметіне белсенді түрде еніп жатқанын көрсетеді, алайда оларды пайдалану деңгейі біркелкі емес.

Жастар жасанды интеллектінің болашақта білімді игеру сапасына тигізетін әсерін де айтарлықтай оң бағалайды. «4» және «5» бағаларын зерттеуге қатысушылардың тиісінше 27,6%-ы және 24,7%-ы таңдады. Орташа бағаны респонденттердің 23,6%-ы берді. Сонымен бірге сауалнамаға қатысқандардың 22,1%-ы төменгі «1» және «2» бағаларын таңдап, көбіне скептикалық ұстанымды ұстанады. Жалпы нәтижелер ЖИ-дің білім беру процесіне және білімге қолжетімділікке оң әсер ететініне қатысты күтулердің басым екенін көрсетеді.

Жасанды интеллектінің сыни ойлауды дамытуға тигізетін әсерін бағалау біркелкі болмай шықты. Ең көп таралған жауап нұсқасы орташа «3» бағасы болды, оны респонденттердің 27,0%-ы таңдаған. Жоғары «4» және «5» бағаларының жиынтығы 39,4% құрады, ал төменгі «1» және «2» бағалары 29,6% болды. Бұл аналитикалық дағдыларды дамыту үшін ЖИ-ді қолданумен байланысты оң күтулердің де, ойлау дербестігінің төмендеуі және цифрлық технологияларға тәуелділік қаупіне қатысты алаңдаушылықтың да бар екенін көрсетугі мүмкін.

Жасанды интеллект жасаған өнімдерді ажырата білу қабілетін бағалау кезінде респонденттер көбінесе орташа және жоғары бағаларды таңдаған. Мәселен, 26,2%-ы «3» бағасын, 23,2%-ы «4» бағасын, 24,2%-ы «5» бағасын қойды. Бұл ретте зерттеуге қатысушылардың шамамен төрттен бірі ЖИ контентті тану дағдыларын төмен деңгейде бағалады. Бұл жастардың ЖИ арқылы жасалған материалдардың таралуын белгілі бір деңгейде түсінетінін, алайда оларды адам жасаған контенттен ажырата білу қабілетіне әрдайым сенімді емес екенін көрсетеді.

Жалпы алғанда жастар жасанды интеллектіні, әсіресе білім беру және кәсіби салаларда маңызды әрі перспективалы технология ретінде қабылдайды. Сонымен бірге ЖИ әсерінің жекелеген аспектілеріне, ең алдымен сыни ойлау мен ақпараттық ортаға деген көзқарас біркелкі емес және ол жаңа технологияларға деген жоғары қызығушылықты да, олардың белсенді таралуымен байланысты белгілі бір қауіптерді де көрсетеді.

№28 кесте. «Жасанды интеллекттің рөлін 5 балдық шкала бойынша бағалаңыз, мұнда 1 – ең төменгі мән, 5 – ең жоғары мән» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, %

	1 (маңызды емес)	2	3	4	5 (өте маңызды)	(99) Жауап беруге қиналамын
Білім беру жүйесінде ЖИ технологияларын оқып-үйренудің маңыздылығы	4,3	9,0	22,8	30,8	32,1	1,0
Сіз оқуыңызда немесе жұмысыңызда ЖИ негізіндегі құралдарды пайдаланасыз ба?	9,9	13,5	23,7	29,0	23,2	0,7
Болашақта жасанды интеллекттің білімді меңгеру сапасына әсерін қалай бағалайсыз?	7,1	15,0	23,6	27,6	24,7	2,0
ЖИ сыни ойлаудың дамуына қалай әсер етеді?	11,6	18,0	27,0	21,0	18,4	4,0
ЖИ арқылы жасалған өнімдерді қаншалықты оңай ажырата аласыз?	11,6	12,6	26,2	23,2	24,2	2,2

Жастардың бағалауындағы жас ерекшеліктеріне қарай айырмашылықтарды талдау үшін нәтижелерді бес балдық шкала бойынша индекстеу әдісі қолданылды. Деректерді барынша көрнекі ету мақсатында әрбір жауап нұсқасына тиісті салмақ беріледі: «5» бағасын қойған респонденттердің үлесі – 5-ке, «4» бағасы – 4-ке, «3» бағасы – 3-ке және т.б. көбейтіледі. Алынған мәндер қосылып, шыққан жиынтық көрсеткіш нақты жауап берген (жауап беруге қиналатындарды есепке алмағанда) респонденттердің үлесіне бөлінеді. Нәтижесінде жас топтары арасындағы бағалауды өзара дұрыс салыстыруға мүмкіндік беретін, мәні 1-ден 5 баллға дейінгі интегралды индекс қалыптасады.

Жасанды интеллекттің рөлін бағалау өлшенген барлық параметр бойынша респонденттердің жасы ұлғайған сайын төмендейтіні байқалды. Ең жоғары көрсеткіштер 14–18 жас аралығындағы топта тіркелді: бұл санатта білім беру жүйесінде ЖИ-ді оқып-үйренудің маңыздылығы (3,94) және оқуда немесе жұмыста ЖИ құралдарын қолдану (3,70) бойынша ең жоғары мәндер байқалады. Сонымен қатар осы топтағы жастар ЖИ-дің білімді игеру сапасына (3,62) және сыни ойлауды дамытуға (3,30) тигізетін әсерін жоғары бағалайды, сондай-ақ ЖИ жасаған контентті ажырата білу қабілетіне ең жоғары өзіндік баға берген (3,54).

19–23 жас тобындағы көрсеткіштер салыстырмалы түрде жоғары деңгейде сақталғанымен, жасөспірімдермен салыстырғанда төмендеу, әсіресе ЖИ-ді қолдану (3,52) және сыни ойлау (3,11) мәселелерінде. Бұдан кейін 24–28 және 29–34 жас топтарында бағалаудың тұрақты түрде төмендегені байқалады, мұнда ЖИ-ді қолдану (сәйкесінше 3,37 және 3,03) және оның сыни ойлауға әсері (3,02 және 2,77) бойынша ең төменгі мәндер тіркелді.

Жалпы алғанда, деректер респонденттердің жасы ұлғайған сайын білім беруден бастап когнитивтік дағдыларға дейінгі барлық аспектіде жасанды интеллекттің рөлі мен ықпалын бағалау деңгейі төмендейтінін көрсетеді. Бұл кіші жас топтарындағы жастардың жаңа технологияларға барынша тартылғанын және оларды тез қабылдайтынын аңғартады.

№29 кесте. «Жасанды интеллектінің рөлін 5 балдық шкала бойынша бағалаңыз, мұнда 1 – ең төменгі мән, 5 – ең жоғары мән» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, жас топтары бойынша

	14-18	19-23	24-28	29-34
Білім беру жүйесінде ЖИ технологияларын оқып-үйренудің маңыздылығы	3,94	3,79	3,70	3,54
Сіз оқуыңызда немесе жұмысыңызда ЖИ негізіндегі құралдарды пайдаланасыз ба?	3,70	3,52	3,37	3,03
Болашақта жасанды интеллекттің білімді меңгеру сапасына әсерін қалай бағалайсыз?	3,62	3,52	3,35	3,18
ЖИ сыни ойлаудың дамуына қалай әсер етеді?	3,30	3,11	3,02	2,77
ЖИ арқылы жасалған өнімдерді қаншалықты оңай ажырата аласыз?	3,54	3,47	3,13	3,01

Білім, ғылым және технологиялық даму мәселелерімен қатар, адам капиталын қалыптастыруда мәдениет саласы маңызды рөл атқарады. Дәл осы сала жастардың шығармашылық тұрғыдан дамуына, өзін-өзі танытуына және әлеуметтік интеграциясына мүмкіндіктер жасайды. Сондықтан зерттеу аясында жастардың Қазақстанның мәдени өміріне қатысуын арттыратын шараларды бағалауға ерекше назар аударылды. Сауалнама барысында респонденттерге жастардың Қазақстанның мәдени өміріне қатысуын кеңейту үшін бірінші кезекте қандай шараларды жүзеге асыру қажет туралы сұрақ қойылды. Зерттеу нәтижелері көрсеткендей, жастар ең алдымен шығармашылық бастамалар мен жобаларды қолдауды күшейтуді күтеді (32,4%). Бұл жастардың өз әлеуетін іске асыруға, жеке идеяларын дамытуға және елдің мәдени кеңістігіне белсенді қатысуға деген ұмтылысын көрсетеді.

Респонденттердің 31,9%-ы жастарға арналған заманауи әрі қызықты іс-шараларды көбірек өткізуді дәл сондай маңызды шара деп санайды. Алынған нәтижелер жастардың мәдени оқиғалар форматтарын жаңартуға, оларды жаңа буынның қызығушылығына бейімдеуге және интерактивті тәсілдерді қолдануға деген сұранысын көрсетеді.

Респонденттер отбасылық тәрбиені қолдауды да жастардың мәдени әлеуметтенуінің маңызды факторы деп санайды, сауалнамаға қатысқандардың 30,1%-ы мәдени құндылықтар мен қызығушылықтарды қалыптастыруда отбасының рөлін нығайту қажеттігін атап өтті.

Сұранысқа ие басқа бағыттардың қатарында жастар мәдени іс-шаралардың құны жағынан қолжетімділігін арттыруды (23,7%), сондай-ақ мәдени инфрақұрылымды – мәдениет үйлерін, кітапханаларды, арт-кеңістіктер мен креативті орталықтарды дамытуды (23,6%) атап көрсетті. Бұл мәдени ресурстарға барынша кең әрі біркелкі қол жеткізуге деген сұраныстың бар екенін аңғартады.

Зерттеуге қатысушылардың айтарлықтай бөлігі мәдениет және өнер саласындағы үйірмелерді, студиялар мен білім беру бағдарламаларын дамытуды маңызды деп санайды (22,9%). Сонымен қатар, респонденттердің 21,0%-ы онлайн-концерттерді, виртуалды мұражайларды және стримингтік жобаларды қоса алғанда, мәдениеттің цифрлық форматтарын неғұрлым белсенді енгізуді жақтайды, бұл цифрландырудың мәдениет саласына тигізетін әсерін және мәдени контентті тұтыну тәсілдерінің өзгергенін көрсетеді.

Сондай-ақ жастарды мәдени іс-шараларды ұйымдастыру ісіне тарту (19,7%) және мәдени оқиғалар туралы ақпараттандыруды жақсарту (16,9%) қажеттігі атап өтіледі. Кейбір респонденттердің пікірінше, білім беру мекемелері арқылы мәдениетке деген қызығушылықты қалыптастыру (14,9%), сондай-ақ өңірлік және ауылдық мәдени жобаларды қолдау (11,7%) маңызды рөл атқарады.

Зерттеуге қатысушылардың аз ғана бөлігі арнайы шаралар қабылдаудың қажеті жоқ деп санайды (2,2%), ал сауалнамаға қатысқандардың 0,7%-ы жауап беруге қиналған.

№20 диаграмма. «Сіздің ойыңызша, жастардың мәдени өмірге қатысуын кеңейту үшін ең алдымен не істеу қажет?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, %



* Жауаптар қосындысы 100%-дан асады, себебі респондент бірнеше жауап нұсқасын таңдай алды

Нәтижелер көрсеткендей, мәдени өмірге қатысуды кеңейту мәселелеріндегі қала және ауыл жастарының басымдықтары көп жағдайда өзара сәйкес келеді, алайда олардың белгілі бір айырмашылықтары да бар. Екі топта да шығармашылық бастамалар мен жобаларды қолдау (қалада 31,0% және ауылда 34,7%) және жастарға арналған заманауи әрі қызықты іс-шараларды көбірек өткізу (тиісінше 28,2% және 38,1%) ең көп сұранысқа ие шаралар қатарына кіреді. Бұл ретте ауыл жастары заманауи іс-шараларды өткізу қажеттігін әлдеқайда жиі атап көрсеткен.

Ауылдық жерлердегі респонденттер мәдени әлеуметтенудің негізі ретінде отбасылық тәрбиенің маңыздылығын (28,1%-ға қарсы 33,6%), мәдени инфрақұрылымды дамытуды (22,7%-ға қарсы 25,1%) және өңірлік әрі ауылдық мәдени жобаларды қолдауды (9,9%-ға қарсы 14,6%) жиірек алға тартады. Өз кезегінде қала жастары мәдени іс-шаралардың баға жағынан қолжетімділігін арттыруды (21,3%-ға қарсы 25,0%), мәдениеттің цифрлық форматтарын енгізуді (19,9%-ға қарсы 21,6%) және жастарды мәдени іс-шараларды ұйымдастыру ісіне тартуды (18,0%-ға қарсы 20,6%) біршама жиірек қолдаған.

Жалпы алғанда нәтижелер жастардың мәдени өмірге қатысу аясын кеңейтуді ең алдымен шығармашылық белсенділікті қолдаумен және қызықты мәдени оқиғалар ұйымдастырумен байланыстыратынын көрсетеді. Бұл ретте ауыл жастары мәдени орта мен инфрақұрылымды дамытуға жоғары сұраныс білдірсе, қала жастары мәдени байланыстың қолжетімділігі мен заманауи форматтарына көбірек назар аударады.

№30 кесте. «Сіздің ойыңызша, жастардың мәдени өмірге қатысуын кеңейту үшін ең алдымен не істеу қажет?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, елді мекен түрі бойынша, %

	Қала	Ауыл
Отбасылық тәрбиені жастардың мәдени әлеуметтенуінің негізі ретінде қолдау	28,1	33,6
Мәдени іс-шараларды баға жағынан қолжетімді ету	25,0	21,3
Мәдени инфрақұрылымды дамыту (мәдениет үйлері, креативті кеңістіктер, кітапханалар, арт-орталықтар)	22,7	25,1
Жастарға арналған заманауи әрі қызықты іс-шараларды көбірек өткізу	28,2	38,1
Мәдениеттің цифрлық форматтарын белсендірек енгізу (онлайн-концерттер, виртуалды музейлер, стримингтік жобалар)	21,6	19,9
Шығармашылық бастамалар мен жобаларды қолдау	31,0	34,7
Мәдениет пен өнер саласындағы үйірмелерді, студияларды және білім беру бағдарламаларын дамыту	22,7	23,2
Жастарды мәдени оқиғалар туралы ақпараттандыруды жақсарту	17,3	16,1
Өңірлік және ауылдық мәдени жобаларды қолдау	9,9	14,6
Жастарды мәдени іс-шараларды ұйымдастыруға тарту	20,6	18,0
Білім беру ұйымдары арқылы мәдениетке қызығушылық қалыптастыру	14,3	15,9
Арнайы ештеңе істеудің қажеті жоқ	2,8	1,1
Жауап беруге қиналамын	0,9	0,4

Қорытынды

1. Жастар ғылымға тұрақты қызығушылық танытып отыр. Респонденттердің 57,8%-ы оны қызықты деп санайды (14,7%-ы – «өте қызық», 43,1%-ы – «көбіне қызық»). Бұл ретте сауалнамаға қатысқандардың 39,8%-ы ғылымды «көбіне қызықты емес» немесе «мүлде қызық емес» деп бағалаған.

2. Жастар ең перспективалы ғылыми бағыттар ретінде медицина мен биотехнологияларды (49%), цифрлық технологиялар мен ЖИ-ді (33,9%) сондай-ақ экология, климат және «жасыл» технологияларды (32%) қарастырады. Әлеуметтік ғылымдарды, ғарыш технологияларын және креативті индустрияларды таңдаған респонденттер үлесі аздау (12–16,5%). Медицина мен биотехнологиялар барлық жас топтарында көш бастап тұр (47,1–51,9%). 14–23 жас аралығындағы жастар ИТ мен инновацияларға көбірек бейім болса, 24–34 жастағы ересек топтар білім беру, ауыл шаруашылығы және әлеуметтік маңызы бар бағыттарға басымдық береді.

3. Ғылымды қолдаудың ең көп сұранысқа ие шаралары жас ғалымдарға арналған гранттар мен стипендиялар (44,2%) және ғылымды мемлекеттік қаржыландыруды ұлғайту (32,1%). Ғылыми дәрежесі бар респонденттер қаржыландыру көлеміне, ғалымдардың жалақысына және гранттарды бөлудің ашықтығына басты назар аударады.

4. Жастар жасанды интеллектіні және оның білім беру мен кәсіби қызметтің болашақ дамуындағы рөлін оң қабылдайды. Респонденттердің 62,9%-ы ЖИ технологияларын үйренудің маңыздылығын жоғары бағалайды (4–5 балл). Сауалнамаға қатысқандардың жартысынан көбі (52,2%) оқуда немесе жұмыста ЖИ негізіндегі құралдарды белсенді қолданады. Сондай-ақ 52,3%-ы ЖИ білімді меңгеру сапасын жақсартуға ықпал етеді деп санайды. ЖИ-дің сыни ойлауды дамытуға тигізетін әсері біркелкі бағаланбайды: 39,4%-ы оң бағаласа, 29,6%-ы теріс бағалаған. Жас мөлшері кіші болған сайын, ЖИ-дің барлық аспектілердегі рөлін бағалау деңгейі де жоғарылай түседі: 14–18 жастағы жасөспірімдер ЖИ-ді ең белсенді қолданатындар қатарында және оның білім беру мен сыни ойлауға әсерін оң бағалайды, ал 29–34 жастағы топтардың бұл процеске тартылу деңгейі төмендеу.

5. Мәдени өмірге қатысу аясын кеңейту үшін жастар шығармашылық бастамалар мен жобаларды қолдауды (32,4%) және заманауи іс-шаралар өткізуді (31,9%) күтеді. Сондай-ақ отбасылық тәрбие (30,1%) мен мәдени инфрақұрылымды дамыту да (23,6–23,7%) маңызды. Ауыл жастары көбінесе мәдени орта мен инфрақұрылымды дамытуға және отбасылық тәрбиеге ден қойса, қала жастары іс-шаралардың қолжетімділігіне, цифрлық форматтарға және оқиғаларды ұйымдастыру ісіне жастарды тартуға көбірек мән береді.

5. ЖАСТАРДЫҢ ЖҰМЫСҚА ОРНАЛАСУЫ, ДАҒДЫЛАРЫ МЕН ЭКОНОМИКАЛЫҚ БАҒДАРЛАРЫ

Жұмысқа орналасу, кәсіби дағдылар және экономикалық бағдарлар жастардың өзін-өзі танытуы мен қаржылық тәуелсіздігі үшін мүмкіндіктерді айқындайтын негізгі факторлар болып саналады.

Жастар болашақта сұранысқа ие болатын дағдыларға қатысты цифрландыруға және тез өзгертін еңбек нарығына бейімделуге жоғары бағдарланғанын көрсетеді. Респонденттер цифрлық дағдылар мен жасанды интеллект технологияларын меңгеруді (41,8%) ең маңызды деп санайды, бұл кәсіби саладағы технологиялардың артып келе жатқан рөлін түсінуді білдіреді. Сыни ойлау (32,6%) мен икемділік, өзгеруге дайын болу (28,6%) да маңызды орын алады, бұл жаңа жағдайларға бейімделу және ақпаратты талдау қабілетіне деген сұранысты көрсетеді. Жастар коммуникативтік дағдыларға (27,0%) және онлайн-платформалар мен цифрлық ортада жұмыс істей білуге (24,0%) айтарлықтай мән береді, бұл жұмыспен қамтудың гибриді және қашықтан жұмыс істеу форматтарының кең тарағанын айғақтайды. Сонымен қатар эмоционалдық интеллект (20,2%), медиасауаттылық пен кибергигиена (19,3%), сондай-ақ кәсіпкерлік дағдылар мен өзін-өзі жұмыспен қамту (18,5%) сұранысқа ие саналады, бұл жастардың цифрлық ортада дербестікке және тұрақтылыққа ұмтылысын көрсетеді. Жауап беруге қиналғандардың үлесі өте аз (1,7%), бұл болашақтың негізгі құзыреттері туралы түсініктің қалыптасқанын білдіреді.

№ 31 кесте. «Сіздің ойыңызша, жақын болашақта еңбек нарығында қандай дағдылар мен құзыреттер сұранысқа ие болады?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, %

	Пайыз*
Цифрлық дағдылар және ЖИ	41,8
Сыни ойлау	32,6
Икемділік, өзгеруге дайын болу	28,6
Коммуникативтік дағдылар	27,0
Онлайн-платформаларда және цифрлық ортада жұмыс істей білу	24,0
Эмоционалдық интеллект	20,2
Медиа сауаттылық, кибергигиена	19,3
Кәсіпкерлік дағдылар және өзін-өзі жұмыспен қамту	18,5
Көп міндетті қатар атқара алу	16,5
Бастамашылдық	13,5
Жобаларды басқару және командада жұмыс істеу	11,5
Жауап беруге қиналамын	1,7

*Жауаптар қосындысы 100%-дан асады, себебі респондент бірнеше жауап нұсқасын таңдай алды

Деректерді білім деңгейі тұрғысынан қарастыру дайындық деңгейінің өзекті дағдыларды қабылдауға қалай әсер ететінін анықтауға мүмкіндік береді. Мәселен, цифрлық дағдылар мен ЖИ барлық білім беру топтарында бірінші орында тұр, бұл көрсеткіш әсіресе 9 сыныптық білімі бар (46,0%) және орта білімді (46,5%) респонденттер арасында жоғары болса, магистрлер мен ғылыми дәрежесі барлар арасында цифрлық құзыретті маңызды санайтындардың үлесі 29,9%-ға дейін төмендейді. Бұл жасы үлкенірек әрі жоғары білімді топтар назарының басқарушылық және аналитикалық құзыреттерге ойысқанын көрсетуі мүмкін.

Маңыздылығы бойынша екінші орында сыни ойлау тұр, оның көрсеткіштері білім деңгейіне қарамастан тұрақты (30,1%-дан 33,9%-ға дейін), бұл аталған дағдының барлық кәсіби және жас топтары үшін әмбебап екенін растайды. Икемділік пен өзгерістерге дайын болу да барлық білім деңгейіндегілер үшін

маңызды, оның ең жоғары көрсеткіші магистр немесе ғылыми дәрежесі бар респонденттерге тиесілі (35,1%), бұл құбылмалы еңбек нарығына бейімделу қажеттілігін айшықтай түседі.

№ 32 кесте. «Сіздің ойыңызша, жақын болашақта еңбек нарығында қандай дағдылар мен құзыреттер сұранысқа ие болады?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, білім деңгейі бойынша, %

	Аяқталмаған орта мектептің 9 сыныбы	Орта мектептің 11 сыныбы	Кәсіби-техникалық арнаулы орта колледж, училище	Аяқталмаған жоғары тек ЖОО-да оқимын	Жоғары ЖОО бітірген	Жоғары және ғылыми дәреже магистр, кандидат, доктор, PhD	Жауап жоқ
Сыни ойлау	30,1	33,9	32,9	32,5	33,0	31,2	33,3
Коммуникативтік дағдылар	23,4	24,5	29,8	28,8	26,5	29,9	0,0
Эмоционалдық интеллект	18,4	23,7	20,5	19,3	20,3	15,6	0,0
Цифрлық дағдылар және ЖИ	46,0	46,5	34,6	43,6	43,6	29,9	33,3
Кәсіпкерлік дағдылар және өзін-өзі жұмыспен қамту	13,8	15,9	21,7	17,8	19,9	13,0	16,7
Онлайн-платформаларда және цифрлық ортада жұмыс істей білу	24,3	24,5	22,7	26,4	23,8	19,5	33,3
Медиа сауаттылық, кибергигиена	23,4	15,9	17,4	19,0	19,8	24,7	16,7
Икемділік, өзгеруге дайын болу	21,8	26,9	30,8	27,9	30,1	35,1	0,0
Бастамашылдық	11,7	14,3	16,2	12,3	12,1	18,2	33,3
Көп міндетті қатар атқара алу	17,2	14,3	17,4	15,6	16,3	20,8	33,3
Жобаларды басқару және командада жұмыс істеу	7,5	13,5	11,9	14,7	9,6	16,9	16,7
Жауап беруге қиналамын	3,8	1,2	1,7	0,3	1,6	1,3	16,7

Деректерді жас бөлінісінде қарастыру дағдыларды қабылдаудың өмірлік тәжірибеге сай қалай өзгередінін түсінуге мүмкіндік береді. Барлық жас топтарының арасында цифрлық дағдылар мен ЖИ көшбасшы орында тұр: бұған ең үлкен қызығушылықты 14–18 жастағылар (46,9%), одан сәл азырақ 19–23 жастағылар (42,8%) танытады, бұдан әрі көрсеткіштер ересек топтарда біртіндеп төмендейді (29–34 жастағыларда 36,7%). Сыни ойлау барлық жастағылар арасында жоғары бағаланады (31,1%–34,0%), ал коммуникативтік дағдылар респонденттердің шамамен төрттен бірінде сұранысқа ие, сонымен қатар 19-23 жастағы жастар арасында шамалы өсім байқалады.

Икемділік пен өзгерістерге дайын болу жас ұлғайған сайын арта түседі: ең жас топта бұл көрсеткіш 25,7% (14-18 жас) болса, ересек жас топтарында 30,3%-ды (24-28 жас) және (29-34 жас) құрайды, бұл еңбек нарығының динамикасына бейімделу қажеттілігін түсінуді аңғартады. Эмоционалдық интеллект пен медиасауаттылық барлық жас топтарында шамамен бірдей бағаланады (17,5%-дан 21,3%-ға дейін), ал кәсіпкерлік дағдылар мен өзін-өзі жұмыспен қамту жас өскен сайын өзекті бола түседі (14-18 жастағылардағы 15,5%-дан 24-28 жастағылардағы 20,8%-ға дейін).

Онлайн-платформаларда және цифрлық ортада жұмыс істей білу жас ұлғайған сайын біртіндеп өз өзектілігін жоғалтады, ал бастамашылдық пен көпміндеттілік жас ерекшелігіне айтарлықтай тәуелді емес, бірқалыпты көрсеткіштерге ие. Жобаларды басқару және командада жұмыс істеу басымдығы

төменірек дағды ретінде қабылданады, респонденттердің шамамен 10–13%-ы оның маңыздылығын атап өткен.

Жалпы алғанда, білім деңгейі мен жас бөлінісіндегі талдау жастардың цифрлық және сыни дағдыларды ерекше бағалайтынын, ал ересек топтардың кәсіпкерлік пен бейімделушілікке мән беретінін көрсетеді. Бұл ретте эмоционалдық және медиасауаттылық құзыреттерінің маңыздылығы барлық жастағылар үшін сақталады, ал білім деңгейі басымдықты базалық цифрлық дағдылардан басқарушылық және аналитикалық құзыреттерге қарай ауыстырады.

№ 33 кесте. «Сіздің ойыңызша, жақын болашақта еңбек нарығында қандай дағдылар мен құзыреттер сұранысқа ие болады?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, жас бойынша, %

	14-18 жас	19-23 жас	24-28 жас	29-34 жас
Сыни ойлау	31,1	33,7	31,6	34,0
Коммуникативтік дағдылар	24,8	28,8	27,6	27,4
Эмоционалдық интеллект	21,3	17,5	20,3	21,0
Цифрлық дағдылар және ЖИ	46,9	42,8	40,6	36,7
Кәсіпкерлік дағдылар және өзін-өзі жұмыспен қамту	15,5	18,8	20,8	19,4
Онлайн-платформаларда және цифрлық ортада жұмыс істей білу	26,0	24,8	24,1	21,3
Медиа сауаттылық, кибергигиена	19,5	18,2	21,1	18,7
Икемділік, өзгеруге дайын болу	25,7	28,6	30,3	30,3
Бастамашылдық	14,3	9,5	15,0	14,7
Көп міндетті қатар атқара алу	15,7	17,1	14,8	18,0
Жобаларды басқару және командада жұмыс істеу	10,6	13,5	11,8	10,4
Жауап беруге қиналамын	1,6	1,3	1,5	2,1

Жастардың жұмыспен қамту салалары бойынша қалауының бөлінісі ең үлкен қызығушылықты бизнес пен кәсіпкерлік (13,1%), тудыратынын көрсетеді, бұл жастардың бір бөлігінің дербес кәсіби қызметке, өз ісін дамытуға және қаржылық тәуелсіздікке деген ұмтылысын айғақтайды.

Ең танымал бағыттардың қатарында білім беру (9,8%), денсаулық сақтау (8,9%) және сауда, оның ішінде маркетплейстер (8,8%) ерекшеленеді. Аталған салалардың жоғары көрсеткіштері олардың еңбек нарығындағы тұрақты сұранысы мен маңыздылығын көрсетеді.

Жастар заманауи технологиялық бағыттарға да қызығушылық танытуда: сауалнамаға қатысқандардың 7,3%-ы цифрландыру және ЖИ саласын таңдаған. Бұл цифрлық мамандықтар тартымдылығының артқанын және жастардың технологиялық өзгерістерге біртіндеп бейімделіп келе жатқанын көрсетеді.

Қызығушылықтың орташа деңгейі мәдениет, өнер және креативті индустрия (4,9%), мемлекеттік қызмет (4,5%), өнеркәсіп пен көлік (4,3%-дан), құрылыс, қаржы және сақтандыру (4,0%-дан), сондай-ақ ауыл шаруашылығы мен байланыс (3,9%-дан) сияқты салаларда байқалады.

Респонденттер үшін ең аз тартымды болған бағыттар – туризм, дизайн, медиа, экология, маркетинг, ветеринария және психология, олардың әрқайсысы 1%-дан аз жауап жинады. Сауалнаман қатысушыларының 2,3%-ы жауап беруге қиналды.

Жалпы алғанда, нәтижелер жастардың негізінен кәсіпкерлікке, әлеуметтік маңызды мамандықтарға және қызметтің заманауи цифрлық бағыттарына бағланғанын көрсетеді.

№ 34 кесте. «Сіз қай қызмет саласында жұмыс істегіңіз келеді (немесе қазірдің өзінде жұмыс істейсіз)?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, %

	Пайыз
Бизнес, кәсіпкерлік	13,1
Білім беру	9,8
Денсаулық сақтау	8,9
Сауда, оның ішінде маркетплейстер	8,8
Цифрландыру және ЖИ	7,3
Мәдениет, өнер және креативті индустрия	4,9
Мемлекеттік қызмет	4,5
Өнеркәсіп	4,3
Көлік	4,3
Құрылыс	4,0
Несие, қаржы, сақтандыру	4,0
Ауыл шаруашылығы	3,9
Байланыс	3,9
Дене шынықтыру және спорт	3,4
Құқық қорғау органдары	2,9
Қоғамдық тамақтану	2,5
Құқық, заңтану, әскери іс	2,4
Басқа	5,6
Жауап беруге қиналамын	2,3

Барлық жас топтарында ең танымал бағыттардың бірі бизнес және кәсіпкерлік болып қала береді: 14-18 жастағы жастар арасында 14,5%, 19-23 жастағылар арасында 14,2%, 24-28 жастағылар арасында 11,5% және 29-34 жастағылар арасында 12,0%. Бұл жастардың өзін-өзі жұмыспен қамтуға және өз ісіне деген жоғары қызығушылығын көрсетеді.

Білім беру саласына деген қызығушылық 14-18 жастағы жастар арасында 8,7%, 19-23 жастағылар арасында 7,8%, 24-28 жастағылар арасында 9,3%-ды құрайды және 29-34 жастағы респонденттер арасында 12,7%-ға жетеді.

Денсаулық сақтау саласында бұл көрсеткіштер 14-18 жастағылар арасында 8,4%, 19-23 жастағылар арасында 8,9%, 24-28 жастағылар арасында 7,0% және 29-34 жастағы жастар арасында 10,7%-ды құрайды.

Кіші жас топтарының арасында цифрландыру және ЖИ саласы ерекше сұранысқа ие: 14-18 және 19-23 жастағы жастар арасында 9,1%-дан, 24-28 жас тобында бұл көрсеткіш 6,8%-ға дейін, ал 29-34 жастағы жастар арасында 4,5%-ға дейін төмендейді.

Сондай-ақ жас ұлғайған сайын саудаға, оның ішінде маркетплейстерге деген қызығушылық арта түседі: 14-18 жастағы жастар арасында 6,8%, 19-23 жастағылар арасында 7,8%, 24-28 жастағылар арасында 9,0% және 29-34 жастағылар арасында 11,4%.

Барлық жас топтарындағы жастар бизнес пен кәсіпкерлікке тұрақты қызығушылық танытады, бұл өзін-өзі жұмыспен қамтуға деген жоғары мотивацияны аңғартады. Бұл ретте жас ұлғайған сайын сауда мен білім беруге деген қызығушылық күшейеді, ал ересек топтар арасында цифрландыру мен ЖИ-ге бөлінетін назар төмендейді.

№ 35 кесте. «Сіз қай қызмет саласында жұмыс істегіңіз келеді (немесе қазірдің өзінде жұмыс істейсіз)?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, жас бойынша, %

	14-18 жас	19-23 жас	24-28 жас	29-34 жас
Бизнес, кәсіпкерлік	14,5	14,2	11,5	12,0
Цифрландыру және ЖИ	9,1	9,1	6,8	4,5
Білім беру	8,7	7,8	9,3	12,7

Денсаулық сақтау	8,4	8,9	7,0	10,7
Сауда, оның ішінде маркетплейстер	6,8	7,8	9,0	11,4
Мәдениет, өнер және креативті индустрия	6,8	5,8	4,5	2,0
Дене шынықтыру және спорт	4,9	3,5	2,5	2,3
Ауыл шаруашылығы	4,5	3,1	3,8	4,0
Мемлекеттік қызмет	4,2	3,8	4,8	5,2
Көлік	4,0	3,1	4,5	5,4
Жауап беруге қиналамын	3,7	1,8	2,3	1,4

Дағдылар мен кәсіби қызмет бағыттарын талдауды ескере отырып, жұмыспен қамту нысандарына айтарлықтай назар аудару қажет. Постковидтік кезең жағдайында еңбек қызметінің көптеген жаңа модельдері пайда болды. Ел экономикасын дамыту үшін болашақтағы негізгі жұмыс күші ретінде қарастырылатын жастар арасында жұмыспен қамтудың ең сұранысқа ие және перспективалы нысандарын анықтау маңызды. Сауалнама нәтижелері жастар арасында жұмыспен қамтудың ең қалаулы түрі тұрақты жұмыс (45,5%) болып қала беретінін көрсетеді, бұл тұрақтылықтың, кепілдендірілген табыстың және әлеуметтік қорғалудың жоғары құндылығын айғақтайды. Бұл көрсеткіш 2025 жылмен салыстырғанда айтарлықтай өзгерген жоқ.

Бұл ретте жастардың бір бөлігі жұмыспен қамтудың баламалы түрлеріне бағдарланған. Мәселен, өзін-өзі жұмыспен қамту немесе өзіне жұмыс істеу сауалнамаға қатысқандардың 18,8%-ын қызықтырады, ал 14,7%-ы бір уақытта бірнеше табыс көзінің болғанын қалайды. Икемді жұмыс кестесін респонденттердің 14,2%-ы, ал қашықтан жұмысты 13,1%-ы таңдаған, бұл жастардың жұмыс пен жеке өмір арасындағы теңгерімге деген артып отырған сұранысын көрсетеді. Сондай-ақ баламалы жұмыс түрлеріне деген қызығушылық фриланс (9,1%), 4 күндік жұмыс аптасы (9,4%) және такси, жеткізу мен фриланс-биржаларды қоса алғанда, онлайн-платформалар арқылы жұмыс істеуден (5,4%), байқалады.

№ 36 кесте. «Сіз жұмыспен қамтудың қай түрін қалайсыз?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, %

	2025	2026
Тұрақты жұмыс	42,0	45,5
Өзін-өзі жұмыспен қамту / өзіне жұмыс істеу	н.д.	18,8
Бір уақытта бірнеше табыс көзі	н.д.	14,7
Икемді жұмыс кестесі	21,8	14,2
Қашықтан жұмыс	9,9	13,1
4 күндік жұмыс аптасы	6,3	9,4
Фриланс	4,0	9,1
Әлі бұл туралы ойланған жоқпын	14,5	6,0
Онлайн-платформалар арқылы жұмыс (такси, жеткізу, фриланс-биржалар және т.б.)	н.д.	5,4
Жобалық немесе уақытша жұмыспен қамту	н.д.	2,7
Жауап беруге қиналамын	1,4	0,8

* Жауаптар қосындысы 100%-дан асады, себебі респондент бірнеше жауап нұсқасын таңдай алды

Елді мекен түрі бойынша қалаулардың бөлінісі қала жастарының да, ауыл жастарының да арасында тұрақты жұмыс ең сұранысқа ие болып қала беретінін көрсетеді (тиісінше 45,6% және 45,4%). Бұл ретте қала жастары өзін-өзі жұмыспен қамтуды (19,6%), қашықтан жұмысты (14,0%) және бірнеше табыс көзінің болуын (15,3%) көбірек таңдайды, ал ауыл жастары 4 күндік жұмыс аптасына (12,9%) және онлайн-платформалар арқылы жұмыс істеуге (8,1%) көбірек басымдық береді.

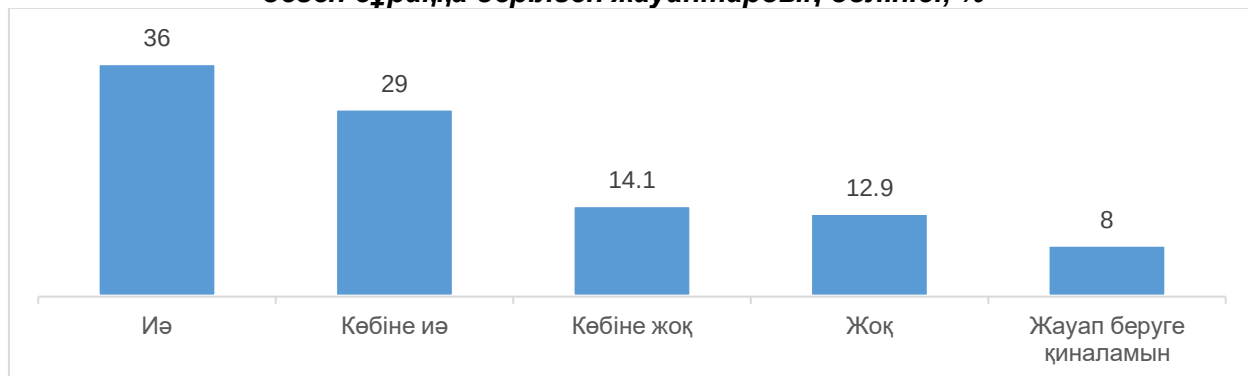
Жалпы алғанда, тұрғылықты жерге қарамастан, жастар тұрақты жұмыспен қамтылуға бағдарланған.

№ 37 кесте. «Сіз жұмыспен қамтудың қай түрін қалайсыз?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, білім деңгейі бойынша, %

	Қала	Ауыл
Тұрақты жұмыс	45,6	45,4
Фриланс	9,8	7,9
Қашықтан жұмыс	14,0	11,4
4 күндік жұмыс аптасы	7,3	12,9
Өзін-өзі жұмыспен қамту / өзіне жұмыс істеу	19,6	17,5
Жобалық немесе уақытша жұмыспен қамту	1,7	4,5
Онлайн-платформалар арқылы жұмыс (такси, жеткізу, фриланс-биржалар және т.б.)	3,8	8,1
Бір уақытта бірнеше табыс көзі	15,3	13,6
Икемді жұмыс кестесі	14,3	14,0
Әлі бұл туралы ойланған жоқпын	5,8	6,4
Жауап беруге қиналамын	1,0	0,3

Жұмыспен қамтуға қатысты респонденттердің басым бөлігі өздерінің жұмыспен қамтылуын тұрақты деп бағалайды, мұны жиынтығында 65,0%-ы (36,0%-ы «иә», 29,0%-ы «көбіне иә») атап өтті. Сонымен бірге, респонденттердің 14,1%-ы жұмыспен қамтылуды көбінесе тұрақсыз деп бағалайды, бұл қатысушылардың шамамен төрттен бір бөлігі еңбек нарығындағы өз жағдайына күмәнданатынын немесе көңілі толмайтынын көрсетеді.

№ 21 диаграмма. «Сіз жұмыспен қамтылғаныңыз тұрақты деп санайсыз ба?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, %



Жастарды жұмысқа орналастыру мәселесі өңірлік саясатта маңызды орын алады. Өңірлік талдау жастарды жұмыспен қамту көрсеткіштері ең қолайлы және ең қолайсыз аймақтарды анықтап, сәйкесінше топ-5 және топ-3 өңірді бөліп көрсетуге мүмкіндік береді.

№ 38 кесте. «Сіз жұмыспен қамтылғаныңыз тұрақты деп санайсыз ба?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, елді мекен түрі бойынша %

Облыстар	«Иә» және «көбіне иә» жиынтығы	«Жоқ» және «көбіне жоқ» жиынтығы
Абай	84,3	15,7
Ақмола	43,1	51,4
Ақтөбе	80,4	17,4
Алматы	36,7	56,7
Атырау	60,6	26,8
Шығыс Қазақстан	81,4	3,4
Жамбыл	45,5	51,2

Жетісу	45,3	43,8
Батыс Қазақстан	60,9	7,8
Қарағанды	71,2	19,2
Қостанай	76,7	16,4
Қызылорда	67,1	14,1
Маңғыстау	89,2	8,4
Павлодар	66,2	26,2
Солтүстік Қазақстан	95,5	2,3
Түркістан	60,6	37,2
Ұлытау	71,4	0
Астана қ.	77,7	13,3
Алматы қ.	61,6	26,5
Шымкент қ.	73	24,8

Жұмыспен қамту тұрақтылығына берілген оң бағалардың ең жоғары деңгейі («иә» және «көбіне иә») Солтүстік Қазақстан облысында тіркелді, мұнда жастардың 95,5%-ы өз жұмысының тұрақты екенін атап өткен. Сондай-ақ жоғары көрсеткіштер Маңғыстау (89,2%), Абай (84,3%), Шығыс Қазақстан (81,4%) және Ақтөбе (80,4%) облыстарында байқалады. Бұл аталған өңірлердегі жастардың өз еңбек жағдайының тұрақтылығына деген сенімділігінің жоғары екенін көрсетуі мүмкін.

Теріс бағалардың ең жоғары үлесі («жоқ» және «көбіне жоқ») Алматы (56,7%), Ақмола (51,4%) және Жамбыл (51,2%) облыстарында байқалады. Бұл өңірлерде жастардың жартысынан көбі өз жұмысын тұрақты деп санамайды, бұл аймақтық еңбек нарығында белгісіздік пен тәуекелдер деңгейінің жоғары екенін көрсетеді.

«Қазақстан жастары» (2025 жылғы) зерттеуінің деректеріне сәйкес, негізгі трендтердің бірі қаржылық тәуелсіздік болды. Осыған байланысты биылғы өлшемде қосымша табыс мәселесі жеке қарастырылды. Респонденттердің жауаптарын талдау былтырғы трендті растайды және қосымша жұмыспен қамтылуға деген сұраныстың кең таралғанын көрсетеді. Респонденттердің жартысынан көбі (51,0%) табыс тапқысы келгенімен, әзірге оның жоқтығын атап өтеді.

Қосымша табыстың нақты формалары келесідей бөлінеді: офлайн қосымша жұмыс (10,2%), онлайн қосымша жұмыс (8,0%), өзін-өзі жұмыспен қамту (4,5%), жеке бизнес (2,3%). Бұл ретте білім деңгейі бойынша кәсіпкерлік белсенділік магистр және ғылыми дәрежесі барлар арасында жоғары (6,5%), бұл білімнің экономикалық белсенділік факторы және жұмыспен қамтудың күрделірек формаларына қол жеткізу құралы ретіндегі рөлін растайды.

№ 39 кесте. «Сізде қосымша табыс көздері бар ма?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, %

	Пайыз
Жоқ, бірақ қалар едім	51,0
Жоқ, және маған керек емес	18,9
Иә, офлайн қосымша жұмыс	10,2
Иә, онлайн қосымша жұмыс	8,0
Иә, өзін-өзі жұмыспен қамту	4,5
Жауап беруге қиналамын	4,0
Иә, өз бизнесім бар	2,3
Иә, платформа арқылы жұмыс	1,0
Стипендия	0,1

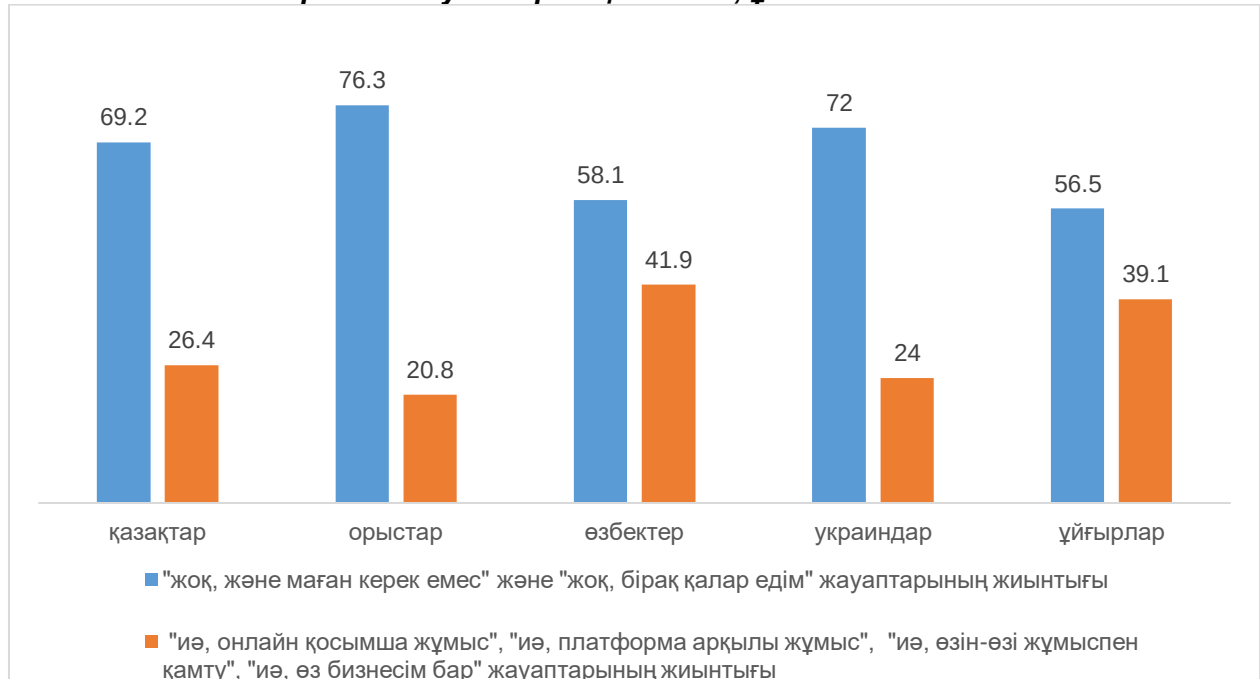
Этностық бөлініс жастар арасында қосымша табыс көздерінің болуындағы айырмашылықтарды көрсетеді. Қосымша табысы бар респонденттердің ең

жоғары үлесі өзбектер (41,9%) мен ұйғырлар (39,1%) арасында тіркелді. Қазақтар арасында сауалнамаға қатысқандардың 26,4%-ының, украиндар арасында – 24,0%-ының, ал орыстар арасында – 20,8%-ының қосымша табысы бар.

Сәйкесінше, қосымша табыс көздерінің болмауы көбінесе орыстарға (76,3%), украиндарға (72,0%) және қазақтарға (69,2%) тән. Өзбектер мен ұйғырлар арасында бұл көрсеткіш төменірек және тиісінше 58,1% бен 56,5%-ды құрайды.

Осылайша, қосымша жұмыспен қамтылу өзбек және ұйғыр жастары арасында ең көп таралған, ал орыс украин және қазақ жастарының арасында сирегірек кездеседі.

№ 22 диаграмма. «Сізде қосымша табыс көздері бар ма?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, ұлты бойынша %



Қосымша табысқа деген сұранысты ескере отырып, жұмыс орнын таңдауда қаржылық аспект маңызды рөл атқарады деген болжам жасауға болады. Сауалнама нәтижелері де мұны растайды: 49,9% үшін жалақы деңгейі мен жеңілдіктердің болуы басты фактор болып саналады. Маңыздылығы бойынша екінші орында кәсіби өсу мүмкіндігі тұр (39,2%), бұл жастардың мансабын дамытуға және біліктілігін арттыруға деген ұмтылысын көрсетеді. Одан кейін сүйікті ісімен айналысу мүмкіндігі келеді, бұл жауап нұсқасын сауалнамаға қатысқандардың 27,5%-ы таңдаған.

Жұмыстың тұрақтылығы мен сенімділігі (25,5%), сондай-ақ икемді жұмыс шарттары айтарлықтай рөл атқарады. Қашықтан жұмыс істеу мүмкіндігін респонденттердің 15,7%-ы, ал икемді жұмыс кестесін 14,6%-ы атап өткен.

Компанияның беделі (13,8%), пайдалы байланыстар орнату мүмкіндігі (13,1%), әлеуметтік-психологиялық ахуал мен заманауи цифрлық технологияларға қолжетімділік (11,2%-дан) төменірек маңызға ие болды.

Жалпы алғанда, нәтижелер жастардың жоғары табысқа, сондай-ақ кәсіби даму мүмкіндіктеріне, қолайлы еңбек жағдайларына және өзін-өзі іске асыруға бағдарланғанын көрсетеді.

№ 40 кесте. «Жұмыс орнын таңдағанда Сіз үшін ең маңызды факторларды көрсетіңіз» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, %

	Пайыз*
Жалақы деңгейі, жеңілдіктер	49,9
Кәсіби өсу мүмкіндігі	39,2
Өзіңе ұнайтын іспен айналысу мүмкіндігі	27,5
Тұрақтылық, сенімділік	25,5
Кез келген жерден қашықтан жұмыс істеу мүмкіндігі	15,7
Икемді жұмыс кестесі	14,6
Компания беделі	13,8
Болашақта пайдалы болуы мүмкін байланыстар орнату мүмкіндігі	13,1
Әлеуметтік-психологиялық ахуал	11,2
Заманауи цифрлық технологияларға қолжетімділік	11,2
Ұйымның орналасқан жері	9,0
Өлі мектепте оқимын, бұл туралы ойланбадым	6,2
Ақыны аударыммен немесе қолма-қол сол күні алу мүмкіндігі	5,3
Жауап беруге қиналамын	0,8

* Жауаптар қосындысы 100%-дан асады, себебі респондент бірнеше жауап нұсқасын таңдай алды

Өңірлер бөлінісінде жұмыс орнын таңдауға әсер ететін факторларды талдау жастар үшін басты мотивация жалақы деңгейі, кәсіби өсу мүмкіндігі және сүйікті ісімен айналысу екенін көрсетеді.

Жалақы мен жеңілдіктер деңгейі бойынша Павлодар облысы (69,2%) көш бастап тұр, одан кейін Жетісу (67,2%) және Алматы қаласы (66,5%) орналасқан. Бұл жұмыс таңдау кезінде қаржылық мотивацияның аса маңызды екенін білдіреді.

Кәсіби өсу мүмкіндігі әсіресе Ақтөбе (68,5%), Маңғыстау (60,2%) және Қостанай (56,2%) облыстарында жоғары бағаланады, бұл жастардың мансаптық дамуға бағдарланғанын айқындайды.

Сүйікті ісімен айналысу факторы Ақтөбе (51,1%), Маңғыстау (45,8%), және Түркістан (44,6%) облыстарында ерекше маңызға ие, бұл жастардың өзін-өзі іске асыруға деген ұмтылысын және шығармашылық жұмысқа қызығушылығын көрсетеді.

Қосымша, бірақ айтарлықтай маңызды факторлардың қатарында: жұмыстың тұрақтылығы мен сенімділігі, әсіресе Ақмола облысында (41,7%), ал икемді жұмыс кестесі Жетісу облысында (31,3%) бағаланады. Алматы облысында компанияның беделі (28,0%) атап өтілсе, заманауи цифрлық технологияларға қолжетімділікті Ақмола облысының респонденттері (22,2%) белгілеген, бұл жастардың кәсіби бағдарын және заманауи жұмыс құралдарына деген сұранысын көрсетеді.

Гендерлік талдау ерлер үшін де, әйелдер үшін де жұмыс орнын таңдаудағы басты фактор жалақы деңгейі мен жеңілдіктер болып қала беретінін көрсетеді: бұл нұсқаны ерлердің 50,6%-ы және әйелдердің 49,0%-ы таңдаған. Бұл жынысына қарамастан қаржылық тұрақтылықтың жоғары маңызға ие екенін білдіреді. Алайда, әйелдер үшін кәсіби өсу мүмкіндіктері (ерлердегі 37,0%-ға қарағанда 41,4%) және сүйікті ісімен айналысу мүмкіндігі (26,5%-ға қарағанда 28,5%) біршама маңыздырақ. Сонымен қатар, әйелдер қашықтан жұмыс істеу мүмкіндігіне (14,2%-ға қарағанда 17,2%) және ұйымның орналасқан жеріне (7,8%-ға қарағанда 10,3%) көбірек мән береді.

Ерлер, өз кезегінде, жұмыстың тұрақтылығы мен сенімділігінің (23,8%-ға қарағанда 27,1%), компания беделінің (13,1%-ға қарағанда 14,3%), сондай-ақ пайдалы байланыстар орнату мүмкіндігінің (12,2%-ға қарағанда 13,9%) маңыздылығын жиірек атап өтеді.

Бұл ретте икемді жұмыс кестесі бойынша көрсеткіштер іс жүзінде бірдей: ерлер арасында 14,7% және әйелдер арасында 14,5%.

Жалпы алғанда, нәтижелер негізгі еңбек басымдықтарының ұқсастығына қарамастан, әйелдер көбінесе кәсіби даму мен қолайлы еңбек жағдайларына бағдарланғанын, ал ерлер жұмыстың тұрақтылығы мен мәртебелік сипаттамаларына жиірек басымдық беретінін көрсетеді.

№ 41 кесте. «Жұмыс орнын таңдағанда Сіз үшін ең маңызды факторларды көрсетіңіз» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, гендер бойынша, %

	Ерлер	Әйелдер
Жалақы деңгейі, жеңілдіктер	50,6	49,0
Кәсіби өсу мүмкіндігі	37,0	41,4
Тұрақтылық, сенімділік	27,1	23,8
Өзіңе ұнайтын іспен айналысу мүмкіндігі	26,5	28,5
Икемді жұмыс кестесі	14,7	14,5
Компания беделі	14,3	13,1
Кез келген жерден қашықтан жұмыс істеу мүмкіндігі	14,2	17,2
Болашақта пайдалы болуы мүмкін байланыстар орнату мүмкіндігі	13,9	12,2
Жауап беруге қиналамын	0,9	0,6

Қорытынды

1. Цифрландыру жастардың кәсіби бағдарын айқындаудың негізіне айналуда. Цифрлық дағдылар мен жасанды интеллект технологияларына (41,8%), сондай-ақ онлайн-платформаларда және цифрлық ортада жұмыс істей білуге (24,0%) деген жоғары сұраныс жастардың өздерінің болашақ бәсекеге қабілеттілігін ең алдымен технологиялық құзыреттермен байланыстыратынын көрсетеді.

2. Жастар тек цифрлық емес, сонымен қатар жұмсақ дағдылардың да маңыздылығын түсінеді. Цифрлық құзыреттермен (41,8%) қатар, жастар сыни ойлауды (32,6%), икемділік пен өзгерістерге дайын болуды (28,6%), коммуникативтік дағдыларды (27,0%) жоғары бағалайды, бұл заманауи қызметкерге қойылатын талаптардың күрделене түскенін айғақтайды.

3. Жастар кәсіпкерлікке, әлеуметтік және цифрлық салаларға бағдарланған. Ең үлкен қызығушылықты бизнес пен кәсіпкерлік (13,1%), білім беру (9,8%), денсаулық сақтау (8,9%) және сауда (8,8%) тудырады, бұл еңбек нарығындағы тұрақты әрі сұранысқа ие бағыттарға деген ұмтылысты көрсетеді.

4. Жұмыспен қамтылудағы тұрақтылыққа деген сұраныс сақталуда. Жұмыспен қамтудың ең қалаулы түрі тұрақты жұмыс (45,5%) болып қала береді, ал өзін-өзі жұмыспен қамтуды жастардың 18,8%-ы, бірнеше табыс көзін – 14,7%-ы, икемді кестені – 14,2%-ы және қашықтан жұмысты – 13,1%-ы таңдаған.

5. Өңірлік айырмашылықтар жастардың еңбек қызметіне тартылуының әркелкілігін көрсетуі мүмкін. Егер Солтүстік Қазақстан облысында жастардың 95,5%-ы, ал Маңғыстау облысында 89,2%-ы өз жұмысын тұрақты деп санаса, Алматы облысында бұл көрсеткіш небәрі 36,7%-ды, Ақмола облысында – 43,1%-ды, Жамбыл облысында – 45,5%-ды құрайды.

6. Жастар жұмысты табыс, даму және өзін-өзі іске асырудың жиынтығы тұрғысынан таңдайды. Жұмыс орнын таңдаудағы басты фактор жалақы деңгейі мен жеңілдіктер (49,9%) болып қала береді, одан кейінгі орындарда кәсіби өсу мүмкіндігі (39,2%), өзіне ұнайтын ісімен айналысу мүмкіндігі (27,5%) және жұмыстың тұрақтылығы (25,5%) тұр, бұл мансаптық мотивтерде материалдық және материалдық емес факторлардың ұштасқанын көрсетеді.

6. КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯ ЖӘНЕ МӘДЕНИ ТҰТЫНУ

Қазақстанда креативті индустрия қарқынды дамып, ел экономикасындағы орнын біртіндеп нығайтып келеді. Бүгінде салада 48 мыңға жуық компания мен кәсіпкер жұмыс істеп, шамамен 160 мың адамды жұмыспен қамтып отыр, олардың негізгі бөлігі Алматы мен Астана қалаларында шоғырланған¹. Өсудің негізгі драйверлері кино және анимация, геймдев, цифрлық өнер, сән, дизайн және халық қолөнері сияқты бағыттар болып қала береді. Даму жоспарларына сәйкес, 2029 жылға қарай креативті индустрияның экономикаға қосатын үлесі ЖЖӨ-нің 2%-ын құрап, ал секторда жұмыспен қамтылғандар саны 180 мың адамға дейін артуы тиіс. Осылайша, болашақ жұмыс күші ретінде жастарға креативті индустрияны дамытуда үлкен рөл жүктеледі. Осыған байланысты зерттеуде жастардың бұл салаға тартылуы мен оған деген көзқарасы мәселесі жеке зерделенді.

«Қазақстанда креативті индустрияларды дамытуға көмектесу үшін мемлекет қандай бағытқа көбірек назар аударуы керек деп ойлайсыз?» деген сұраққа берілген жауаптар жастар үшін мемлекеттік қолдаудың басты бағыты креативті бағыттар бойынша білім беру бағдарламалары мен курстары (41,5%) екенін көрсетеді, бұл білім беруді креативті экономикаға тартудың негізгі тетігі ретінде қабылдауды білдіреді. Екінші орында мамандырылған орталықтар құру және инфрақұрылымды дамыту (22,6%) тұр, бұл шығармашылық пен бірлесе жұмыс істеуге арналған кеңістіктерге деген қажеттілікті көрсетеді. Осылайша, жастарда логикалық тізбек қалыптасқан, алдымен білімге, содан кейін даму жағдайларына деген сұраныс туындайды. Бұл ретте респонденттердің 17,7%-ы мемлекеттің араласпағаны жөн деп санайды, бұл индивидуалистік ұстанымдардың өскенін айғақтайды, ал инвестициялар мен халықаралық серіктестерді тартуды қамтитын экономикалық сипаттағы шараларды сауалнамаға қатысқандардың небәрі 14%-ы қолдаған.

№23 диаграмма. «Қазақстанда креативті индустрияларды дамытуға көмектесу үшін мемлекет қандай бағытқа көбірек назар аударуы керек деп ойлайсыз (қаржылық, заңнамалық, ақпараттық)?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, %



Жас ерекшеліктері бөлінісінде білім беру бағдарламаларын қолдауға деген сұраныс барлық топтар арасында сақталады: 14-18 жастағылар арасында - 43,6%, 19-23 жастағылар - 39,9%, 24-28 жастағылар - 45,4% және 29-34 жастағылар - 38,0%. Бұл білім берудің креативті экономикаға кірудің негізгі тетігі ретінде тұрақты түрде қабылданатынын айғақтайды. Бұл ретте мемлекеттің пассивтілігіне («ештеңенің қажеті жоқ, жастар өздері дамытуы керек») деген қызығушылық жас

¹ <https://24.kz/ru/news/economy/765339-poryadka-160-tysyach-kazakhstantsev-zanyato-v-kreativnoj-industrii>

топтарында арта түседі – 19-23 жастағылар арасында 20,0%-ға дейін және 29-34 жастағылар арасында 18,0%-ға дейін, бұл индивидуалистік ұстанымдардың күшейгенін көрсетеді. Инвестициялар мен халықаралық серіктестікке деген сұраныс та жас ұлғайған сайын күшейе түседі (29-34 жас тобында 16,5%-ға дейін), бұл экономикалық прагматизмнің өскенін білдіреді.

№42 кесте. «Қазақстанда креативті индустрияларды дамытуға көмектесу үшін мемлекет қандай бағытқа көбірек назар аударуы керек деп ойлайсыз (қаржылық, заңнамалық, ақпараттық)?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, жас бойынша, %

	14-18 жас	19-23 жас	24-28 жас	29-34 жас
Ештеңенің қажеті жоқ, жастар креативті индустрия арқылы өздерін өздері дамытуы керек	16,2	20,0	16,8	18,0
Креативті бағыттар бойынша білім беру бағдарламалары мен курстарын қолдау	43,6	39,9	45,4	38,0
Мамандандырылған орталықтар құру және инфрақұрылымды дамыту (алаңдар, коворкингтер)	22,0	23,7	22,3	22,5
Инвестициялар мен серіктестерді, оның ішінде басқа елдерден тарту	13,4	13,5	11,5	16,5
Жауап беруге қиналамын	4,7	2,9	4,0	5,0

Қазақстанда креативті индустриялардың 40-тан астам бағытын қамтитын тізбе ресми түрде бекітілген². Осындай жағдайда өсу әлеуеті ең жоғары және саланы дамытудың драйверлеріне айнала алатын аса перспективалы салаларды анықтау ерекше өзектілікке ие болады. Жастар креативті индустрияларды дамытудың үлкен әлеуетін заманауи технологиялар мен көркемдік бағыттардың ұштасуынан көреді. Ең үлкен қызығушылықты жарнама және маркетинг тудырады – сауалнамаға қатысқандардың 45,4%-ы оларды перспективалы деп санайды. Одан кейінгі орындарда IT және геймдев (36,3%), кино және анимация (27,8%) және сәулет (26,8%) тұр, бұл технологиялық және визуалды бағытқа бағдарланған салаларға деген назарды көрсетеді. Сондай-ақ дизайн және сән (24,3%), видеография және фотография (21,5%), қолөнер бағыттары – зергерлік бұйымдар, бижутерия және сувенирлік өнімдер (18,1%) сұранысқа ие, ал музыка және концерттік қызметті респонденттердің 15,1%-ы перспективалы деп бағалайды. Жалпы алғанда, деректер жастардың креативті экономиканың негізгі элементтері ретінде цифрлық технологияларды, визуалды өнерді және дәстүрлі қолөнерді тоғыстыруға бағдарланғанын айқындайды.

№ 43 кесте. «Елімізде креативті индустриялардың қай салаларын перспективалы деп санайсыз?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, %

	Пайыз*
Жарнама және маркетинг	45,4
IT және геймдев	36,3
Кино және анимация (фильмдер, мультфильмдер, сериалдар, шоулар)	27,8
Сәулет	26,8
Дизайн, сән	24,3
Видеография және фотография	21,5
Қолөнер (зергерлік бұйымдар, бижутерия, ұлттық сувенирлік өнімдер)	18,1
Музыка, концерттік қызмет	15,1
Баспа ісі (әдеби өнімдер мен кітаптар шығару)	8,6
Театр және галерея	5,5

² ҚР Мәдениет және ақпарат министрлігі <https://www.gov.kz/memleket/entities/mam/press/news/details/992882?lang=ru>

Музей ісі	5,0
Жауап беруге қиналамын	4,1

* Жауаптар қосындысы 100%-дан асады, себебі респондент бірнеше жауап нұсқасын таңдай алды

Тіл бөлініс бойынша айырмашылықтар шамалы екені байқалады. Жарнама мен маркетингі түрік (66,7%), күрд (62,5%) және қазақ (47,2%) тілдерінде сөйлейтіндер жиірек белгілеген. IT және геймдев бағыты украин (75,0%), түрік (66,7%), орыс (43,1%) және қазақ (35,5%) тілдерінде сөйлейтіндер арасында көш бастап тұр.

Сәулет саласы ұйғыр (43,8%) және күрд (37,5%) тілдерінде сөйлейтіндер арасында көбірек сұранысқа ие болса, дизайн мен сән – өзбек (35,0%) және қазақ (25,8%) тілдерінде, ал кино мен анимация – күрд (37,5%) және татар (33,3%) тілдерінде сөйлейтін жастар арасында танымал.

№ 44 кесте. «Елімізде креативті индустриялардың қай салаларын перспективалы деп санайсыз?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, тіл бойынша, %

	қазақ	орыс	өзбек	украин	күрд	ұйғыр	түрік	татар
Жарнама және маркетинг	47,2	39,2	27,5	0,0	62,5	43,8	66,7	33,3
Сәулет	27,5	22,8	25,0	0,0	37,5	43,8	33,3	22,2
Қолөнер, зергерлік бұйымдар, бижутерия, ұлттық сувенирлік өнімдер	18,4	16,7	20,0	0,0	12,5	25,0	33,3	11,1
Дизайн, сән	25,8	17,7	35,0	0,0	0,0	6,3	0,0	22,2
Кино және анимация, фильмдер, мультфильмдер, сериалдар, шоулар	29,2	22,5	22,5	25,0	37,5	6,3	0,0	33,3
Видеография және фотография	21,3	23,5	27,5	25,0	12,5	18,8	0,0	11,1
IT және геймдев	35,5	43,1	22,5	75,0	12,5	25,0	66,7	22,2

Креативті индустрияларда табысты жұмыс істеу үшін жастар кәсіби және креативті дағдылардың ұштасуын негізгі фактор ретінде қарастырады. Респонденттер ең жоғары маңызды кәсібиліктің жоғары деңгейі мен заманауи технологияларды меңгеруге (24,8%), сондай-ақ шығармашылық көзқарас пен креативтілікке (24,7%) береді, бұл техникалық құзыреттер мен креативті ойлауды біріктіру қажеттілігін көрсетеді. Сондай-ақ өз идеяларын сата білу және клиенттерді сендіре алу (18,1%), сонымен қатар қарым-қатынасқа бейімділік және командалада жұмыс істей білу (17,3%), маңызды деп саналады, бұл әлеуметтік және презентациялық дағдылардың рөлін айқындайды. Ал бастапқы капиталдың болуы (7,5%) мен кең ауқымды нетворкингке (6,1%) жастар төменірек мән береді.

№ 24 диаграмма. «Сіздің ойыңызша, креативті индустрияларда табысты жұмыс істеу үшін ең маңыздысы не?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, %



Креативті индустрияны дамыту үшін ақпараттың қандай форматтар арқылы жақсырақ қабылданатынын түсіну қажет. Зерттеуге сәйкес, жастар заманауи цифрлық платформаларға бағдарлана отырып, бейнеконтентті қысқа әрі ыңғайлы форматта тұтынғанды жөн көреді. Ең үлкен танымалдыққа рилстер, қысқа роликтер және shorts ие – оларды респонденттердің 54,6%-ы таңдайды, бұл ақпаратты жылдам әрі клиптік түрде тұтыну үрдісін көрсетеді. Сауалнамаға қатысқандардың 38,7%-ы фильмдерді, 36,6%-ы – YouTube видеоларын (блогтар мен шолулар), 27,1%-ы – сериалдарды көреді, бұл ұзағырақ әрі мазмұндырақ контентке деген қызығушылықтың ішінара сақталғанын білдіреді. Оқытушы видеоларды, курстар мен шеберлік сабақтарын қоса алғанда, 18,9%-ы таңдаған, бұл бейнеформаттар арқылы өзін-өзі дамытуға деген ұмтылысты көрсетеді. Деректі фильмдер (11,8%), тікелей эфирлер мен стримдер (12,8%) және музыкалық клиптер (11,5%) азырақ танымал. Респонденттердің тек қана 1,3%-ы жауап беруге қиналған, бұл жастардың бейнеконтентті таңдаудағы нақтылығы жоғары екенін айғақтайды.

№ 45 кесте. «Бейнеөнімдерді көбіне қандай форматта көресіз?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, %

	Пайыз*
Рилстер, қысқа роликтер, shorts	54,6
Фильмдер	38,7
YouTube видеолары (блогтар, шолулар)	36,6
Сериалдар	27,1
Оқытушы видеолар (курстар, шеберлік сабақтары)	18,9
Тікелей эфирлер (стримдер)	12,8
Деректі фильмдер	11,8
Музыкалық клиптер	11,5
Жауап беруге қиналамын	1,3

* Жауаптар қосындысы 100%-дан асады, себебі респондент бірнеше жауап нұсқасын таңдай алды

Бейнеконтентті тұтынуды талдау қысқа форматтардың (shorts, рилстер) тұрақты түрде басымдыққа ие екенін көрсетеді, бұл әсіресе 14-18 жас аралығындағы жастарда айқын байқалады (62,8%) және 29-34 жас тобында 48,4%-ға дейін біртіндеп төмендейді. Сонымен қатар, жас ұлғайған сайын фильмдерді қарау көрсеткіші де арта түседі (31,4%-дан 45,1%-ға дейін), бұл бөлшектелген ақпараттан ұзағырақ әрі құрылымдалған контентке өту үрдісін айғақтайды. Ал

YouTube әмбебап платформа ретінде барлық жас топтарында тұрақты танымалдылығын сақтап отыр (34,1%-дан 39,7%-ға дейін).

№ 46 кесте. «Бейнеөнімдерді көбіне қандай форматта көресіз?», деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, жас бойынша, %

	14-18 жас	19-23 жас	24-28 жас	29-34 жас
Сериалдар	24,3	27,1	26,3	30,5
Фильмдер	31,4	36,6	42,4	45,1
Рилстер, қысқа роликтер, shorts	62,8	53,9	52,6	48,4
Деректі фильмдер	11,2	13,3	11,5	11,3
Оқытушы видеолар (курстар, шеберлік сабақтары)	22,0	17,3	16,0	19,1
Тікелей эфирлер (стримдер)	15,2	15,3	10,3	10,1
Музыкалық клиптер	13,1	13,5	9,5	9,7
YouTube видеолары (блогтар, шолулар)	36,8	39,7	36,1	34,1

* Жауаптар қосындысы 100%-дан асады, себебі респондент бірнеше жауап нұсқасын таңдай алды

Жастардың бейнеөнімдерді таңдаудағы қалауы отандық контентке деген жоғары қызығушылықты көрсетеді: респонденттердің жартысына жуығы (49,9%) қазақстандық фильмдер мен сериалдарды таңдайды. Шетелдік өнімдердің ішінде ресейлік (32,4%) және америкалық (30,2%) бейнеөнімдер ең танымал, бұл мәдени жағынан жақын контентке және жаһандық медиа өнімдерге деген қызығушылықтың ұштасуын көрсетеді. Сонымен қатар, респонденттердің 23,2%-ы өнімді қай ел шығарғаны олар үшін маңызды емес екенін атап өтеді, бұл контенттің географиялық шығу тегіне емес, оның сапасы мен форматына көбірек бағдарланғанын айғақтайды. Басқа өндіруші елдердің (Оңтүстік Корея, Түркия, Еуропа) танымалдылығының төмендігі бұл нарықтардың жастардың бейнеөнімдерді тұтынуына ықпалының шектеулі екенін көрсетеді.

№ 47 кесте. «Қай елдердің өндірген бейнеөнімдерін көруді қалайсыз?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, %

	Пайыз*
Қазақстандық	49,9
Ресейлік	32,4
Америкалық	30,2
Айырмасы жоқ	23,2
Түрік	13,9
Оңтүстіккореялық	12,8
Еуропалық	11,3
Жапондық	6,2
Қытай	4,6
Ешқайсысын, фильм мен сериал көргенді ұнатпаймын	4,3
Үнді	1,7
Жауап беруге қиналамын	1,1
Өртүрлі	0,3
Өзбек	0,1

* Жауаптар қосындысы 100%-дан асады, себебі респондент бірнеше жауап нұсқасын таңдай алды

2026 жылдан 2026 жылға дейінгі кезеңдегі тұтыну динамикасы толқынды сипатқа ие. Егер 2023 жылы респонденттердің 12,3%-ы қазақстандық контентті қаласа, 2024 жылы бұл көрсеткіш күрт өсіп, 57,7%-ға жетті. Кейінгі жылдары қызығушылық біршама төмендеді, алайда жоғары деңгейде сақталды – 2025 жылы 44,9% және 2026 жылы 49,9%.

Ресейлік контентті таңдау көрсеткіші де артты: 2023 жылғы 10,8%-дан 2024 жылы 45,1%-ға дейін. Одан кейін бұл көрсеткіш 2025 жылы 31,2%-ға дейін төмендеп, 2026 жылы 32,4%-ға дейін өсті.

Америкалық бейнеконтентке деген қызығушылық 2023 жылы ең жоғары болды (37,8%), алайда кейіннен төмендеу байқалады: 2024 жылы 41,9%-ға, 2025 жылы 23,5%-ға және 2026 жылы 30,2%-ға дейін.

Корей контенті ең тұрақты, бірақ салыстырмалы түрде төмен көрсеткіштерді көрсетеді. Оның танымалдылығы 2023 жылғы 22,4%-дан 2024 жылы 20,4%-ға дейін өскеннен кейін, 2025 жылы 8,8%-ға дейін төмендеді, ал содан кейін 2026 жылы 12,8%-ға дейін біраз артты.

Осылайша, қарастырылып отырған кезеңде қазақстандық бейнеконтентке деген қызығушылықтың айтарлықтай күшейгені байқалады, ол 2026 жылға қарай барлық ұсынылған бағыттардың арасында жетекші орындарды сенімді түрде иеленіп отыр.

№ 25 диаграмма. «Қай елдердің өндірген бейнеөнімдерін көруді қалайсыз?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, %



Бейнеконтентті тұтынудағы қалауларды гендерлік тұрғыдан талдау ерлер мен әйелдер арасындағы ұқсастықтарды да, белгілі бір айырмашылықтарды да көрсетеді. Жынысына қарамастан, респонденттер қазақстандық контентті бірдей жоғары бағалайды (49,9%-дан), сондай-ақ ресейлік (ерлер арасында 33,2% және әйелдер арасында 31,6%) және америкалық (сәйкесінше 31,5% және 28,7%) өнімдерге ұқсас қызығушылық танытады. Сонымен қатар, Оңтүстік Корея мен Түркия контентіне қатысты айтарлықтай гендерлік айырмашылықтар байқалады. Мәселен, оңтүстіккореялық бейнеөнімдерді ерлердің 9,6%-ына қарсы әйелдердің 16,0%-ы, ал түрік өнімдерін ерлердің 9,5%-ына қарсы әйелдердің 18,3%-ы жөн көреді. Бұл әйелдер аудиториясы арасында эмоционалды сюжеттерге, романтикалық желілерге және сериалдық форматтарға бағдарланған контенттің танымалдылығы жоғары екенін білдіруі мүмкін.

Бейнеконтентті таңдау мәселесінде барлық жас топтарында қазақстандық өнімдердің тұрақты көшбасшылығы сақталады: оны респонденттердің 47,1%-дан 52,8%-ына дейінгі бөлігі таңдайды. Бұл ретте жас ұлғайған сайын ресейлік контентке деген қызығушылық арта түседі: егер 14-18 жас аралығындағы жастардың 28,6%-ы оны қаласа, 29-34 жастағы респонденттер арасында бұл көрсеткіш 36,6%-ды құрайды. Сондай-ақ кіші топтағы жастар бейнеөнімнің қай

елде өндірілгені олар үшін маңызды емес екенін жиірек мәлімдейтіні (14-18 жастағылар арасында 26,9%), ал ересек жас топтарында бұл көрсеткіш 21,3%-ға дейін төмендейтіні назар аударарлық жайт. Бұл жасөспірімдер аудиториясының барынша ашықтығын және контенттің ұлттық немесе өңірлік көздеріне азырақ байлаулы екенін айғақтайды.

№ 48 кесте. «Қай елдердің өндірген бейнеөнімдерін көруді қалайсыз?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, жас бойынша, %

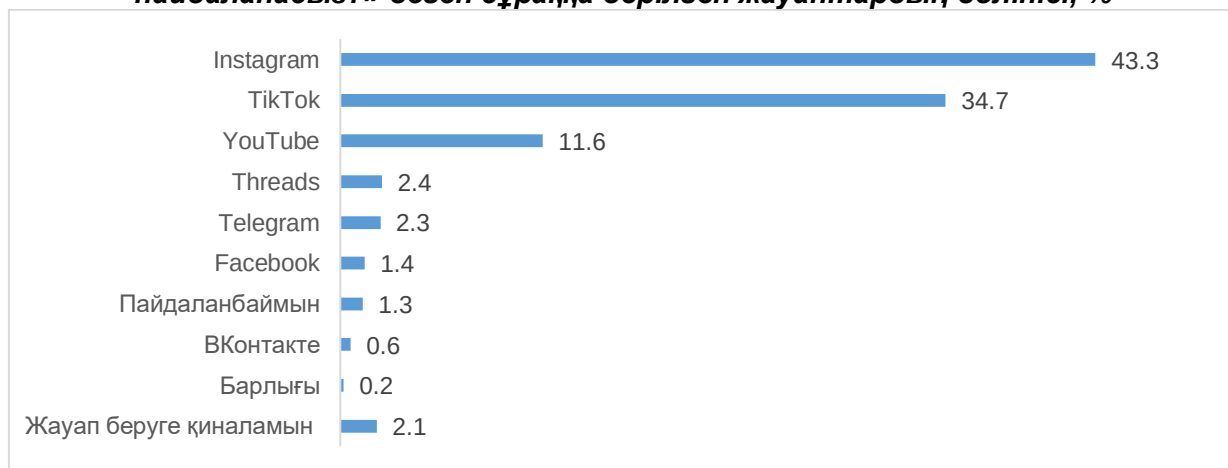
	14-18 жас	19-23 жас	24-28 жас	29-34 жас
Қазақстандық	47,1	52,8	51,4	49,4
Америкалық	31,9	33,0	27,8	27,7
Ресейлік	28,6	31,9	32,3	36,6
Оңтүстіккореялық	14,5	14,0	11,5	10,9
Жапондық	7,2	6,9	4,3	5,9
Түрік	15,4	13,5	14,8	12,0
Айырмасы жоқ	26,9	22,2	21,6	21,3

Ең жиі қолданылатын әлеуметтік желілерді талдау визуалды-бағдарланған және ойын-сауық платформаларының айқын басымдығын көрсетеді. Респонденттер арасында ең үлкен танымалдылыққа ие – оны сауалнамаға қатысушылардың 43,3%-ы атап өткен. Екінші орынды 34,7% көрсеткішпен TikTok иеленеді, бұл жастар арасында қысқа бейнеконтенттің жоғары сұранысқа ие екенін айғақтайды.

YouTube ақпарат және ойын-сауық көзі ретінде кеңінен таралғанына қарамастан, оны респонденттердің айтарлықтай аз бөлігі (11,6%) пайдаланады. Қалған платформалар ең төменгі көрсеткіштерге ие болды: Threads – 2,4%, Telegram – 2,3%, Facebook – 1,4%, VK – 0,6%.

Жалпы алғанда, деректер жастардың медиатұтынуы көбінесе визуалды және қысқа контент ұсынатын платформалардың айналасына шоғырланғанын, ал дәстүрлі әлеуметтік желілер біртіндеп танымалдылығын жоғалтып бара жатқанын көрсетеді.

№ 26 диаграмма. «Төмендегі әлеуметтік желілердің қайсысын жиі пайдаланасыз?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, %



Әлеуметтік желілер жас ерекшелігіне қарай айқын жіктелуді көрсетеді. TikTok жасөспірімдер арасында басымдыққа ие (14–18 жаста 48,7%). Жас ұлғайған сайын Instagram өз позициясын нығайта түседі (24-28 жаста 50,6%-ға дейін), бұл жасқа байланысты цифрлық қалаулардың өзгеретінін айғақтайды. YouTube та ересек топтарда маңыздылығының артқанын көрсетеді (8%-дан 15,3%-ға дейін).

№ 49 кесте. «Төмендегі әлеуметтік желілердің қайсысын жиі пайдаланасыз?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, жас бойынша, %

	14-18 жас	19-23 жас	24-28 жас	29-34 жас
Instagram	35,6	43,2	50,6	45,9
TikTok	48,7	35,3	26,1	26,7
Threads	1,6	2,7	2,5	2,9
YouTube	8,0	10,2	13,0	15,3
Telegram	1,0	2,4	2,3	3,3
Facebook	0,7	2,4	1,5	1,2
ВКонтакте	0,7	0,9	0,0	0,5
Пайдаланбаймын	0,7	0,7	2,3	1,6
Барлығы	0,5	0,0	0,0	0,2
Whatsapp	0,2	0,0	0,0	0,0
Жауап беруге қиналамын	2,3	2,2	1,8	2,4

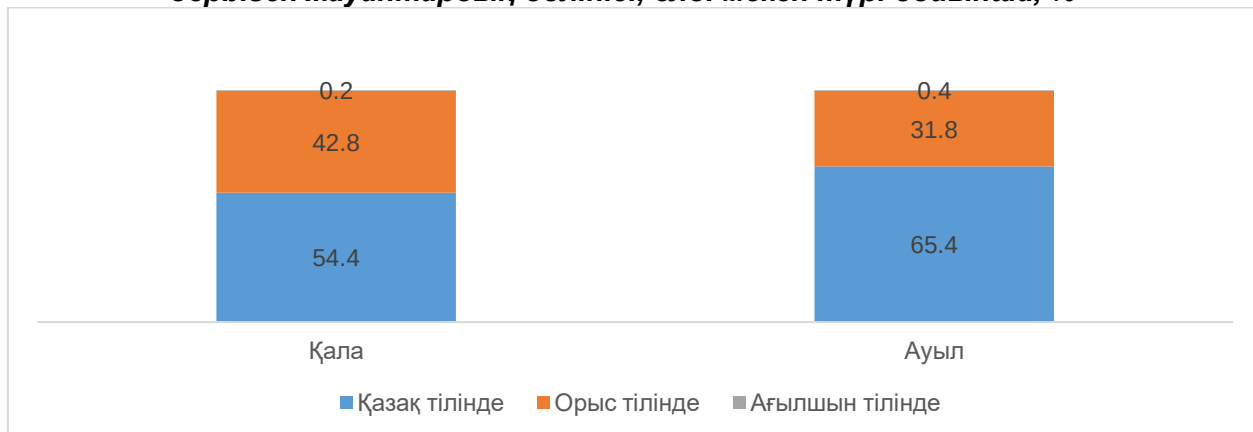
Тілдік практикаларды зерттеу жастарды түсінудің маңызды құралына айналуға, өйткені тіл ақпарат алу тәсілін ғана емес, сонымен қатар жас буынның әлеуметтік-мәдени бейнесінің қалыптасуын да айқындайды. Зерттеу нәтижелері жастардың күнделікті қарым-қатынасында қазақ тілі басымдыққа ие екенін көрсетеді. Бұл тілде көбінесе үйде (58,5%), достарымен (52,2%), жұмыста (48,3%) және оқу орнында (46,2%) сөйлеседі, ал орыс тілінде бейнеформаттар басым – 60,3%-ы видеолар көреді, сондай-ақ айтарлықтай бөлігі кітап оқиды (44,5%). Ағылшын тілі өте сирек қолданылады.

№ 50 кесте. «Сіз көбіне қай тілде видео көресіз, үйде сөйлесесіз, жұмыста сөйлесесіз, достарыңызбен сөйлесесіз, оқу орнында сөйлесесіз?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, %

	Кітап оқисыз	Видео көресіз	Үйде сөйлесесіз	Жұмыста сөйлесесіз	Достарыңызбен сөйлесесіз	Оқу орнында сөйлесесіз
Қазақ тілінде	45,1	36,0	58,5	48,3	52,2	46,2
Орыс тілінде	44,5	60,3	38,7	40,4	45,1	34,0
Ағылшын тілінде	1,1	2,4	0,3	0,6	0,6	1,3

Талдау үйдегі қарым-қатынас тілі елді мекеннің түріне байланысты екенін көрсетеді. Ауылдық жерлерде респонденттердің көпшілігі қазақ тілінде сөйлейді – 65,4%, ал қалаларда бұл көрсеткіш төмен – 54,4%. Орыс тілінде ауылға (31,8%) қарағанда қала тұрғындары (42,8%) жиірек сөйлеседі.

№ 27 диаграмма. «Сіз көбіне қай тілде үйде сөйлесесіз?», деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, елді мекен түрі бойынша, %



Талдау тілдері қолданудың айқын өңірлік ерекшелігін көрсетеді. Қазақ тілі бірқатар облыстарда басымдыққа ие: Ұлытау (100%), Қызылорда (92,9%) Маңғыстау (90,4%) Ақтөбе (90,2%), Атырау (90,1%) облыстарында. Бұл өңірлерде ол үйдегі негізгі қарым-қатынас тілі болып табылады.

Орыс тілі әсіресе Қостанай (90,4%), Павлодар (73,8%) облыстарында, Астана (71,7%) қаласында, Қарағанды облысында (70,2%) басым, бұл тарихи қалыптасқан тілдік ахуалды көрсетеді.

№51 кесте. «Сіз көбіне қай тілде үйде сөйлесесіз?», деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, облыс бойынша, %

Область	Қазақ тілінде	Орыс тілінде
Ұлытау	100	0,0
Қызылорда	92,9	7,1
Маңғыстау	90,4	2,4
Ақтөбе	90,2	7,6
Атырау	90,1	8,5
Шымкент қ.	84,7	13,9
Түркістан	81,8	8,2
Абай	80,4	19,6
Жамбыл	63,4	32,5
Жетісу	59,4	35,9
Шығыс Қазақстан	59,3	40,7
Алматы	54,0	44,0
Батыс Қазақстан	50,0	50,0
Алматы қ.	39,6	57,1
Солтүстік Қазақстан	38,6	61,4
Ақмола	33,3	66,7
Қарағанды	29,8	70,2
Астана қ.	26,5	71,7
Павлодар	26,2	73,8
Қостанай	9,6	90,4

Сауалнама нәтижелері жастардың шетел тілдерін үйренуге деген жоғары қызығушылығын көрсетеді, бұл ең алдымен халықаралық экономикалық және мәдени байланыстарға қатысты. Ең көп сұранысқа ие болғаны қытай тілі – оны респонденттердің 20,1%-ы үйренгісі келеді. Екінші орында түрік тілі (16,0%), бұл Түркиямен білім беру мен еңбек қатынастарының нығаюымен түсіндірілуі мүмкін.

Сондай-ақ ағылшын (9,6%) және көріс (9,0%) тілдеріне де қызығушылық байқалады. Ағылшын тілінің танымалдығы оның білім мен мансаптың халықаралық тілі ретіндегі маңызын көрсетеді, ал корей тіліне деген қызығушылық

жастар арасында корей бұқаралық мәдениетінің таралуымен байланысты болуы мүмкін. Француз (6,9%) және араб (6,2%) тілдері азырақ танымал болса да, сұранысқа ие болып отыр. Неміс тілін респонденттердің 3,7%-ы таңдады.

Сонымен қатар, сауалнамаға қатысқандардың төрттен біріне жуығы (24,5%) шетел тілдерін үйренгісі келмейтінін атап өтті. Бұл барлық жауап нұсқаларының ішіндегі ең жоғары көрсеткіштердің бірі болып табылады және жастардың белгілі бір бөлігінде тіл үйренуге деген мотивацияның төмендігін көрсетуі мүмкін. Басқа тілдерге – испан, орыс, итальян, қазақ, жапон және татар тілдеріне деген қызығушылық минималды болды және жауаптардың 1%-ынан аспайды. Респонденттердің 2,5%-ы жауап беруге қиналды.

№ 52 кесте. «Қай тілді қосымша көбірек оқығыңыз келеді?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, %

	Пайыз
Шет тілдерін оқығым келмейді	24,5
Қытай тілі	20,1
Түрік тілі	16,0
Ағылшын	9,6
Корей тілі	9,0
Француз тілі	6,9
Араб тілі	6,2
Неміс тілі	3,7
Жауап беруге қиналамын	2,5

Жастардың шет тілдерін үйренудегі қалауы жас ерекшелігіне қарай өзгереді. Мәселен, шетел тілдерін үйренгісі келмейтіндердің үлесі жас ұлғайған сайын арта түседі. Егер 14-18 жас аралығындағылардың арасында бұл көрсеткіш 16,2% болса, 29-34 жас тобында 32,2%-ды құрайды. Ағылшын тіліне деген қызығушылық орташа деңгейде және кіші жас тобында 12,2%-дан аспайды, ал басқа тілдерге (испан, итальян, жапон, татар, қазақ, орыс тілдеріне) қызығушылық өте сирек байқалады.

Қарым-қатынас тілін және үйренетін шетел тілін таңдау көбінесе жастардың жалпы мәдени қызығушылықтарын аңғартады, бұл оқырмандар талғамының құрылымынан да көрініс табады. Зерттеу аясында кітаптардың сүйікті жанрларына қатысты мәселелер зерделенді. Оған сәйкес, жастар арасында ең танымал жанрлар қатарында детективтер (22,7%) мен классикалық романдар (22,3%) бар. Заманауи романдарға (19,5%) және фантастика мен фэнтезиге (18,8%) де қызығушылық жоғары, бұл дәстүрлі де, қазіргі заманғы да көркем әдебиетке деген сұранысты көрсетеді.

Респонденттердің бір бөлігі тарихи романдарды (14,1%), поэзияны (11,7%), ғылыми (10,3%) және отандық әдебиетті (10,0%) қалайды. Триллерлер (7,7%) мен нон-фикшн әдебиеті (3,8%) азырақ танымал болып шықты.

Сонымен қатар, барлық жауап нұсқаларының ішіндегі ең жоғары көрсеткіш кітапты мүлдем оқымайтын респонденттерге тиесілі – 26,7%. Бұл жастардың белгілі бір бөлігінің кітап оқуға деген қызығушылығының төмендеуін немесе ақпарат тұтыну мен бос уақытты өткізудің басқа форматтарына ауысуын білдіруі мүмкін. Басқа нұсқалар – психология, мектеп бағдарламасы, өзін-өзі дамыту және аралас жанрлар – 1%-дан кем жауап жинады. Сауалнамаға қатысушылардың 1,3%-ы жауап беруге қиналды.

Жалпы алғанда, деректер жастардың басым бөлігі көркем және ойын-сауық әдебиетіне бағдарланғанын көрсетеді, ал мамандырылған және қолданбалы жанрларға деген қызығушылық әлдеқайда төмен.

№ 53 кесте. «Қандай жанрдағы кітаптарды ұнатасыз?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, %

	Пайыз*
Классикалық романдар	22,3
Заманауи романдар	19,5
Детективтер	22,7
Фантастика және фэнтези	18,8
Тарихи романдар	14,1
Триллерлер	7,7
Нон-фикшн	3,8
Поэзия	11,7
Отандық әдебиет	10,0
Ғылыми әдебиет	10,3
Кітап оқымаймын	26,7

*Жауаптар қосындысы 100%-дан асады, себебі респондент бірнеше жауап нұсқасын таңдай алды

Алынған нәтижелер мәселе әдебиетке деген қызығушылықтың жоқтығында емес, жастардың өз қажеттіліктері мен өмір салтына сәйкес келетін контент пен форматтарды іздеуінде деген қорытынды жасауға мүмкіндік береді. Осыған байланысты респонденттердің пікірінше кітап оқуға деген қызығушылықты арттыра алатын факторларды қарастыру маңызды. Сауалнама нәтижелері көрсеткендей, респонденттер жастардың кітап оқуға қызығушылығын арттыратын басты фактор ретінде жастар өміріне жақын, қызықты заманауи кітаптардың пайда болуын санайды – бұл нұсқаны сұралғандардың 42,5%-ы таңдаған. Бұл жастар тарапынан өзекті контентке деген сұраныстың бар екенін көрсетеді.

Сондай-ақ кітаптардың қолжетімділігі мен оқудың цифрлық форматтарының да маңызы зор. Кітаптарға тегін немесе арзан қолжетімділікті респонденттердің 30,6%-ы, ал аудиокітаптарға және оқуға арналған ыңғайлы мобильді қосымшаларға қолжетімділікті – 27,0%-ы атап өтті. Бұл қазіргі жастар үшін әдебиеттің технологиялық тұрғыдан қолжетімді болуының маңыздылығын көрсетеді.

Сауалнамаға қатысушылардың төрттен біріне жуығы (24,4%) мектеп немесе колледжде әдебиетті анағұрлым қызықты оқытуды маңызды деп санайды. Тағы 22,0%-ы әлеуметтік желілердегі, блогерлер мен пікір көшбасшыларынан таралатын кітап ұсыныстарының ықпалын көрсетті, бұл оқырман талғамын қалыптастырудағы цифрлық орта мен медианың рөлін айшақтайды.

Азырақ, бірақ сонда да маңызды факторлар қатарына көбірек бос уақыттың болуы және алаңдататын контенттің аз болуы (19,8%), оқырман клубтары мен кітап қауымдастықтары (18,6%), сондай-ақ кітап оқумен байланысты байқаулар мен челленждер (18,0%) кірді.

Жалпы алғанда, деректер көрсетіп отырғандай, респонденттер жастардың кітап оқуға деген қызығушылығының артуын ең алдымен кітап мазмұнының өзектілігімен, әдебиеттің цифрлық қолжетімділігімен және кітап оқуды ілгерілетудің заманауи форматтарымен байланыстырады.

№ 54 кесте. «Сіздің ойыңызша, жастардың кітап оқуға қызығушылығын не арттыра алады?» деген сұраққа берілген жауаптарың бөлінісі, %

	Пайыз*
Жастар өміріне жақын, қызықты заманауи кітаптар	42,5
Аудиокітаптарға және оқуға арналған ыңғайлы мобильді қосымшаларға қолжетімділік	27,0
Кітаптарға тегін немесе арзан қолжетімділік (электронды және баспа)	30,6
Әлеуметтік желілерде, блогерлер мен пікір көшбасшыларынан кітап ұсыныстары	22,0
Мектепте немесе колледжде әдебиетті анағұрлым қызықты оқыту	24,4

Оқырман клубтары, кітап талқылаулары және кітап қауымдастықтары	18,6
Байқаулар, челлендждер және оқуды ынталандырудың басқа түрлері	18,0
Көбірек бос уақыт және алаңдататын контенттің аз болуы	19,8
Жауап беруге қиналамын	5,4

* Жауаптар қосындысы 100%-дан асады, себебі респондент бірнеше жауап нұсқасын таңдай алды

Қорытынды

1. Білім беру бағдарламаларын қолдау креативті индустрияны дамытудың негізгі факторы болып табылады. Жастардың 41,5%-ы білім беру бағдарламалары мен курстарды қолдауды басымдық деп санайды, 22,6%-ы – мамандандырылған орталықтар құру және инфрақұрылымды дамытуды, ал 17,7%-ы жастар креативті индустрия арқылы өзін-өзі дамытуы керек деп есептейді.

2. Ең перспективалы салалар технологиялармен және визуалды контентпен байланысты. Жарнама мен маркетингті сұралғандардың 45,4%-ы атап өтті, IT және геймдев – 36,3%, кино және анимация – 27,8%, сәулет – 26,8%, дизайн және сән – 24,3%.

3. Креативті индустриядағы табыс кәсіби дағдылармен және креативтілікпен анықталады. Респонденттердің 24,8%-ы жоғары кәсібилік деңгейі мен заманауи технологияларды білуді шешуші фактор деп санайды. 24,7%-ы – шығармашылық тәсіл мен креативтілік, 18,1%-ы – өз идеяларын сата білу, 17,3%-ы – командада жұмыс істей білу, ал респонденттердің тек 7,5%-ы ғана – бастапқы капитал мен ресурстардың болуы деп көрсетті.

4. Қысқа видеоконтент жастардың медиа тұтынуында басымдыққа ие. Shorts пен рилстерді респонденттердің 54,6%-ы таңдайды, фильмдер – 38,7%, YouTube-видео – 36,6%, сериалдар – 27,1%, оқыту видеолары – 18,9%.

5. Қазақстандық контент жастар арасында өз полициясын нығайтуда. Респонденттердің 49,9%-ы қазақстандық фильмдер мен сериалдарды қалайды, 32,4%-ы – ресейлік, 30,2%-ы – америкалық контентке басымдық береді.

6. Әлеуметтік желілер жастардың цифрлық мінез-құлқын айқындайды. Instagram желісін респонденттердің 43,3%-ы пайдаланады, TikTok – 34,7%, YouTube – 11,6%, қалған платформалар 3%-дан аз үлеске ие, бұл ретте TikTok жасөспірімдер арасында танымал, ал Instagram мен YouTube танымалдылығы жас ұлғайған сайын арта түседі.

7. Қазақ тілі жастардың күнделікті қарым-қатынасында басым. Респонденттердің 58,5%-ы үйде қазақша сөйлеседі, 52,2%-ы – достарымен; ал 60,3%-ы видеоны орыс тілінде көреді. Үйренгісі келетін шетел тілдерінің көшбасында қытай тілі тұр – 20,1%, түрік тілі – 16,0%, ағылшын тілі – 9,6% және көріс тілі – 9,0%.

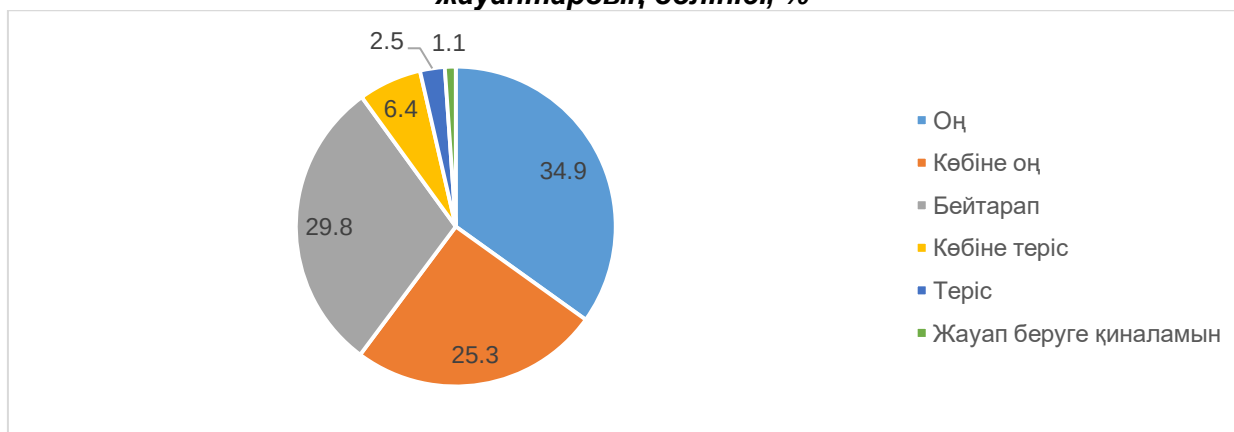
8. Жастардың айтарлықтай бөлігі кітап оқуға төмен қызығушылық танытып отыр. Респонденттердің 26,7%-ы кітапты мүлдем оқымайды, бұл әдебиеттің дәстүрлі форматтарына деген сұраныстың айқын төмендегенін көрсетеді. Кітап оқуға деген қызығушылықты арттыруды жастар ең алдымен өз өміріне жақын, қызықты заманауи кітаптардың пайда болуымен (42,5%), аудиокітаптарға және оқуға арналған ыңғайлы мобильді қосымшаларға қолжетімділікпен (27,0%), сондай-ақ кітаптарға (электронды және баспа) тегін немесе арзан қолжетімділікпен (30,6%) байланыстырады, бұл контентті жастардың цифрлық және күнделікті әдеттеріне бейімдеудің маңыздылығын айшықтайды.

7. ІШКІ ЖӘНЕ СЫРТҚЫ КӨШІ-ҚОН

Жастар халықтың ең мобильді бөлігі болып қала береді және экономикадағы, білім беру жүйесіндегі және еңбек нарығындағы өзгерістерге алғашқылардың бірі болып әрекет етеді. Оқу, жұмыс және тұратын орнын таңдау барған сайын бір өңірдің, тіпті бір елдің аумағынан тысқары шығып, көші-қонды адами капиталды қалыптастырудың маңызды факторына айналдыруда. Мұндай жағдайда жастардың көші-қон көңіл-күйі аумақтардың тартымдылығының, өмір сүру сапасының және болашаққа қатысты үміт-күтімдердің өзіндік индикаторы болып табылады. Көші-қон ұстанымдарын талдау жастарды елде қандай факторлар ұстап тұрғанын, ал қайсысы, керісінше, шетелден білім алу және кәсіби мүмкіндіктер іздеуге ынталандыратынын түсінуге мүмкіндік береді.

Зерттеу нәтижелері көрсеткендей, жастардың шетелде білім алуға деген көзқарасы жалпы алғанда оң. Шетелде білім алу мүмкіндігін респонденттердің 60,2%-ы оң немесе көбіне оң деп бағалайды, бұл халықаралық тәжірибе мен сапалы білім алуға деген жоғары қызығушылықты көрсетеді. Бұл құбылысқа қатысушылардың 29,8%-ы бейтарап қарайды, ал теріс немесе көбіне теріс қарайтындар – 8,9%, бұл «ақыл-ойдың жылыстауына» қатысты алаңдаушылықтың төмен деңгейін білдіруі мүмкін. Респонденттердің 1,1%-ы жауап беруге қиналды.

№28 диаграмма. «Айтыңызшы, жас қазақстандықтардың оқу/білім алу үшін Қазақстаннан басқа елдерге кетуіне қалай қарайсыз?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, %



Осылайша, жастардың көпшілігі халықаралық білім беру ұтқырлығын оң немесе бейтарап фактор ретінде қабылдайды, бұл жаһандық мүмкіндіктерге деген ашықтықты және Қазақстаннан тыс жерде жеке әрі кәсіби дамудың маңыздылығын көрсетеді.

Жастардың білім алу үшін шетелге шығуына қатысты көзқарасты этнос бөлінісінде қарастырсақ, қазақтар арасында оң көзқарас мейлінше тұрақты түрде байқалады (35,7%-ы оң және 25,8%-ы көбіне оң), ал орыстар арасында бейтарап қабылдау үлесі жоғары (42,1%). Украиндар мен басқа да этникалық топ өкілдеріне оң көзқарас тиісінше 48,0% және 45,3%-ға жетеді, бұл халықаралық білім беру ұтқырлығына барынша ашық бағдарланғандықты айғақтайды. Сонымен бірге өзбе жастарының арасында теріс бағалау үлесі жоғары (9,3%), ал ұйғырлар арасында теріске жақын көзқарас үлесі айтарлықтай байқалады (34,8%), бұл олардың жергілікті әлеуметтік ортаға көбірек байлаулы екенін білдіруі мүмкін.

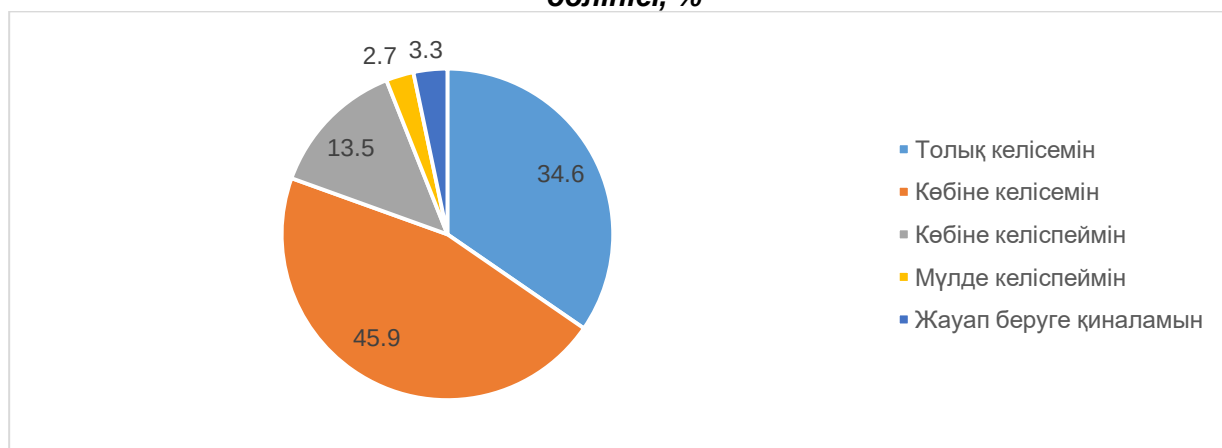
№55 кесте. «Айтыңызшы, жас қазақстандықтардың оқу/білім алу үшін Қазақстаннан басқа елдерге кетуіне қалай қарайсыз?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, этнос бойынша, %

	Қазақ	Орыс	Өзбек	Украин	Ұйғыр	Басқа
Оң	35,7	29,2	23,3	48,0	17,4	45,3
Көбіне оң	25,8	24,2	20,9	24,0	21,7	23,4
Бейтарап	28,4	42,1	30,2	20,0	21,7	23,4
Көбіне теріс	6,4	2,5	16,3	8,0	34,8	3,1
Теріс	2,6	1,3	9,3	0,0	0,0	0,0
Жауап беруге қиналамын	1,1	0,8	0,0	0,0	4,3	4,7

Сауалнама нәтижелері жастардың елеулі бөлігі жақсы мүмкіндіктер іздеп елден кетеді деген тұжырыммен келісудің жоғары деңгейін көрсетеді. Бұл пікірмен респонденттердің 34,6%-ы толық келіседі, тағы 45,9%-ы – көбіне келіседі. Осылайша, сауалнамаға қатысушылардың жалпы алғанда 80,5%-дан астамы жастар арасында айқын көші-қон көңіл-күйінің бар екенін мойындайды.

Сонымен бірге респонденттердің 13,5%-ы бұл тұжырыммен көбіне келіспейді, 2,7%-ы мүлде келіспейді. Бұл көші-қонды маңызды үрдіс деп санамайтын жастардың үлесі салыстырмалы түрде аз екенін көрсетеді. Сауалнамаға қатысушылардың 3,3%-ы жауап беруге қиналды.

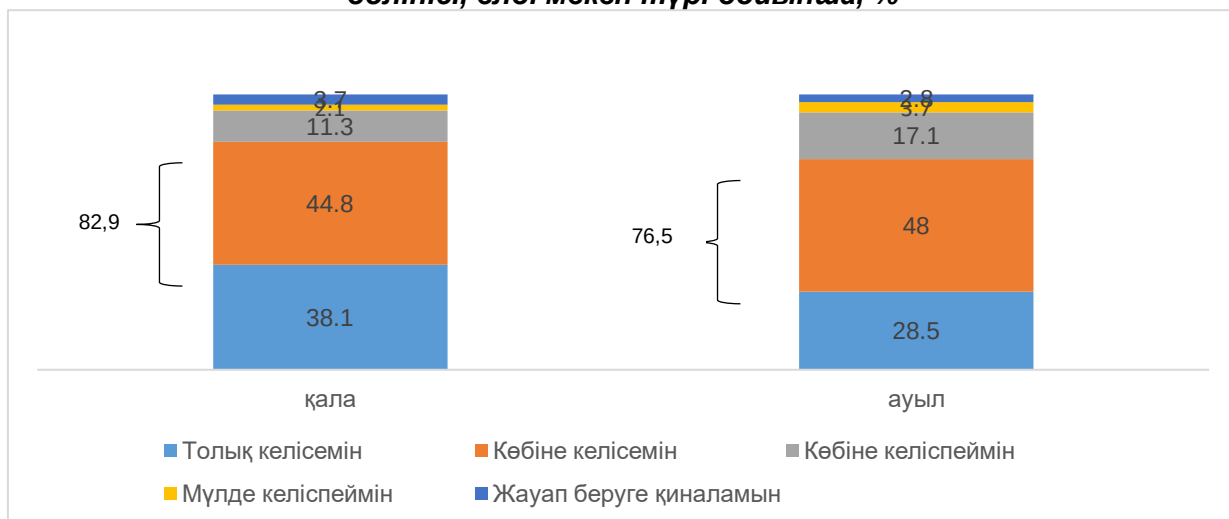
№29 диаграмма. «Жастардың елеулі бөлігі жақсы мүмкіндіктер іздеп елден кетеді деген пікірмен келісесіз бе?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, %



Жалпы алғанда, нәтижелер жастардың елден кетуді анағұрлым кең білім беру, кәсіби мүмкіндіктерге қол жеткізу тәсілі ретінде қарастыратыны туралы түсініктің кең тарағанын айғақтайды. Бұл жастардың жоғарырақ табыс деңгейіне, сапалы білімге, мансаптық өсуге және өмір сүру жағдайын жақсартуға деген ұмтылысының көрінісі болуы мүмкін.

Елді мекен түріне қатысты сауалнама нәтижелері көрсеткендей, жастардың көпшілігі жас буынның елеулі бөлігі жақсы мүмкіндіктер іздеп елден кетеді деп санайды. Қала тұрғындарының арасында 38,1%-ы бұл тұжырыммен толық, ал 44,8%-ы көбіне келіседі, жиынтығында бұл 82,9%-ды құрайды. Ауыл жастары азырақ келісім білдірді, жиынтығында - 76,5%, оның ішінде 28,5%-ы толық және 48,0%-ы көбіне келіседі.

№30 диаграмма. «Жастардың елеулі бөлігі жақсы мүмкіндіктер іздеп елден кетеді деген пікірмен келісесіз бе?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, елді мекен түрі бойынша, %



Эмиграцияны қабылдауды этнос бөлінісінде талдау орыстар арасында келісетіндердің үлесі 82,1%-ға, қазақтар арасында – 80,5%-ға жететінін көрсетеді. Сондай-ақ украиндар (48,0%) мен басқа да этникалық топ өкілдері (45,3%) арасында толық келісу көрсеткіші жоғары, бұл көші-қон ұтқырлығын сезінудің анағұрлым айқын екенін білдіреді.

№56 кесте. «Жастардың елеулі бөлігі жақсы мүмкіндіктер іздеп елден кетеді деген пікірмен келісесіз бе?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, этнос бойынша, %

	Қазақ	Орыс	Өзбек	Украин	Ұйғыр	Басқа
Толық келісемін	34,9	30,0	25,6	48,0	30,4	45,3
Көбіне келісемін	45,6	52,1	44,2	32,0	30,4	43,8
Көбіне келіспеймін	13,9	10,8	20,9	8,0	30,4	3,1
Мүлде келіспеймін	2,9	0,8	9,3	0,0	4,3	0,0
Жауап беруге қиналамын	2,7	6,3	0,0	12,0	4,3	7,8

Зерттеу қорытындылары көрсеткендей, жастардың елден кетуінің басты себептері экономикалық және тұрмыстық факторлар болып табылады. Респонденттер көбіне жұмы пен табыс іздеуді – 61,0% және жақсы өмір жағдайларын қалауды – 47,4%, сондай-ақ болашағының, мансаптық өсу мүмкіндіктерінің болмауын – 36,1% атап көрсетеді.

Сонымен қатар, жастардың елеулі бөлігі жаңа тәжірибе жинау және өзге мәдениеттермен танысу ниетімен (19,5%), сондай-ақ білім сапасының төмендігіне байланысты (13,8%) шетелге шығады. Кемсітушілік (9,0%), сыбайлас жемқорлық пен құқықтық мәдениеттің төмендігі (10,7%), сондай-ақ саяси жағдайлар (7,8%), сияқты әлеуметтік және саяси себептер сирегірек аталғанымен, олар да өз рөлін атқарады.

Климат пен экологияға (8,2%), денсаулық сақтау жүйесіне (8,7%), инфрақұрылымға (5,9%), отбасылық жағдайларға (9,1%) және өзінің тарихи Отанына оралуды қалауға (3,3%) қатысты факторлардың маңыздылығы төменірек болып шықты. Сауалнамаға қатысушылардың 2,7%-ы жауап беруге қиналды.

Жалпы алғанда, деректер жастардың негізінен экономикалық, білім беру және өмірлік мүмкіндіктерін жақсартуға, сондай-ақ елден тыс жерде жеке әрі мәдени тәжірибесін кеңейтуге ұмтылатынын көрсетеді.

№57 кесте. «Сіздің ойыңызша, жастар қандай себептермен елден кетеді?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, %

	Пайыз*
Жұмыс, табыс іздеу	61,0
Жақсы өмір жағдайларын қалау	47,4
Болашағының, мансаптық өсу мүмкіндіктерінің болмауы	36,1
Басқа елде тұрып көру, өзге мәдениетпен танысу ниеті	19,5
Білім сапасының төмендігі	13,8
Сыбайлас жемқорлық, құқықтық мәдениеттің төмендігі, шенеуніктердің жазасыздығы	10,7
Отбасылық жағдайлар	9,1
Кемсіту (этностық, гендерлік, тілдік, құқықтардың бұзылуы және т.б.)	9,0
Денсаулық сақтау жүйесінің төмен даму деңгейі	8,7
Климаттық, экологиялық жағдайлар	8,2
Саяси жағдайлар	7,8
Инфрақұрылымның төмен даму деңгейі	5,9
Өзінің тарихи Отанына оралуды қалау	3,3
Жауап беруге қиналамын	2,7

* Жауаптар қосындысы 100%-дан асады, себебі респондент бірнеше жауап нұсқасын таңдай алды

Сауалнама нәтижелері көрсеткендей, қала және ауыл жастарының көші-қон мотивтері көп жағдайда сәйкес келеді және негізінен әлеуметтік-экономикалық сипатта болады. Тұрғылықты жеріне қарамастан, әлеуетті қоныс аударудың басты себептері жұмыс пен жоғарырақ табыс іздеу, жақсы өмір жағдайларына ұмтылу, сондай-ақ кәсіби перспективаларын кеңейту ниеті болып қала береді. Сонымен бірге барлық дерлік негізгі позициялар бойынша ауыл жастары арасындағы көрсеткіштер біршама жоғары, бұл әлеуметтік және экономикалық ұтқырлыққа деген сұраныстың анағұрлым айқын екенін білдіреді.

Мәселен, елден кету себебі ретінде жұмыс пен табыс іздеуді ауыл жастарының 62,1%-ы атап өтсе, қала жастарының арасында бұл көрсеткіш 60,4%-ды құрады. Өмір сүру жағдайын жақсарту ниетін ауылдық респонденттердің 48,5%-ы және қалалықтардың 46,8%-ы, ал мансаптық өсу перспективаларының болмауын – тиісінше 37,5% және 35,2%-ы көрсеткен. Алынған деректер ауылдық елді мекендердің жастары кәсіби тұрғыдан өзін-өзі жүзеге асыру мүмкіндіктерінің шектеулілігімен жиірек бетпе-бет келетінін және көші-қонды өмір сапасын арттыру құралы ретінде қарастыратынын болжауға мүмкіндік береді.

Бұдан бөлек, жастардың бір бөлігі үшін көші-қон тек экономикалық факторлармен ғана емес, сонымен бірге жаңа өмірлік тәжірибе жинау ұмтылысымен де байланысты. Басқа елде тұрып көру және өзге мәдениетпен танысу ниетін ауылдық респонденттердің 20,5%-ы және қалалықтардың 18,9%-ы атап өткен. Бұл ретте білім сапасы мәселесін қала жастары жиірек көтереді (ауыл жастары арасындағы 10,6%-бен салыстырғанда 15,6%), бұл қала ортасындағы білім беру және кәсіби мүмкіндіктер үшін бәсекелестіктің жоғарылығымен байланысты болуы мүмкін.

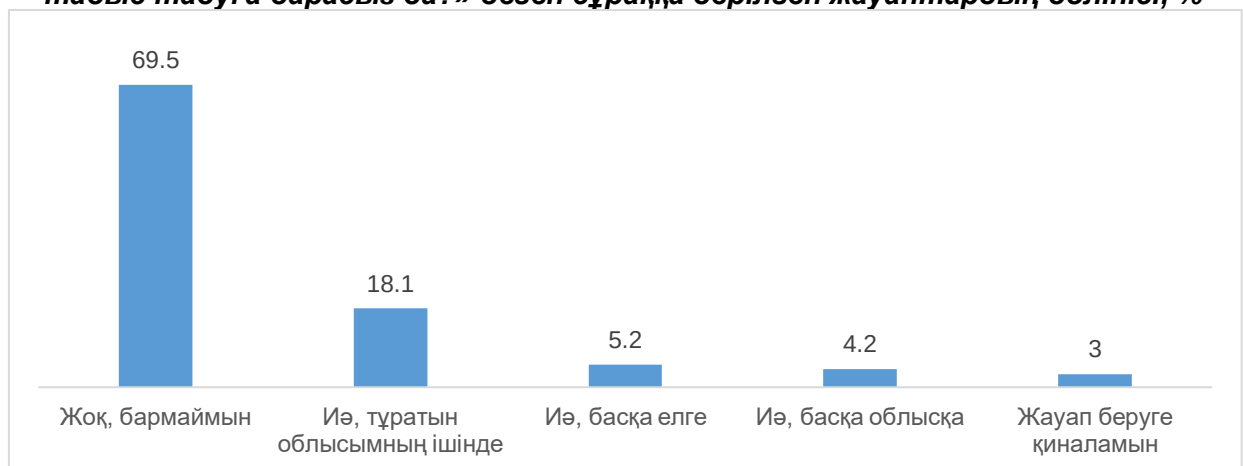
№58 кесте. «Сіздің ойыңызша, жастар қандай себептермен елден кетеді?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, елді мекен түрі бойынша, %

	Қала	Ауыл
Жұмыс, табыс іздеу	60,4	62,1
Жақсы өмір жағдайларын қалау	46,8	48,5
Болашағының, мансаптық өсу мүмкіндіктерінің болмауы	35,2	37,5
Басқа елде тұрып көру, өзге мәдениетпен танысу ниеті	18,9	20,5
Білім сапасының төмендігі	15,6	10,6
Сыбайлас жемқорлық, құқықтық мәдениеттің төмендігі, шенеуніктердің жазасыздығы	12,8	7,0
Кемсіту (этностық, гендерлік, тілдік, құқықтардың бұзылуы және т.б.)	8,7	9,5

* Жауаптар қосындысы 100%-дан асады, себебі респондент бірнеше жауап нұсқасын таңдай алды

Қалаларға (ауылдарға) табыс табуға бару мәселесіне қатысты сауалнама нәтижелері көрсеткендей, жастардың көпшілігі өз елді мекенінен тыс жерге табыс табуға бармайды – респонденттердің 69,5%-ы осылай жауап берген. Тұрғылықты жерінен тыс қосымша табыс іздейтіндердің арасында 18,1%-ы өз облысының аумағында, 4,2%-ы – Қазақстанның басқа облысына, ал 5,2%-ы – өзге елге барады. Сауалнамаға қатысушылардың 3%-ы жауап беруге қиналған.

№31 диаграмма. «Сіз өзіңіз тұратын елді мекеннен тыс қалаларға (ауылдарға) табыс табуға барасыз ба?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, %



Жалпы алғанда, нәтижелер жастар үшін табыс табу мақсатындағы орын ауыстырулар негізінен жергілікті шеңбермен шектелетінін, ал өңіраралық және халықаралық еңбек ұтқырлығы сирек кездесетінін көрсетеді. Бұл өз елді мекенінен тыс жерде жұмыс істеу туралы шешімге әсер ететін экономикалық та, әлеуметтік те факторларды бейнелейді.

Зерттеу талдауы Қазақстанның басқа облысына табыс табуға баратын респонденттердің бөлінісін көрсетеді. Қатысушылардың ең көп бөлігі Алматы қаласына – 14,5% және Астана қаласына – 13,3% тиесілі, бұл ірі қалалардың экономикалық және еңбек мүмкіндіктерінің орталықтары ретіндегі тартымдылығын айқындайды.

Басқа өңірлердің ішінде Ақмола – 8,4% және Алматы – 7,2% облыстарының көрсеткіштері айтарлықтай жоғары, ал Шымкент қаласын респонденттердің 3,6%-ы белгілеген. Қалған өңірлер, соның ішінде Ақтау, Атырау қалалары, Батыс Қазақстан, Жамбыл, Қарағанды, Қостанай, Түркістан, Ұлытау, Шығыс Қазақстан және Солтүстік Қазақстан облыстары бірен-саран жауаптармен берілген

(әрқайсысы шамамен 1–2,4%). Бұл ретте қатысушылардың 38,6%-ы облысты көрсетпеген, бұл бөліністің толық көрінісін көруді қиындатады.

Осылайша, басқа өңірлерге шығатын жастар негізінен экономикалық мүмкіндіктер мен жұмыс орындары шоғырланған ірі қалаларға бағдарланады.

№59 кесте. «Сіз өзіңіз тұратын елді мекеннен тыс қалаларға (ауылдарға) табыс табуға барасыз ба?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі (алдыңғы сұрақта «иә, басқа облысқа» нұсқасын таңдағандар ғана жауап берді), %

	Пайыз
Жауап жоқ	38,6
Алматы қ.	14,5
Астана қ.	13,3
Ақмола облысы	8,4
Алматы облысы	7,2
Шымкент қ.	3,6
Түркістан облысы	2,4
Солтүстік Қазақстан облысы	2,4
Ақтау қ.	1,2
Атырау қ.	1,2
Батыс Қазақстан облысы	1,2
Жамбыл облысы	1,2
Қарағанды облысы	1,2
Қостанай облысы	1,2
Ұлытау облысы	1,2
Шығыс Қазақстан облысы	1,2

Сауалнама мұндай тәжірибесі бар екенін белгілеген респонденттердің арасында Қазақстаннан тыс жерге табыс табуға шығатын жастар таңдайтын елдердің бөлінісін көрсетті. Ең танымал бағыттар АҚШ – 21,2% және Англия – 12,5%, бұл аталған елдердің экономикалық мүмкіндіктер мен жұмыс жағдайлары тұрғысынан жоғары тартымдылығын көрсетеді.

Басқа бағыттар әлдеқайда сирек таңдалады, олардың ішінде Ресей – 3,8%, Қытай, Япония және Швейцария әрқайсысы 2,9%-дан, Корея және Европа елдері – 1,9%-дан, ал Түркия мен Швеция – респонденттердің 1%-ы. Өзбекстанды да қатысушылардың 1,9%-ы атап өткен.

Бұл ретте респонденттердің 46,1%-ы елді көрсетпеген, бұл жалпы көріністі толық емес етеді, бірақ жастар негізінен жоғары экономикалық мүмкіндіктері бар және жұмыспен қамту жүйесі анағұрлым дамыған елдерге бағдарланады деген қорытынды жасауға мүмкіндік береді.

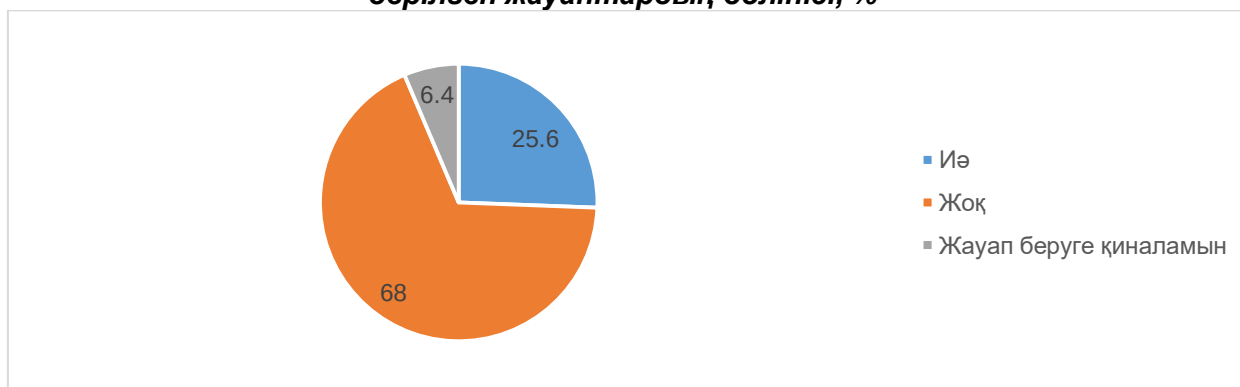
№60 кесте. «Сіз өзіңіз тұратын елді мекеннен тыс қалаларға (ауылдарға) табыс табуға барасыз ба?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі (алдыңғы сұрақта «иә, басқа елге» нұсқасын таңдағандар ғана жауап берді), %

	Пайыз
Жауап жоқ	46,1
Америка	21,2
Англия	12,5
Ресей	3,8
Қытай	2,9
Япония	2,9
Швейцария	2,9
Корея	1,9
Европа елдері	1,9
Өзбекстан	1,9
Түркия	1,0
Швеция	1,0

Сауалнама нәтижелері көрсеткендей, жастардың көпшілігі тұрғылықты жерінен қоныс аударғысы келмейді – бұл респонденттердің 68,0%-ы. Сонымен бірге қатысушылардың 25,6%-ы қоныс аударуға дайын екенін білдірді, бұл өмір сүру, жұмыс немесе білім алу үшін жақсырақ жағдай іздеумен байланысты болуы мүмкін. Респонденттердің 6,4%-ы жауап беруге қиналды.

Осылайша, деректер жастардың басым бөлігі тұрақтылыққа бағдарланғанын және орнында қалатынын, ал айтарлықтай бөлігі қоныс аударуды өмірлік перспективаларын жақсарту мүмкіндігі ретінде қарастыратынын айғақтайды.

№32 диаграмма. «Өзіңіз тұратын жерден көшкіңіз келе ме?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, %



Этностық тиесілілігі бойынша көші-қон көңіл-күйіне жасалған талдау жастардың тұрғылықты жерін ауыстыруға деген дайындығында белгілі бір айырмашылықтар бар екенін көрсетеді. Әлеуетті ұтқырлықтың ең жоғары деңгейі орыс жастарының арасында тіркелді: респонденттердің 34,6%-ы көшкісі келетінін мәлімдесе, 54,2%-ы қазіргі тұрғылықты жерінде қалуды құп көреді. Осыған ұқсас көңіл-күй украин жастарының арасында да байқалады, мұнда сұралғандардың 32,0%-ы көшуге дайын екенін жеткізген.

Қазақ жастарының арасында көші-қон көңіл-күйі айтарлықтай төмен: көшу ниетін респонденттердің 24,0%-ы белгілеген, ал басым бөлігі (70,8%) тұрғылықты жерін ауыстыруды қарастырмайды. Көші-қон ниетінің бұдан да төмен деңгейі өзбек жастарының арасында байқалады, олардың тек 23,3%-ы ғана қоныс аударуға дайын, ал 76,7%-ы орнында қалуды қалайды.

Ұйғыр жастары аралық орынды иеленеді: 26,1%-ы көшу ниетін білдірсе, 56,5%-ы тұрғылықты жерін ауыстыруды жоспарламайды. Басқа этнос өкілдері тобында респонденттердің 29,7%-ы көшуге дайын екенін жеткізген, бұл ретте сұралғандардың жартысы (50,0%) мұндай мүмкіндікті қарастырмайды.

Жалпы алғанда, нәтижелер айқын көші-қон көңіл-күйі негізінен орыс және украин жастарына тән екенін, ал қазақтар мен өзбектердің арасында қазіргі тұрғылықты жерін сақтауға деген бағдар басым екенін көрсетеді. Бұл әлеуметтік байланыстардағы, көші-қон дәстүрлеріндегі, сондай-ақ ел ішіндегі өз әлеуетін іске асыру перспективалары туралы түсініктердегі айырмашылықтармен байланысты болуы мүмкін.

№33 диаграмма. «Өзіңіз тұратын жерден көшкіңіз келе ме?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі, этнос бойынша, %



Сауалнама нәтижелері көрсеткендей, жастардың қоныс аудару ниетінің басты себебі экономикалық өмір сүру деңгейін жақсартуға ұмтылу болып табылады – респонденттердің 56,1%-ы осылай жауап берген.

Сонымен қатар, қатысушылардың айтарлықтай бөлігі жұмысқа орналасудың кең мүмкіндіктерін – 37,3%-ды және білім сапасының жоғары болуын – 33,6%-ды атап өтеді, бұл қоныс аудару туралы шешім қабылдау кезінде экономикалық және білім беру мотивтерінің ұштасатынын білдіреді.

Сондай-ақ респонденттер мәдени әртүрліліктің көбірек болуын қалауды (26,4%) және өз бизнесін ашу мүмкіндігін (26,0%) атап өтеді, бұл тұлғалық және кәсіби дамуға деген қызығушылықты көрсетеді. Климаттық және экологиялық жағдайларды өзгерту (16,0%) және қазіргі тұрып жатқан елді мекендегі жанжалдардан қашу (5,7%) анағұрлым аз маңызды факторлар болып шықты. Қалған себептер өте сирек кездеседі – жауаптардың 1%-ынан азы.

№61 кесте. «Көшудің негізгі себебі қандай?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі («Өзіңіз тұратын жерден көшкіңіз келе ме?» деген сұраққа «Иә» нұсқасын белгілегендер ғана жауап берді), %

	Пайыз*
Экономикалық өмір сүру деңгейін жақсарту ниеті	56,1
Жұмысқа орналасудың кең мүмкіндіктері	37,3
Білім сапасының жоғары болуын қалау	33,6
Мәдени әртүрліліктің көбірек болуын қалау	26,4
Өз бизнесімді ашуға кең мүмкіндіктер	26,0
Тұратын жердің климаттық және экологиялық жағдайларын өзгерту	16,0
Қазіргі тұрып жатқан ауылда / қалада болатын жанжалдардан қашу ниеті	5,7
Жауап беруге қиналамын	1,4

*Жауаптар қосындысы 100%-дан асады, себебі респондент бірнеше жауап нұсқасын таңдай алды

Жалпы алғанда, деректер жастардың көшу ниеті бірінші кезекте экономикалық және кәсіби мүмкіндіктермен, сондай-ақ білім алу мен мәдени дамуға деген ұмтылыспен байланысты екенін көрсетеді. Орыстардың арасында экономикалық мотивация 69,9%-ға, ал украиндардың арасында – 87,5%-ға жетеді, бұл материалдық факторларды көші-қонның негізгі драйверіне айналдырады. Өзбектер көшуді басқаларға қарағанда жұмыс іздеумен жиірек байланыстырады (60,0%), ал ұйғырларда мәдени әртүрлілікке, білім алуға және жұмысқа орналасуға деген сұраныс бірдей деңгейде көрініс тапқан (әрқайсысы 50,0%-дан). Бұл көші-қон стратегияларындағы айырмашылықты көрсетеді: жастардың бір бөлігі үшін

көші-қон экономикалық қажеттілік болса, екіншісі үшін – мәдени және білім алу аясын кеңейту тәсілі.

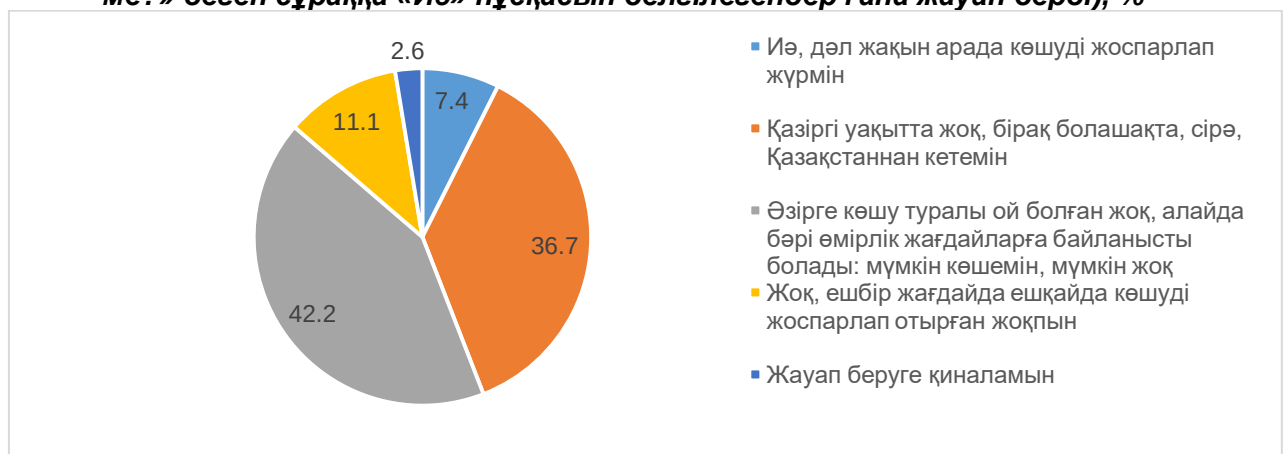
№62 кесте. «Көшудің негізгі себебі қандай?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі («Өзіңіз тұратын жерден көшкіңіз келе ме?» деген сұраққа «Иә» нұсқасын белгілегендер ғана жауап берді), этнос бойынша, %

	Қазақ	Орыс	Өзбек	Украин	Ұйғыр	Басқа
Экономикалық өмір сүру деңгейін жақсарту ниеті	52,3	69,9	40,0	87,5	66,7	63,2
Мәдени әртүрліліктің көбірек болуын қалау	27,2	21,7	30,0	0,0	50,0	31,6
Білім сапасының жоғары болуын қалау	33,9	28,9	30,0	12,5	50,0	52,6
Жұмысқа орналасудың кең мүмкіндіктері	34,7	45,8	60,0	75,0	50,0	21,1
Өз бизнесімді ашуға кең мүмкіндіктер	28,2	18,1	20,0	25,0	33,3	15,8

Сонымен қатар, жастардың айтарлықтай бөлігі шетелге көшуді нақты немесе әлеуетті мүмкіндік ретінде қарастырады. Респонденттердің 7,4%-ы таяу арада кетуді жоспарлап отырса, 36,7%-ы болашақта елден кетуі әбден мүмкін деп санайды. Осылайша, жиынтығында 44,1%-ы қазірдің өзінде көшуге бейім немесе оны ықтимал нұсқа ретінде қарастырады.

Респонденттердің ең үлкен тобы (42,2%) әзірге көшу туралы ойланбаған, алайда өмірлік жағдайларға байланысты бұл мәселені ашық қалдырады. Бұл көптеген жастар үшін көшу мәселесінің түпкілікті шешілмегенін және әлеуетті мүмкіндік ретінде қарастырылатынын көрсетеді. Респонденттердің тек 11,1%-ы ғана көшу мүмкіндігін толығымен жоққа шығарады, ал 2,6%-ы жауап беруге қиналған.

№34 диаграмма. «Қазақстаннан көшіп кету туралы ойлайсыз ба?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі («Өзіңіз тұратын жерден көшкіңіз келе ме?» деген сұраққа «Иә» нұсқасын белгілегендер ғана жауап берді), %



Нәтижелер елді мекен түріне байланысты жастардың Қазақстаннан көшіп кету мүмкіндігіне қатысты көңіл-күйінің бөлінісін көрсетеді. Деректер қала жастарының Қазақстаннан көшуді нақты мүмкіндік ретінде белсендірек қарастыратынын байқатады. Мәселен, қалалық респонденттердің 10,2%-ы таяу арада кетуді жоспарлап отырса, 42,4%-ы болашақта елден кетуі әбден мүмкін деп санайды. Ауыл тұрғындарының арасында бұл көрсеткіштер төмен: 3,7%-ы таяу

арада көшуді жоспарлайды, ал 29,0%-ы болашақта бұған бейім. Ауыл жастарының ең үлкен тобы – 50,2% – әзірге көшу туралы ойланбаған және шешімді ашық қалдырады, ал қалаларда мұндайлар 36,3%-ды құрайды. Қалалық респонденттердің 8,5%-ы және ауылдық респонденттердің 14,7%-ы көшуді толығымен жоққа шығарады. Жауап беруге қиналғандардың үлесі екі топта да көп емес. Осылайша, қала жастарының басым бөлігі көшуді нақты перспектива ретінде қабылдайды, ал ауыл жастары неғұрлым сақ көзқарас танытып, тұрғылықты жерінде қалуға жиірек бейім.

№63 кесте. «Қазақстаннан көшіп кету туралы ойлайсыз ба?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі («Өзіңіз тұратын жерден көшкіңіз келе ме?» деген сұраққа «Иә» нұсқасын белгілегендер ғана жауап берді), елді мекен түрі бойынша, %

	Қала	Ауыл
Иә, дәл жақын арада көшуді жоспарлап жүрмін	10,2	3,7
Қазіргі уақытта жоқ, бірақ болашақта, сірә, Қазақстаннан кетемін	42,4	29,0
Әзірге көшу туралы ой болған жоқ, алайда бәрі өмірлік жағдайларға байланысты болады: мүмкін көшемін, мүмкін жоқ	36,3	50,2
Жоқ, ешбір жағдайда ешқайда көшуді жоспарлап отырған жоқпын	8,5	14,7
Жауап беруге қиналамын	2,7	2,3

Жас ерекшелігіне қарай, 14-18 жас аралығындағы жастардың 6,5%-ы дәл жақын арада көшуді жоспарлайды, 41,4%-ы болашақта елден кетуі әбден мүмкін деп санайды, ал 44,4%-ы әзірге көшу туралы ойланбаған. 19–23 жас тобында таяу арада көшуді жоспарлағандар – 8,9%, болашақта көшуге бейімдер – 34,1%, шешімді ашық қалдырғандар – 41,5%. 24–28 жастағылар арасында: таяу арада көшу жоспары – 7,4%, болашақта көшу – 32,6%, шешімді ашық қалдыру – 45,3%. 29–34 жас тобында: таяу арада көшу жоспары – 7,1%, болашақта көшу – 36,3%, шешімді ашық қалдыру – 37,2%. Көшуден үзілді-кесілді бас тартатындар жасөспірімдер арасында 4,7%-ды құраса, ең үлкен жас тобында бұл көрсеткіш 17,7%-ға дейін жетеді.

Осылайша, кіші жас топтары көшуді ықтимал нұсқа ретінде жиірек қарастырады, ал жас ұлғайған сайын көшуден түпкілікті бас тартатындардың үлесі артады.

№64 кесте. «Қазақстаннан көшіп кету туралы ойлайсыз ба?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі («Өзіңіз тұратын жерден көшкіңіз келе ме?» деген сұраққа «Иә» нұсқасын белгілегендер ғана жауап берді), жас бойынша, %

	14-18 жас	19-23 жас	24-28 жас	29-34 жас
Иә, дәл жақын арада көшуді жоспарлап жүрмін	6,5	8,9	7,4	7,1
Қазіргі уақытта жоқ, бірақ болашақта, сірә, Қазақстаннан кетемін	41,4	34,1	32,6	36,3
Әзірге көшу туралы ой болған жоқ, алайда бәрі өмірлік жағдайларға байланысты болады: мүмкін көшемін, мүмкін жоқ	44,4	41,5	45,3	37,2
Жоқ, ешбір жағдайда ешқайда көшуді жоспарлап отырған жоқпын	4,7	13,3	11,6	17,7
Жауап беруге қиналамын	3,0	2,2	3,2	1,8

Қазақстаннан көшуді жоспарлар отырған жастардың арасында ең үлкен сұранысқа ие елдер АҚШ – 24,8% және Түркия – 17,2%, бұл аталған

мемлекеттердің білім алу, жұмысқа орналасу және өмір сүру жағдайлары тұрғысынан жоғары тартымдылығын көрсетеді.

Сондай-ақ респонденттердің айтарлықтай бөлігі Ресейге – 13,5% және Еуропа елдеріне – 10,2% бағдарланған. Азия елдері сауалнамаға қатысушылардың 6,8%-ын, Қытай – 6,1%-ын, ал Канада – 7,2%-ын тартады. Мейлінше аз таңдалған бағыттар қатарында Австралия (0,2%) мен Татарстан (0,5%) бар.

Бұл ретте респонденттердің 4,7%-ы көшуді жоспарлар отырған жоқ, ал 7,7%-ы жауап беруге қиналған.

Жалпы алғанда, деректер жастардың басым бөлігі экономикалық мүмкіндіктері жоғары, білім беру жүйесі дамыған және өмір сүру жағдайы қолайлы елдерді таңдайтынын, сонымен бірге олардың айтарлықтай бөлігі нақты бағытын әлі айқындамағанын көрсетеді.

№65 кесте. «Қай елге көшуді ойлап жүрсіз немесе жоспарлап жүрсіз?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі («Өзіңіз тұратын жерден көшкіңіз келе ме?» деген сұраққа «Иә» нұсқасын белгілегендер ғана жауап берді), %

	Пайыз
АҚШ	24,8
Түркия	17,2
Ресей	13,5
Еуропа елдеріне	10,2
Жауап беруге қиналамын	7,7
Канада	7,2
Азия елдеріне	6,8
Қытай	6,1
Мен көшуді жоспарлап отырған жоқпын	4,7
ТМД елдеріне (Ресейден басқа)	1,1

ТМД елдеріне (Ресейден басқа) көшуді жоспарлап отырған жастар арасында жауаптардың бөлінісі біркелкі. Көрсетілген нұсқалардың әрқайсысы – Армения, Өзбекістан, Грузия, Белоруссия – бір респонденттен таңдалған, бұл әрқайсысы 20%-ды құрайды.

Осылайша, ТМД елдеріне (Ресейден басқа) көшуді жоспарлап отырған жастардың арасында әртүрлі елдерге деген қызығушылықтың біркелкі бөлінісі байқалады, айқын басымдықтар жоқ.

№66 кесте. «Қай елге көшуді ойлап жүрсіз немесе жоспарлап жүрсіз?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі (тек алдыңғы сұрақта «ТМД елдеріне (Ресейден басқа)» нұсқасын белгілегендер ғана жауап берді), %

	Пайыз
Армения	20,0
Өзбекістан	20,0
Грузия	20,0
Белоруссия	20,0
Жауап беруге қиналамын	20,0

Азия елдері: респонденттер арасында ең танымалы Корея – 56,7%, бұл осы елдің білім алу және еңбек мүмкіндіктеріне деген жоғары қызығушылықты көрсетеді. Қалған елдер әлдеқайда сирек таңдалған: Япония – 13,3%, ОАЭ, Вьетнам және Малайзия – әрқайсысы 6,7%. Тағы 10%-ы жауап беруге қиналған.

№67 кесте. «Қай елге көшуді ойлап жүрсіз немесе жоспарлап жүрсіз?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі (тек алдыңғы сұрақта «Азия елдеріне» нұсқасын белгілегендер ғана жауап берді), %

	Пайыз
ОАЭ	6,7
Корей	56,7
Вьетнам	6,7
Япония	13,3
Малайзия	6,7
Жауап беруге қиналамын	10,0
Барлығы	100,0

Еуропа елдері: респонденттердің ең көбі Шотландияны – 20%, Швейцария мен Францияны – әрқайсысы 15,6%, Германияны – 11,1% таңдаған. Қалған елдер – Англия, Испания, Италия, Польша, Чехия, Бельгия, Гренландия и Швеция – 2,2%-дан 6,7%-ға дейінгі төмендеу үлестерге ие. Респонденттердің 6,7%-ы жауап беруге қиналған.

Жалпы алғанда, деректерді талдау көрсеткендей, азиялық елдердің ішінде жастар Оңтүстік Кореяға жетекші білім және жұмыс орталығы ретінде бағдарланады, ал Еуропа бағытында бөлініс біркелкірек, өмір сүру деңгейі жоғары және экономикасы дамыған елдерге басымдық беріледі.

№68 кесте. «Қай елге көшуді ойлап жүрсіз немесе жоспарлап жүрсіз?» деген сұраққа берілген жауаптардың бөлінісі (тек алдыңғы сұрақта «Еуропа елдеріне» нұсқасын белгілегендер ғана жауап берді), %

	Пайыз
Шотландия	20,0
Швейцария	15,6
Франция	15,6
Германия	11,1
Англия	6,7
Испания	6,7
Жауап беруге қиналамын	6,7
Италия	4,4
Польша	4,4
Бельгия	2,2
Чехия	2,2
Гренландия	2,2
Швеция	2,2

Қорытынды

1. Білім беру мобильділігі оң қабылданады және адами капиталдың қалыптасуын ынталандырады. Респонденттердің 60,2%-ы шетелде оқуды қолдайды, бұл халықаралық білім құндылығының мойындалғанын көрсетеді. Қазақстардың және басқа да этностық топтардың шетелде білім алуға деген оң көзқарасы жастардың жаһандық білім беру кеңістігіне кірігуге дайын екенін айқындайды.

2. Экономикалық факторлар көші-қонның басты қозғаушы күші болып қала береді. Жұмыс пен табыс іздеу (61,0%), тұрмыс жағдайын жақсартуға деген ұмтылыс (47,4%) және карьералық перспективаның болмауы (36,1%) миграцияның өмір сапасын арттыру тәсілі ретінде бағаланатынын көрсетеді. Сонымен қатар, респонденттердің айтарлықтай бөлігі мәдени және білім беру бағытындағы дамуды (19,5% және 13,8%) атап өткен, бұл мотивтердің кешенді екенін білдіреді.

3. Жастардың еңбек мобильділігі сыртқы миграциясы шектеулі, негізінен жергілікті сипатқа ие. Жастардың басым бөлігі (69,5%) табыс табу үшін өз елді мекенінен тыс жерге шықпайды, ал мобильді респонденттер арасындағы негізгі бағыттар Қазақстанның ірі қалалары – Алматы (14,5%) және Астана (13,3%) болып табылады, бұл экономикалық мүмкіндіктердің урбанизацияланған орталықтарда шоғырланғанын көрсетеді.

4. Жастардың миграциялық көңіл-күйі орташа деңгейде көрініс тапқан және ол экономикалық әрі білім беру факторларына негізделген. Респонденттердің шамамен 44,1%-ы көшуге бейім немесе оны болашақта қарастырады, бұл ретте басты себептер ретінде экономикалық жағдайды жақсарту (56,1%), жұмысқа орналасу мүмкіндіктері (37,3%) және білім алу (33,6%) алға шығады, бұл прагматикалық мотивтердің басымдығын көрсетеді.

5. Жастардың халықаралық миграциясы экономикасы дамыған елдерге бағытталған және қалалық ортада күшейе түседі. Ең тартымды бағыттар АҚШ (24,8%), Түркия (17,2%), Ресей (13,5%) және Еуропа елдері (10,2%), сонымен бірге ауыл жастарына қарағанда қала жастары шетелге көшуді әлдеқайда жиі қарастырады, бұл мүмкіндіктер деңгейі мен ресурстарға қолжетімділіктегі айырмашылықты көрсетеді.

ҰСЫНЫМДАР

1. Отбасылық құндылықтарды қолдау және жауапты неке мәдениетін қалыптастыру. Дәстүрлі бағдарлар ықпалының төмендеуіне қарамастан, отбасы жастар үшін маңызды құндылық болып қала береді. Отбасы институтын нығайту үшін оқу орындарында да, БАҚ арқылы да кешенді ағарту бағдарламаларын енгізу қажет.

2. Азаматтық бірегейлікті және этносаралық өзара түсіністікті нығайту. Жастардың өзін-өзі сәйкестендіру құрылымының күрделенуін ескере отырып, әлеуметтік тұтастыққа ықпал ететін азаматтық, этностық және діни бірегейлікті қалыптастыру маңызды:

- азаматтық белсенділікке бағытталған жастар бастамалары мен жобаларын қолдау;
- мәдени және білім беру платформалары арқылы этносаралық және конфессияаралық диалогтарды дамыту.

3. Жастардың болашағына арналған заманауи білім беру және әлеуметтік саясат. Болашаққа деген оң көзқарасты қалыптастыру және жастардың алаңдаушылығын төмендету үшін мыналар маңызды:

- қаржылық сауаттылық пен цифрлық құзыреттілік бағдарламаларын дамыту;
- салауатты өмір салты, инклюзивтілік және қауіпсіздік қағидаттарын ілгерілету;
- цифрлық және оффлайн-платформалар арқылы жастарды қоғамдық, мәдени және спорттық бастамаларға тарту.

4. Ғылымды, инновацияларды қолдау және ЖИ технологияларын енгізу. Елдің инновациялық әлеуетін дамыту үшін ғылыми және цифрлық салаларда жастарды жүйелі түрде қолдау қажет:

- зертханаларды, зерттеу орталықтарын және жастардың ғылыми хабтарын дамыту;
- цифрлық медиа арқылы ғылымды және ғылыми жетістіктерді дәріптеу.

5. Кәсіби және икемді дағдыларды дамыту, кәсіби бағдарлау және жұмысқа орналастыру. Еңбек нарығында жастардың бәсекеге қабілеттілігін арттыру үшін жұмыспен қамтудың өңірлік ерекшеліктерін ескеру және мүмкіндіктерге тең қолжетімділікті қамтамасыз ету ұсынылады.

6. Креативті индустрияны, мәдениетті және медиа тұтынуды дамыту. Креативті салаларда жастардың өзін-өзі іске асыруын қолдау үшін мыналар маңызды:

- креативті индустриялар және визуалды контент бойынша білім беру бағдарламаларын кеңейту;
- барлық өңірлерде шығармашылық хабтар, мәдени орталықтар мен инфрақұрылым құру;
- жастардың өзіне қызықты әрі жақын заманауи кітаптар, аудиокітаптар және цифрлық форматтар арқылы кітап оқуға деген қызығушылығын арттыру.

7. Білім беру және еңбек мобильділігін қамтамасыз ету, адами капиталды ұстап қалу. Көші-қон көңіл-күйін ескере отырып, дарынды жастарды елге қайтару және ұстап қалу шараларын (гранттар, салықтық жеңілдіктер, карьералық тректер) енгізу, бұл ретте әрбір адамның қабілеті мен дағдыларын ескеру қажет.

III САРАПТАМАЛЫҚ САУАЛНАМА НӘТИЖЕЛЕРІ

1. Жастар ортасындағы өзекті трендтер

Жастар ортасындағы трендтерді зерттеудің ерекше маңызы бар, өйткені ол болашақта қоғамның, экономиканың және мемлекеттік саясаттың дамуына ықпал етуі мүмкін жаңа мінез-құлық модельдерін анықтауға мүмкіндік береді. Трендтер жастардың қазіргі қызығушылықтарын ғана емес, сонымен қатар ықтимал әлеуметтік өзгерістердің бағыттарын да көрсете отырып, азаматтардың, жұмыскерлер мен көшбасшылардың келесі буыны қандай болатыны туралы түсінік қалыптастырады.

Ең маңызды трендтердің бірі ол әрі қарайғы цифрландыру болып табылады. Сарапшылар цифрлық технологиялар тек коммуникация құралы болудан қалып, білім беру, еңбек, шығармашылық, бос уақыт және әлеуметтік өзара іс-қимыл салаларына ене отырып, бірте-бірте жастардың күнделікті өмірінің ажырамас бөлігіне айналып бара жатқанын атап өтеді.

«Бізде цифрлық шындық өте ауқымды. Егер әлемдік деңгейде салыстырмалы түрде қарайтын болсақ, біздегідей цифрландыру мен күнделікті процестер деңгейіне ие елдер өте аз. Бүкіл E-gov, Каспи, осы сервистердің барлығы іс жүзінде әлемдегі елдердің 97%-ына қолжетімді емес. Ал бізде олар бар, әрі әуел баста-ақ бар, бірақ біз олардың жастардың психологиялық дүниетанымына жалпы қалай әсер етіп жатқанын әлі толық түсіне бермейміз» (М. Жуенбаев, Maqsut Narikbayev University).

Бір сарапшы білімге деген жоғары сұраныс түріндегі қызықты трендті атап өтті. Ол жастардың оқуды тез өзгертін әлемде бәсекеге қабілеттілікті сақтау үшін қажетті үздіксіз процесс ретінде жиі қабылдайтынын жеткізді. Мұндай ұстаным материалдық активтер емес, құзыреттіліктер, оқуға және бейімделуге деген қабілет негізгі ресурсқа айналатын білім экономикасы дамуының жаһандық үрдістеріне сәйкес келеді.

«Менің ойымша, қазіргі трендтердің арасында білімге ұмтылуды, шет тілдерін үйренуге деген ықыласты, шетелдік оқу орындарына түсу мен оқуға деген талпынысты да бөліп көрсетуге болады. Егер тұтастай қарасақ, бүгінде біздің жастарымыздың білім алуға деген сұранысы өте жоғары және біз бұл сұранысты міндетті түрде қолдап, ынталандыруымыз керек» (Е. Калмаков, ҚР Оқу-ағарту министрлігі Тәрбие жұмысы және қосымша білім беру департаменті).

Сарапшылар цифрлық технологиялар мен ақпараттың шамадан тыс қолжетімділігін жағымсыз тренд ретінде қорытындылады, бұл жаңа тәсілдерді өз бетінше қажымай іздеудің орнына дайын шешімдерді пайдалану дағдысын біртіндеп қалыптастыруда. Ұзақ мерзімді перспективада бұл сын тұрғысынан ойлаудың, өз бетінше шешім қабылдау және қазіргі әлемнің тез өзгертін жағдайларына бейімделу қабілетінің дамуына кері әсерін тигізуі мүмкін.

«Бұдан бөлек, жастар арасында өмірде барынша жеңіл жолды таңдау тенденциясы жиі байқалады. Яғни, кейбір жағдайларда табанды еңбекке және қажырлылық пен нақты күш-жігер арқылы табысқа жетуге жеткілікті көңіл

бөлінбейді. Осы тұрғыдан алғанда, белгілі бір алаңдаушылық тудыратын тұстар бар. Өйткені көпшілігі негізінен дайын ақпаратты ғана пайдаланады және сонымен ғана шектеліп қалады» (А. Досымбетов, Ұлттық волонтерлер фронт-офисі).

Сарапшылар жастар ортасында қатаң ұйымдастырушылық шеңберлерді теріске шығаратын еркіндік трендін байқады. Ал бұл жұмыспен қамтудың жаңа формаларының сұранысына алып келеді. Іс жүзінде барлығы фриланс, өзін-өзі жұмыспен қамту және микрокәсіпкерлік танымалдылығының артқанын тіркеп отыр. Жастар өздерінің кәсіби қызметінің форматын өз бетінше айқындауға және қатаң ұйымдастырушылық шектеулерден аулақ болуға жиірек ұмтылады.

«Білесіз бе, менің байқауымша, жастардағы ең басты екі негізгі мейнстрим немесе негізгі бағыт бар, оның біріншісі – еркіндік.» (А. Задабек, «Qazcontent» АҚ).

«Менің ойымша, маркетплейстер мен фриланс арқылы жаппай микрокәсіпкерлікке бет бұру салауатты кәсіпкерлік серпін береді» (О.Сулейменов, ҚР Президенті жанындағы Жастар саясаты жөніндегі кеңес).

Сарапшының пікірінше, еркіндікке деген тренд шығармашылық дамуға деген сұранысты күшейтеді. Жастар жұмыспен қамтудың стандартты емес форматтарына қызығушылық танытып, өз әлеуетін ашуға көбірек бағдарлануда. Сонымен қатар өнер, музыка, дизайн және креативті қызметтің басқа да бағыттарымен байланысты шығармашылық тәжірибелердің маңыздылығы артып келеді. Еркіндікке және шығармашылық тұрғыдан өзін-өзі көрсетуге ұмтылу ол жаңа ұрпақтың құндылықтық ұстанымдарының өзіндік ерекшеліктерінің біріне айналуға.

«Ал, екіншісі, шығармашылық. Яғни, қазіргі ұрпақтың, қазіргі жастардың шығармашылыққа деген қызығушылығы өте жоғары. Жастардың музыкамен де, өнермен де, сурет салумен де және тағы басқалармен айналысқысы келетінін көргенде, бұл шынымен таңғалдырады. Менің ойымша, олардағы негізгі трендтер осылар» (А. Задабек, «Qazcontent» АҚ).

Сарапшылардың бірі атап өткендей, еркіндік трендінің де өз тәуекелдері бар. Қазіргі жастардың өзін-өзі іске асыруға және өмірлік траекторияларын еркін таңдауға мүмкіндіктері мол, алайда қажетті білім, дағдылар мен жүйелі жұмыс болмаса, мүмкіндіктердің болуы өз алдына тұрақты нәтижелерге қол жеткізуге кепілдік бермейді.

«Бірақ мен нақты бизнесте бірнеше жылдан бері жүрген адам ретінде шынымды айтайын: жүйелі бизнес-сауаттылықсыз бұл жобалардың көпшілігі ұзақ мерзімді перспективада өшіршең емес» (О.Сулейменов, ҚР Президенті жанындағы Жастар саясаты жөніндегі кеңес).

Сондай-ақ жұмыспен қамтудың стандартты емес формаларының таралуы табыс тұрақтылығының төмендеуіне және жастардың бір бөлігінің экономикалық тұрғыдан осалдығының артуына әкелуі мүмкін.

«Алайда мұның әлеуметтік салдары да бар: ұзақ мерзімді перспективада тұрақсыздық қаупі туындауы мүмкін, өйткені фриланста барлығы бірдей

тұрақты табыс таба алмайды» (Е. Бектаев, Түркістан облысының Жастар ресурстық орталығы).

Сарапшылар бөліп көрсететін ең маңызды ұзақ мерзімді трендтердің бірі білімді әрі білікті жастар арасында эмиграциялық көңіл-күйдің күшеюі. Бұл жерде мәселе наразылық көңіл-күйге немесе елдегі өмірге қанағаттанбаушылыққа емес, көбінесе жастардың білім алу, кәсіби және мансаптық мүмкіндіктерін кеңейтуге деген прагматикалық ұмтылысына келіп тіреледі.

«Егер негізгі трендтер туралы айтатын болсақ, мен бірнеше мәселеге тоқталып өткім келеді. Білімді қала жастарының арасында эмиграциялық көңіл-күй артып келеді: Дубай, Еуропа, Түркия, Оңтүстік Шығыс Азия. Кейбіреулер көрсеткісі келетіндей, бұл үрей емес, бұл прагматикалық есеп» (О.Сулейменов, ҚР Президенті жанындағы Жастар саясаты жөніндегі кеңес).

Сонымен қатар, сарапшылар адами капиталдың ең бәсекеге қабілетті бөлігін жоғалтып алу ықтималдығымен байланысты тәуекелдерге назар аударады. Егер бұрын шетелде оқу көбінесе кәсіби дамудың уақытша кезеңі ретінде қарастырылса, бүгінде жас мамандардың елден тыс жерде тұрақтап қалу ықтималдығы артып отыр. Ұзақ мерзімді перспективада бұл білікті кадрлардың тапшылығына, инновациялық әлеуеттің төмендеуіне және жаңғыру процестерінің бәсеңдеуіне әкелуі мүмкін.

«Яғни, орта және ұзақ мерзімді перспективада біз өз қалауымызға қарамастан, ұлт сапасын жоғалту қаупімен бетпе-бет келуіміз мүмкін. Басқаша айтқанда, біз жастардың ең бәсекеге қабілетті өкілдерінің ағылып кетуіне тап боламыз» (М. Жуенбаев, Maqsut Narikbayev University).

Осыған байланысты дарынды жастарды елде ұстап қалу және қайтару бойынша кешенді саясатты қалыптастыру міндеті өзекті бола түсуде. Бұл жерде әңгіме тек білім сапасын арттыру туралы ғана емес, сонымен қатар ел ішінде кәсіби өсу, ғылыми қызмет, кәсіпкерлік және мансаптық тұрғыдан өзін-өзі іске асыру үшін тартымды жағдайлар жасау туралы болып отыр. Осылайша, жастардың халықаралық мобильділігі бірте-бірте жеке табыс стратегиясынан мемлекеттің әлеуметтік-экономикалық дамуы мен бәсекеге қабілеттілігінің маңызды факторына айналып барады.

«Біз кадрларды ел ішінде қалай ұстап қалу керектігі туралы ойлануымыз қажет. Мектеп және орта білім беру жүйесі деңгейінде мықты мамандарды тәрбиелеп, дайындап қана қоймай, олардың жоғары білім алу кезеңінде де елде қалуына, сондай-ақ шетелде оқығаннан кейін де туған жерге қайтып оралуына жағдай жасауымыз керек» (Е. Калмаков, ҚР Оқу-ағарту министрлігі Тәрбие жұмысы және қосымша білім беру департаменті).

Сарапшылар даралану және әлеуметтік нормалардың трансформациясы трендін атап өтуде. Олар жастар ортасында негізгі әлеуметтік институттарды, мінез-құлық модельдерін және өмірдегі табыс туралы түсініктерді қамтитын өзгерістер болып жатқанын байқап отыр. Бұл трендтің бір көрінісі отбасы институтына көзқарастың өзгеруі. Сарапшылардың пікірінше, ажырасулар, қайта некеге тұру және неғұрлым икемді отбасылық сценарийлер бірте-бірте нормадан ауытқу ретінде қабылданудан қалып, жаңа әлеуметтік шынайылықтың бір бөлігіне

айналып келеді. Отбасылық қарым-қатынастар көбінесе жеке әл-ауқат, эмоционалды жайлылық және өзін-өзі іске асыру призмасы арқылы қарастырылады.

«Сондықтан жаңа шынайылық, бәлкім, адамдардың некеге тұрып, ажырасып, 2-3 рет үйленетінін көретін кезең болар, және бұл жаңа әлеуметтік нормаға айналады. Ажырасқан адам – қоғамдағы қандай да бір оғаш құбылыс немесе қара дақ болмайды, ол қалыпты жағдайға айналады. Үйленді, ажырасты, жарайды» (А. Асабаев, Еуропалық Одақ өкілдігі).

Сонымен қатар тәуелсіздікке деген сұраныс артып келеді. Жастар айналасындағылардың пікірі мен дәстүрлі биліктерге азырақ сүйене отырып, шешімдерді өз бетінше қабылдауға, мансаптық және өмірлік траекторияларын өздері құруға ұмтылады. Бір жағынан, бұл бастамашылдықтың жауапкершілік пен кәсіпкерлік ойлаудың дамуына ықпал етсе, екінші жағынан – әлеуметтік осалдық тәуекелдерін және түрлі сыртқы ықпалдарға тез берілгіштікті арттырады.

«... жастар арасындағы тағы бір тренд ол абсолютті дербестікке ұмтылу, өзгелердің пікіріне тәуелді болғысы келмеу, айналасындағылардың кеңесіне құлақ аспай, өз мақсаттарына тек өз жолымен жетуге деген ықылас» (Е. Калмаков, ҚР Оқу-ағарту министрлігі Тәрбие жұмысы және қосымша білім беру департаменті).

Әлеуметтік нормалар трансформациясының тағы бір көрінісі ментальді денсаулыққа назар аударудың артуы. Егер бұрын психологиялық әл-ауқат мәселелері сирек ашық талқыланса, бүгінде жастар эмоционалды күйді өмір сапасының маңызды құрамдас бөлігі ретінде жиі қабылдайды. Сарапшылар мұндай ашықтық психологиялық мәселелерді стигматизациялауды төмендетуге ықпал ететінін, алайда қолданыстағы қолдау инфрақұрылымы өсіп келе жатқан сұранысқа әлі үлгермей жатқанын атап өтеді.

«Жастардың ментальді денсаулық туралы ашық айта бастағанын мен өте маңызды позитивті тенденция деп санаймын. Бұл мұндай тақырыптарда сөйлесуге арналған сөздік қоры мүлде болмаған алдыңғы буынмен салыстырғанда түбегейлі өзгеріс. Болашақта бұл әлеуметтік шығындарды азайтады, бірақ біздегі психологиялық көмек инфрақұрылымы бүгінде сұраныстан апатты түрде қалып қойған» (О.Сулейменов, ҚР Президенті жанындағы Жастар саясаты жөніндегі кеңес).

Өзгерістер азаматтық белсенділік саласын да қамтиды. Жастар дәстүрлі институционалдық қатысу формаларына сирек тартылып, оның орнына көлденең қауымдастықтарға, жергілікті бастамаларға, цифрлық платформалар мен қоғамдық кампанияларға көбірек басымдық беруде. Осылайша, қоғамдық белсенділіктің төмендеуі емес, оның формалары мен іске асыру механизмдерінің трансформациясы жүріп жатыр.

«Тағы бір маңызды тұс – кейде айтылып жүргендей, қазақстандық жастар саясаттан тыс емес. Олар жай ғана ескі қатысу форматтарынан көңілі қалған және көлденеңінен белсенді: қауымдастықтарда, петицияларда, жергілікті бастамаларда. Бұл энергия не жаңа қатысу институттарына интеграцияланады, не әлеуметтік шиеленіс ретінде жинақтала береді.

Өкінішке қарай, үшінші жол жоқ» (О.Сулейменов, ҚР Президенті жанындағы Жастар саясаты жөніндегі кеңес).

Мұнымен қоса, сарапшылар цифрлық ортамен байланысты жаңа әлеуметтік тәуекелдердің таралуына назар аударады. Әлеуметтік желілер ықпалының артуы кибербуллинг, қарым-қатынас мәдениетінің төмендеуі және дәстүрлі әлеуметтік бақылау механизмдерінің әлсіреуі сияқты құбылыстармен қатар жүріп жатыр. Дегенмен, цифрлық орта әлеуметтенудің және жаңа қоғамдық практикаларды қалыптастырудың маңызды кеңістігі болып қала береді.

«Біз жастарымыздың бірден көшіріп, қайталай бастайтынын көріп отырмыз, осы тұста тіпті кибербуллинг те пайда болады. Бұл өте қауіпті нәрсе, олар әлеуметтік желілерде, тіпті жай ғана қарым-қатынас барысында қазіргі трендтерді пайдаланып, ашығын айтқанда, бір-бірін буллингке ұшыратып, жеке басына тиісе бастайды» (А. Темербеева, META University).

Бұған қоса, сарапшылар экологиялық күн тәртібімен, волонтерлікпен, спортпен және салауатты өмір салтымен байланысты позитивті қоғамдық трендтердің қалыптасуын атап өтуде. Айта кетерлігі, бұл тенденциялар жастардың өз бастамаларының нәтижесі ретінде ғана емес, сондай-ақ мемлекеттік саясат пен іске асырылып жатқан қоғамдық бағдарламалардың ықпалымен де туындайды. Атап айтқанда, сарапшылардың пікірінше, «Таза Қазақстан» бағдарламасы бірте-бірте жекелеген экологиялық акция аясынан шығып, біріктіруші қоғамдық бастама қызметін атқара бастады. Жастардың экологиялық іс-шараларға, аумақтарды абаттандыру, қалдықтарды бөлек жинау және қоғамдық кеңістіктерді сақтау акцияларына қатысуы экологиялық мәдениеттің және әлеуметтік жауапты мінез-құлықтың жаңа модельдерінің қалыптасуына ықпал етеді.

«Менің ойымша, мемлекеттік бағдарламалар жастарды біріктіретін бастамаға айналып келеді. Бұған мысал ретінде «Таза Қазақстан» акциясын атауға болады. «Таза Қазақстан» бірте-бірте жастардың басын қосатын ортақ идеяға айналуды. Бұл тренд экологиялық сананың қалыптасуына әсер етеді. Бұл пластик бөтелкелерді сұрыптаумен де, көшелерді тазалаумен де, «Таза жағалау» немесе «Таза ескерткіш» сияқты акциялармен де байланысты» (О. Бейсенбаев, Абай облысының жастар саясаты мәселелері жөніндегі басқармасы).

Осындай жағдай салауатты өмір салты саласында да байқалады. Сарапшылар жастардың спортқа, фитнеске, белсенді демалысқа және интеллектуалдық бос уақытты өткізудің түрлі форматтарына деген қызығушылығының артқанын атап өтуде. Бұл ретте аталған дағдыларды дәріптеу қоғамдық бастамалар арқылы да, дені сау ұлтты қалыптастыруға бағытталған мемлекеттік бағдарламалар арқылы да жүзеге асырылады. Нәтижесінде салауатты өмір салты бірте-бірте жеке таңдау ғана емес, сонымен бірге жастар арасындағы әлеуметтік тұрғыдан құпталынатын мінез-құлық нормасына айналып келеді.

«Екінші тренд, меніңше, бұл салауатты өмір салтын ұстануға деген қызығушылық. Одан бөлек, қазір жастардың бос уақытын өткізу форматы өзгерді. Егер бұрын жастар арасында клубтар, кешкі басқосулар, ішімдік ішу және тағы сол сияқтылар танымал болса, қазір жастар кештерді үстел ойындарын, компанияларға арналған түрлі корпоративтік ойындар ойнаумен,

тимбилдингтермен өткізіп, «Мафия» және басқа да осындай ойындарды жиі ойнайды» (О. Бейсенбаев, Абай облысының жастар саясаты мәселелері жөніндегі басқармасы).

Осылайша, сараптамалық бағалаулар Қазақстанның қазіргі жастары терең әлеуметтік трансформация жағдайында дамып келе жатқанын көрсетеді. Ең маңызды трендтер ретінде цифрландыру, фриланс пен өзін-өзі жұмыспен қамтудың дамуы, эмиграциялық көңіл-күйдің артуы, құндылық бағдарларының өзгеруі, сондай-ақ ментальді денсаулыққа, экологиялық күн тәртібіне және салауатты өмір салтына көңіл бөлудің күшеюі алға шығады. Сонымен қатар, сараптамалық бағалаулар мемлекеттік саясаттың қазіргі бар жастар трендтеріне ден қойып қана қоймай, жаңа қоғамдық ұстанымдар мен мінез-құлық модельдерін де қалыптастыра алатынын байқатады. Осы тұрғыдан алғанда, экологиялық санаға, волонтерлікке және салауатты өмір салтына бағытталған бағдарламалар бірте-бірте жастардың құндылықтарын қалыптастыру құралына айналып келеді.

2. Цифрлық ортаның әлеуметтенуге және азаматтық ұстанымға ықпалы

Қоғамдық өмірдің қарқынды цифрлануы жағдайында әлеуметтік желілер мен онлайн-платформалар жастардың күнделікті өмірінің ажырамас бөлігіне айналып отыр. Олар тек коммуникация мен ақпарат алу құралы ғана емес, сонымен бірге құндылық бағдарларын, мінез-құлық модельдерін және әлеуметтік шынайылық туралы түсініктерді қалыптастыратын маңызды орта болып табылады. Осыған байланысты, дәстүрлі әлеуметтену институттарының трансформациясы контекстінде цифрлық ортаның жастарға ықпалын зерттеу ерекше өзектілікке ие.

Бүгінгі таңда цифрландыру жастардың күнделікті тәжірибесінің құрылымын айтарлықтай өзгертті. Мұны әлеуметтік желілердің, қысқа бейнероликтер платформаларының таралуынан байқауға болады, бұл ақпаратты тұтынудың жылдамдауына және когнитивтік әдеттердің өзгеруіне әкелді. Сарапшылардың айтуынша, жастар жылдам шешімдерге, лездік кері байланысқа және контенттің визуалды түрде оңайлатылған формаларына жиірек бейімделеді. Бұл қарым-қатынас стиліне ғана емес, сондай-ақ оқу, шешім қабылдау және өмірлік траекторияларды құру тәсілдеріне де әсер етеді.

«Қазақстан жастары цифрландыру дәуірінде өсіп келе жатқан ұрпақ. Олар ашық, еркін ойлайды, дүниетанымы кең. Ақпаратты тез қабылдайды, жаңа мүмкіндіктерді пайдалана біледі, жасанды интеллект пен технологияларды күнделікті өмірінде қолданады. Бірақ сонымен бірге кейде өмірге жеңіл қарайды, бәріне тез қол жеткізгісі келеді, ұзақ еңбектенудің орнына жылдам нәтиже күтеді» (Е. Бектаев, Түркістан облысының Жастар ресурстық орталығы).

Сарапшылар атап өткендей, жастардың құндылық бағдарлары, әсіресе кәсіби қызметте, бірте-бірте даралану мен прагматизмге қарай ойысып бара жатыр. Білім алу өмір жолының формалды кезеңі ретінде емес, қолданбалы дағдыларды меңгеру құралы ретінде жиі қабылдануда. Мансаптық траекториялар анағұрлым икемді бола түсуде: бір ғана тұрақты мамандықтың орнына қызмет салаларын ауыстыруды, қатар жұмыс істеуді және бірнеше табыс көзін дамытуды көздейтін өзіндік «мүмкіндіктер қоржыны» қалыптасуда.

«Құндылықтарға түбегейлі өзгеріс болды. Егер біздің ата-аналарымыздың буыны өмір бойы бір мамандық пен бір жұмыс берушіге бағдарланса, қазіргі жастар басқаша, мүмкіндіктер қоржынымен ойлайды. Сонымен қатар, қызмет саласын ауыстыру сәтсіздік емес, өсу ретінде қабылданады. «Алдымен қиындық көр, сосын өмір сүресің» деген ескі модель бүгінде мүлдем жұмыс істемейді. Жастар тап бүгін істеп жатқан ісінен мән, теңгерім және рахатын көргісі келеді, мен мұның ешқандай жамандығын көріп тұрған жоқпын - керісінше, бұл өмірге деген әлдеқайда салауатты көзқарас» (О.Сулейменов, ҚР Президенті жанындағы Жастар саясаты жөніндегі кеңес).

Бүгінде жастар дерлік толығымен цифрлық кеңістікте өмір сүреді, сондықтан таратылатын контенттің мазмұны олардың дүниетанымына тікелей әсер етеді. Мысалы, сарапшылардың бірі жастардың отбасы мен некеге деген теріс көзқарасын қалыптастыруы мүмкін негативті контенттің басым екеніне назар аударады.

«...әлеуметтік желілерде неке, ерлі-зайыптылық қарым-қатынас, ажырасу туралы жағымсыз сипаттағы ақпарат ағыны қаптаған кезде... нәтижесінде біз жастардың балалы болғымыз келмейді немесе отбасын құрғымыз келмейді деген сөздерін естиміз» (А. Задабек, «Qazcontent» АҚ).

Дәстүрлі қарым-қатынас формалары цифрлық арналармен – мессенджерлермен, әлеуметтік желілермен және онлайн-қауымдастықтармен толығы түсуде. Бұл әлеуметтік тартылудың жаңа формаларын қалыптастырады, мұнда цифрлық бірегейлік, онлайн-бедел және тұрақты байланыста болу маңызды рөл атқарады. Тіпті тұлғааралық және отбасылық қарым-қатынастың өзі чат-коммуникациялар мен қашықтан өзара әрекеттесу формаларын қоса алғанда, цифрлық құралдар арқылы жиірек жүзеге асырылуда.

«Мен ата-аналар, әсіресе балаларымен еркін сөйлесуге әлі дағдыланбаған жас ата-аналар арасында олардың көпшілігі балаларына WhatsApp-та: «Бұл туралы не ойлайсың?», «Неге көңіл-күйің жоқ?» деп жеке хабарлама жазып, осылайша тіл табысуға тырысатынын байқаймын» (О. Бейсенбаев, Абай облысының жастар саясаты мәселелері жөніндегі басқармасы).

Бұл ретте сарапшылардың бір тобы цифрлық ортаның жастарды ортақ қызығушылықтар мен құндылықтар төңірегінде біріктіруге ықпал ететінін, осылайша бірегейліктің түрлі типтерін, қоғамдық өзін-өзі ұйымдастырудың жаңа формаларын және қоғамдық пікірдің жаңа көшбасшыларын қалыптастыратынын атап өтуде.

«Менің ойымша, бұл бірегейліктің қалыптасуына оң әсер етеді. Жастар әртүрлі бағыттардағы қызығушылықтары бойынша бірігеді: діни бірегейлік, азаматтық бірегейлік, қалалық бірегейлік бойынша, тіпті белгілі бір футбол клубының жаңкүйерлері ретінде. Және мен цифрлық орта осының бәріне оң ықпал етіп, мұндай бірігуді жеңілдетеді деп санаймын» (О.Бейсенбаев, Абай облысының жастар саясаты мәселелері жөніндегі басқармасы).

«Қазір біздің қоғам цифрлық ортаны барынша саналы түрде пайдалануда. Сондықтан оның азаматтық белсенділікке ықпалы күшейіп келеді деп санаймын. Және дәл осы ортада қоғамдық пікірдің өз көшбасшылары пайда болады. Бұл ретте әңгіме тек ірі қоғам қайраткерлері туралы ғана емес. Іс жүзінде әрбір топта, чатта, қауымдастықта өзіндік жергілікті көшбасшылар туындайды. Бұл пікірлердің алуан түрлілігіне және көптеген түрлі көзқарастардың қалыптасуына ықпал етеді» (О.Бейсенбаев, Абай облысының жастар саясаты мәселелері жөніндегі басқармасы).

Сарапшылар ақпараттық шамадан тыс жүктелу, зейіннің төмендеуі, фейк ақпаратқа осалдықтың артуы сияқты бірқатар тәуекелдерді атап өтеді. Бұл әлеуметтік желілерде өзін үнемі басқалармен салыстырумен байланысты әлеуметтік-психологиялық тәуекелдерге ұласады, ал ол өз кезегінде өзін-өзі бағалаудың төмендеуіне, мазасыздыққа, эмоционалдық күйіп кетуге, сондай-ақ барлығына бірден әрі тез қол жеткізуге деген ұмтылысқа әкелуі мүмкін.

«Әлеуметтік желілер үлкен рөл атқара бастады, яғни адамдар әлеуметтік желілерден басқалардың өмірін көреді, салыстыра алады... Жаман нәрсенің, жағымсыз жұқпалы мысалдардың тез таралатыны түсінікті ғой. Дегенмен, адамдар соларға еліктеуге тырысады... Бізде Қазақстанда жастар жақсы өмір сүргісі келгендіктен, дроперлікпен, есірткі сатумен, есірткі

жасырушы болумен айналысып жатады» (А. Асабаев, Еуропалық Одақ өкілдігі).

Жалпы алғанда, сарапшылар цифрлық ортаның мүмкіндіктерді еселейтінін атап өтеді. Ол білімге, оқу ресурстарына және өзін-өзі іске асыру құралдарына бұрын-соңды болмаған қолжетімділікті қамтамасыз етеді. Жастардың интеллектуалдық мүмкіндіктерін кеңейтетін жасанды интеллектінің ықпалы да ерекше назар аударуды қажет етеді.

«Қазіргі қоғам көп жағдайда толығымен ChatGPT-ге, ЖИ-ге және түрлі осындай бағдарламаларға сүйене бастады. Әрине, мұның жағымды тұстары да бар» (А. Досымбетов, Ұлттық волонтерлер фронт-офисі).

Сонымен бірге, сарапшылар жасанды интеллектінің жағымсыз әсерін де атап өтуде. Дайын шешімдерге тәуелділік артып, ақпаратты өз бетінше талдау және сыни ойлау деңгейі төмендеп барады. Кейбір жағдайларда бұл адамның өз интеллектуалдық еңбегінің орнын алгоритмдер жұмысының нәтижесі алмастыруына әкеп соқтырады.

«Тағы бір тәуекел – жастардың сыни ойлауының және белгілі бір деңгейде шығармашылық қабілеттерінің шектеулі, өйткені олар кез келген дерлік сұрақты жасанды интеллектіге тапсыра бастайды, бәрін соның көмегімен дайындайды, промпттар жазып, тапсырмаларды жүктейді, ал өздері азырақ ойланып, іске шығармашылықпен аз келеді және өздерінің ізденісі мен зерттеу жұмыстарын қысқартады» (О. Бейсенбаев, Абай облысының жастар саясаты мәселелері жөніндегі басқармасы).

Сарапшылар цифрлық қауіпсіздік және дербес деректердің таралып кету мәселесіне жеке назар аударады. Жастар цифрлық платформаларды белсенді қолданады, алайда жеке ақпаратты алгоритмдік жүйелерге берудің салдарын, кибералақтық және дербес деректердің таралып кету қаупін әрдайым жете түсіне бермейді.

«Ал қауіпсіздік тұрғысынан алғанда, кибербуллинг, интернет алаяқтық және дербес деректердің таралуы сияқты мәселелер өзекті болып қала береді» (М. Сағидоллаева, Атырау облысының Жастар ресурстық орталығы).

«Қазір жасанды интеллект біз туралы тым көп біледі. Егер, мәселен, кез келген деректер базасын бұзып кіретін болса, бұл деректер жай ғана ашық кеңістікке кетіп қалады және сол жерде қолжетімді болады. Қазір алаяқтардың қаптап кету себебі де осында. Алаяқтар үшін қазір кез келген деректер базасын бұзу, осы ақпаратты алу өте оңай, ал онда сенің ата-анаң кім екені, олардың немен айналысатыны, қайда тұратындарыңыз алақандағыдай көрініп тұрады. Бұл ақпаратты ХҚКО-дан алудың да қажеті жоқ, бәрі диалог барысында-ақ тарап жатады.» (А. Темербәева, META University).

Сарапшылардың қоғамдық белсенділікке қатысты ұстанымы әлеуметтік желілердің жастардың азаматтық позициясын қалыптастыруға айтарлықтай ықпал ететінін және олардың әлеуметтік өмірге араласуын ынталандыратынын көрсетеді. Алайда, бұл белсенділік көбінесе тек виртуалды сипатқа ие және әрдайым нақты азаматтық қатысу формаларына ұласа бермейді.

«Дегенмен азаматтық позиция бар, ол жастарда жанды сипатқа ие, бірақ көбінесе нақты әрекетке ұласпай, репост деңгейінде ғана қалып қояды. Институттардың басты міндеті де – осы цифрлық белсенділік пен ел өміріне нақты араласудың арасына көпір салу **(О. Сулейменов, ҚР Президенті жанындағы Жастар саясаты жөніндегі кеңес).**

«...әлеуметтік желілер ақпараттың қолжетімділігін арттырып, азаматтық белсенділікті ынталандырады, алайда сонымен бірге қатысудың үстірттігін және көзбояушылық белсенділікті қалыптастырады» **(М. Сағидоллаева, Атырау облысының Жастар ресурстық орталығы).**

Сарапшылардың пікірінше, жастар қоғамдық-саяси күн тәртібін жиі жағдайда қысқа хабарламалар, жарияланымдар және жекелеген ақпараттық себептер призмасы арқылы қабылдайды әрі болып жатқан оқиғалардың мән-жайы мен салдарына терең үңілуге әрдайым ұмтыла бермейді. Нәтижесінде азаматтық ұстаным ақпаратты өз бетінше талдап, сыни тұрғыдан пайымдаудың негізінде емес, эмоционалды контенттің, танымал блогерлер пікірінің немесе әлеуметтік желі алгоритмдерінің ықпалымен қалыптасуы мүмкін.

«Әлеуметтік желілер қазір жастардың азаматтық позициясын қалыптастырып отыр, бірақ, өкінішке қарай, жастар өз пайымдаулары мен пікірлерінде қаншалықты хақ екенін таразылап, бұл азаматтық позицияны сыни тұрғыдан талдауды әлі білмейді. Қазір оларда мұндай сыни сүзгі жоқ» **(А. Темербаева, META University).**

«Осы жерде шынайы әлеуметтік белсенділік пен жалған әлеуметтік белсенділіктің арасында өте нәзік шекара бар. Әлеуметтік желілер арқылы таңылған фейк әлеуметтік белсенділік ол сырттан күштеп таңылған азаматтық ұстанымның көрінісі» **(А. Темербаева, META University).**

Көптеген сарапшылар ақпаратты үстірт қабылдау тәуекелдеріне, әлеуметтік желі алгоритмдерінің ықпалына, адам тек өз ұстанымын құптайтын пікірлермен ғана бетпе-бет келетін «жаңғырық эффектісінің» туындауына, сондай-ақ ақпараттық көпіршіктердің қалыптасуына және деструктивті контенттің таралуына назар аударады.

«Әркім өзі үшін қауіпті ақпараттық көпіршік түзеді. Яғни, әркім өзіне ұнайтын Қазақстанда өмір сүріп жатыр. Осындай мәселе бар, жаңғырық эффектісі. Вакуум пайда болады» **(М. Жуенбаев, Maqsut Narikbayev University).**

«Екінші жағынан, алгоритмдер ақпараттық көпіршіктер түзеді, онда адам тек өз көзқарасын құптайтын дүниені ғана көреді. Ал бұл, өкінішке орай, ұстанымдардың радикалдануына және өзгеше ойлайтын жандармен диалог құру қабілетін бірте-бірте жоғалтуға алып келеді» **(О. Сулейменов, ҚР Президенті жанындағы Жастар саясаты жөніндегі кеңес).**

Сарапшы азаматтардың әлеуметтік желілер арқылы мемлекеттік органдармен тікелей байланыс орнату практикасының кең таралғанына назар аударады. Оның пікірінше, мұндай тетіктер азаматтарға жергілікті мәселелерді жедел шешуге мүмкіндік беріп, мемлекеттік институттарға деген сенімді нығайтады. .

«Әлеуметтік желілер арқылы барлық мәселені шешуге болады... мемлекеттік органдарды белгілей бастайды» **(М. Жуенбаев, Maqsut Narikbayev University).**

Сарапшылар жастардың теріс ақпараттық ықпалдарға қарсы тұру қабілетін арттырудың басты құралы ретінде сапалы жастар контентін жасау, ұлттық құндылықтарды дәріптеу және медиасауаттылықты дамыту қажеттілігін алға тартады.

«Менің ойымша, дәл осындай қазақ тілді пабликтер арқылы жастар көптеген пайдалы ақпарат алып, өздерінің тарих сауаттылығын белгілі бір деңгейде арттыра алды. ...Қазіргі жастар жаһандық интернет кеңістігінің күшті ықпалымен өсіп келе жатқандықтан, біз жоғарыда айтып өткенімдей, тәрбиелік және ұлттық бағыттағы контентті нақ осы интернет арқылы енгізуіміз қажет» (А. Досымбетов, Ұлттық волонтерлер фронт-офисі).

«Әлеуметтік желілердің ықпалы өте зор, сондықтан әлеуметтік желілерде жасалатын контентті қатаң реттеу керек деп санаймын» (А. Задабек, «Qazcontent» АҚ).

Осылайша, цифрлық орта жастардың құндылықтарын, бірегейлігін, өмірлік стратегияларын және азаматтық ұстанымын қалыптастыруға барған сайын айтарлықтай ықпал етіп келеді. Сарапшылардың айтуынша, қазіргі жастарға жоғары цифрлық бейімделгіштік, жаңа технологияларға ашықтық және білім беруде, жұмыста әрі күнделікті өмірде цифрлық құралдарды белсенді қолдану тән. Сонымен бірге, цифрландыру ақпаратты үстірт қабылдаумен, манипуляциялық контенттің таралуымен, сыни ойлаудың төмендеуімен, сондай-ақ ақпараттық және психологиялық тәуекелдердің өсуімен байланысты жаңа сын-қатерлерді туындатады. Мұндай жағдайда медиасауаттылықты, цифрлық мәдениетті және заманауи технологияларды саналы түрде пайдалану дағдыларын дамыту ерекше өзектілікке ие болады.

3. Білім беру, жасанды интеллект және болашақ дағдылары

Білім беру білімді таратудың және жастардың дүниетанымын қалыптастырудың басты тетіктерінің бірі болып қала береді. Сонымен қатар, қазіргі әлеуметтік және технологиялық өзгерістер бедел мен білімнің институционалдық көздерінің трансформациясымен қатар жүріп жатыр. Дәстүрлі институттар мектеп, отбасы, мемлекеттік құрылымдар білімді қалыптастырудағы монополиясын бірте-бірте жоғалтып барады. Олардың орнын ішінара цифрлық платформалар басуда. Бұл өз кезегінде сенім көптеген ақпарат көздеріне теңдей бөлінетін желілік және бөлшектенген дүниетаным типінің қалыптасуына алып келеді.

Осыған байланысты тек құрал ғана емес, білім беру және когнитивтік процестердегі толыққанды делдалға айналып келе жатқан жасанды интеллект ерекше маңызға ие болуда. Сарапшылар ЖИ білімге қолжетімділікті қамтамасыз етіп, тапсырмалардың орындалуын жеделдететінін әрі өнімділікті арттыратынын байқап отыр. Алайда жастар бұл құралды сапалы түрде пайдалануды әрдайым біле бермейді, ал бұл олардың кәсіби саладағы мансаптық өсуін тежейді.

«Дегенмен, бүгінде еңбек нарығына келіп жатқан жас мамандардың жасанды интеллект құралдарын пайдалану және деректерді талдау деңгейін әзірге жоғары деп бағалауға болмайтынын бірден айтуға болады» (О. Бейсенбаев, Абай облысының жастар саясаты мәселелері жөніндегі басқармасы).

Сарапшы көп жағдайда жұмыспен қамтудың классикалық формаларына маман даярлауға басымдық беріп келе жатқан білім беру жүйесін бейімдеу мәселесі ерекше өзекті бола түскенін атап өтеді. Ал бұл ретте жастар өз-өзін ұйымдастыру, жобаларды басқару дағдыларын, цифрлық құзыреттерді және жоғары кәсіби мобильділік жағдайында жұмыс істеу қабілетін дамыту қажеттілігімен жиірек бетпе-бет келуде. Бұл білім беру бағдарламаларын жаңартуға және болашақ экономикасы үшін кадр даярлаудың анағұрлым икемді тәсілдерін енгізуге деген сұранысты туындатады.

«Ұзақ мерзімді перспективада білім беру жүйесі сияқты құрылған барлық схемалар, мәселен, иерархияға бағынатын дәстүрлі жұмыс жүйелері осы жүйелердің барлығы ыдырайды деп ойлаймын. Меніңше, бізде мұндай фрилансерлер қатары арта береді» (А. Задабек, «Qazcontent» АҚ).

Онлайн-ортада белсенді болу, өзін-өзі дамытуға, психологияға, жеке бренд қалыптастыруға деген қызығушылық, кәсіби қызметте еркіндікке ұмтылу – білім беру жүйесінің алдына жаңа сын-қатерлер қойып отыр. Қолданыстағы практикалар технологиялардың қарқынды өзгеруіне және жастардың сұраныстарына бейімделіп үлгере бермейді, бұл өз кезегінде оқыту тәсілдерін қайта қарауды, цифрлық сауаттылықты күшейтуді және ақпаратты өз бетінше талдау дағдыларын қалыптастыруды талап етеді.

«Қазір жастар арасында айқын көрініс тапқан бірнеше тренд байқалады: барлығы цифрлық ортада өмір сүріп жатыр, онлайн табыс табу үлкен қызығушылық тудыруда, өзін-өзі дамыту, психология және жеке бренд қалыптастыру трендке айналды...» (Е. Бектаев, Түркістан облысының Жастар ресурстық орталығы).

Сарапшылардың басым бөлігінің пікірінше, бұл жағдай білім беру жүйесінің цифрландыру мен жасанды интеллектіні дамыту сын-қатерлеріне әзірге толық

дәрежеде сай келмейтіндігінен туындап отыр. Белсенді реформалар мен инфрақұрылымдық өзгерістерге қарамастан, білім мазмұны мен еңбек нарығының талаптары арасындағы алшақтық сақталуда. Басты дисбаланстардың бірі білім берудің құзыреттер мен практикалық дағдыларды қалыптастыруға емес, бұрынғыша тек білімді бағалауға бағдарлануында.

«Білім беру мазмұны құрылымдық тұрғыдан ескірген. Мектеп осы күнге дейін нақты міндеттерді шешуге емес, емтихандарға дайындайды. ҰБТ есте сақтау қабілетін өлшейді, ал еңбек нарығы ойлауды бағалайды. Бұл шешімін табуды қажет ететін фундаменталды қайшылық. Өкінішке қарай, қатардағы педагог заманауи ЖИ құралдарымен жұмыс істеуді білмейді және балаға цифрлық ортада дұрыс бағдар бере алмайды» (О.Сулейменов, ҚР Президенті жанындағы Жастар саясаты жөніндегі кеңес).

Сараптамалық бағалауларда білім беру мазмұнын қайта қарау және оқытудың жаңа формаларын енгізу қажеттілігі де айрықша атап өтіледі. Ұсыныстардың қатарында – STEM бағыттарын күшейту, деректер сауаттылығын дамыту, ЖИ сауаттылығын мектеп білімінің базалық құрамдас бөлігі ретінде енгізу, сондай-ақ оқытушыларды жүйелі түрде қайта даярлау бар. Теориялық оқытудан талдаудың, презентацияның және міндеттерді шешудің практикалық дағдылары басты маңызға ие болатын жобаға бағдарланған форматтарға көшу қажеттілігі жеке атап өтіледі.

«Жастардың мықты тұсы технологияларға тез бейімделуі әрі оларды жылдам игеруі болса, әлсіз тұсы жүйелі ойлау және білімді практикада қолдана білуі. Бірінші кезекте білім беру мазмұнын жаңарту, STEM бағыттары мен data literacy күшейту, сондай-ақ оқытушыларды қайта даярлаудан өткізу қажет» (М. Сағидоллаева, Атырау облысының Жастар ресурстық орталығы).

Сонымен қатар, сарапшылар жастардың жасанды интеллектіні пайдалануымен байланысты бірқатар шектеулерге назар аударады. Цифрлық ортаға жоғары деңгейде тартылғанына және жаңа технологияларды белсенді меңгергеніне қарамастан, ЖИ құралдарын қолдану көбінесе үстірт сипатқа ие. Сыни ойлаудың, деректерді талдаудың және цифрлық шешімдерді практикалық тұрғыдан қолданудың жеткіліксіз деңгейі білім беру мен кәсіби қызметте технологиялық мүмкіндіктерді пайдалану тиімділігін төмендетуі мүмкін. Осыған байланысты ақпаратпен және цифрлық құралдармен саналы түрде жұмыс істеу дағдыларын дамыту ерекше өзектілікке ие болады.

«Жастардағы цифрлық құзыреттер көрінісі қатты сараланған. Жастар контентті тұтынуды жақсы біледі, оны әлеуметтік желілер деңгейінде жасауды қанағаттанарлық дәрежеде меңгерген. Алайда ЖИ құралдарымен жұмыс істеу үстірт әрі жүйесіз сипатқа ие, сыни ойлау біздегі басты осал тұс болып қалып отыр, цифрлық қауіпсіздік аса төмен деңгейде, ал нақты деректерді талдау тек санаулы адамның қолынан ғана келеді» (О. Сулейменов, ҚР Президенті жанындағы Жастар саясаты жөніндегі кеңес).

Сарапшылар цифрлық технологиялар мен жасанды интеллектінің дамуы білім беру саласын айтарлықтай трансформациялап, жастар үшін жаңа мүмкіндіктермен қатар жаңа сын-қатерлер туындатып отыр деген ортақ пікірге тоғысады. Цифрлық ортаға жоғары деңгейде тартылғанына қарамастан, жастар арасында ЖИ құралдарын практикада қолдануға, деректерді талдауға және сыни

ойлауға қатысты мәселелер әлі де сақталуда. Мұндай жағдайда білім беру мазмұнын жаңғырту, STEM және цифрлық құзыреттерді дамыту, ЖИ сауаттылығын енгізу, сондай-ақ қазіргі еңбек нарығының талаптарына жауап беретін тәжірибеге бағдарланған оқыту форматтарына көшу мәселесі ерекше өзектілікке ие болады.

4. Жастардың отбасылық және миграциялық ұстанымдары

Сарапшылар Қазақстан жастарының отбасылық-некелік ұстанымдары экономикалық, әлеуметтік және цифрлық факторлардың ықпалымен айтарлықтай өзгерістерге ұшырап жатқанын атап өтеді. Бүгінде жастар отбасын құруды дайындықты, ресурстарды және психологиялық кемелдікті талап ететін жауапты таңдау ретінде қарастырады. Ерте некеге тұруды және көпбалалықты көздейтін дәстүрлі модель, әсіресе қала жастарының арасында, бірте-бірте өмірді жоспарлаудың анағұрлым дараланған стратегияларына орын беруде.

Мәселен, сарапшылардың бір бөлігі жастар отбасын құрмас бұрын қаржылық және кәсіби тұрақтылыққа қол жеткізуге жиірек бағдарланатынын айтты. Білім, мансап, жеке баспананың және материалдық базаның болуы маңызды критерийлерге айналады. Бұл өмірлік маңызды шешімдерді қабылдау кезіндегі рационалдылықтың артқанын және отбасын құру барысында туындауы мүмкін тәуекелдерді барынша азайтуға деген ұмтылысты көрсетеді.

«Бой жету деп олар бірінші кезекте қаржылық тұрақтылықты түсінеді. Яғни, отбасын құрып, ұстап тұру үшін пәтер сатып алуға немесе ең болмағанда оны жалға алуға, балалы болуға қыруар қаражат керек екенін ұғынады. Әйел адам декретке шыққанда жұмыс істемейді, табысынан айырылады, ал бұл уақытта ер азаматтың тарапынан қаржылық қор болуы тиіс» (А. Темербаева, META University).

Сарапшылар экономикалық әл-ауқат пен некеге тұрудың, отбасын құрудың арасында тікелей тәуелділік бар екенін байқап отыр. Өмір сүру құнының қымбаттауы некелік ұстанымдар трансформациясының негізгі факторларының бірі болып табылады. Жастар отбасын құру мүмкіндігін баспанаға, балалардың біліміне және сапалы өмір деңгейін қамтамасыз етуге жұмыс салатын болашақ шығындар призмасы арқылы бағалайды. Некені кейінге қалдыру ниеттің жоқтығынан емес, материалдық мүмкіндіктерді прагматикалық тұрғыдан бағалаудың салдарына айналады.

«Некені кейінге қалдырудың басты драйвері экономикалық тұрақсыздық болып табылады. Ипотекасыз баспана қолжетімсіз, жастар отбасы құру өзiрге өздерінде жоқ ресурстарды талап ететiнiн түсiнедi, сондықтан оны үйленгiсi келмегендiктен емес, керiсiнше, жоғары жауапкершiлiктен кейiнге шегеруде – мен мұны жақсы қасиет деп санаймын, оны айыптаудың орнына бағалай бiлу керек» (О. Сулейменов, ҚР Президенті жанындағы Жастар саясаты жөніндегі кеңес).

Қазіргі жастар білім алуға және кәсіби дамуға бағдарланудың жоғары деңгейін көрсетіп отыр. Жастық шақ кезеңі адами капиталды жинақтау және тәуелсіздікке қол жеткізу үшін пайдаланылады, ал бұл некеге тұру және балалы болу мерзімдеріне тікелей әсер етеді. Бұл, әсіресе, отбасын құрмас бұрын кәсіби және қаржылық тұрғыдан өзін-өзі іске асыруға ұмтылатын әйелдер арасында айқын байқалады.

«Менің ойымша, соңғы оң бес жылдағы ең маңызды құрылымдық өзгеріс қазақстандық әйелдердің білім мен мансапқа жаппай инвестиция салуы және ерте құрылатын отбасы үшін кәсіби тұрғыдан өзін-өзі іске асыруды құрбан

етуге мүлдем дайын болмауы. Бұл мүлдем қалыпты жағдай» (**О. Сулейменов, ҚР Президенті жанындағы Жастар саясаты жөніндегі кеңес**).

«Көптеген жастар бірінші кезекте оқуды, жұмысты және мансап құруды алдыңғы орынға қояды, Осы себепті балалы болуды кейінге шегеру тенденциясы да байқалады. Яғни, «алдымен өз-өзімді қалыптастырып алуым керек» деген ой басым» (**Е. Бектаев, Түркістан облысының Жастар ресурстық орталығы**).

Сарапшылар цифрлық орта жастардың отбасылық қарым-қатынас туралы түсініктерінің өзгеруіне ықпал етеді деген болжам жасайды. Ақпараттық кеңістіктің кеңеюі және әлеуметтік желілер арқылы түрлі мінез-құлық модельдерімен үнемі өзара әрекеттесу неке мен серіктеске деген жоғары талаптарды қалыптастырады. Бұл өз кезегінде отбасын құру туралы шешімнің анағұрлым сараланып, ересек жаста қабылдануына алып келеді.

«Бірінші кезекте, қазіргі цифрлық орта үлкен әсер етіп отыр деп санаймын. Өйткені әлеуметтік желілер мен интернет-ресурс арқылы біз адамның жеке мақсаттары мен мүдделеріне көбірек бағдарланып, өз жоспарларын іске асыруға, өзгелерден тәуелсіз болуға, арман-мақсаттарын орындауға, саяхаттауға, спортпен шұғылдануға, білім алып, мансап құруға және жеке қызығушылықтары бағытында еркін қозғалуға ұмтылатынын көріп отырмыз» (**Е. Калмаков, ҚР Оқу-ағарту министрлігі Тәрбие жұмысы және қосымша білім беру департаменті**).

Сондай-ақ сарапшылар ата-ана болуға деген көзқарастың өзгеруін байқап отыр. Жас отбасылар көбінесе бір немесе екі баламен шектеліп, олардың сапалы тәрбиесіне, білімі мен дамуына көбірек көңіл бөлуде. Мұндай ұстаным сандық ұрпақ жаңғыртудан адами капиталға бағдарланған модельге көшуді көрсетеді.

«Қазір адамдар жай ғана дүниеге бала әкелу үшін туа салмай, әлдеқайда саналы бола түскен. Өмірге адам әкелдің бе, оған дұрыс тәрбие беріп, жақсы білім беру керек және тағы сол сияқтылар» (**А. Асабаев, Еуропалық Одақ өкілдігі**).

Сарапшылар өзгеріс қарқынынан байқалатын өңірлік ерекшеліктерді де атап өтеді. Ірі қалаларда жастар жаңа экономикалық және мәдени шынайылыққа тезірек бейімделеді, ал өңірлерде дәстүрлі нормалардың, соның ішінде ерте некенің ықпалы сақталуда.

«Менің білуімше, қазір бізде жасөспірімдер арасындағы жүктілік және некесіз бала босану сияқты мәселелер өзекті болып қалып отыр. Сондықтан бұл тұста көп дүние өңірге және орталық қалаларға байланысты. Менің ойымша, ірі мегаполистерде некеге кешірек тұру тенденциясы байқалады. Ал облыстар мен аудандарда, керісінше, ерте неке жиірек кездеседі» (**О. Бейсенбаев, Абай облысының жастар саясаты мәселелері жөніндегі басқармасы**).

Отбасылыө-некелік ұстанымдармен қатар, жастардың өмірлік стратегияларының маңызды индикаторы ретінде көші-қонға деген ниеттері алға шығады. Олар жастардың өзін-өзі іске асыру мүмкіндіктері, өмір сапасы және кәсіби даму перспективалары туралы түсініктерін көрсетеді. Сараптамалық бағалаулар бұл мәселені анағұрлым кең контексте қарастыруға және еліміздің

адами капиталын сақтау мен дамытуға ықпал ете алатын факторларды анықтауға мүмкіндік береді. Сараптамалық сұхбаттарды талдау жастардың оқу және еңбек миграциясына қатысты ұстанымдары экономикалық, білім беру, әлеуметтік, институционалдық және құндылықтық факторлар кешенінің ықпалымен қалыптасатынын байқатады.

Сарапшылар ең маңызды фактор ретінде экономикалық мүмкіндіктерді атайды. Жастар шетелдегі жалақының жоғарырақ деңгейіне, жақсырақ еңбек жағдайларына және кәсіби тұрғыдан өсу перспективаларына бағдарланады.

«Жалақы деңгейінің төмендігі, баспана құнының қымбаттығы және тұрақсыздық. Көптеген жас мамандар өз мүмкіндіктерін шетелде немесе ірі қалаларда іске асырғысы келеді» (Е. Бектаев, Түркістан облысының Жастар ресурстық орталығы).

«Біріншісі – экономика. Білікті маман үшін Қазақстан мен баратын елдер арасындағы табыс алшақтығы үш еседен жеті есеге дейін жетеді, ал бұл, кім қанша қаласа да, патриоттық ұрандармен еңсерілмейді» (О. Сулейменов, ҚР Президенті жанындағы Жастар саясаты жөніндегі кеңес).

Екінші маңызды фактор ретінде білім беру мүмкіндіктері алға шығады. Жастар сапалы білім, халықаралық тәжірибе және бәсекеге қабілетті құзыреттер алуға ұмтылады. Бұл ретте сарапшылар оқу көші-қонының ауқымын біркелкі бағаламайды. Кейбір сарапшылар отандық жоғары білімнің бәсекеге қабілеттілігінің артуы және Қазақстанда шетелдік университеттер филиалдарының ашылуы арқасында оның ауқымы бірте-бірте азайып келеді деп есептейді.

«...қазақстандық ЖОО-лар қазір халықаралық рейтингтерге енді, жастарда жалпы жоғары білім беру жүйесіне деген сенім пайда болы. Олар қазақстандық университеттердің шетелдік ЖОО-лармен терезесі тең дәрежеде бәсекелесе алатынын түсініп отыр. Қазір Қазақстанда шетелдік университеттердің филиалдары да көптеп ашылды. Мәселен, Cardiff University, De Montfort University, University of Arizona және тағы басқалары жұмыс істеп тұр. Филиалдар қазір өте көп. Егер Қазақстанға осындай филиалдар, осындай ЖОО-лар келіп жатса, демек, еліміз осы қызмет көрсетілетін алаң ретінде қарастырылатындай деңгейде бәсекеге қабілетті деп жастар түсінеді. Сондықтан мен қазір оқу көші-қонының аса көп екенін байқамаймын» (А. Темебаева, META University).

Сонымен қатар, сарапшылардың бірі шетелдік университеттерге түсуге ұмтылатын жастар қатары көбейіп келе жатқанын алға тартады.

«Жалпы алғанда, қазір біз білімге құштар әрі шетелдік жоғары оқу орындарына түсіп жатқан жастардың саны жыл санап артып келе жатқанын көріп отырмыз. Өкінішке қарай, олардың бір бөлігінде оқуын аяқтағаннан кейін сол елде жұмыс істеп қалуға деген ұмтылыстың пайда болатынын да жоққа шығаруға болмайды» (Е. Калмаков, ҚР Оқу-ағарту министрлігі Тәрбие жұмысы және қосымша білім беру департаменті).

Кәсіби тұрғыдан өзін-өзі іске асыру және мансаптық өсу мүмкіндіктері айтарлықтай ықпал етеді. Жас мамандар құзыреттер мен кәсіби жетістіктер мансаптық ілгерудің негізі болып табылатынын жағдайларда жұмыс істеуге ұмтылады.

«Амбициясы мол жастар ойын ережесі түсінікті әрі сақталатын, мансап тамыр-таныстыққа емес, құзыретке тәуелді жерге кетеді» (О. Сулейменов, ҚР Президенті жанындағы Жастар саясаты жөніндегі кеңес).

Өз кезегінде сарапшылар білім беру бағдарламаларының еңбек нарығы талаптарына сәйкес келмейтіндігіне және жұмыс берушілердің жұмыс өтілі жоқ түлектерге қоятын тым жоғары талаптарына назар аударады, бұл жастарда Қазақстанда кәсіби даму мүмкіндіктері шектеулі деген сезім тудырады.

«...түлек оқуды бітіре салып, Қазақстандағы жұмыс берушілер талап ететін практикалық тәжірибесіз шығады. Яғни, оған бірден 3 жылдық жұмыс өтілі керек. Университетті енді ғана бітіргенде ол тәжірибені қайдан алады? ...Сондықтан оларға Қазақстанда өздерін бағаламайтындай көрінеді. Түлектерді жұмысқа алмайды деп есептеп, шетелде бізге мүлдем басқа талаптар қойылады деген оймен сыртқа табыс табуға кеткісі келеді» (А. Темербаева, META University).

Бірқатар сарапшылар көші-қон көңіл-күйін әлеуметтік және мемлекеттік институттардың сапасымен байланыстырады.

«Үшінші – өмір сапасы: экология, медицина, балаларға арналған білім, қалалық орта. 28 жастағы жас маман болашақ балалары өмір сүретін орта туралы ойлайды, бұл қалыпты жағдай» (О. Сулейменов, ҚР Президенті жанындағы Жастар саясаты жөніндегі кеңес).

Сарапшы ақпараттық ортаны маңызды фактор ретінде атайды. Ел ішіндегі жағымсыз ақпараттық күн тәртібі де көші-қон көңіл-күйінің күшеюіне ықпал етеді.

«Мұхиттың арғы жағында өмір жақсырақ, анағұрлым бай тұруға болады, еркіндігіңді шектемейді деген сияқты ақпараттық фон қаптаған кезде, мұндай ақпарат көбейген сайын жастар не істейді? Әрине, олар шетелде өмір сүруді, оқуды, жұмыс істеуді, әйтеуір сыртқа шығып кетудің жолын таңдайды» (А. Задабек, «Qazcontent» АҚ).

Кейбір сарапшылардың пікірінше, жастар үшін пікірлес жандар ортасы және құндылықтары мен кәсіби қызығушылықтары ұқсас адамдардың арасында болу мүмкіндігі де маңызды. Мұндай орта болмаған жағдайда жастар басқа қалалардан немесе елдерден мүмкіндік іздей бастайды.

«Менің ойымша, 18–23 жас аралығындағылардың басым бөлігі студенттер, ал ересектеу жастар үшін әлеуметтік орта үлкен рөл атқара бастайды. Егер білімі мен өзіндік көзқарасы бар жас маман айналасынан өзіне лайықты орта таппаса, ол оны басқа қаладан іздей бастайды» (О.Бейсенбаев, Абай облысының жастар саясаты мәселелері жөніндегі басқармасы).

Сарапшылар қауымдастығында көші-қон мәселесіне қатысты екі түрлі көзқарас байқалады. Сарапшылардың бір бөлігі жастардың халықаралық мобильділігі табиғи процесс болып табылады және қатаң шектеуді қажет етпейді деп есептейді.

«Сол жақта өмір сүре тұрсын, тәжірибе жинақтасын, қаражат тапсын, оқып-тоқып үйренсін, белгілі бір деңгейге көтерілсін. Содан кейін Қазақстанға инвесторлар алып келсін, инвестициялық қаржы тартсын, Қазақстан – Ұлыбритания немесе Қазақстан мен басқа да елдердің бірлескен кәсіпорындарын құрсын» (А. Асабаев, Еуропалық Одақ өкілдігі).

Сарапшылардың тағы бір тобы жастарды елде ұстап қалу және қайтару үшін тиісті жағдай жасау қажеттілігіне басымдық береді. Іс жүзінде сарапшылардың барлығы бәсекеге қабілетті еңбек нарығын қалыптастыру басты шарт болып табылады деген ортақ пікірге тоғысады.

«Екіншіден, білімді бағалау және капитализациялау тұрғысынан еңбекақы төлеу жүйесінің өзін өзгерту қажет. Яғни, мәселе тек белгіленген тарифтік мөлшерлемелермен ғана шектелмеуі тиіс. Шетелде білім алып, тәжірибе жинақтаған мамандар үшін қосымша төлемдер мен ынталандыру тетіктерін қарастыру қажет» (Е. Калмаков, ҚР Оқу-ағарту министрлігі Тәрбие жұмысы және қосымша білім беру департаменті).

«Жастарды елде ұстап қалу үшін бәсекеге қабілетті еңбек нарығын дамыту, тұрғын үй бағдарламаларын кеңейту, жастарға сапалы жұмыс орындарын құру және ел ішінде отырып-ақ халықаралық деңгейде өзін-өзі іске асыру мүмкіндіктерін қарастыру қажет» (М. Сағидоллаева, Атырау облысының Жастар ресурстық орталығы).

Сарапшылар шетелде білім алған жас ғалымдар мен мамандарды қолдауды маңызды бағыт деп есептейді.

«Мәселен, қазір Астана мен Алматыда жас ғалымдарға баспана беріліп жатыр. Егер мұндай пәтерлер өңірлердегі жас ғалымдарға да берілсе, шетелде жүрген жас мамандар мен ғалымдарды өңірлерге тартып, нақты жобаларға жұмылдыра алар едік. Мысалы, Курчатов қаласында академиялық қалашық салынуда. Осындай бастамалар аясында жас ғалымдарға баспана немесе жалға берілетін тұрғын үй ұсынып, оларды гранттық жобалармен қамтамасыз ету қажет. Бұл бағытта қолдау көрсетудің жүйелі тетіктерін қалыптастыру өте маңызды» (О.Бейсенбаев, Абай облысының жастар саясаты мәселелері жөніндегі басқармасы).

Сарапшы лайықты еңбекақы мен әлеуметтік кепілдіктермен қатар, мұндай мамандардың кәсіби жетістіктері қоғам тарапынан мойындалуы тиіс екенін айрықша атап өтеді. Оның пікірінше, жас мамандар өз білімінің сұранысқа ие екенін көріп, ел үшін маңыздылығын сезінген кезде ғана қайта оралады.

«...Олар бірінші кезекте өздерінің қаншалықты маңызды екеніне мән берді. Яғни, сол жақта жақсы табыс табуға дағдыланып, қарны тоқ болғандар өздерінде қаражат бар екенін түсінді, енді бұл тұста жеке брендке жұмыс істеу керек. Егер біз осы жеке брендті, яғни әлгі жас маманды Қазақстанда нағыз мықты маман ретінде кеңінен дәріптеп, оның соңынан еретін тұтас командасы барын көрсете алсақ, ал адам міндетті түрде қайта оралады. Өйткені қазір ол үшін жеке бренд ақшадан әлдеқайда маңыздырақ» (А. Темербаева, META University).

Сонымен қатар, сарапшылар түлектерге арналған жүйелі бағдарламалардың тапшылығын атап өте отырып, жастарды жұмыспен қамту

тетіктерін жетілдірудің маңыздылығын алға тартады және ең үздік студенттерді оқуын аяқтамас бұрын-ақ мемлекеттік органдар мен салалық ұйымдарға атаулы түрде тарту тетіктерін қалыптастыруды ұсынады.

«Бірақ қазір жастарды жекелеген салаларға тарту бойынша нақты бағдарламалар әлі де жеткіліксіз. Сондықтан ондаған мың түлектің арасындағы ең үздік студенттердің бір бөлігі жұмыс таба алмай, кейін бизнеске кетіп жатады немесе шетелге жұмыс іздеп кетуге мәжбүр болады. Дәл сол себепті, менің ойымша, мемлекеттік деңгейде жастарды жұмыспен қамтудың базалық бағдарламасын қалыптастыру қажет. Барлық басқармалар мен мемлекеттік мекемелер жас мамандарды тарту мәселесімен жүйелі түрде айналасуы тиіс. Сонда ғана әрбір саланың дамуына серпін беруге болады» (А. Досымбетов, Ұлттық волонтерлер фронт офисі).

Сарапшы диаспоралық саясатты дамыту мәселесін жеке көтереді. Ол шетелде тұратын қазақстандықтарды инвестиция, білім, халықаралық байланыстар мен кәсіби құзыреттердің қайнар көзі ретінде қарастыра отырып, олармен жүйелі өзара іс-қимыл орнату қажет деп есептейді.

«Диаспоралық саясат – үлкен ресурс, шетелдегі қазақстандықтар – әлеуетті елшілер, инвесторлар және құзырет иелері, сондықтан бұл санатты жүз пайыз пайдалану қажет. Институттарды реформалау керек, мансаптық өсу тамыр-таныстыққа тәуелді болып тұрған шақта, ешқандай материалдық ынталандыру сыртқа кеткісі келетін ниеттен басым түсе алмайды. Сондай-ақ өңірлерді дамыту – шағын қалалардың ортасына салынған инвестиция жастарды өз жерінде шынымен ұстап қалады. Мен бұған талай рет көз жеткіздім» (О. Сулейменов, ҚР Президенті жанындағы Жастар саясаты жөніндегі кеңес).

Сондай-ақ мұндай шараларды іске асыру адами капиталды ұстап қалуға ғана емес, білікті кадрлардың елге қайтып оралуына ықпал ететін идеологиялық және зерттеу базасын әзірлеуді қоса алғанда, жүйелі тәсіл мен мемлекеттік қолдауды талап ететіні атап өтіледі.

«...бұл тіпті мемлекеттік деңгейде жүргізілуі тиіс тұтас бір идеология» (А. Темербаева, META University).

«...екіншісі – жастардың бойында патриоттық рухты тәрбиелеу. Яғни, оларда елге қайтып оралсам деген шынайы құштарлық, патриотизм болуы керек. Өз ортамызда мұндай жастар бар, оларды зерделеу қажет, елге оралған әрі бойында осы патриоттық рухы бар азаматтардың феноменін зерттеу керек. Олардың оралуына түрткі болған негізгі себепті анықтап, терең талдау жүргізу, психологиялық портретін жасау, содан кейін оның Қазақстанға қайтып келуіне ықпал еткен әдістерді, құралдарды жаппай қолдану қажет. Басқаша айтқанда, бізге бұл тұрғыда мықты зерттеу базасы ауадай қажет, бұл өте маңызды» (А. Задабек, «Qazcontent» АҚ).

Сарапшылар Қазақстанға жалақы деңгейі бойынша шетелдермен бәсекелесу қиын екенін, сондықтан материалдық емес факторлар ерекше маңызға ие болатынын атап өтеді. Олардың қатарында ел дамуына үлес қосу мүмкіндігі, өзін осы елдің бір бөлшегі ретінде сезіну, мәдени құндылықтар мен патриотизм айрықша аталады. Бұдан бөлек, жастар арасында патриоттық сананы қалыптастыру және нығайту қажеттілігі алға тартылады. Мамандардың қайтып

оралуы экономикалық таңдаудың нәтижесі ретінде ғана емес, құндылықтық ұстанымдар мен туған жермен арадағы эмоционалдық байланыстың салдары ретінде де қарастырылады. Осыған байланысты сарапшылар Қазақстанға оралу туралы шешім қабылдап қойған азаматтардың тәжірибесін зерделеуді, мұндай таңдаудың мотивтерін анықтауды және отандастардың қайтып келуін ынталандырудың тиімді тетіктерін құруға бағытталған зерттеулер жүргізуді маңызды деп санайды.

«Оларды қайта қалай тартуға болады? Тұрақты жұмыс орындарын құру арқылы. Бірақ бұл ретте тағы да сол баяғы сұрақ туындайды, шетелмен қалай бәсекелесеміз? Мәселен, бір маман шетелге кетіп, сол жақта 5000 доллар жалақы алады делік. Қазақстанда сен оған өмірі ондай жалақы бере алмайсың. Демек, оларды ақшамен емес, құндылықтық, мәдени тетіктермен, міне патриотизм, сен Қазақстанға көмектесесің, ел дамуына үлес қосасың деген сияқты дүниелермен ғана қызықтыруға болады. Тек осындай нәрселер ғана әсер етуі мүмкін» (А. Асабаев, Еуропалық Одақ өкілдігі).

Осылайша, сараптамалық бағалаулар Қазақстан жастарының өмірлік стратегиялары экономикалық, әлеуметтік және технологиялық өзгерістердің ықпалымен трансформация кезеңінде тұрғанын көрсетеді. Отбасын құру мәселелерінде де, көші-қонға қатысты шешім қабылдау барысында да жастар өмір сапасымен, өзін-өзі іске асыру, кәсіби даму мүмкіндіктерімен және ұзақ мерзімді тұрақтылықпен байланысты рационалды ой-тұжырымдарға көбірек сүйенеді. Отбасының жоғары құндылығы сақталып отырғанына қарамастан, некеге тұру белгілі бір деңгейдегі материалдық және психологиялық дайындыққа қол жеткізуді талап ететін саналы қадам ретінде жиірек қарастырылады.

Өз кезегінде жастардың миграциялық көңіл-күйі көп жағдайда білім алу, мансаптық және кәсіби мүмкіндіктерін кеңейтуге деген ұмтылыспен шартталған. Сарапшылар жас мамандар үшін табыс деңгейі мен еңбек жағдайлары ғана емес, сонымен бірге әділетті әлеуметтік лифтілердің, сапалы институттардың, даму және кәсіби жетістіктері мойындалуының болуы аса маңызды екенін атап өтеді.

5. Мәдени және креативті ортадағы жастар

Жастардың мәдени өмірге қатысуы олардың ұлттық бірегейлігін, құндылық бағдарларын, шығармашылық әлеуетін және әлеуметтік интеграциясын қалыптастырудың маңызды факторы. Қарқынды әлеуметтік және технологиялық өзгерістер жағдайында жастарды мәдени процестерге тарту мәселелері ерекше өзектілікке ие болуда. Осыған байланысты мәдениет саласының қазіргі ахуалы мен даму перспективаларына сараптамалық тұрғыдан көз жүгірту аса маңызды. Жастармен, мәдени жобалармен және қоғамдық бастамалармен тікелей жұмыс істейтін сарапшылардың пікірі мәдениет саласына араласудағы кедергілерді ғана емес, сондай-ақ жастар ортасындағы жаңа тенденцияларды, форматтар мен сұраныстарды анықтауға мүмкіндік береді.

Сараптамалық бағалаулардағы ең тұрақты бағыттардың бірі мәдениетті пассивті тұтынудан жастардың оны жасауға белсенді түрде араласуына көшу идеясы. Сарапшылар жастар көрермен емес, мәдени процестің тікелей қатысушысы ретінде бой көрсететін форматтар – кіру кедергілері барынша аз жобалар, гранттар, жергілікті бастамалар және шығармашылық белсенділіктер ең үлкен нәтиже беретінін алға тартады. Бұл ретте жастардың мәдени жобаларын қолдау тетіктерін жеңілдету және бюрократиялық процедураларды азайту ерекше маңызға ие болады.

«Меніңше, ең басым шара жастарға көрермен емес, жасаушы рөлін беру. Өз тәжірибемнен байқағаным, жастардың мәдени жобаларына бөлінетін, бюрократиясы барынша аз әрі шешімі тез қабылданатын шағын гранттар тоталды бақылауы бар қомақты бюджетке қарағанда он есе көп нәтиже береді» (О. Сулейменов, ҚР Президенті жанындағы Жастар саясаты жөніндегі кеңес).

Талдаудың жеке бір бағыты ретінде жастардың мәдени өмірге араласуы әлеуметтік мотивация мен ынталандыру жүйесіне тікелей байланысты деген ұстаным алға шығады. Бірқатар сұхбаттарда жастарды мәдениетке тұрақты түрде тарту үшін бонус жүйелерін, іс-шараларға қолжетімділікті және әлеуметтік ынталандыруды қоса алғанда, материалдық та, материалдық емес те тетіктер қажет екені атап өтіледі. Сондай-ақ мәдени тәжірибелерді қалыптастырудың негізгі ортасы ретіндегі білім беру институттарының рөлі атап өтіледі.

«Бұдан бөлек, олар үшін белгілі бір ынталандыру тетіктерін қарастыру тиімді деп санаймын. Мәселен, егер жастар жыл соңына дейін мәдени орындарға барса немесе белгілі бір іс-шараларға қатысса, олар белгілі бір бонустар ала алатындай болуы керек. Бұл тамақтануға, киім-кешекке берілетін жеңілдіктер немесе қандай да бір дүкендер желісінің жеңілдіктері болуы мүмкін. Меніңше, жастарға осындай жеңілдіктер мен бонустар беру тетіктерін қарастырып көрген жөн» (О. Бейсенбаев, Абай облысының жастар саясаты мәселелері жөніндегі басқармасы).

Тағы бір маңызды бағыт жергілікті мәдени бастамаларды дамыту және мәдени белсенділіктің географиясын кеңейту. Сарапшылар мәдени іс-шаралардың ірі қалаларда айқын шоғырланғанын, ал өңір жастары сапалы мәдени өнімдерге қолжетімділігі шектеулі жағдайда қалып отырғанын алға тартады. Осыған байланысты тек астанада баратын гастрольдік форматтарды ғана емес, өңірлік жобалар мен төменнен көтерілетін бастамаларды қолдау қажеттілігі айрықша атап өтіледі. Сондай-ақ өңірлердегі тиісті инфрақұрылымды креативті

хабтарды, жастар орталықтарын және ашық кеңістіктерді дамыту маңызды факторға айналууда.

«Бүгінде мәдени өмір екі астанада шоғырланған, ал өңір жастары мәдени тұрғыдан оқшауланып қалды. Елордалық әртістердің кезекті гастрольдері емес, жергілікті жерлердегі мәдени бастамаларға нақты қолдау қажет» (О. Сулейменов, ҚР Президенті жанындағы Жастар саясаты жөніндегі кеңес).

Сарапшылар атап өткен маңызды трендтердің бірі цифрлық ортаның жастарды мәдени өмірге тарту құралы ретіндегі рөлінің күшеюі. Әлеуметтік желілер мен цифрлық платформалар ақпарат таратудың, мәдени іс-шараларды дәріптеудің және оларға деген қызығушылықты қалыптастырудың негізгі арнасы ретінде қарастырылады. Бұл ретте цифрлық құралдар театрлар, мұражайлар, концерттер мен оффлайн іс-шаралар сияқты «тірі» мәдениетті алмастырушы емес, оған бастайтын баспалдақ болуы тиіс екені атап өтіледі.

«Жалпы алғанда, қазіргі жастар арасында мәдени өмірге деген қызығушылық айтарлықтай артты деп санаймын. Және бұған цифрлық ортаның да әсері бар деп ойлаймын. Әлеуметтік желілерге назар аударсақ, театрларға баратын, концерттік іс-шараларды тамашалайтын, оқыған кітаптарымен бөлісетін, оқырмандар клубтарының жұмысына және түрлі талқылауларға қатысатын жастардың саны көбейіп келе жатқанын көруге болады. Біз осындай позитивті тенденцияны байқап отырмыз» (Е. Калмаков, ҚР Оқу-ағарту министрлігі Тәрбие жұмысы және қосымша білім беру департаменті).

Сараптамалық бағалауларда жастардың мәдениеттің түрлі формаларына деген қызығушылығының әркелкілігі мәселесі жеке орын алады. Бір жағынан, заманауи форматтарға – фестивальдерге, креативті іс-шараларға, квиздерге, жастардың музыкалық және шығармашылық алаңдарына деген қызығушылықтың артқаны тіркелуде. Екінші жағынан, мәдениеттің классикалық институционалдық формалары (театр, опера, мұражай) коммуникация тілін және контентті ұсыну формаларын өзгертуді қоса алғанда, жастардың мінез-құлығындағы жаңа паттерндерге бейімделуді талап етеді.

«Дәл осы фестивальдер форматы, яғни шығармашылық алаң ұсынылатын сәттер. Бізге нақ осындай құралдар мен алаңдар қажет, олардың санын арттыру керек» (А. Задабек, «Qazcontent» АҚ).

Сараптамалық пікірлердің маңызды бір тобы дәстүрлі құндылықтар мен мәдени тұтынудың заманауи формаларын ұштастыруға басымдық береді. Бірқатар сарапшылар ұлттық мәдени мұраны музыка, шоу-бағдарламалар, зияткерлік ойындар және жастар жобалары арқылы заманауи форматтарға интеграциялау қажеттілігін алға тартады. Мұндай тәсіл мәдени бірегейлікті сақтай отырып, сонымен бірге жастардың бұл процеске белсенді тартылуын арттыруға мүмкіндік береді.

«Жастарды мәдени өмірге тарту үшін ұлттық құндылықтарды заманауи форматтармен ұштастыру қажет. Яғни, дәстүрлерді құр дәріптеп қана қоймай, оларды қызықты етіп көрсету маңызды: ұлттық тақырыптағы фестивальдер, шоу-бағдарламалар, креативті байқаулар, зияткерлік ойындар ұйымдастыру керек. Мысалы, дәстүрлерді қазіргі трендтермен

байланыстырып және танымал тұлғаларды шақыру арқылы жастардың қызығушылығын арттыруға болады» (Е. Бектаев, Түркістан облысының Жастар ресурстық орталығы).

Қазіргі жастар өздерінің мәдени және әлеуметтік кеңістігін жаһандану мен цифрландыру жағдайында қалыптастырып отыр, мұнда тіл тек қарым-қатынас құралы ғана емес, сонымен бірге бірегейліктің басты элементі ретінде көрініс табады. Осы тұрғыдан алғанда, қазақ тілі жастар үшін қолжетімді әрі тартымды заманауи мәдениет тіліне айналатын жағдай жасау ерекше маңызды.

«Қазақ тілін музыка, стендап, кино және подкасттар арқылы заманауи мәдениеттің тіліне айналдыру аса маңызды. Мемлекет бұл процесті қаржыландыруы тиіс, алайда контентті басқармауы керек» (О. Сулейменов, ҚР Президенті жанындағы Жастар саясаты жөніндегі кеңес).

Соңғы жылдары креативті индустриялар жастардың назарын аударып, ең қарқынды дамып келе жатқан бағыттардың біріне айнауда. Цифрлық технологиялардың, өзін-өзі танытудың жаңа форматтарының, әлеуметтік желілер мен платформалық экономиканың дамуы жастардың дизайн, музыка, кино, контент-мейкинг, IT, ойын индустриясы, сәулет және басқа да салалардағы шығармашылық әлеуетін іске асыруға қосымша мүмкіндіктер тудырады.

Сараптамалық сауалнама барысында жастардың креативті индустрияларға деген қызығушылығы, қолданыстағы қолдау тетіктерінің жеткіліктілігі, сондай-ақ жастарды бұл салаға тартуға ықпал ететін немесе кедергі келтіретін факторлар қарастырылды. Сарапшылардың басым көпшілігі жастардың креативті индустрияларға деген қызығушылығы жоғары деңгейде және одан әрі артып келеді деген ортақ пікірге тоғысады. Бұл саланың тартымдылығы ең алдымен өзін-өзі таныту еркіндігімен және эксперимент жасау мүмкіндігімен байланысты.

«Менің ойымша, жастардың креативті индустрияларға қызығушылығы артып келеді. ...Креативті индустриялар – бұл ең алдымен еркіндігі бар индустрия. Қиялға ерік беретін кеңістік бар. Эксперимент жасауға мүмкіндік бар. Біздің жастар эксперимент жасағанды өте жақсы көреді. Ал креативті индустрия дәл осындай эксперимент жасауға болатын алаңды ұсынып отыр» (А. Темеубаева, META University).

«Бүгінде жастардың креативті индустрияларға – музыкаға, дизайнға, киноға, ойын индустриясына, сән әлеміне, сәулет өнеріне деген қызығушылығы өте жоғары әрі одан әрі артып келеді. Бұл кездейсоқ емес. Креативті кәсіптер өзін-өзі танытуды, икемділікті және әлеуетті халықаралық нарыққа шығу мүмкіндігін ұштастырады, яғни цифрлық ұрпақтың ең бағалайтын құндылықтары да осы» (О. Сулейменов, ҚР Президенті жанындағы Жастар саясаты жөніндегі кеңес).

Сарапшылардың пікірінше, креативті индустриялардың танымалдылығы жұмыспен қамтудың жаңа форматтарымен және өз дағдыларын монетизациялау мүмкіндігімен тікелей байланысты.

«Қазір жастардың креативті индустрияларға деген қызығушылығы өте жоғары, көбісі дизайн, SMM және контент жасау сияқты бағыттарды белсенді түрде таңдауда. Олар еркін жұмыс істеп, өз идеяларын табыс көзіне айналдырғысы келеді» (Е. Бектаев, Түркістан облысының Жастар ресурстық орталығы).

Сарапшы мемлекет тарапынан креативті секторды дамыту бойынша қадамдар жасалып жатқанын атап өтеді.

«Бізде жақында ғана құрылған креативті индустрия қоры бар. Бізде креативті хабтар, орталықтар мен алаңдар өте көп. Жалпы алғанда, жұмыс белсенді түрде жүргізілуде» (А. Задабек, «Qazcontent» АҚ).

Сонымен қатар, көптеген сарапшылар қолданыстағы қолдау тетіктері әзірге қалыптасу сатысында және жастарды жүйелі түрде қамтуды қамтамасыз ете алмай отыр деп есептейді.

«Алайда, креативті индустрияға қызығушылық танытатын жастар санының өсуі байқалып отырғанына қарамастан, бүгінде оларды қолдаудың нақты тетіктері толыққанды жұмыс істеп тұр деп айтуға болмайды. ...креативті индустрияға бағдарланған жастардың негізінен өз бетінше дамуға тырысып жатқанын көріп отырмыз, сондықтан әзірге қандай да бір жүйелі немесе айтарлықтай көмек туралы айту қиын. Мұны осы саладағы нормативтік-құқықтық реттеу тетіктерінің енді ғана жетілдіріліп жатқанымен түсіндіруге болады» (Е. Калмаков, ҚР Оқу-ағарту министрлігі Тәрбие жұмысы және қосымша білім беру департаменті).

«Дегенмен, менің ойымша, біздегі қолданыстағы қолдау тетіктері жүйелі түрде жеткіліксіз. Мәдениетті мемлекеттік қаржыландыру негізінен дәстүрлі институттарға бағытталады, ал заманауи креативті форматтар назардан тыс қалып қояды» (О. Сулейменов, ҚР Президенті жанындағы Жастар саясаты жөніндегі кеңес).

Бұл ретте бірқатар сарапшылар өңірлердегі инфрақұрылымды одан әрі дамыту қажеттілігіне баса назар аударады.

«Арнайы хабтар, шығармашылық орталықтар мен комьюнити-орталықтар құру қажет. Әр облыста шығармашыл жастарға арналған ірі орталықтар болуы тиіс. ...Бұған қандай кедергілер бар? Негізінен, айтарлықтай кедергі жоқ. Жай ғана облыстарда бұл мақсаттарға көбірек қаражат бөлу қажет. Барлық өңірлерде үлгілі креативті хабтар ашылуы тиіс. Ал мұндай жобаларға қатысуға дайын дарынды жастар өңірлерде жеткілікті» (О.Бейсенбаев, Абай облысының жастар саясаты мәселелері жөніндегі басқармасы).

Креативті индустриялардың дамуына кедергі келтіретін негізгі факторлардың қатарында сарапшылар көбінесе қаржыландырудың жетіспеушілігін, инвестицияларға қолжетімділіктің шектеулілігін, білім беру мүмкіндіктері мен инфрақұрылымның тапшылығын атайды.

«Әзірге жалғыз кедергі – креативті индустрияның үлкен инвестицияларды талап ететіндігі» (А. Темербаева, META University).

«Қаржыландырудың шектеулілігі, тұрақты табыс көзінің жоқтығы, инфрақұрылым мен кәсіби білімнің тапшылығы негізгі кедергілер болып табылады» (М. Сағидоллаева, Атырау облысының Жастар ресурстық орталығы).

Көпшіліктің пікіріне қарамастан, сарапшы мемлекеттің шамадан тыс қолдауын саланың дамуына кері әсер етуі мүмкін фактор деп санайды.

«Менің ойымша, біз креативті индустрияларды мүлдем ынталандырмауымыз керек. Бұл біз ешбір жағдайда жасамауымыз тиіс қадам. ...Меніңше, қолданыстағы тетіктердің шамадан тыс көптігі және жастардың бұл салаға араласуын шектейтін кедергілер – дәл осы процеске мемлекеттің шектен тыс араласуынан туындап отыр» (М. Жуенбаев, Maqsut Narikbayev University).

Осылайша, сарапшылар мәдениет пен креативті индустриялар жастар үшін өзін-өзі іске асырудың, таланттарды дамытудың және қоғамдық өмірге араласудың маңызды кеңістігіне айланып келе жатқанын атап өтеді. Бұл ретте басты сын-қатер жастар тарапынан қызығушылықтың болмауы емес, қайта қолданыстағы тарту тетіктерін контентті тұтынудың, коммуникацияның және шығармашылық қызметтің заманауи форматтарына бейімдеу қажеттілігі болып табылады.

Сонымен қатар, шығармашылықты, кәсіпкерлікті және жұмыспен қамтудың жаңа формаларын біріктіретін сала ретінде креативті индустрияларға деген қызығушылық артып келеді. Дегенмен, бұл әлеуетті толық ашу үшін, әсіресе өңірлерде, инфрақұрылымды, білім беру бағдарламаларын, қаржыландыру тетіктерін және кәсіби қауымдастықтарды одан әрі дамыту қажет. Жалпы алғанда, сарапшылар мәдениет пен креативті индустриялардың адами капиталды дамытуды, ұлттық бірегейлікті қалыптастыруда және жастар үшін жаңа мүмкіндіктер жасауда зор әлеуетке ие екендігімен толық келіседі.

6. Жастардың волонтерлік қызметке тартылуы

Волонтерлік қызмет жастардың азаматтық қатысуының маңызды тетіктерінің бірі, ол әлеуметтік жауапкершілікті, ынтымақтастық пен қоғамдық белсенділікті дамытуға ықпал етеді. Соңғы жылдары Қазақстанда волонтерлік қозғалыстың кеңеюі, еріктілер бастамаларының және волонтерлерді қолдаудың институционалдық тетіктерінің артуы байқалып отыр.

Сонымен қатар, сарапшылар волонтерліктің дамуындағы әркелкі тенденцияларды атап өтеді. Бір жағынан, жастар қоғамдық маңызы бар жобаларға, экологиялық акцияларға, қайырымдылық іс-шараларына белсенді қатысып, дағдарыстық жағдайларға жедел үн қатуда. Екінші жағынан, қатысу мотивациясының құрылымы өзгеруде: құндылықтық ұстанымдармен қатар мансаптық перспективалар, әлеуметтік байланыстарды дамыту және практикалық тәжірибе жинақтау барған сайын үлкен рөл атқара бастады.

Сарапшылардың басым бөлігі жастардың волонтерлік қызметке тартылу деңгейін жеткілікті түрде жоғары немесе тұрақты өсу тенденциясы бар деп бағалайды. Бұл әсіресе қоғамдық сын-қатерлер мен дағдарыстық жағдайлар кезеңінде айқын байқалады.

«Жастардың волонтерлік қызметке тартылу деңгейін төмен деп айтуға болмайды, керісінше, ол жақсы өсіп келеді деуге толық негіз бар. Көптеген жастар волонтерлікке қызығушылық танытып, түрлі бағыттарда көмек көрсетуде: төтенше жағдайлардың салдарын жоюға, экологиялық акцияларға және қайырымдылық іс-шараларына белсенді қатысады» (Е. Бектаев, Түркістан облысының Жастар ресурстық орталығы).

«Қазіргі таңда жастарды волонтерлік қызметке тарту мүлдем жаңа деңгейге шығып келе жатқан сияқты... бүгінде волонтерлік жоғары мотивациясы бар және қоғамға пайдалы қызметке араласуға ұмтылатын көптеген жастардың басын біріктіретін дербес бағыт ретінде дамып келеді» (Е. Калмаков, ҚР Оқу-ағарту министрлігі Тәрбие жұмысы және қосымша білім беру департаменті).

Сарапшылар еріктілер қозғалысы ауқымының айтарлықтай артқанын атап өтуде.

«Жалпы байқасаңыздар, бізде волонтерлік мәдениет бұрын да өте жақсы дамыған болатын. Түрлі іс-шараларға өз еркімен қатысқысы келетін, қандай да бір көмек қолын созуға ұмтылатын жастарды көптеп көрдік, тіпті студенттік ұйымдардың өзінде волонтерлер өте көп еді. Волонтерлік – жастардың біздің мәдени өмірімізге қатысуын кеңейтуге мүмкіндік беретін басты тетігіміз» (А. Темербеева, META University).

«Волонтерлік бағыт өте жақсы дамып келеді деп санаймын. Мәселен, егер 2020 жылы түрлі жобаларға шамамен 50 мыңдай волонтер қатысқан болса, қазіргі уақытта олардың саны 300 мыңға жуықтады» (А. Досымбетов, Ұлттық волонтерлер фронт-офисі).

Бұл ретте сарапшылардың бір бөлігі жастардың бұл іске тартылуы тікелей мотивация жүйесіне тәуелді екеніне назар аударады.

«Мотивацияға келетін болсақ, мұнда бірнеше фактор бар: ішкі құндылықтар, тәжірибе жинақтап, өз ортасын табу мүмкіндігі, жаңа

таныстар, болашақ мансап үшін пайдасы. Қазір көптеген жастар волонтерлікті өзгелерге көмектесу ғана емес, сонымен бірге өзін-өзі дамыту мүмкіндігі ретінде қабылдайды» **(Е. Бектаев, Түркістан облысының Жастар ресурстық орталығы).**

Кейбір сарапшылар құндылықтық мотивация бірте-бірте прагматикалық факторларға орын беріп келеді деп есептейді.

«Әлеуметтік маңыздылық, тәжірибе жинақтау, нетворкинг және мансаптық мүмкіндіктер негізгі мотивациялар болып табылады. Егер волонтерлік нақты нәтижелер мен мүмкіндіктерге ұштасатын болса, қатысу деңгейі айтарлықтай артады» (М. Сағидоллаева, Атырау облысының Жастар ресурстық орталығы).

Сарапшылар сондай-ақ әлеуметтік капиталдың маңыздылығын және альтруистік әрі прагматикалық мотивтердің ұштасуын атап көрсетеді.

«Түйіндемесінде «мен волонтерлікпен айналыстым» деген жазу тұруы үшін, қандай да бір пайданы көздеп келетін волонтерлердің бір тобы бар. Және бұл қалыпты, тіпті жақсы құбылыс. ...Онымен қоса, шын мәніндегі альтруистер де бар, олардың табиғаты сондай, біреуге тек жақсылық жасағысы, көмектескісі келіп тұрады» (А. Асабаев, Еуропалық Одақ өкілдігі).

Сарапшылар сонымен қатар волонтерліктің жастарды кәсіби дамыту құралы ретіндегі маңызын атап өтеді.

«Біріншіден, бұл жастарға волонтерлік қызмет арқылы өз саласының маманы ретінде өзін көрсетуге мүмкіндік береді... Университетте оқып жүрген кездің өзінде-ақ олар өз саласының сарапшыларымен және мамандарымен тікелей өзара іс-қимыл орнату мүмкіндігіне ие болады. Олармен бірге жұмыс істеп, практикалық тәжірибе жинақтайды. Нәтижесінде, жоғары оқу орнын бітіргеннен кейін өз саласының дайын маманы ретінде қалыптасып шығады» (А. Досымбетов, Ұлттық волонтерлер фронт-офисі).

Бұдан бөлек, сарапшылар білім беру ұйымдарына оқуға түсу кезінде волонтерлік тәжірибені ескеру маңызды деп санайды.

«Шетелдік жоғары оқу орындарына түсер кезде портфолиосында көрсету үшін ғана волонтерлік қозғалыстарға қатысқысы келетін жастар бар. ...Біздің қазақстандық ЖОО-лар, университеттер міндетті түрде бұл аспектіні өздеріне енгізуі тиіс, сонда бұл жастар тарапынан бұдан да үлкен белсенділік тудырады еді» (А. Задабек, «Qazcontent» АҚ).

Сонымен бірге, бірқатар сарапшылар волонтерлікті шамадан тыс институционализациялау тәуекелдері туралы ескертеді.

«Біз белгілі бір кезеңде волонтерлік белсенділікті кәсіби қызметке теңестіре бастадық. ...Ол жерде мансаптық перспектива болмауы тиіс. ...Адам балалар үйіне баруды немесе қарттар үйінде волонтер болуды өзінің азаматтық парызын сезінгендіктен қалауы керек» (М. Жуенбаев, Maqsur Narikbayev University).

Сарапшылар волонтерлерді қолдау тетіктерін жетілдіру қажеттілігіне жеке назар аударады.

«Менің ойымша, бізде волонтерлікпен айналысатын студенттер немесе қызметкерлер ЖОО-да немесе жұмыс орнында белгілі бір жеңілдіктер алатындай жүйе қалыптасуы тиіс. ...Жастарды арнайы киім, түрлі жолдамалар, гранттар қызықтырады, олар қоғамға тигізер пайданы өздеріне берілетін белгілі бір жеңілдіктермен ұштастырғысы келеді» (О.Бейсенбаев, Абай облысының жастар саясаты мәселелері жөніндегі басқармасы).

Жалпы алғанда, жастардың волонтерлік қызметке тартылу деңгейі оң бағаланады және одан әрі өсу тенденциясына ие. Волонтерлік жастардың әлеуметтік белсенділігінің, азаматтық жауапкершілігін қалыптастырудың және кәсіби дамуының маңызды құралына айналып келеді.

Қатысудың негізгі мотивациялық факторлары ретінде тек құндылықтық ұстанымдар мен қоғамға көмектесуге деген ұмтылыс қана емес, сонымен бірге тәжірибе жинақтау, әлеуметтік байланыстарды кеңейту, әлеуметтік капиталды қалыптастыру және мансаптық перспективаларды жақсарту мүмкіндігі алға шығады. Сонымен бірге сарапшылар волонтерлікті институционализациялау деңгейіне қатысты әртүрлі көзқараста: бір бөлігі еріктілер қызметін ынталандыру және мойындау тетіктерін күшейту қажет деп есептесе, басқалары оның еріктілік және құндылықтық сипатын сақтап қалудың маңыздылығын баса айтады. Волонтерлікті одан әрі дамыту азаматтық қоғамды нығайтып, жастардың әлеуметтік жауапкершілік деңгейін арттыра алады деген түсінік сарапшылардың басым бөлігі үшін ортақ болып қала береді.

ҰСЫНЫМДАР

Еліміздегі мемлекеттік жастар саясатының тиімділігін арттыру үшін сарапшылар ағымдағы тетіктерді жақсартуға бағытталған бірқатар ұсынымдар берді:

1. «Іс-шаралық» жастар саясатынан адами капиталды дамытудың жүйелі саясатына көшу қажет. Бүгінде жастармен жұмыстың едәуір бөлігі формалды немесе оқиғалық сипатқа ие (флешмобтар, бір реттік акциялар), ал негізгі басымдық құзыреттерді, кәсіби траекторияларды және өмірлік мүмкіндіктерді ұзақ мерзімді дамытуға қарай бұрылуы тиіс. Жастар «белсенділік үшін жасалатын белсенділік алаңы» болуды тоқтатып, жастардың білімін, мансабын және әлеуметтік тұрақтылығын қалыптастыру құралына айналуы керек.

2. Орталық және жергілікті органдар арасында рөлдерді институционалдық тұрғыдан нақты бөлу талап етіледі. Орталық деңгей стратегияға, стандарттарға және ұзақ мерзімді бағдарламаларға (білім беру, баспана, жұмыспен қамту, менталды денсаулық, цифрлық құзыреттер) жауап беруі тиіс, ал жергілікті атқарушы органдар – оларды іс жүзінде іске асыруға және жастардың қажеттіліктеріне жедел үн қатуға жауапты болуы керек. Бұл ретте мекемелер арасындағы функциялардың қайталануын жойып, әрбір мекеме жалпы үйлестіріусіз өз алдына «жастар бастамаларын» құратын жастар саясатындағы бөлшектенуді азайту қажет.

3. Шешім қабылдау процесіне формалды консультативтік құрылымдарды емес, жастардың қатысуының нақты тетіктерін енгізу маңызды. Әкімдіктер жанындағы және ұлттық деңгейдегі жастар кеңестерінің рөлі символдық емес, практикалық сипатта болуы, яғни олар бюджетті бөлуге, инфрақұрылымдық шешімдерді талқылауға және мемлекеттік бағдарламаларды бағалауға қатысуы тиіс. Сондай-ақ ылім беру, еңбек және әлеуметтік саланы қозғайтын заң жобаларына міндетті жастар сараптамасын енгізу орынды.

4. Кадр даярлау жүйесін қайта қарау арқылы білім беру мен еңбек нарығы арасындағы байланысты күшейту қажет. Мемлекеттік гранттар мен білім беру бағдарламаларының құрылымын экономиканың нақты сұранысын ескере отырып реттеу, дуальді оқытуды, тағылымдамаларды және жұмысқа орналастырудың міндетті тетіктерін күшейту керек. Колледждерді реформалауға жеке назар аударған жөн: жастар үшін «кәсіби тығырық» туындамауы үшін қандай мамандықтар колледжден кейін бірден жұмысқа орналасумен аяқталуы тиіс екенін, ал қайсысы тек жоғары оқу орнынан кейін ғана жүзеге асатынын нақты анықтап алу қажет.

5. Әмбебап бағдарламалардан атаулы шешімдерге көшу маңызды, оның ішінде жастардың нақты жүретін орындарындағы (базарлар, шеткі аудандар, шағын қалалар) жұмысты күшейту керек.

6. Өңірлердегі жастарға арналған мүмкіндіктер инфрақұрылымын кеңейту қажет: жастар хабтары, коворкингтер, даму орталықтары, жобалық кеңістіктер. Бұл алаңдар формалды мекемелер болмай, оларды басқару ісіне жастардың өздері қатысуы тиіс. Онымен қоса, жастар бастамаларын қаржыландырудың жылдам әрі қолжетімді тетіктерін (есеп беруі жеңілдетілген және қаралу мерзімі қысқа шағын гранттар) енгізу керек.

7. Жастар саясатын цифрландыру және деректерді тұрақты түрде жинау аса маңызды бағыт болып табылады. Цифрлық платформалар мен мемлекеттік қызметтер (соның ішінде eGov арқылы жаппай сауалнама жүргізу) арқылы жастардың көңіл-күйі мен қажеттіліктеріне тұрақты мониторинг жүргізу, сондай-ақ сирек жасалатын зерттеулерден «нақты уақыт режиміндегі» тұрақты

аналитикаға көшу талап етіледі. Бұл саясатты болжамдарға емес, нақты деректерге негізделген әрі анағұрлым бейімделгіш етуге мүмкіндік береді.

8. Жастардың өмір сүру жағдайын қолдаудың кешенді жүйесін дамыту қажет: қолжетімді баспана (сатып алу құқығымен жалға берілетін тұрғын үй, субсидиялар), жұмыспен қамту бағдарламалары, жастар кәсіпкерлігін қолдау (салықтық демалыстар, акселераторлар, тәлімгерлік), сондай-ақ мектептегі және цифрлық психологиялық көмек сервистері арқылы менталды денсаулықты нығайту.

9. Мемлекеттің салааралық өзара іс-қимылды үйлестіруші ретіндегі рөлін күшейту. Бүгінде министрліктер, ғылыми институттар мен салалық мекемелер арасындағы бытыраңқылық саясаттың тиімділігін төмендетіп отыр. Деректер алмасудың, бағдарламаларды үйлестірудің және ғылыми әрі қолданбалы зерттеулердің нәтижелерін бірлесіп пайдаланудың бірыңғай жүйесін құру қажет.



Қазақстан Республикасы
Мәдениет және ақпарат министрлігі



«МОЛОДЕЖЬ КАЗАХСТАНА»

АНАЛИТИЧЕСКИЙ ДОКЛАД ПО РЕЗУЛЬТАТАМ
СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Астана, 2026

Социологическое исследование «Молодежь Казахстана», Научно-исследовательский центр «Молодежь», Астана, 2026. – 122 стр.

Авторы: Нахбаева Г.С., Шаймерденова С.А., Кожобекова Д.А., Сулейменова М.Ж.

консультанты: Коригова Л.Б., Рахимжанова А. К.

Переводчики: Амиржанова М.Р., Мырзахметова А.Е.

Аналитический доклад основан на результатах социологического исследования «Молодежь Казахстана», проведенного методами массового республиканского и экспертного опросов по заказу Министерства культуры и информации Республики Казахстан.

© Научно-исследовательский центр «Молодежь», 2026

СОДЕРЖАНИЕ

I. ПРОГРАММА СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ	126
II. РЕЗУЛЬТАТЫ МАССОВОГО ОПРОСА МОЛОДЕЖИ	131
Социально-демографические характеристики респондентов	131
1. <i>Ценностные ориентации и семейные установки молодежи</i>	<i>133</i>
2. <i>Идентичность и здоровье молодежи.....</i>	<i>143</i>
3. <i>Образ будущего и электоральные практики.....</i>	<i>157</i>
4. <i>Образование, наука и культура.....</i>	<i>167</i>
5. <i>Трудоустройство, навыки и экономические ориентации молодежи.....</i>	<i>178</i>
6. <i>Креативная индустрия и культурное потребление.....</i>	<i>188</i>
7. <i>Внутренняя и внешняя миграция.....</i>	<i>200</i>
РЕКОМЕНДАЦИИ.....	213
III РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРТНОГО ОПРОСА.....	214
1. <i>Актуальные тренды в молодежной среде</i>	<i>214</i>
2. <i>Влияние цифровой среды на социализацию и гражданскую позицию.....</i>	<i>220</i>
3. <i>Образование, искусственный интеллект и навыки будущего</i>	<i>225</i>
4. <i>Семейные и миграционные установки молодежи</i>	<i>228</i>
5. <i>Молодежь в культурной и креативной среде</i>	<i>235</i>
6. <i>Вовлеченность молодежи в волонтерство.....</i>	<i>240</i>
РЕКОМЕНДАЦИИ.....	243

I. ПРОГРАММА СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

В условиях ускоренной цифровой трансформации молодежь выступает одной из ключевых социальных групп, наиболее глубоко вовлеченных в процессы изменения экономических, культурных и коммуникативных практик. Именно молодые люди первыми осваивают цифровые технологии, инструменты искусственного интеллекта, новые форматы занятости и коммуникации, что позволяет рассматривать их не только как объект социальных изменений, но и как их активного субъекта. Высокая адаптивность молодежи к цифровой среде сочетается с неопределенностью жизненных траекторий, фрагментацией идентичностей и нестабильностью социальных ролей, что актуализирует необходимость комплексного социологического анализа ценностных ориентаций, установок и форм социальной вовлеченности данной группы.

Одним из наиболее чувствительных индикаторов происходящих трансформаций являются брачно-семейные установки молодежи. Изменение отношения к браку, детности и родительству тесно связано с удлинением образовательных траекторий, ростом академической и трудовой мобильности, распространением нестандартных форм занятости, а также общей неопределенностью профессионального будущего в цифровой экономике. В этих условиях молодые люди все чаще могут откладывать вступление в брак и рождение детей, ориентируясь на индивидуальную самореализацию, накопление человеческого капитала и достижение финансовой устойчивости. Данные тенденции требуют анализа факторов, формирующих репродуктивные и семейные стратегии молодежи в контексте цифрового общества и меняющихся социальных норм.

Цифровизация профессиональной сферы и активное внедрение технологий искусственного интеллекта оказывают непосредственное влияние на образовательные и профессиональные ожидания молодежи. Для молодых людей ИИ перестает быть абстрактной инновацией и становится повседневным инструментом обучения, научного поиска и трудовой деятельности. Вместе с тем различия в уровне цифровых компетенций, степени вовлеченности в использование ИИ и осознании связанных с ним рисков формируют новые линии социального неравенства внутри молодежной группы. Это делает актуальным исследование отношения молодежи к искусственному интеллекту, науке и образованию, а также их представлений о профессиональном и социальном будущем.

Важным направлением самореализации молодежи в цифровой экономике становятся креативные индустрии, проектная занятость и волонтерская деятельность. Эти сферы сочетают ценности индивидуального развития, социальной значимости и гибкости трудовых практик, отвечая запросам молодежи на автономию и смысловую насыщенность деятельности. Однако степень доступности креативных и волонтерских форм активности во многом определяется наличием институциональной поддержки, уровнем информированности, цифровых навыков и социального капитала, что усиливает дифференциацию внутри молодежной среды. Анализ данных процессов позволяет выявить потенциал молодежи как ресурса социального, культурного и инновационного развития.

Цифровая среда в целом выступает для молодежи ключевым пространством социализации, формирования идентичности и гражданской позиции. Социальные сети и мессенджеры оказывают существенное влияние на ценностные ориентации молодых людей, их представления о науке, технологиях, социальных нормах и допустимых формах поведения.

Таким образом, проведение данного исследования представляется научно и социально значимым, поскольку позволяет целостно осмыслить положение молодежи в условиях ускоренной цифровой трансформации и выявить ключевые факторы, определяющие ее ценностные ориентации, жизненные стратегии и формы социальной активности. Полученные результаты создадут эмпирическую основу для разработки эффективных мер молодежной, образовательной и семейной политики, программ развития цифровых компетенций, поддержки креативных инициатив и обеспечения онлайн-безопасности. В рамках данного исследования молодежь рассматривается не как пассивный объект цифровых изменений, а как стратегически важный ресурс устойчивого социального, экономического и культурного развития современного общества.

Цель исследования – выявить и проанализировать социальные установки, ценностные ориентации и практики молодежи в условиях цифровой трансформации общества, включая влияние искусственного интеллекта, изменений в сфере занятости, образования, науки и коммуникации на жизненные стратегии молодых людей.

Задачи:

- проанализировать отношение молодежи к браку, детности и родительству;
- исследовать установки молодежи в отношении учебной и трудовой миграции, а также нестандартных форм занятости в условиях цифровизации рынка труда;
- оценить уровень вовлеченности молодежи в процессы цифровизации и использования искусственного интеллекта в образовании, науке и профессиональной деятельности;
- выявить представления молодежи об образе будущего и роли искусственного интеллекта в социально-экономическом и культурном развитии общества;
- проанализировать интерес молодежи к креативным индустриям и волонтерской деятельности, а также оценить доступность и эффективность существующих инструментов их поддержки;
- исследовать ценностные ориентации молодежи, особенности формирования идентичности и влияние цифровой среды на данные процессы;
- проанализировать влияние социальных сетей и цифровых коммуникаций.

Предмет исследования

Социальные установки, ценностные ориентации, жизненные стратегии и практики молодежи, формирующиеся в процессе их вовлеченности в цифровую среду, использование искусственного интеллекта и трансформацию семейных, образовательных, трудовых и культурных институтов.

Методическая часть исследования

В исследовании применены количественный и качественные методы сбора и анализа информации – массовый опрос с применением анкеты посредством личного интервью с респондентом, а также метод экспертного интервью.

В качестве основного метода сбора информации использован массовый опрос молодежи, в возрасте от 14 до 35 лет, «face-to-face». Данный метод позволит получить наиболее объективную информацию о ситуации в молодежной среде. Массовый опрос предполагает участие в исследовании большого числа респондентов, отобранных на основе выборки, и отражающих в своей совокупности структуру социальной группы. На основании результатов

проведенного массового опроса с той или иной степенью точности строится прогноз о массовом поведении. Основное предназначение массовых опросов – получение информации о мнениях людей, их мотивах и оценках социальных явлений, о феноменах и состояниях общественного, группового и индивидуального сознания.

Объем выборочной совокупности составил 2000 респондентов. Территория проведения социологического исследования охватывает все регионы Республики Казахстан – города республиканского значения Астана, Алматы и Шымкент, 17 областных центров, а также сельские населенные пункты (таблица №1). В исследовании использована стратифицированная многоступенчатая выборка с квотированием. Вначале, исходя из численности населения по областям и городам, определены объемы выборки по регионам страны. Далее по каждому региону высчитаны объемы городской и сельской выборки, а также объемы выборки в гендерном разрезе.

Таблица №1. Расчет выборочной совокупности по проекту, человек*

Область	Всего	Город	Село	Мужчины	Женщины
Республика Казахстан	2000	1262	738	1019	981
Абай	51	32	19	24	27
Акмолинская	72	41	31	38	34
Актюбинская	92	69	23	48	44
Алматинская	150	28	122	76	74
Атырауская	71	39	32	37	34
Западно-Казахстанская	64	36	28	33	31
Жамбылская	123	52	71	63	60
Жетісу	64	29	35	30	34
Карагандинская	104	85	19	54	50
Костанайская	73	46	27	38	35
Кызылординская	85	39	46	43	42
Мангистауская	83	37	46	47	36
Павлодарская	65	46	19	34	31
Северо-Казахстанская	44	22	22	23	21
Туркестанская	231	57	174	123	108
Ұлытау	21	17	4	11	10
Восточно-Казахстанская	59	39	20	30	29
г. Астана	166	166	0	80	86
г. Алматы	245	245	0	119	126
г. Шымкент	137	137	0	68	69

Расчет выборки составлялся согласно данным БНС на начало 2025 года

В настоящем исследовании отбор единиц наблюдения проведен в несколько этапов:

1. Отбор по областям – исходя из численности населения по областям и городам республиканского значения от 14 до 35 лет, согласно выборке по городам. Астана, Алматы и Шымкент и 17 областям страны.

2. Отбор по принципу город-село – в каждой области соотношение объемов городской и сельской выборки. Опросом охвачены все областные центры, города и сельские населенные пункты.

3. Отбор точек опроса – в городских и сельских населенных пунктах производился простой случайный отбор микрорайонов и улиц из картографического списка данного поселения.

4. Отбор домохозяйства – следуя по маршруту от стартовой точки по правилу «левой руки» отбиралось домохозяйство с 5-кратным шагом отбора в городе и 3-х кратным шагом отбора в селе с ограничением активных интервью на одно

домохозяйство в количестве 1 респондента, подошедшего по квотам. Стартовая точка выбирается произвольно.

5. Отбор респондентов согласно квоте – в каждом отдельно взятом домохозяйстве респонденты отбирались по двум признакам – пол и возраст. Респондент на момент опроса не должен быть младше 14 и старше 35 лет, а также репрезентативная представленность по полу (количество опрашиваемых мужчин и женщин рассчитано согласно данным Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам по каждой области, городу и селу).

Выборка репрезентативна, т.е. по выделенным параметрам состав респондентов приближается к соответствующим пропорциям в генеральной совокупности. При этом отклонение средних характеристик выборочной совокупности от средних характеристик генеральной совокупности не превышает $\pm 2,19\%$.

Экспертное интервью – разновидность опроса, в ходе которого респондентами являются высококвалифицированные специалисты в определенной области деятельности. Метод подразумевает компетентное участие специалистов в анализе и решении рассматриваемой проблемы. В практике социологических исследований экспертный опрос используется: для прогноза развития того или иного явления; для оценки степени достоверности массового опроса; для сбора предварительной информации о проблеме исследования (зондаж); в ситуациях, когда массовый опрос простых респондентов невозможен или неэффективен.

Выборочная совокупность экспертных интервью составила 10 экспертов согласно заданным параметрам: квалификация, сфера деятельности (связанная с молодежью в тех сферах, которые должны быть изучены – здравоохранение, образование и досуг, занятость и трудоустройство, государственная молодежная политика и т.д.).

Структура инструментария

Для сбора первичной информации использована анкета– тиражированный документ, который содержит набор вопросов, сформулированных и связанных между собой по определенным правилам. Опрос респондентов проведен на 2-х языках: казахском и русском, в зависимости от выбора респондента. Сбор информации полевого этапа исследования реализован специально подготовленными интервьюерами под руководством региональных супервайзеров.

Экспертные интервью проведены по заранее подготовленному сценарию (гайду), разработанному в соответствии с задачами исследования.

Структуру инструментария исследования составляет ряд вопросов, разделенных на логические блоки в соответствии с программными целями и задачами исследования.

При проведении интервью произведена аудиозапись для облегчения последующей расшифровки (транскрибирования) и анализа данных. По итогам проведена расшифровка аудиозаписей и составлен транскрипт.

Методика обработки информации

По итогам полевого этапа исследования проведены контроль работы интервьюеров (100% проверка корректности заполнения анкет и 30% контроль поля по телефону), а также кодировка, ввод и обработка данных.

Ввод, обработка первичных данных, а также вывод одномерных, двумерных таблиц, корреляционный и кластерный анализы выполнены с помощью лицензионной, русифицированной компьютерной программы SPSS.

Методы анализа информации

Основными методами анализа первичной социологической информации будут выступать:

- 1) одномерный анализ данных;
- 2) двумерный анализ данных;
- 3) корреляционный анализ.

Этапы организации социологического исследования:

1 этап. Подготовка социологического опроса.

Разработка программы, включающей в себя:

- определение проблемной ситуации;
- обзор литературы по избранной теме;
- постановка целей и задач;
- операционализация понятий;
- выдвижение гипотез;
- проектирование выборочной совокупности.

Разработка инструментария (анкеты) для сбора эмпирической информации:

- перевод анкеты;
- пилотирование инструментария.

2 этап. Сбор эмпирического материала.

Организация опроса:

- подбор, подготовка, инструктаж интервьюеров;
- распределение участков опроса;
- отбор единиц опроса;
- рассылка анкет и инструкций по проведению опроса и заполнению анкет;
- проведение интервью.

3 этап. Обработка и интерпретация социологических данных:

• изготовление макета в программе для анализа и обработки статистических данных (SPSS);

- кодировка анкет (кодирование открытых ответов респондентов);
- ввод анкетных данных;
- контроль поля;
- обработка и выведение линейных отчетов и отчетов по социально-демографическим параметрам;
- применение других видов статистического анализа.

4 этап. Анализ полученных данных.

Проведение первичного анализа:

- фиксирование зависимостей, выявленных в результате опроса;
- выведение таблиц;
- построение диаграмм.

Вторичный анализ данных:

- сравнительный анализ;
 - привлечение дополнительной информации;
 - выдвижение новых предположений и рекомендаций;
- подготовка финального отчета исследования.

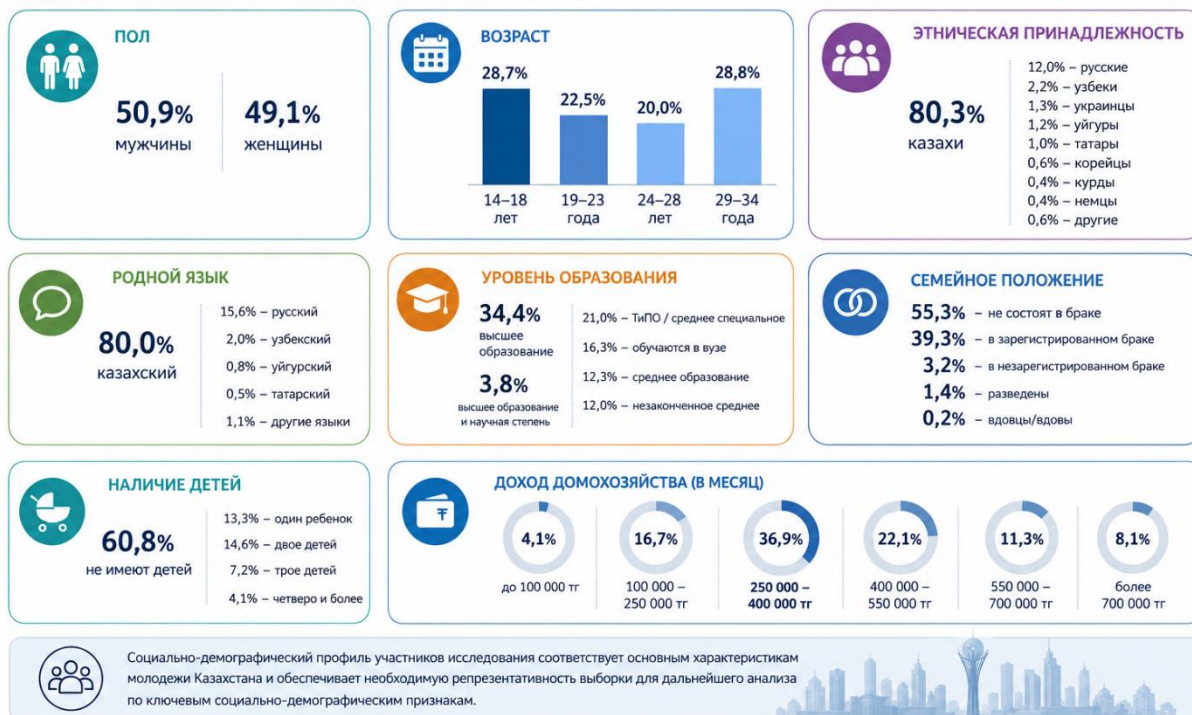
II. РЕЗУЛЬТАТЫ МАССОВОГО ОПРОСА МОЛОДЕЖИ

Социально-демографические характеристики респондентов

Социально-демографический блок анкеты был направлен на изучение основных характеристик респондентов, включая квотные критерии такие как пол, возраст, и случайные: этническая принадлежность, родной язык, уровень образования, семейное положение, наличие детей и уровень дохода домохозяйства.

Кто принял участие в исследовании?

Социально-демографический профиль респондентов (N = ...)



По половому составу выборка практически равномерно распределилась между мужчинами и женщинами: 50,9% респондентов составили мужчины, 49,1% – женщины.

Возрастная структура респондентов приближена к статистическим данным: наибольшую долю составили респонденты в возрасте 29–34 лет – 28,8% и 14–18 лет – 28,7%. Респонденты в возрасте 19–23 лет составили 22,5%, 24–28 лет – 20,0%.

Этнический состав респондентов отражает структуру населения страны. Большинство участников исследования – казахи (80,3%). Русские составили 12,0% выборки. Также в опросе приняли участие представители других этнических групп: узбеки (2,2%), украинцы (1,3%), уйгуры (1,2%), татары (1,0%), корейцы (0,6%), курды и немцы (по 0,4%) и представители ряда других национальностей. Представленность основных этнических групп позволяет анализировать особенности ценностей, установок и общественных настроений молодежи в этническом разрезе.

В этом году в исследование впервые был включен вопрос о родном языке респондентов, что позволяет глубже изучить языковую идентичность молодежи Казахстана. Результаты показывают, что для большинства опрошенных родным является казахский язык – 80,0%. Русский язык назвали родным 15,6%

респондентов, узбекский – 2,0%, уйгурский – 0,8%, татарский – 0,5%. Доля носителей других языков остается незначительной. Полученные данные свидетельствуют о доминирующей роли казахского языка как основного языка этнокультурной социализации молодежи при сохранении языкового многообразия, характерного для Казахстана.

Значительная часть молодежи имеет достаточно высокий образовательный уровень. Так, 34,4% респондентов имеют высшее образование, 3,8% – высшее образование и научную степень. При этом 21,0% участников окончили учреждения профессионально-технического образования или средне специального, 16,3% на момент опроса получали высшее образование. Среднее образование имеют 12,3% респондентов, незаконченное среднее – 12,0%. Полученные данные свидетельствуют о достаточно высоком образовательном потенциале молодежи и широком охвате системой профессионального и высшего образования, что создает благоприятные условия для формирования квалифицированного человеческого капитала.

По семейному положению большинство респондентов являются холостыми или не состоят в браке – 55,3%. В зарегистрированном браке состоят 39,3% респондентов, 3,2% проживают в незарегистрированном браке. Разведенные участники составили 1,4%, лица, потерявшие супруга или супругу – 0,2%. Подобная структура во многом обусловлена возрастными особенностями молодежной группы, значительная часть которой находится на начальном этапе жизненных стратегий.

Этим же объясняются данные о наличии детей: большинство молодежи пока не имеют детей – 60,8%. Одного ребенка имеют 13,3% респондентов, двоих – 14,6%, троих – 7,2%, четырех и более детей – 4,1%. В целом полученные результаты свидетельствуют о том, что для значительной части молодежи создание семьи и рождение детей являются задачами последующих стадий жизненного пути, после завершения образования и достижения определенной социально-экономической стабильности.

Анализ совокупного дохода домохозяйств показывает, что наиболее распространенным является сумма от 250 000 до 400 000 тенге, его указали 36,9% участников исследования. От 400 000 до 550 000 тенге отметили 22,1% домохозяйств, от 100 000 до 250 000 тенге – 16,7%. Более высокий уровень дохода – от 550 000 до 700 000 тенге – 11,3% респондентов, более 700 000 тенге – 8,1%. Доход менее 100 000 тенге указали 4,1% участников исследования. Полученные данные свидетельствуют о том, что большинство молодых домохозяйств сосредоточены в группах с низким и средним уровнем доходов, тогда как доля молодежи, проживающей в семьях с высокими доходами, остается сравнительно небольшой. Это указывает на сохраняющуюся значимость вопросов материального благополучия и экономической стабильности для молодежной среды.

В целом социально-демографический профиль участников исследования соответствует основным характеристикам молодежи Казахстана и обеспечивает необходимую репрезентативность выборки. Это позволяет проводить дальнейший анализ по ключевым социально-демографическим признакам и формулировать обоснованные выводы и рекомендации.

1. ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ И СЕМЕЙНЫЕ УСТАНОВКИ МОЛОДЕЖИ

В данном разделе представлены результаты социологического исследования, посвященного изучению ценностей молодежи. Анализ полученных данных позволяет определить, какие ориентиры и приоритеты являются наиболее значимыми для представителей данной социальной группы, а также выявить особенности их ценностной структуры. Рассмотрение распределения ответов респондентов дает возможность более глубоко понять роль различных факторов в формировании жизненных установок молодежи.

Результаты исследования показали, что наибольшую ценность для молодежи представляет семья, прежде всего в лице родителей – данный вариант выбрали 48,0% респондентов. Также значимой ценностью оказалось здоровье, которое отметили 37,3% участников опроса. Полученные данные свидетельствуют о высокой значимости семейного благополучия и физического состояния в системе жизненных приоритетов молодежи.

Среди других важных ценностей респонденты выделили семью в лице супруга, супруги и детей (24,9%), знание и образование (23,7%), работу и карьеру (21,3%), а также дружбу (21,0%). Достаточно значимыми для молодежи являются свобода и поиск лучшей жизни (19,8%), материально обеспеченная жизнь (19,5%), душевный покой (15,6%), любовь (15,2%) и уважение личных границ (14,5%).

В сравнении данных за 2025 и 2026 годы наблюдаются заметные изменения в системе жизненных ценностей респондентов. В первую очередь фиксируется существенное снижение значимости семьи в обеих ее интерпретациях. Так, ценность семьи в лице родителей снизилась с 68,8% в 2025 году до 48,0% в 2026 году. Аналогично уменьшается значение семьи в лице супруга/супруги и/или детей – с 34,0% до 24,9%. Это указывает на ослабление традиционно ориентированных семейных приоритетов.

Снижается и значимость здоровья – с 44,5% до 37,3%, а также религии и веры – с 18,2% до 13,8%, что может свидетельствовать о постепенном смещении фокуса с традиционно-ценностных ориентиров.

Одновременно наблюдается рост ценности образования и знаний: показатель увеличился с 13,8% до 23,7%, что является одним из наиболее значимых изменений в структуре ценностей. Также усиливается значимость работы и карьеры (с 16,9% до 21,3%), что отражает рост ориентации на профессиональную самореализацию.

Стабильной остается ценность дружбы (20,0% и 21,0%), а также материально обеспеченной жизни (19,8% и 19,5%), что говорит о сохранении базовых социальных и экономических ориентиров без существенных колебаний.

Отдельно следует отметить появление и фиксацию в 2026 году такой категории, как «свобода, поиск лучшей жизни» – 19,8%, что отражает усиление индивидуалистических установок и стремления к самостоятельному жизненному выбору.

Также наблюдается рост значимости эмоционально-психологического благополучия: душевный покой увеличился с 12,8% до 15,6%, любовь – с 12,9% до 15,2%, а ценность личных границ – с 12,0% до 14,5%. Это свидетельствует о повышении внимания к качеству жизни и психологическому комфорту.

Творчество остается наименее значимой ценностью, несмотря на небольшой рост с 1,6% до 2,0%. Доля затруднившихся с ответом респондентов снизилась с 0,5% до 0,3%, что говорит о большей определенности ценностных установок.

В целом можно отметить сдвиг от традиционно-семейных и религиозных ценностей к ценностям индивидуального развития, образования,

профессиональной реализации и личной свободы, при одновременном усилении значимости эмоционального благополучия.

Таблица №2. Распределение ответов на вопрос: «Что для Вас имеет наибольшую ценность в жизни?», %

	2025	2026*
Семья в лице родителей	68,8	48,0
Здоровье	44,5	37,3
Семья в лице супруга/супруги и/или детей	34,0	24,9
Знание, образование	13,8	23,7
Работа, карьера	16,9	21,3
Дружба	20,0	21,0
Свобода, поиск лучшей жизни	-	19,8
Материально обеспеченная жизнь	19,8	19,5
Душевный покой	12,8	15,6
Любовь	12,9	15,2
Личные границы (свои и чужие)	12,0	14,5
Вера, религия	18,2	13,8
Творчество	1,6	2,0
Затрудняюсь ответить	0,5	0,3

*Сумма ответов превышает 100%, так как респондент мог выбрать несколько вариантов ответа

Особый интерес представляют возрастные различия в структуре ценностей молодежи. Семья в лице родителей остается наиболее значимой ценностью во всех возрастных группах, однако ее значимость постепенно снижается по мере взросления молодежи: с 49,7% среди респондентов 14-18 лет до 46,3% среди молодежи 29-34 лет. Данная тенденция является закономерной и отражает естественный процесс взросления, обретения самостоятельности и формирования собственных семей. Одновременно возрастает значимость семьи в лице супруга или супруги и детей: если среди подростков данную ценность отметили лишь 11,3% респондентов, то среди молодежи 29-34 лет этот показатель достигает 38,1%. Это свидетельствует о постепенной трансформации семейных ориентиров от родительской семьи к собственной семье по мере прохождения ключевых жизненных этапов.

Распределение ценности здоровья в возрастном разрезе носит волнообразный характер. Наиболее высокое значение зафиксировано среди молодежи 14-18 лет (39,4%). В группе 19-23 лет данный показатель снижается до 32,8%, после чего вновь начинает расти: до 36,6% среди молодежи 24-28 лет и до 39,0% среди респондентов 29-34 лет. Подобная динамика представляется закономерной. Если для подростков вопросы здоровья во многом связаны с активным образом жизни, спортом и физическим развитием, то в возрасте 19-23 лет приоритеты нередко смещаются в сторону образования, профессионального становления и поиска своего места в обществе. Это также подтверждается и тем, что у группы 19-23 года наибольший процент по ценности работа, карьера (23,1%) и материальное обеспечение жизни (19,7%).

Диаграмма №1. Распределение ответов на вопрос: «Что для Вас имеет наибольшую ценность в жизни?», по возрасту, %



Результаты в гендерном разрезе показывают, что наиболее значимой жизненной ценностью как для мужчин, так и для женщин является семья в лице родителей. Данную позицию отметили 48,4% мужчин и 47,5% женщин, что свидетельствует о высокой значимости семейных отношений и сохранении традиционных семейных ориентиров среди респондентов. Существенное значение для обеих групп также имеют здоровье (36,4% мужчин и 38,1% женщин), семья в лице супруга(и) и детей (25,1% и 24,7%), а также знание и образование (23,3% и 24,2%).

Вместе с тем анализ показывает наличие определенных гендерных различий в системе ценностей. Мужчины чаще, чем женщины, выделяли такие категории, как работа и карьера (24,0% против 18,3%), дружба (22,8% против 19,2%), материально обеспеченная жизнь (20,3% против 18,6%), а также вера и религия (15,5% против 12,0%). Это позволяет предположить, что для мужчин в большей степени характерна ориентация на профессиональную реализацию, социальный статус и материальную стабильность.

Женщины, в свою очередь, чаще отмечали важность душевного покоя (18,8% против 12,5% у мужчин), личных границ (15,9% против 13,2%), свободы и поиска лучшей жизни (20,8% против 18,7%), любви (16,7% против 13,7%). Полученные данные свидетельствуют о большей ориентированности женщин на эмоциональное благополучие, психологический комфорт и качество межличностных отношений.

При общей схожести базовых ценностей мужчины в большей степени ориентированы на внешнюю социальную и профессиональную реализацию, тогда как женщины чаще акцентируют внимание на внутреннем благополучии, эмоциональной гармонии и межличностных отношениях.

Таблица №3. Распределение ответов на вопрос: «Что для Вас имеет наибольшую ценность в жизни?», по гендеру, %

	Мужчины	Женщины
Семья в лице родителей	48,4	47,5
Здоровье	36,4	38,1
Семья в лице супруга/супруги и/или детей	25,1	24,7
Работа, карьера	24,0	18,3
Знание, образование	23,3	24,2
Дружба	22,8	19,2
Материально обеспеченная жизнь	20,3	18,6
Свобода, поиск лучшей жизни	18,7	20,8
Вера, религия	15,5	12,0
Любовь	13,7	16,7
Личные границы (свои и чужие)	13,2	15,9
Душевный покой	12,5	18,8
Творчество	2,0	2,0
Затрудняюсь ответить	0,3	0,3

С учетом высокой значимости семейных ценностей, особую важность приобретает вопрос отношения молодежи к институту брака и семейно-брачным отношениям, поскольку именно он позволяет оценить, как ценность семьи реализуется в практических жизненных установках молодых людей. Отвечая на вопрос о необходимости официальной регистрации брака, большинство молодежи выразили поддержку зарегистрированному браку. Так, 74,9% респондентов считают, что брак необходимо обязательно регистрировать в органах ЗАГС. Это свидетельствует о сохранении высокой значимости официального института брака в общественном сознании молодежи.

Вместе с тем, 13,4% участников исследования полагают, что официальная регистрация брака не является обязательной, 8,0% считают достаточным проведение религиозного обряда, такого как «неке қию», никах или венчание. Затруднились с ответом 3,6% респондентов.

Диаграмма №2. Распределение ответов на вопрос: «Как Вы считаете, обязательно ли регистрировать брак официально?», %



Большинство респондентов вне зависимости от пола считают официальную регистрацию брака обязательной, 70,9% мужчин и 79,1% женщин. Более высокий показатель среди женщин свидетельствует о том, что они в большей степени ориентированы на юридически оформленные семейные отношения и воспринимают официальный брак как важный элемент стабильности и социальной защищенности семьи.

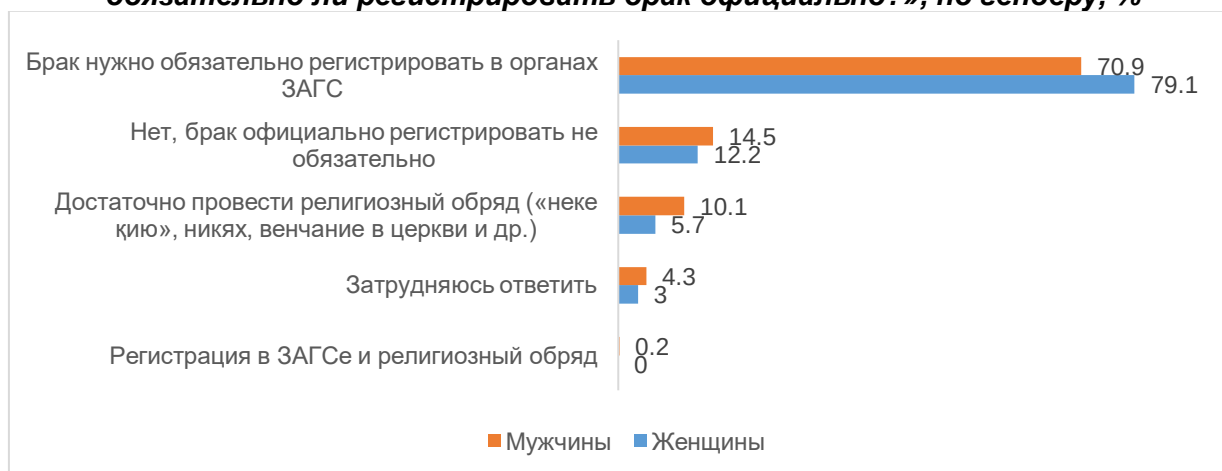
Мнение о том, что официальная регистрация брака не является обязательной, поддержали 14,5% мужчин и 12,2% женщин. Среди мужчин выше

доля тех, кто считает достаточным проведение религиозного обряда без регистрации в органах ЗАГС – 10,1% против 5,7% среди женщин, что может свидетельствовать о более выраженной значимости религиозных традиций и неформальных форм брачных отношений среди мужчин.

Вариант, предусматривающий одновременно регистрацию в ЗАГСе и проведение религиозного обряда был вписан респондентами самостоятельно, поэтому лишь 0,2% мужчин, среди женщин данный вариант не был отмечен. Затруднились с ответом 4,3% мужчин и 3,0% женщин.

В целом результаты показывают преобладание традиционного отношения к институту брака. При этом женщины чаще поддерживают необходимость официальной регистрации брака, тогда как мужчины несколько чаще допускают возможность неофициальных или исключительно религиозных форм семейных отношений.

Диаграмма №3. Распределение ответов на вопрос: «Как Вы считаете, обязательно ли регистрировать брак официально?», по гендеру, %



Высокая поддержка официального института брака свидетельствует о сохранении значимости семьи как социального института. Вместе с тем для более полного понимания семейных установок молодежи необходимо рассмотреть их отношение к традиционным семейным ценностям, которые формируют представления о семейных ролях, взаимоотношениях между поколениями и принципах построения семьи. Оценка отношения молодежи к традиционным семейным ценностям показала, что большинство опрошенных воспринимают их как значимую часть общественной жизни. Так, 49,3% респондентов считают, что традиционные семейные ценности играют важную роль и должны сохраняться. 32,5% полагают, что такие ценности остаются важными, однако требуют адаптации к современным условиям. В то же время 10,4% участников исследования считают, что традиционные семейные ценности имеют значение преимущественно для старшего поколения, 6,3% полагают, что в современном обществе они утратили актуальность. Затруднились с ответом 1,5% респондентов.

Диаграмма №4. Распределение ответов на вопрос: «Какое значение, по Вашему мнению, имеют традиционные семейные ценности в жизни молодежи (уважение к старшим, традиции и т.д.)?», %



Несмотря на высокую значимость традиционных семейных ценностей, выбор брачного партнера молодежь чаще связывает не с формальными социальными характеристиками, а с личностными качествами человека. Это свидетельствует о сочетании традиционных представлений о семье с современным индивидуализированным подходом к построению личных отношений. При выборе партнера молодежь, в первую очередь, ориентируется на личностные качества. Наиболее значимым критерием являются «признаки адал азамат (доброта, честность, порядочность, трудолюбие)» – 52,3%.

Также важную роль играют интеллект (44,3%), возраст (37,3%) и внешние данные (30,4%). Далее отмечают национальность (24,6%), уровень образования (20,4%), финансовое благополучие (18,0%) и родовые/клановые факторы (16,2%).

Религиозность и светскость имеют относительно меньшую значимость (6,0% и 3,0%). В целом наблюдается сочетание современных индивидуальных критериев и традиционных социальных факторов.

Таблица №4. Распределение ответов на вопрос: «На что Вы обращаете внимание при выборе будущей жены/будущего мужа?», %

	Проценты*
Признаки адал азамат (доброта, честность, порядочность, трудолюбие)	52,3
Интеллект (логико-математический и эмоциональный)	44,3
Возраст	37,3
Внешние данные	30,4
Национальность	24,6
Уровень образования	20,4
Финансовое благополучие	18,0
Род (ру, клан)	16,2
Социальный статус родителей	10,2
Карьера	8,8
Религиозность	6,0
Светскость	3,0
Затрудняюсь ответить	1,7

*Сумма ответов превышает 100%, так как респондент мог выбрать несколько вариантов ответа

В гендерном разрезе основные критерии (признаки адал азамат, интеллект, возраст) не имеют существенных различий. Однако далее можно наблюдать различия между полами. Так внешние данные имеют большее значение у мужчин,

чем женщин, 34,2% против 26,4%. А женщины в большей степени ориентированы на социально-экономические характеристики будущего супруга, финансовое благополучие оказалось важным для 25,5% женщин и для 10,7% мужчин. Женщины чаще обращают внимание на карьеру партнера (11,4% против 6,2%) и уровень образования (21,9% против 18,8%). Это может свидетельствовать о более выраженной установке женщин на стабильность и социальную защищенность будущей семьи.

Мужчины, в свою очередь, чаще женщин отмечали значимость национальности (26,5% против 22,5%), принадлежности к роду, ру или клану (18,9% против 13,4%), а также религиозности партнера (6,8% против 5,1%). Данные результаты указывают на несколько более выраженную ориентацию мужчин на традиционные и культурные аспекты выбора брачного партнера.

Социальный статус родителей оказался одинаково значимым для мужчин и женщин – по 10,2%. Наименее популярными критериями стали поддержка, взаимность, любовь, уважение и здоровье, которые набрали минимальные показатели. Небольшая доля респондентов затруднилась с ответом: 2,2% мужчин и 1,1% женщин.

В целом результаты показывают, что при выборе будущего супруга для большинства респондентов первостепенное значение имеют моральные качества и интеллектуальный уровень партнера. При этом женщины чаще ориентируются на финансовую стабильность и социальную успешность, тогда как мужчины несколько больше внимания уделяют внешности, национально-культурным и традиционным характеристикам.

Таблица №5. Распределение ответов на вопрос: «На что Вы обращаете внимание при выборе будущей жены/будущего мужа?», по гендеру, %

	Мужчины	Женщины
Признаки адал азамат (доброта, честность, порядочность, трудолюбие)	51,9	52,7
Интеллект (логико-математический и эмоциональный)	43,4	45,3
Возраст	37,8	36,7
Внешние данные	34,2	26,4
Национальность	26,5	22,5
Род (ру, клан)	18,9	13,4
Уровень образования	18,8	21,9
Финансовое благополучие	10,7	25,5
Социальный статус родителей	10,2	10,2
Религиозность	6,8	5,1
Карьера	6,2	11,4
Светскость	3,0	2,9
Затрудняюсь ответить	2,2	1,1

В предпочтениях городской и сельской молодежи при выборе будущего супруга наблюдаются определенные схожести и различия, связанные с особенностями социальной среды и системы ценностей.

Для обеих групп главным критерием остаются личностные качества партнера – «признаки адал азамат (доброта, честность, порядочность, трудолюбие)». Их отметили 53,2% городской и 50,8% сельской молодежи. Однако городские респонденты заметно чаще обращают внимание на интеллект и эмоциональную совместимость партнера (49,1% против 36,0%), а также несколько чаще учитывают внешние данные (32,1% против 27,5%) и финансовое благополучие (19,1% против 16,0%).

В свою очередь, сельская молодежь чаще ориентируется на традиционные и социально обусловленные характеристики. Для них более значимыми являются

возраст партнера (40,5% против 35,3% в городе), национальность (29,4% против 21,7%), принадлежность к роду или клану (20,9% против 13,5%), социальный статус родителей (14,5% против 7,7%) и религиозность (7,5% против 5,1%).

Таким образом, при выборе будущего супруга как городская, так и сельская молодежь в первую очередь ориентируется на личностные качества. Вместе с тем городская молодежь чаще делает акцент на индивидуальных характеристиках партнера, тогда как для сельской молодежи сохраняют большее значение традиционные, семейные и социальные факторы.

Таблица №6. Распределение ответов на вопрос: «На что Вы обращаете внимание при выборе будущей жены/будущего мужа?», по типу населенного пункта, %

	Город	Село
Признаки адал азамат (доброта, честность, порядочность, трудолюбие)	53,2	50,8
Интеллект (логико-математический и эмоциональный)	49,1	36,0
Возраст	35,3	40,5
Внешние данные	32,1	27,5
Национальность	21,7	29,4
Уровень образования	19,3	22,2
Финансовое благополучие	19,1	16,0
Род (ру, клан)	13,5	20,9
Карьера	9,0	8,4
Социальный статус родителей	7,7	14,5
Религиозность	5,1	7,5
Светскость	3,1	2,7
Затрудняюсь ответить	2,0	1,1

Если при выборе партнера молодежь ориентируется на личные качества, то не менее важным является понимание того, какие факторы она считает недопустимыми в семейной жизни и способными привести к разводу. Наиболее неприемлемым фактором в семейных отношениях респонденты считают измену супруга или супруги – отметили 48,9% участников опроса. Это свидетельствует о высокой значимости верности, доверия и эмоциональной лояльности в представлениях молодежи о семейной жизни. Полученные данные во многом согласуются с критериями выбора партнера, где молодые люди также в первую очередь ориентируются на такие качества, как честность, порядочность и ответственность.

Второй по значимости причиной расторжения брака молодежь называет физическое насилие (41,2%). Кроме того, 19,2% респондентов указали психологическое насилие.

Существенным фактором риска для семьи также воспринимаются алкогольная или наркотическая зависимость одного из супругов (33,4%). 19,8% респондентов выбрали вариант «злоупотребление азартными играми». Это указывает на негативное восприятие зависимого поведения как угрозы стабильности семьи и благополучию партнеров.

Около четверти респондентов считают серьезной причиной для развода несовместимость характеров (24,2%), 20,9% – отсутствие любви и эмоциональной привязанности. Таким образом, эмоциональная совместимость и психологический комфорт играют для молодежи не менее важную роль, чем формальные семейные обязательства.

Значительно реже молодежь отметили такие варианты как невозможность иметь детей (9,8%), различия в жизненных планах и целях (9,6%) и неуважение к родителям супруга/и или родственникам (9,2%), различия в религиозных

убеждениях (6,3%), традициях и обычаях (5,9%), а также финансовые трудности (5,6%). Это может свидетельствовать о том, что для большинства молодых людей межличностные и эмоциональные аспекты брака имеют большее значение, чем социальные или культурные различия.

В отличие от более традиционных представлений, где сохранение брака зачастую рассматривалось как приоритет независимо от обстоятельств, современная молодежь в большей степени ориентирована на качество межличностных отношений и личное благополучие.

Таблица №7. Распределение ответов на вопрос: «Какие из нижеперечисленных причин могут для Вас послужить к расторжению брака?», %

	Проценты*
Измена супруга/и	48,9
Физическое насилие	41,2
Алкогольная или наркотическая зависимость одного из супругов	33,4
Несовместимость характеров	24,2
Отсутствие любви и привязанности	20,9
Злоупотребление азартными играми	19,8
Психологическое насилие	19,2
Невозможность иметь детей	9,8
Различия в жизненных планах и целях	9,6
Неуважение к родителям супруга/и или родственникам	9,2
Различия в религиозных убеждениях	6,3
Различия в традициях, обычаях	5,9
Финансовые трудности	5,6
Нетрадиционная сексуальная ориентация	5,0
Расстояние и географическое разделение	4,2
Неудовлетворительная сексуальная жизнь	3,1
Затрудняюсь ответить	3,0

*Сумма ответов превышает 100%, так как респондент мог выбрать несколько вариантов ответа

В целом, женщины чувствительнее к насилию и зависимостям партнера, мужчины – к измене, эмоциональному отчуждению и проблеме отсутствия детей. Остальные причины демонстрируют незначительные гендерные различия. Согласно результатам, женщины чаще мужчин указывают на физическое (52,7% против 30,1%) и психологическое насилие (22,2% против 16,2%), а также на алкогольную или наркотическую зависимость партнера (36,7% против 30,1%) как повод для развода. Мужчины несколько чаще называют измену (49,9% против 47,8%), отсутствие любви и привязанности (23,0% против 18,8%) и невозможность иметь детей (12,1% против 7,3%). Причины, связанные с несовместимостью характеров, финансовыми трудностями, азартными играми и сексуальной неудовлетворенностью, имеют схожую значимость для обоих полов.

Таблица №8. Распределение ответов на вопрос: «Какие из нижеперечисленных причин могут для Вас послужить к расторжению брака?», по гендеру, %

	Мужчины	Женщины
Физическое насилие	30,1	52,7
Измена супруга/и	49,9	47,8
Алкогольная или наркотическая зависимость одного из супругов	30,1	36,7
Несовместимость характеров	25,6	22,6
Психологическое насилие	16,2	22,2
Злоупотребление азартными играми	18,5	21,1
Отсутствие любви и привязанности	23,0	18,8
Различия в жизненных планах и целях	10,5	8,7
Неуважение к родителям супруга/и или родственникам	10,2	8,2

Невозможность иметь детей	12,1	7,3
Различия в религиозных убеждениях	7,0	5,6
Финансовые трудности	6,0	5,2
Различия в традициях, обычаях	7,3	4,4
Нетрадиционная сексуальная ориентация	5,9	4,0
Расстояние и географическое разделение	4,8	3,6
Неудовлетворительная сексуальная жизнь	3,1	3,0
Затрудняюсь ответить	3,7	2,2

Выводы

1. Сохранение семейных ценностей остается важной особенностью молодежи, несмотря на снижение их значимости. Молодежь по-прежнему в наибольшей степени ценит семью (48,0%), здоровье (37,3%), образование (23,7%) и работу/карьеру (21,3%), однако наблюдается снижение значимости традиционных ориентиров и рост индивидуальных ценностей. Усиливается роль свободы и поиска лучшей жизни (19,8%), душевного покоя (15,6%), любви (15,2%) и личных границ (14,5%).

С возрастом снижается значимость семьи в лице родителей (с 49,7% до 46,3%), но растет ценность собственной семьи (с 11,3% до 38,1%).

2. Официальный брак сохраняет высокий уровень общественной поддержки среди молодежи. Почти три четверти опрошенных (74,9%) считают обязательной официальную регистрацию брака, причем среди женщин этот показатель выше (79,1%), чем среди мужчин (70,9%). Лишь 13,4% молодежи считают регистрацию необязательной.

3. При выборе будущего супруга молодежь в первую очередь ориентируется на личностные качества партнера. Наиболее значимыми критериями выступают доброта, честность, порядочность и трудолюбие (52,3%), интеллект (44,3%) и возраст (37,3%). При этом женщины чаще обращают внимание на финансовое благополучие партнера (25,5%), а мужчины на внешность (34,2%) и национально-культурные характеристики (26,5%).

4. Городская и сельская молодежь демонстрируют различия в подходах к выбору брачного партнера и имеет более традиционное видение. Городские жители чаще ориентируются на интеллект (49,1% против 36,0% в сельской местности), внешние данные и финансовое благополучие, тогда как для сельской молодежи более значимыми являются возраст (40,5%), национальность (29,4%), принадлежность к роду или клану (20,9%) и религиозность (7,5%).

5. Для молодежи ключевыми основаниями для расторжения брака являются нарушение доверия и насилие. Наиболее неприемлемыми причинами названы измена супруга или супруги (48,9%) и физическое насилие (41,2%). Также существенными факторами считаются алкогольная или наркотическая зависимость одного из супругов (33,4%), несовместимость характеров (24,2%) и отсутствие любви (20,9%). Гендерные различия проявляются и в оценке причин развода. Женщины значительно чаще мужчин рассматривают физическое насилие (52,7% против 30,1%), психологическое насилие (22,2% против 16,2%) и зависимости партнера (36,7% против 30,1%) как основания для расторжения брака. Мужчины несколько чаще указывают измену (49,9%), отсутствие любви (23,0%) и невозможность иметь детей (12,1%).

2. ИДЕНТИЧНОСТЬ И ЗДОРОВЬЕ МОЛОДЕЖИ

В рамках исследования были изучены особенности самоидентификации молодежи, отношение к гражданским символам, уровень религиозности, а также восприятие межэтнического согласия в местах проживания. Данный блок вопросов позволяет оценить, какие социальные и культурные характеристики молодежь считает наиболее значимыми для собственной идентичности, а также выявить особенности общественных и ценностных установок молодого поколения.

Результаты исследования показывают, что наиболее значимым фактором самоидентификации для молодежи является гражданская принадлежность. Так, 36,8% респондентов отметили гражданство как главный признак, с которым они ассоциируют себя в первую очередь. Значительно реже респонденты связывают свою идентичность с этничностью (13,1%), полом (12,8%) и религией (9,0%). Родовая принадлежность («ру») имеет значение для 7,2% участников исследования, а возрастная группа – для 7,8%. Региональные и локальные характеристики как область, город, район или село играют существенно меньшую роль в самоидентификации молодежи.

В сравнении с 2025 годом в 2026 году несколько снизилась значимость гражданства (36,8% против 38,1%), однако оно остается главным признаком самоидентификации. Одновременно возросла роль религии (9,0% против 4,9%), этничности (13,1% против 12,4%) и пола (12,8% против 11,5%). Напротив, уменьшилась значимость города проживания (2,7% против 4,4%), учебного заведения (1,7% против 3,5%) и возрастной группы (7,8% против 8,5%).

В целом наблюдается усиление значимости этнокультурных и религиозных аспектов самоидентификации при сохранении ведущей роли гражданской идентичности.

Таблица №9. Распределение ответов на вопрос: «Какие из следующих признаков Вы считаете наиболее важными для Вашей самоидентификации?», %

	2025	2026
Гражданство	38,1	36,8
Этничность	12,4	13,1
Пол	11,5	12,8
Религия	4,9	9,0
Возрастная группа	8,5	7,8
Род (ру)	6,4	7,2
Затрудняюсь ответить	7,2	6,4
Города	4,4	2,7
Учебное заведение, где учился	3,5	1,7
Область	2,0	1,4
Район (село, поселок и т.д.)	0,9	0,9
Ценности	-	0,1
Окружение	-	0,1

В разрезе этнической принадлежности для большинства групп наиболее важным признаком самоидентификации является гражданство, особенно среди казахов (37,9%), русских (37,1%) и узбеков (32,6%). В то же время среди украинцев (28,0%), уйгуров (21,7%) и представителей других этносов (26,6%) сравнительно более значимую роль играет этничность. Узбеки заметно чаще других групп связывают самоидентификацию с полом и возрастной группой (по 25,6%), тогда как среди русских значимость пола составляет 16,7%. Для казахов характерно сочетание гражданской идентичности с умеренно выраженной ролью этничности

(12,7%) и возрастной группы (9,2%). Среди русских относительно выше значимость религии (11,7%), а среди украинцев этот показатель достигает 12,0%.

Таблица №10. Распределение ответов на вопрос: «Какие из следующих признаков Вы считаете наиболее важными для Вашей самоидентификации», по этносу, %

	Казах, казашка	Русский, русская	Узбек, узбечка	Украинец, украинка	Уйгур, уйгурка	Другие
Гражданство	37,9	37,1	32,6	20,0	17,4	26,6
Этничность	12,7	10,0	9,3	28,0	21,7	26,6
Пол	12,1	16,7	25,6	16,0	8,7	10,9
Религия	7,7	11,7	0,0	12,0	4,3	3,1
Возрастная группа	9,2	4,2	25,6	4,0	8,7	10,9

В целом, результаты исследования свидетельствуют о том, что основу самоидентификации молодежи составляет гражданская принадлежность, которая сохраняет ведущие позиции независимо от этнической принадлежности респондентов. При этом в сравнении с предыдущим годом наблюдается некоторое усиление значимости этнических и религиозных факторов. Гражданская идентичность молодежи в значительной степени опирается на государственные символы, которые выступают ключевыми маркерами чувства принадлежности к стране. В целом данные указывают на преобладание гражданской идентичности при сохранении важной роли этнокультурных особенностей в структуре самовосприятия молодежи.

Среди респондентов, которые указали гражданство как важный элемент своей идентичности, наибольшую значимость имеют государственные символы – флаг, герб и гимн (40,6%). Это свидетельствует о высокой символической роли официальных атрибутов государства в формировании чувства принадлежности к стране.

Вторым по значимости символом является паспорт гражданина Республики Казахстан, который отметили 21,0% респондентов. Важную роль также играют национальные культурные символы и традиции (12,9%), что указывает на связь гражданской идентичности с культурным наследием и национальными традициями.

Реже молодежь связывает гражданскую принадлежность с национальной валютой (7,6%), государственными праздниками (7,1%) или военной символикой (1,9%). Небольшая часть (3,0%) респондентов отметила, что ни один из предложенных символов не вызывает у них особой ассоциации с гражданской принадлежностью.

Таблица №11. Распределение ответов на вопрос: «Какие символы гражданской принадлежности Вам нравятся больше всего?», (ответили только те, кто отметил вариант «гражданство» в предыдущем вопросе), %

	Проценты
Государственные символы (флаг, герб, гимн)	40,6
Паспорт гражданина Республики Казахстан	21,0
Национальные культурные символы и традиции	12,9
Национальная валюта (тенге)	7,6
Государственные праздники и памятные даты	7,1
Затрудняюсь ответить	5,7
Ни один из перечисленных	3,0
Военная форма и атрибуты службы Родине	1,9

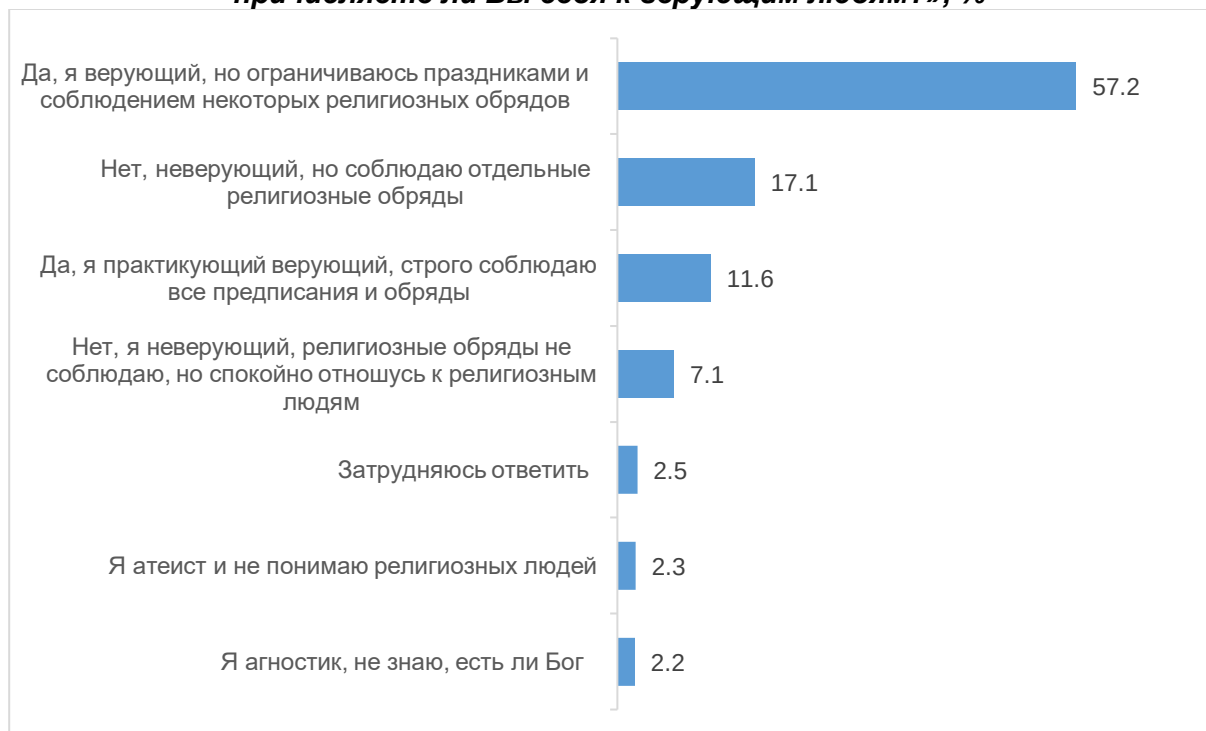
Если государственные символы отражают гражданскую принадлежность молодежи к стране, то религиозная идентичность позволяет оценить духовные и

мировоззренческие ориентиры молодого поколения. В этой связи важным является анализ отношения молодежи к вопросам веры и религии.

Результаты исследования показали, что большинство молодежи в той или иной степени относит себя к верующим людям. Наиболее распространенной является умеренная форма религиозности: 57,2% респондентов отметили, что считают себя верующими, однако ограничиваются соблюдением отдельных праздников и религиозных обрядов. 11,6% молодых людей охарактеризовали себя как практикующих верующих, строго соблюдающих религиозные предписания. Таким образом, совокупно около двух третей молодежи в той или иной форме идентифицируют себя с религией.

Часть респондентов придерживается более светских взглядов. Так, 7,1% сообщили, что не являются верующими, хотя спокойно относятся к религиозным людям, 2,3% назвали себя атеистами, 2,2% – агностиками. 17,1% сообщили, что являются неверующими, но соблюдают отдельные религиозные обряды. Полученные данные свидетельствуют о преобладании умеренной религиозности при сохранении определенного мировоззренческого разнообразия в молодежной среде.

Диаграмма №5. Распределение ответов на вопрос: «Скажите, пожалуйста, причисляете ли Вы себя к верующим людям?», %

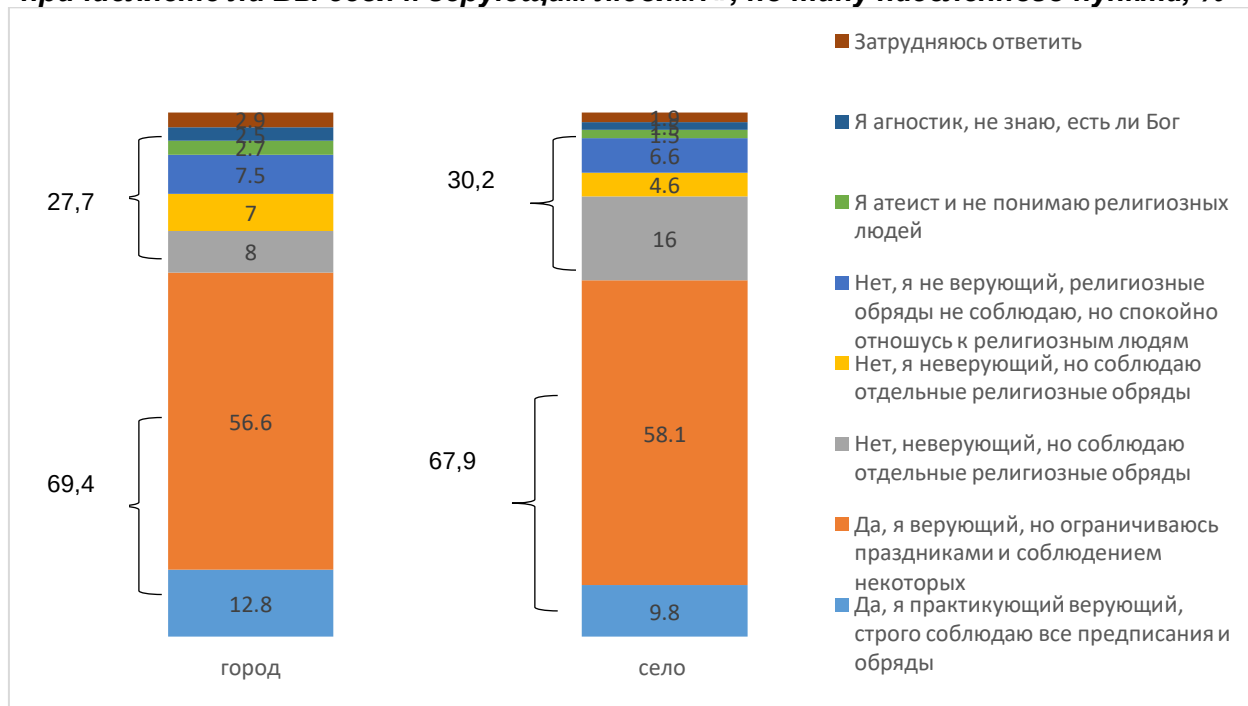


В целом большинство респондентов отнесли себя к верующим, соблюдающим частично религиозные обряды. Если рассматривать данный вопрос по типу населенного пункта, то в городах практикующими верующими себя называют 12,8% респондентов, а верующими, соблюдающими частично религиозные предписания – 56,6%. В сельской местности доля практикующих верующих немного ниже – 9,8%, а верующих с частичным соблюдением предписаний – 58,1%.

Не верующих, но участвующих в отдельных религиозных обрядах, в городах 8%, а в селе – 16%. Категории «не верующий и не соблюдаю обряды» составляют 7–7,5% в городах и 4,6–6,6% в селах.

Таким образом, суммарно в городе религиозной молодежи больше, чем в сельской местности (69,4% против 67,9%). Результаты показывают, что сельская молодежь чуть чаще идентифицирует себя с верой через участие в праздниках и обрядах, тогда как городская молодежь немного больше склонна к строгой религиозной практике.

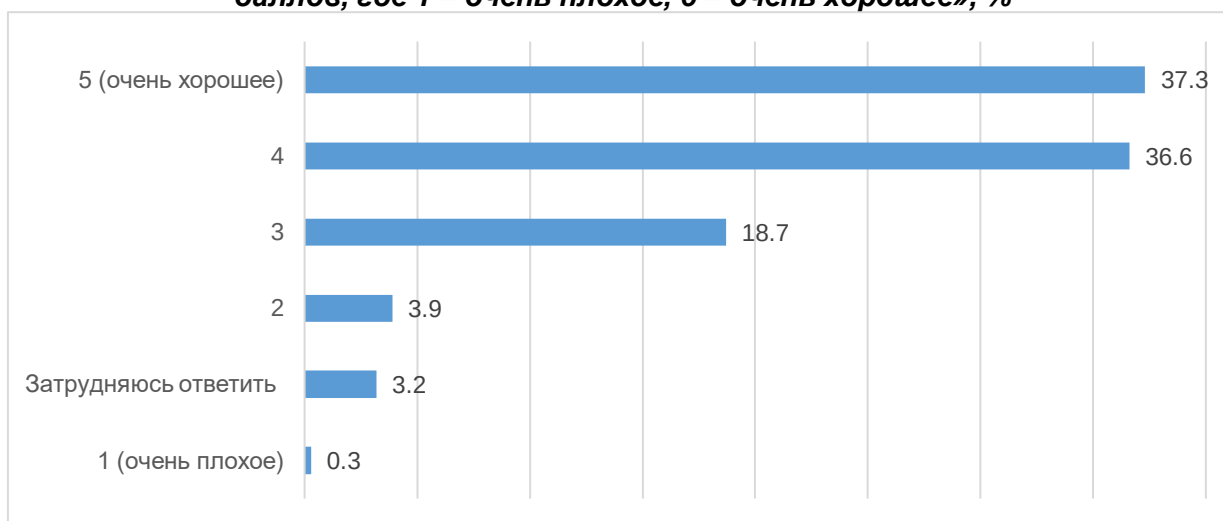
Диаграмма №6. Распределение ответов на вопрос: «Скажите, пожалуйста, причисляете ли Вы себя к верующим людям?», по типу населенного пункта, %



При этом религиозная ситуация является лишь одной из составляющих общественной стабильности и социальной гармонии. Для многонационального Казахстана не менее важным индикатором общественного благополучия выступает состояние межэтнических отношений и уровень межнационального согласия в молодежной среде. Оценка уровня межнационального согласия в населенных пунктах показывает преимущественно позитивное восприятие межнациональных отношений. Большинство респондентов оценивают ситуацию как благополучную: 37,3% респондентов поставили максимальную оценку «5», 36,6% – оценку «4». Среднюю оценку «3» выбрали 18,7% участников исследования, тогда как низкие оценки «1» и «2» суммарно составили 4,2%.

Результаты свидетельствуют о достаточно высоком уровне общественной стабильности и позитивного восприятия межэтнических отношений среди молодежи. Это также может указывать на значимость ценностей общественного согласия и мирного сосуществования различных этнических групп в молодежной среде.

Диаграмма №7. Распределение ответов на вопрос: «Оцените уровень межнационального согласия в Вашем населенном пункте по шкале от 1 до 5 баллов, где 1 – очень плохое, 5 – очень хорошее», %



Для анализа региональных различий в оценках молодежи использована индексация результатов по пятибалльной шкале. В целях повышения наглядности каждому варианту ответа присваивается соответствующий вес: доля респондентов, поставивших оценку «5», умножается на 5, оценку «4» – на 4, оценку «3» – на 3 и т.д. Полученные значения суммируются, после чего итоговый показатель делится на долю респондентов, давших содержательный ответ (без учета затруднившихся ответить). В результате формируется интегральный индекс со значениями от 1 до 5 баллов, позволяющий корректно сравнивать оценки между регионами.

Наиболее высокий показатель зафиксирован в области Ұлытау (4,5 балла), единственный который превышает среднереспубликанский уровень (4,1 балла). Относительно высокие оценки также наблюдаются в Мангистауской (4,0) и Кызылординской (3,9), в Акмолинской области (3,8 балла), в Актюбинской области и городе Астана по 3,7 балла, в Костанайской, Северо-Казахстанской областях и городе Шымкент по 3,6 балла. Несколько ниже показатели зафиксированы в Абайской, Жетісу и Карагандинской областях (по 3,5 балла), а также в Алматинской, Жамбылской, Павлодарской и Туркестанской областях (по 3,3 балла).

Наиболее низкие значения индекса отмечены в Атырауской и Западно-Казахстанской областях (по 3,1 балла), в Восточно-Казахстанской области (3,0 балла), а также в городе Алматы (2,9 балла).

В целом результаты показывают, что, несмотря на преобладание средне-высоких оценок межнационального согласия, сохраняются выраженные региональные различия, где более высокие показатели характерны для ряда западных и северных областей, а более низкие для крупных городов и отдельных восточных и южных регионов.

Таблица №12. Распределение ответов на вопрос: «Оцените уровень межнационального согласия в Вашем населенном пункте по шкале от 1 до 5 баллов, где 1 – очень плохое, 5 – очень хорошее», в разрезе регионов

Область	Индекс*
Ұлытау	4,5
Республика Казахстан	4,1
Мангистауская	4
Кызылординская	3,9

Акмолинская	3,8
Актюбинская	3,7
г. Астана	3,7
Костанайская	3,6
Северо-Казахстанская	3,6
г. Шымкент	3,6
Абай	3,5
Жетісу	3,5
Карагандинская	3,5
Алматинская	3,3
Жамбылская	3,3
Павлодарская	3,3
Туркестанская	3,3
Атырауская	3,1
Западно-Казахстанская	3,1
Восточно-Казахстанская	3
г. Алматы	2,9

Помимо вопросов идентичности важным аспектом изучения молодежи является состояние ее физического, психологического и репродуктивного здоровья. Установки и модели поведения в данной сфере во многом отражают уровень информированности молодежи, ее ценностные ориентиры и готовность к ответственному отношению к собственному будущему.

В рамках исследования был рассмотрен комплекс вопросов, связанных с репродуктивным и сексуальным здоровьем молодежи. Блок охватывает источники получения информации, уровень знаний о венерических заболеваниях, отношение к сексуальному просвещению, нормы сексуального поведения, а также репродуктивные установки.

Согласно результатам исследования, наиболее авторитетным источником информации о репродуктивном и сексуальном здоровье молодежь чаще всего называет медицинских специалистов. В этой группе лидирует обращение к профильным врачам (гинекологам, урологам, репродуктологам) – 27,7%, а также семейным врачам (11,6%). Дополнительно менее значимыми, но все же используемыми источниками являются СПИД-центры (5,3%) и горячие линии (5,1%). В совокупности медицинские источники формируют наиболее доверенный канал информации.

Вторую по значимости группу составляют информационные и образовательные источники (в сумме 45%). Среди них наиболее часто упоминаются печатные материалы в медицинских учреждениях (13,7%), социальные сети и блогеры (9,5%), школьные занятия (9,3%) и документальные фильмы (8,4%). Наименее значимыми являются обсуждения на форумах (4,1%).

Третью группу образует ближайшее социальное окружение (33%), включающее семейные обсуждения (16,4%) и друзей/ровесников (16,6%), что указывает на высокую роль неформальных каналов передачи информации.

Отдельно выделяется группа информационной дистанцированности и неопределенности (35,7%). В нее входят респонденты, которые стесняются обсуждать такие темы (7,9%), не получают подобную информацию (11,1%), затрудняются ответить (2,3%), а также значительная доля отказов от ответа (14,4%).

Информационное поле по вопросам репродуктивного и сексуального здоровья среди молодежи является смешанным: доминируют доверие к медицинским специалистам и образовательным источникам, однако значительную роль сохраняют неформальные каналы (семья и друзья), при этом

заметна высокая доля информационной неопределенности и социального табуирования темы.

Таблица №13. Распределение ответов на вопрос: «Укажите самые авторитетные для Вас источники информации о репродуктивном и сексуальном здоровье?», %

Группы	Ответы	Проценты*	Сумма
Медицинские специалисты	Разговор с моим гинекологом/урологом/репродуктологом	27,7	49,7
	Разговор с моим семейным врачом	11,6	
	Спид-центр	5,3	
	Горячая линия	5,1	
Информационные и образовательные источники	Печатные материалы в медучреждениях	13,7	45
	Блогеры/социальные сети	9,5	
	Школьные уроки и обсуждения	9,3	
	Документальные фильмы	8,4	
	Обсуждения на форумах	4,1	
Информационная дистанцированность и неопределенность	Стесняюсь обсуждать или спрашивать	7,9	35,7
	Затрудняюсь ответить	2,3	
	Отказ от ответа	14,4	
	Я не получаю такую информацию	11,1	
Ближайшее социальное окружение	Семейные обсуждения	16,4	33
	Ровесники/друзья	16,6	

*Сумма ответов превышает 100%, так как респондент мог выбрать несколько вариантов ответа

Интересным представляется возрастной разрез ответов. В целом структура источников информации остается схожей во всех возрастных группах, однако степень доверия к отдельным каналам заметно различается.

Так, по мере взросления молодежи возрастает роль медицинских специалистов как источника информации о репродуктивном и сексуальном здоровье. Если среди подростков 14-18 лет разговор с гинекологом, урологом или репродуктологом назвали авторитетным источником 22,2% респондентов, то среди молодежи 29-34 лет данный показатель достигает 30,7%. Аналогичная динамика наблюдается и в отношении семейного врача: от 10,8% среди младшей группы до 13,2% среди старшей.

В то же время для подростков значительно большую роль играют неформальные и образовательные каналы получения информации. Так, школьные уроки и обсуждения отметили 15,4% молодежи 14–18 лет, тогда как среди респондентов 29–34 лет этот показатель составляет лишь 5,4%. Более востребованными у подростков остаются также друзья и сверстники (19,2% против 14,7% среди старшей группы), а также блогеры и социальные сети (11,5% против 7,6% соответственно).

Именно среди молодежи 14-18 лет наблюдается наиболее высокая доля тех, кто испытывает затруднения при получении информации о репродуктивном и сексуальном здоровье. Так, 13,1% подростков признались, что стесняются обсуждать подобные вопросы, 12,0% вообще не получают такую информацию. Данные показатели существенно превышают значения старших возрастных групп и могут свидетельствовать о сохраняющемся дефиците доступного и доверительного информирования подростков по вопросам репродуктивного здоровья.

Таким образом, возраст оказывает заметное влияние на выбор источников информации: младшие когорты чаще ориентируются на школу, друзей и

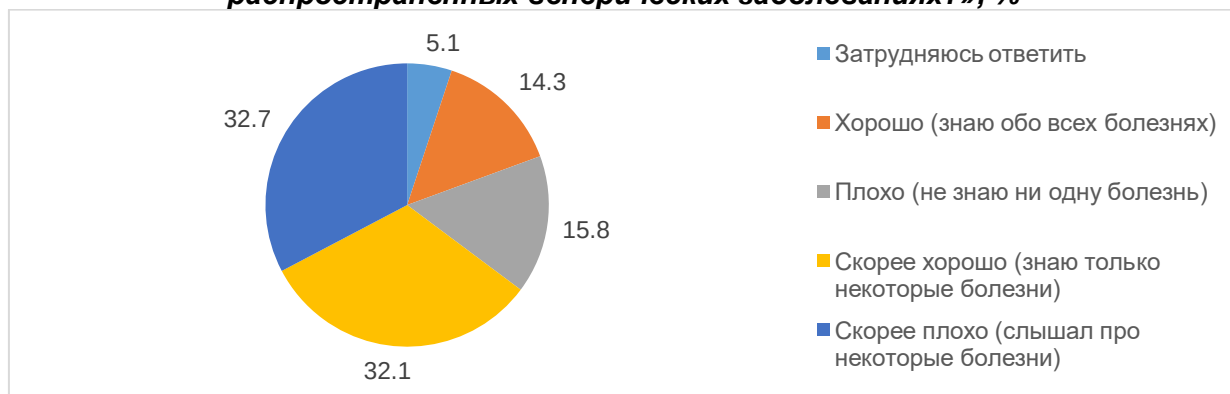
цифровую среду, тогда как старшая молодежь в большей степени доверяет медицинским специалистам и официальным каналам получения информации.

Таблица №14. Распределение ответов на вопрос: «Укажите самые авторитетные для Вас источники информации о репродуктивном и сексуальном здоровье?», по возрасту, %

	14-18 лет	19-23 года	24-28 лет	29-34 года
Разговор с моим гинекологом/урологом/репродуктологом	22,2	29,3	29,6	30,7
Ровесники/друзья	19,2	17,7	14,3	14,7
Семейные обсуждения	16,8	14,4	17,8	16,6
Отказ от ответа	13,3	13,3	14,8	15,9
Печатные материалы в медучреждениях	11,0	14,4	15,0	14,7
Разговор с моим семейным врачом	10,8	11,1	11,0	13,2
Я не получаю такую информацию	12,0	11,8	10,3	10,2
Блогеры/социальные сети	11,5	10,6	7,8	7,6
Школьные уроки и обсуждения	15,4	9,8	5,5	5,4
Документальные фильмы	6,8	8,9	8,8	9,2
Стесняюсь обсуждать или спрашивать	13,1	6,0	7,0	4,9
Спид-центр	4,2	6,7	4,5	5,7
Горячая линия	5,2	4,4	6,8	4,3
Обсуждения на форумах	2,8	5,1	4,5	4,3
Затрудняюсь ответить	2,4	1,6	3,0	2,3

Самооценка знаний о венерических заболеваниях демонстрирует средний уровень информированности. Так, 32,7% респондентов считают свои знания скорее недостаточными, 32,1% – скорее достаточными, но неполными. Хорошо информированными себя считают 14,3% молодежи, тогда как 15,8% признались, что знают очень мало или не знают вовсе. Затруднились с ответом 5,1% участников. В целом результаты указывают на необходимость усиления просветительской работы в данной области.

Диаграмма №8. Распределение ответов на вопрос: «Каковы Ваши знания о распространенных венерических заболеваниях?», %



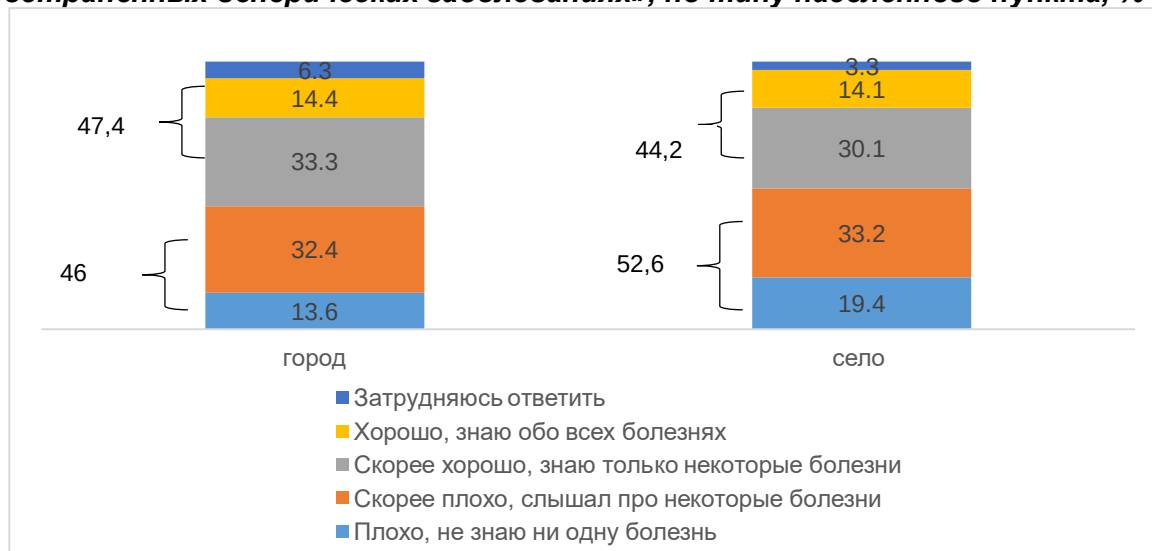
Согласно данным, уровень знаний о распространенных венерических заболеваниях несколько различается в зависимости от типа населенного пункта. В городах доля респондентов, считающих, что они «плохо знают или не знают заболеваний», составляет 13,6%, тогда как в сельской местности этот показатель выше – 19,4%, что указывает на более низкий уровень информированности в селе.

При этом самооценка «скорее хорошо, знаю только некоторые болезни» также выше в сельской местности (33,2% против 32,4% в городе). Доля тех, кто считает, что «хорошо знает все болезни», сопоставима в обоих типах поселений

(около 14%). В городах несколько выше доля респондентов, затруднившихся с ответом (6,3% против 3,3% в селе).

В целом городская молодежь демонстрирует немного более высокий уровень информированности о венерических заболеваниях, тогда как в сельской местности наблюдается больший разрыв в знаниях и более высокая доля недостаточно информированных респондентов.

Диаграмма №9. Распределение ответов на вопрос: «Каковы Ваши знания о распространенных венерических заболеваниях», по типу населенного пункта, %



Отношение к введению уроков сексуального просвещения в школах в целом скорее положительное. Поддерживают идею 61,0% респондентов: 32,0% считают, что это повысит уровень знаний, 29,0% – что снизит количество нежелательных беременностей.

В то же время 32,6% относятся к инициативе отрицательно, считая тему стыдной (17,3%) либо опасаясь раннего начала половой жизни (15,3%). Затруднились с ответом 6,4%.

Диаграмма №10. Распределение ответов на вопрос: «Как Вы считаете, должен ли быть урок по сексуальному / половому просвещению в школах?», %



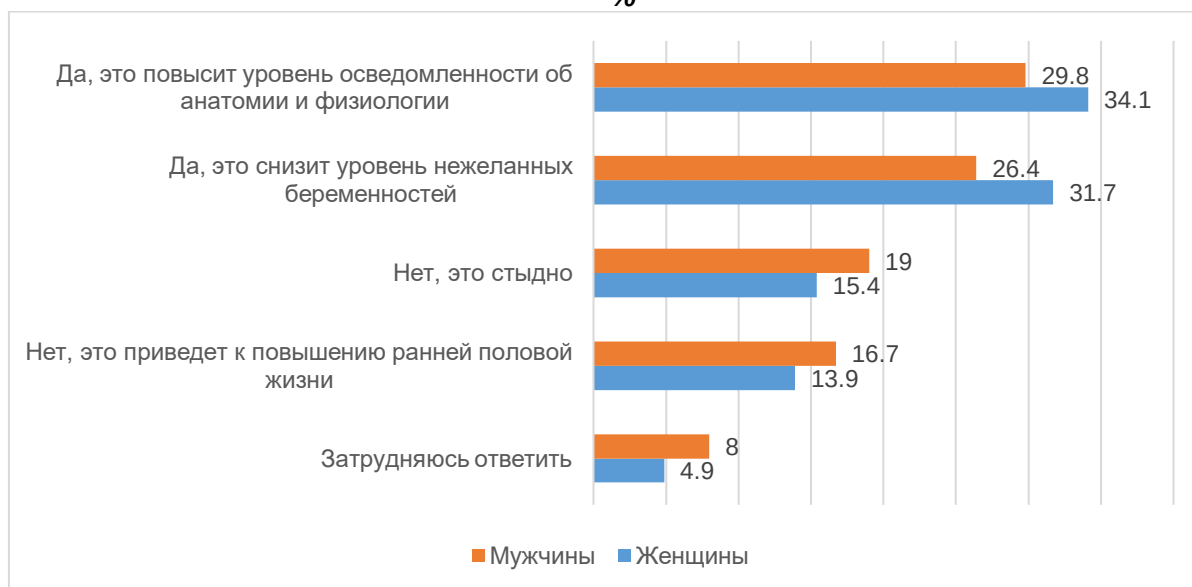
Наиболее распространенной позицией среди мужчин и женщин стало мнение о том, что такие занятия способны повысить уровень осведомленности школьников об анатомии и физиологии человека – данную точку зрения поддержали 29,8% мужчин и 34,1% женщин. Женщины чаще мужчин

поддерживают введение соответствующих уроков в образовательный процесс. Это может быть связано с более высокой обеспокоенностью вопросами репродуктивного здоровья, информированности и профилактики социальных рисков. Кроме того, 26,4% мужчин и 31,7% женщин считают, что половое просвещение позволит снизить уровень нежеланных беременностей.

В то же время часть респондентов отрицательно относится к сексуальному просвещению в школах. Так, мнение о том, что подобные темы являются «стыдными», выразили 19,0% мужчин и 15,4% женщин. 16,7% мужчин и 13,9% женщин полагают, что такие уроки могут привести к более раннему началу половой жизни среди подростков. Возможно, мужчины придерживаются более консервативных взглядов по данному вопросу.

В целом результаты демонстрируют преобладание положительного отношения к сексуальному просвещению в школах, особенно среди женщин.

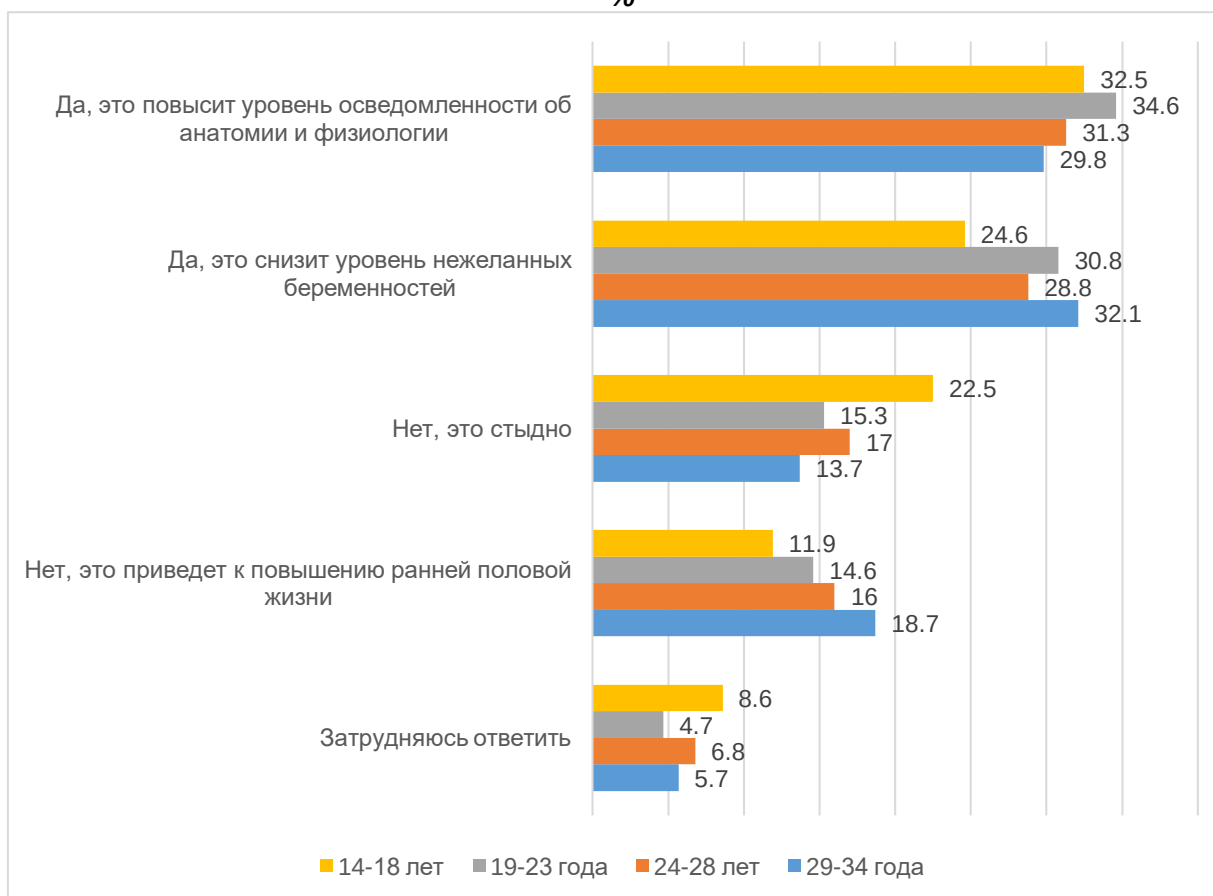
Диаграмма №11. Распределение ответов на вопрос: «Как Вы считаете, должен ли быть урок по сексуальному / половому просвещению в школах?», по гендеру, %



В возрастном разрезе, вариант ответа «да, это повысит уровень осведомленности об анатомии и физиологии» выбрали около трети опрошенных во всех возрастных группах (29,8–34,6%). Также многие считают, что такие уроки помогут снизить уровень нежелательных беременностей. Особенно часто это мнение встречается среди респондентов 19–34 лет (28,8–32,1%), тогда как среди подростков показатель ниже – 24,6%.

Негативные оценки встречаются реже. Мнение, что обсуждать такие темы «стыдно», чаще выражают подростки 14–18 лет (22,5%), а с возрастом этот показатель снижается до 13,7%. Опасение, что половое просвещение приведет к ранней половой жизни, напротив, несколько возрастает у старших групп (с 11,9% до 18,7%).

Диаграмма №12. Распределение ответов на вопрос: «Как Вы считаете, должен ли быть урок по сексуальному/половому просвещению в школах?», по возрасту, %



Большинство респондентов считают оптимальным возрастом для вступления в половую жизнь диапазон 18–23 года: среди женщин его выбрали 70,5%, среди мужчин – 65,3%. Раннее начало (15–17 лет) реже рассматривается, при этом мужчины в этом диапазоне почти вдвое активнее женщин (8,3% против 4,1%). Поздний возраст (24–30 лет) выбирают немного больше мужчин (14,6%) по сравнению с женщинами (11,9%).

Кроме того, женщины чаще мужчин указывают неопределенные или индивидуальные варианты, такие как «после свадьбы» или «каждый человек сам решает» (13,5% против 11,5%).

Оптимальный возраст для начала половой жизни молодежь видит в диапазоне 18-23 лет, однако мужчины склонны к более ранним или более поздним вариантам, а женщины чаще ориентируются на средний диапазон и индивидуальные решения.

Таблица №15. Распределение ответов на вопрос: «Как Вы считаете, в каком возрасте следует вступать в половую жизнь?», %

Диапазон		Ответы респондентов женского пола	Ответы респондентов мужского пола
С 15 до 17 лет	15	0,4	0,9
	16	2,0	4,4
	17	1,7	3,0
С 18 до 23 лет	18	24,7	26,7
	19	4,5	3,8
	20	20,8	17,0
	21	9,4	8,2

	22	6,6	4,7
	23	4,5	4,9
С 24 до 30 лет	24	3,2	2,8
	25	6,7	9,0
	26	0,9	1,1
	27	0,3	0,8
	28	0,4	0,4
	30	0,4	0,5
Другое	Отказ от ответа	5,6	6,5
	Затрудняюсь ответить	3,7	3,8
	После свадьбы	3,2	0,5
	Каждый человек сам решает	1,0	0,7

Молодежь, в целом, ориентирована на модель среднедетной семьи. Наибольшая доля респондентов хотела бы иметь двоих детей (25,9%) или троих детей (23,4%). Такие показатели свидетельствуют о сохранении позитивного отношения к родительству и семейным ценностям.

Достаточно заметной остается и ориентация на многодетность, суммарно каждый пятый (24,7%): 17,1% респондентов хотели бы иметь четверых детей, около 11% – пятерых и более. Это может отражать влияние традиционных представлений о семье, характерных для казахстанского общества, а также позитивное восприятие большой семьи как социальной и культурной ценности.

В то же время относительно небольшая часть молодежи ориентируется на малодетную модель семьи: одного ребенка планируют 6,9% респондентов, а отсутствие детей выбрали лишь 1,0% участников исследования. Полученные данные показывают, что идеи сознательного отказа от родительства пока не получили широкого распространения среди молодежи.

Следует отметить и наличие определенной доли неопределившихся респондентов: 7,8% затруднились с ответом, 6,2% отказались отвечать на вопрос. Это может быть связано как с возрастом части участников исследования, так и с отсутствием четких жизненных планов относительно семьи и родительства на текущем этапе жизни.

Таблица №16. Распределение ответов на вопрос: «Сколько детей Вы хотели бы иметь (с учетом уже имеющих детей)?», %

	Проценты
2	25,9
3	23,4
4	17,1
Затрудняюсь ответить	7,8
5	7,6
1	6,9
Отказ от ответа	6,2
6	2,6
0	1,0
7	0,7
8	0,4
10	0,4

Предпочтения в плане количества детей в целом схожи у мужчин и женщин. Большинство респондентов ориентируется на 2–3 ребенка, при этом мужчины демонстрируют большую склонность к более многочисленным семьям.

Данные в гендерном разрезе показывают, что большинство молодых людей планирует иметь 2–3 детей, при этом женщины несколько чаще выбирают два (27,9% против 23,9% у мужчин) и три ребенка (25,7% против 21,2%). Мужчины

чаще, чем женщины, склонны к большим семьям – 4–6 детей выбирают 30,5% мужчин против 23,5% женщин.

Таблица №17. Распределение ответов на вопрос: «Сколько детей Вы хотели бы иметь (с учетом уже имеющих детей)?», по гендеру, %

	Мужчины	Женщины
0	0,8	1,1
1	6,4	7,3
2	23,9	27,9
3	21,2	25,7
4	18,7	15,3
5	8,6	6,4
6	3,2	1,8
7	1,1	0,4%
8	0,8	0,0
10	0,3	0,5
Отказ от ответа	6,5	6,1
Затрудняюсь ответить	8,4	7,3

Выводы

1. Доминирование гражданской идентичности. Гражданская принадлежность остается главным признаком самоидентификации молодежи (36,8%), несмотря на снижение по сравнению с 2025 годом. Одновременно усиливается роль этничности (с 12,4% до 13,1%), религии (с 4,9% до 9,0%), и пола (с 11,5% до 12,8%), что указывает на усложнение структуры идентичности молодежи.

2. Этническая дифференциация самоидентификации молодежи. Во всех основных этнических группах сохраняется приоритет гражданской идентичности, однако у украинцев, уйгуров и части других этносов более выражена роль этничности как основы самоидентификации, что отражает разноуровневый характер идентичности в зависимости от этнокультурного контекста.

3. Высокая значимость государственных символов в структуре гражданской идентичности. Гражданская идентичность молодежи в значительной степени опирается на государственные символы (40,6%) и паспорт гражданина (21,0%), что подтверждает сильную институциональную и символическую привязку чувства принадлежности к государству.

4. Преобладание умеренной религиозности среди молодежи. Большинство молодежи относится к верующим в умеренной форме (57,2%), тогда как строго религиозная практика характерна для меньшинства (11,6%). Это отражает преобладание гибридной модели мировоззрения, сочетающей религиозные и светские установки.

5. Позитивная оценка межэтнического согласия при наличии региональных различий. Молодежь в целом высоко оценивает уровень межэтнического согласия (средний индекс 4,1), однако сохраняется заметная региональная дифференциация – от высоких значений в области Ылытау (4,5) до низких в городе Алматы (2,9), что указывает на различия в восприятии социальной среды.

6. Структура источников информации о репродуктивном и сексуальном здоровье смешенная. Информационное поле носит гибридный характер: наибольшее доверие вызывают медицинские специалисты (до 49,7%), при этом значительную роль сохраняют образовательные, цифровые и социальные источники, а также ближайшее окружение. Заметная доля молодежи демонстрирует дистанцированность от темы (до 35,7%), что проявляется в

стеснении, отсутствии информации или отказе от ответа, указывая на сохраняющееся табуирование темы.

7. Наблюдается возрастная дифференциация источников информации о здоровье. С возрастом усиливается доверие к медицинским специалистам, тогда как подростки чаще ориентируются на школу, друзей и цифровую среду, одновременно демонстрируя более высокий уровень информационных затруднений.

8. Уровень знаний о венерических заболеваниях средний. Самооценка знаний молодежи находится на среднем уровне: преобладают ответы «скорее недостаточно» и «скорее достаточно, но неполно», при этом городская молодежь демонстрирует несколько более высокий уровень информированности, чем сельская.

9. Большинство молодежи поддерживает сексуальное просвещение (61%), рассматривая его как инструмент повышения знаний и профилактики нежелательных беременностей, тогда как треть выражает негативное отношение по моральным причинам. Женщины и старшие возрастные группы демонстрируют более высокую поддержку сексуального просвещения, тогда как мужчины и подростки чаще выражают консервативные установки и опасения.

10. Репродуктивные установки молодежи ориентированы на среднедетную семью. Наиболее предпочтительной моделью остается семья с 2–3 детьми, что отражает устойчивую ориентацию на умеренные семейные ценности при сохранении позитивного отношения к родительству. Женщины чаще выбирают 2–3 ребенка, тогда как мужчины демонстрируют большую склонность к многодетной модели семьи, что отражает различия в репродуктивных установках.

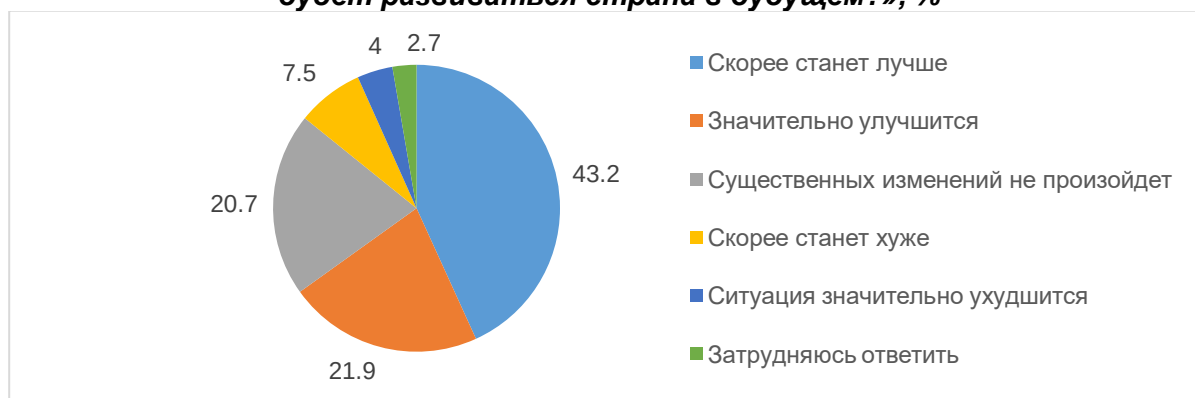
3. ОБРАЗ БУДУЩЕГО И ЭЛЕКТОРАЛЬНЫЕ ПРАКТИКИ

В рамках исследования были изучены настроения молодежи относительно собственного будущего и перспектив развития Казахстана, а также выявлены наиболее актуальные тренды, характерные для современной молодежной среды.

Оценивая перспективы развития страны, большинство молодежи придерживается оптимистичных взглядов. Так, 43,2% респондентов считают, что ситуация в будущем «скорее станет лучше», 21,9% уверены, что она «значительно улучшится». В совокупности это составляет 65,1% опрошенных, позитивно оценивающих перспективы развития Казахстана. При этом, если рассматривать в возрастном разрезе, то можно отметить, что у более молодого поколения уровень оптимизма выше, чем у старших когорт (доля позитивных оценок снижается с 71,6% среди молодежи 14-18 лет до 59,8% среди респондентов 29-34 года).

Нейтральную оценку дали 20,7%, которые полагают, что существенных изменений не произойдет. Пессимистичные оценки встречаются значительно реже: 7,5% считают, что ситуация «скорее станет хуже», 4,0% ожидают значительного ухудшения. Затруднились с ответом 2,7% респондентов.

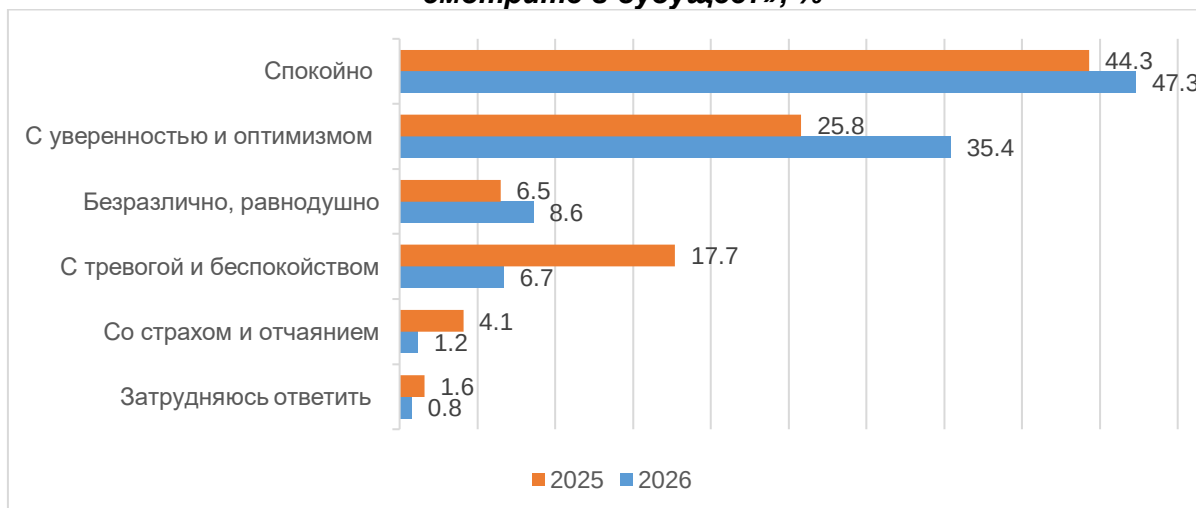
Диаграмма №13. Распределение ответов на вопрос: «Как, по Вашему мнению, будет развиваться страна в будущем?», %



Результаты опроса показали, что большинство молодежи смотрит в будущее позитивно и спокойно. Так, 47,3% респондентов отметили вариант «спокойно», 35,4% – смотрят в будущее «с уверенностью и оптимизмом». Таким образом, более 80% участников исследования демонстрируют в целом устойчивые и позитивные ожидания относительно будущего. Вместе с тем 8,6% опрошенных относятся к будущему безразлично, 6,7% испытывают тревогу и беспокойство, 1,2% – страх и отчаяние. Затруднились с ответом 0,8% респондентов.

В 2026 году по сравнению с 2025 годом наблюдается явное усиление позитивных и спокойных установок в отношении будущего при одновременном снижении тревожных и негативных настроений. Так, в 2026 году доля тех, кто смотрит в будущее спокойно, немного выросла (47,3% против 44,3% в 2025 году), увеличилась доля респондентов, испытывающих уверенность и оптимизм (35,4% против 25,8%). В то же время снизилась доля тех, кто воспринимает будущее с тревогой и беспокойством (6,7% против 17,7%) и с страхом и отчаянием (1,2% против 4,1%). Увеличилась доля безразличных респондентов (8,6% против 6,5%).

Диаграмма №14. Распределение ответов на вопрос: «С каким чувством Вы смотрите в будущее?», %

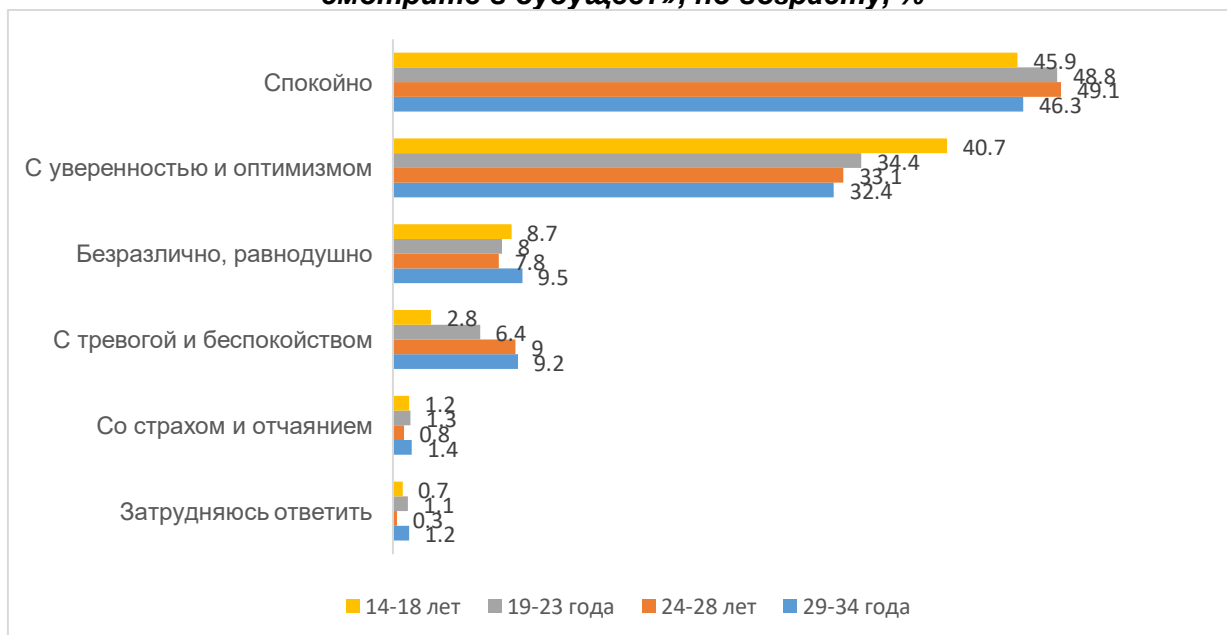


В возрастном разрезе преобладают спокойные и позитивные настроения, однако с взрослением уровень тревожности постепенно увеличивается. Большинство молодых людей воспринимают свое будущее без сильных переживаний, наиболее распространенный ответ во всех группах – «спокойно» (от 45,9% среди 14-18 лет до 49,1% среди 24-28 лет).

Доля тех, кто смотрит в будущее «с уверенностью и оптимизмом», снижается с возрастом. Среди подростков 14-18 лет такой ответ дали 40,7%, тогда как в группе 29-34 года – 32,4%. Это может свидетельствовать о том, что с возрастом люди становятся более реалистичными и осторожными в оценке жизненных перспектив. Одновременно увеличивается уровень тревожности. Если среди 14–18 лет будущее вызывает тревогу лишь у 2,8% опрошенных, то среди 24–28 и 29–34 лет – около 9%. Вероятно, это связано с ростом ответственности, профессиональных и семейных обязательств.

В целом молодежь смотрит в будущее спокойно и скорее позитивно, однако с возрастом оптимизм постепенно снижается, а тревожность возрастает.

Диаграмма №15. Распределение ответов на вопрос: «С каким чувством Вы смотрите в будущее?», по возрасту, %



В 2026 году по сравнению с 2025 годом произошли заметные изменения в представлениях молодежи об образе будущего страны. Наиболее существенный рост зафиксирован в отношении модели современного светского государства – с 21,7% до 43,3%, что указывает на усиление ориентации на модернизационный и светский вектор развития.

Несколько снизилась доля тех, кто видит будущее страны как сильное безопасное государство (с 24% до 20,3%) и технологическое государство (с 15% до 11,7%). В то же время увеличился интерес к образу страны как центра культурного притяжения (с 7,6% до 10,4%) и как религиозного государства (с 2,7% до 5,4%).

Резко сократилась доля респондентов, считающих, что страна должна остаться «такой же, как сейчас» – с 27,6% до 0,5%, также уменьшились показатели варианта «региональная держава» и затруднившихся с ответом.

В целом результаты показывают смещение общественных ожиданий в сторону обновления модели государства, прежде всего в направлении светского и модернизационного развития при одновременном росте культурно-идентификационных и частично религиозных ориентиров.

Таблица №18. Распределение ответов на вопрос: «Каким Вы видите образ будущего нашей страны?», %

	2025	2026
Современное светское государство	21,7	43,3
Сильное безопасное государство	24	20,3
Технологическое государство	15	11,7
Центр культурного притяжения (к примеру, Korean pop)	7,6	10,4
Религиозное государство	2,7	5,4
Затрудняюсь ответить	5	4,2
Региональная держава	8,4	3,9
Такое же, как и сейчас	27,6	0,5

Представления молодежи об образе будущего страны в целом схожи по уровню образования, однако имеются некоторые различия. Во всех группах наиболее популярной моделью остается современное светское государство, при этом максимальные значения у респондентов с высшим образованием (47,7%) и незаконченного высшего (45,4%).

Образ сильного безопасного государства чаще выбирают респонденты с магистратурой и научной степенью (26,0%), тогда как в других группах показатели колеблются в пределах 18,8–22,7%.

Представления о технологическом государстве распределены относительно равномерно (9,8–15,1%), с наибольшим значением среди респондентов с 9 классами (15,1%). Образ страны как центра культурного притяжения чаще поддерживают респонденты со средним образованием (15,5%), тогда как среди более образованных групп его значимость снижается.

Религиозное государство и региональная держава имеют низкие и стабильные показатели во всех образовательных группах.

Результаты показывают, что независимо от уровня образования доминирует ориентация на светское государство, при этом более образованные респонденты чаще поддерживают образ сильного и безопасного государства, а менее образованные – культурно-ориентированные модели.

Таблица №19. Распределение ответов на вопрос: «Каким Вы видите образ будущего нашей страны?», по возрасту, %

	Незаконченное среднее 9 классов школы	Среднее 11 классов школы	Профессионально-техническое, среднее специальное колледж, учили	Незаконченное высшее только учусь в вузе	Высшее окончил вуз	Высшее и научная степень магистр, кандидат, доктор, PhD
Современное светское государство	42,3	40,8	37,9	45,4	47,7	40,3
Сильное безопасное государство	19,7	18,8	20,0	22,7	19,6	26,0
Технологическое государство	15,1	9,8	11,2	10,4	12,2	10,4
Центр культурного притяжения к примеру, Корея рор	11,3	15,5	13,4	9,2	7,4	7,8
Религиозное государство	5,0	6,1	3,8	5,2	5,7	7,8
Региональная держава	3,3	3,3	5,0	4,6	3,3	2,6

Представления молодежи о будущем страны тесно связаны с теми социальными и экономическими процессами, которые, по ее мнению, будут определять развитие общества в ближайшие годы. В этой связи особый интерес представляет анализ трендов, которые молодежь считает наиболее актуальными и значимыми для своего поколения.

В 2026 году в молодежной среде наблюдаются значительные изменения в восприятии актуальных трендов по сравнению с 2025 годом. По-прежнему ведущим остается тренд финансовой независимости (53,1%), хотя его значимость слегка снизилась по сравнению с прошлым годом (56,1%). Наибольший рост зафиксирован у здорового образа жизни и правильного питания (в 2025 году был вариант ответа «Фитнес и диетическое питание») (с 22,1% до 30,9%) и диджитализации/цифровизации (с 9,3% до 23,0%).

Одновременно снизилась значимость роста религиозности (с 23,1% до 16,3%) и частичной или удаленной занятости (с 29,1% до 23,9%). Повышается внимание к инклюзивности и толерантности (с 7,7% до 15,1%), заботе о ментальном здоровье (с 14,9% до 15,2%) и свободе самовыражения (с 13,3% до 14,9%). Менее актуальными остаются милитаризация и категория «затрудняюсь ответить».

В целом, в 2026 году молодежь больше ориентирована на здоровье, цифровые технологии, самовыражение и социальную инклюзивность, при этом сохраняется высокий интерес к финансовой независимости, а религиозные и трудовые тренды становятся менее значимыми.

Таблица №20. Распределение ответов на вопрос: «Какие из следующих трендов, по Вашему мнению, наиболее актуальны в молодежной среде?», %

	2025	2026*
Финансовая независимость	56,1	53,1
Здоровый образ жизни и правильное питание	22,1**	30,9
Частичная или удаленная занятость	29,1	23,9
Диджитализация (цифровизация)	9,3	23,0
Рост религиозности	23,1	16,3
Забота о ментальном здоровье	14,9	15,2
Инклюзивность и толерантность	7,7	15,1
Свобода самовыражения и участие в митингах	13,3	14,9

Развитие творчества и креативной индустрии	14,5	12,9
Свободные отношения и сексуальная свобода	11,4	11,8
Экологический активизм	8,2	9,9
Отсутствие авторитетов и лидеров мнения	14	9,5
Рациональное потребление	4,7	8,5
Родовое самопознание, поиск корней	4,8	8,2
Милитаризация	2,7	2,6
Затрудняюсь ответить	3,1	1,7

*Сумма ответов превышает 100%, так как респондент мог выбрать несколько вариантов ответа

** в 2025 году был вариант ответа «Фитнес и диетическое питание»

Данные показывают некоторые различия в восприятии наиболее актуальных молодежных трендов среди жителей города и села. В целом ответы обеих групп имеют сходства, однако по ряду позиций наблюдаются заметные различия, отражающие особенности социального контекста городской и сельской среды.

Наиболее актуальным трендом как среди городских, так и среди сельских респондентов является финансовая независимость. Однако в городе данный вариант выбирали значительно чаще – 56,4% против 47,3% в селе. Это может свидетельствовать о более выраженной ориентации городской молодежи на экономическую самостоятельность, карьеру и высокий уровень конкуренции в городской среде.

Второе место занимает здоровый образ жизни и правильное питание: 31,8% в городе и 29,4% в селе. Показатели близки, что указывает на распространенность данного тренда независимо от типа населенного пункта.

Среди жителей села более выраженными оказались тренды, связанные с традиционными и коллективистскими ценностями. Так, рост религиозности отметили 21,5% сельских респондентов против 13,2% городских. Аналогичная ситуация наблюдается по показателю «родовое самопознание, поиск корней» – 11,2% в селе против 6,4% в городе, что может отражать более тесную связь сельской молодежи с семейными и культурными традициями.

Сельские респонденты также чаще отмечали актуальность диджитализации и цифровизации (26,7% против 20,8% в городе). Вероятно, цифровые технологии воспринимаются в сельской местности как важный инструмент расширения образовательных, профессиональных и коммуникационных возможностей.

Экологический активизм и рациональное потребление также получили более высокие показатели среди жителей села (12,6% и 11,1%) по сравнению с городом (8,3% и 7,0%). Это может быть связано с более тесным взаимодействием сельских жителей с природной средой и ресурсами.

Городская молодежь, в свою очередь, чаще акцентирует внимание на индивидуалистических и современных ценностях. Так, заботу о ментальном здоровье отметили 16,9% городских респондентов против 12,2% сельских. Развитие творчества и креативной индустрии также чаще выбиралось в городе – 14,6% против 10,0%. Кроме того, несколько выше в городе показатели по инклюзивности и толерантности (15,1% против 15,0%, различие минимально) и частичной либо удаленной занятости (24,5% против 22,8%).

Свобода самовыражения и участие в митингах несколько чаще воспринимаются как актуальный тренд в сельской местности (16,4%) по сравнению с городом (13,9%), что может свидетельствовать о растущем стремлении сельской молодежи к общественной активности и выражению собственной позиции.

Наименее актуальным трендом в обеих группах оказалась милитаризация: 2,0% среди городских и 3,7% среди сельских респондентов. Также минимальной

оказалась доля затруднившихся ответить (1,9% и 1,4%), что говорит о высокой вовлеченности участников исследования в понимание молодежных тенденций.

В целом, результаты показывают, что городская молодежь в большей степени ориентирована на индивидуальные достижения, профессиональное развитие и психологическое благополучие, тогда как сельская молодежь чаще выделяет ценности традиции, религиозности, связи с корнями и значимость цифровизации как инструмента социального развития.

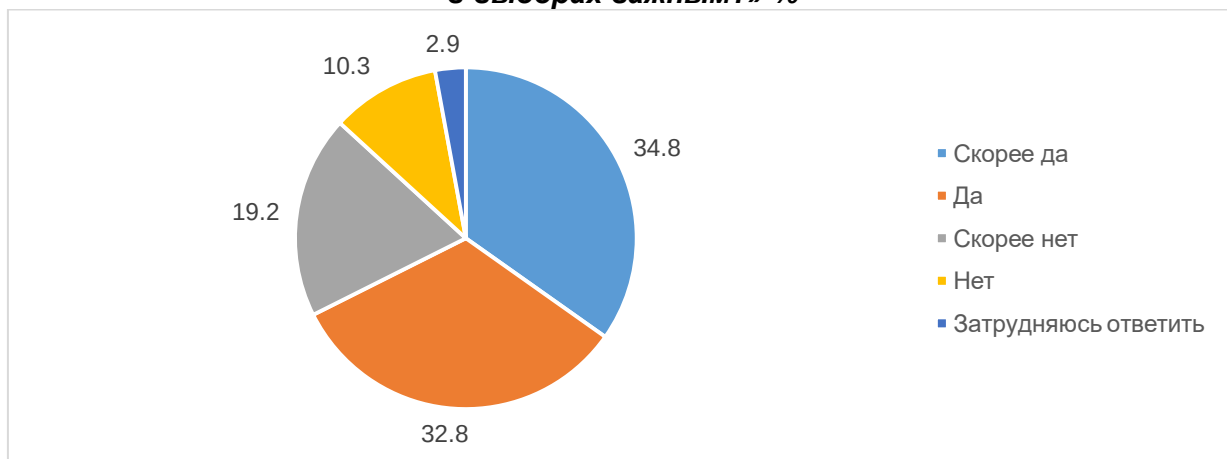
Таблица №21. Распределение ответов на вопрос: «Какие из следующих трендов, по Вашему мнению, наиболее актуальны в молодежной среде?», по типу населенного пункта, %

	Город	Село
Финансовая независимость	56,4	47,3
Здоровый образ жизни и правильное питание	31,8	29,4
Частичная или удаленная занятость	24,5	22,8
Диджитализация, цифровизация	20,8	26,7
Забота о ментальном здоровье	16,9	12,2
Инклюзивность и толерантность	15,1	15,0
Развитие творчества и креативной индустрии	14,6	10,0
Свобода самовыражения и участие в митингах	13,9	16,4
Рост религиозности	13,2	21,5
Свободные отношения и сексуальная свобода	11,6	11,9
Отсутствие авторитетов и лидеров мнения	9,6	9,3
Экологический активизм	8,3	12,6
Рациональное потребление	7,0	11,1
Родовое самопознание, поиск корней	6,4	11,2
Милитаризация	2,0	3,7
Затрудняюсь ответить	1,9	1,4

Выборы являются одним из ключевых механизмов участия граждан в политической жизни государства и важным инструментом выражения общественного мнения. Уровень интереса молодежи к электоральным процессам, понимание своих прав и осознание значимости участия в выборах во многом отражают степень доверия к общественным институтам, уровень гражданской ответственности и готовность молодых людей участвовать в развитии страны. В этой связи изучение электоральных установок молодежи представляет особую значимость для понимания современных общественных настроений и тенденций гражданской активности.

В рамках исследования были изучены отношение молодежи к участию в выборах, а также уровень информированности о порядке проведения выборов и избирательных правах граждан. Данные показатели позволяют оценить степень гражданской вовлеченности молодых людей, уровень их политической культуры и готовность к участию в общественно-политической жизни страны.

Результаты опроса показали, что большинство молодежи рассматривает участие в выборах как важный элемент гражданской ответственности. Так, 32,8% респондентов однозначно считают участие в выборах важным, 34,8% выбрали вариант «скорее да». Вместе с тем 19,2% опрошенных скорее не считают участие в выборах важным, 10,3% придерживаются отрицательной позиции. Затруднились с ответом 2,9% респондентов.

Диаграмма №16. Распределение ответов на вопрос: «Считаете ли Вы участие в выборах важным?» %

В целом по стране большинство молодежи считает участие в выборах важным: доля ответов «да» и «скорее да» составляет 67,6% против 29,5% негативных оценок. Однако в региональном разрезе наблюдаются различия.

Наиболее высокий уровень поддержки важности выборов зафиксирован в Северо-Казахстанской области (97,7%), а также в Актыбинской области (92,4%), городе Шымкент (89,1%) и Мангистауской области (86,7%), где участие в выборах практически единодушно воспринимается как значимое. Высокие показатели также отмечаются в Кызылординской (78,8%), Костанайской (78,1%) и Восточно-Казахстанской (78%) областях.

Средний уровень поддержки характерен для городов Астана (63,3%) и Алматы (55,9%), Павлодарской области (53,8%) и ряда других регионов, где мнения молодежи более разделены.

Наибольшие отрицательные ответы дали жители области Абай (62,7%) и Акмолинской (52,8%), где доля тех, кто считает участие в выборах не важным, существенно выше половины. Для электоральной политики работа в данных областях должна иметь первостепенное значение.

Таблица №22. Распределение ответов на вопрос: «Считаете ли Вы участие в выборах важным?», по областям, %

Область	сумма ответов «да» и «скорее да»	сумма ответов «скорее нет» и «нет»
Северо-Казахстанская	97,7	2,3
Актыбинская	92,4	7,6
г. Шымкент	89,1	10,9
Мангистауская	86,7	13,3
Кызылординская	78,8	18,8
Костанайская	78,1	19,2
Восточно-Казахстанская	78	18,6
Ұлытау	71,4	0
Жамбылская	69,1	28,5
Республика Казахстан	67,6	29,5
Атырауская	67,6	31
Западно-Казахстанская	67,2	18,8
Жетісу	65,6	32,9
Карагандинская	64,4	30,8
г. Астана	63,3	32,5
Туркестанская	63,2	36,8
Алматинская	56	44

г. Алматы	55,9	37,1
Павлодарская	53,8	40
Акмолинская	47,2	52,8
Абай	37,3	62,7

Оценка уровня осведомленности молодежи о порядке проведения выборов и избирательных правах показала, что наиболее распространенной является частичная информированность. Так, 28,2% респондентов сообщили, что знают отдельные аспекты выборного процесса, но не владеют всеми деталями. 26,3% считают себя скорее хорошо осведомленными и в целом понимают основные правила и процедуры, 17,5% отметили высокий уровень знаний о выборах и своих правах.

В то же время определенная часть молодежи испытывает недостаток информации по данной теме. 15,5% респондентов отметили, что плохо знают порядок проведения выборов и свои права, 10,5% сообщили, что практически не осведомлены об избирательной системе. Затруднились оценить свой уровень информированности 2,0% респондентов.

В целом результаты показывают, что молодежь в большинстве своем воспринимает участие в выборах как значимую гражданскую практику, однако уровень электоральной грамотности остается неоднородным. Полученные данные указывают на необходимость дальнейшего повышения информированности молодежи о механизмах избирательного процесса и правах граждан, а также развития программ гражданского и правового просвещения.

Таблица №23. Распределение ответов на вопрос: «Насколько Вы осведомлены о порядке проведения выборов и избирательных правах граждан?», %

	Проценты
Частично осведомлен(а) – знаю отдельные аспекты, но не все детали	28,2
Скорее хорошо осведомлен(а) – в целом понимаю основные правила и процедуры	26,3
Очень хорошо осведомлен(а) – хорошо знаю порядок проведения выборов и свои избирательные права	17,5
Скорее не осведомлен(а) – слышал(а) о выборах, но плохо знаю порядок и права	15,5
Совсем не осведомлен(а) – практически ничего не знаю об этом	10,5
Затрудняюсь ответить	2,0

Уровень осведомленности молодежи о порядке проведения выборов и избирательных правах граждан в зависимости от возраста заметно повышается. Наиболее высокий уровень осведомленности наблюдается среди респондентов 24-28 и 29-34 лет. В группе 24-28 лет 22,8% отметили, что «очень хорошо осведомлены» о порядке проведения выборов и своих правах, среди 29-34 лет – 21,0%. Для сравнения, среди подростков 14-18 лет этот показатель составляет 11,3%. Это свидетельствует о том, что политическая и правовая информированность возрастает по мере взросления и получения жизненного опыта.

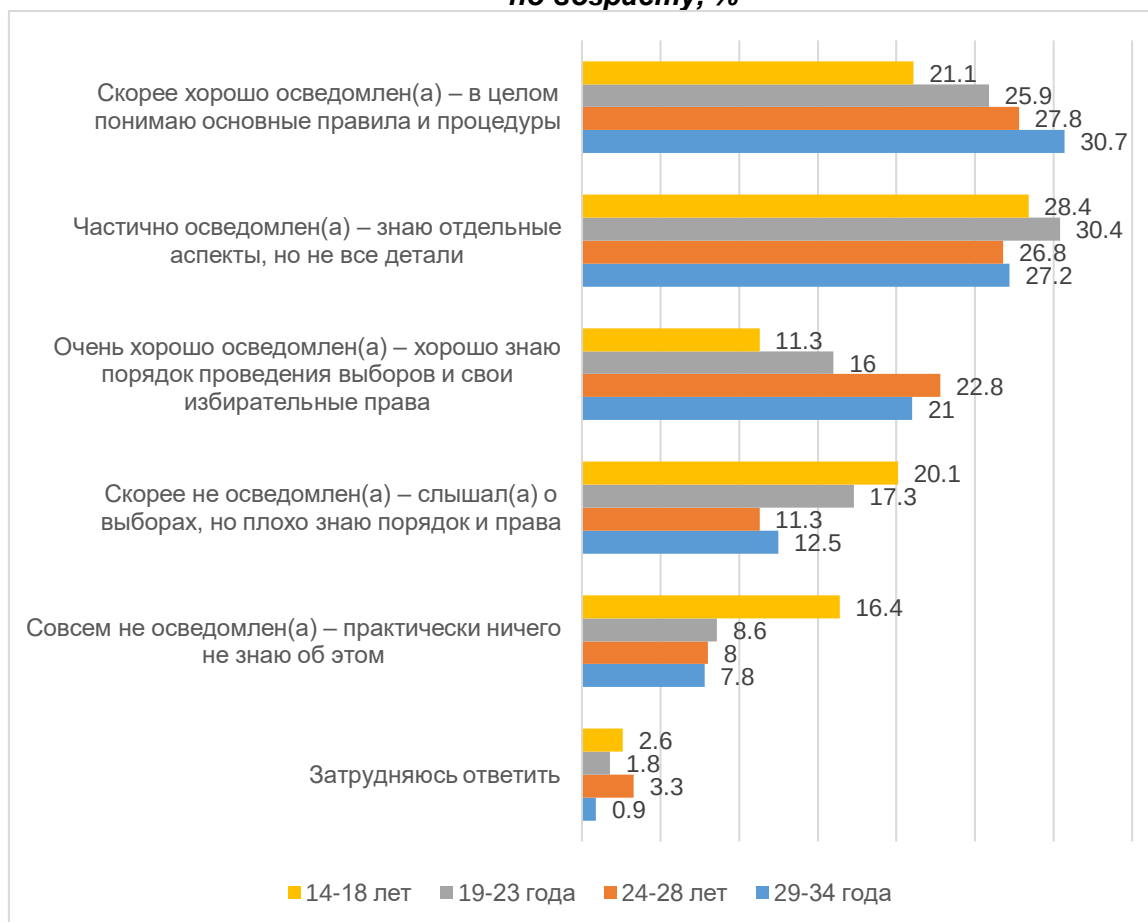
Вариант «скорее хорошо осведомлен» чаще выбирали старшие возрастные группы: 30,7% среди 29–34 лет и 27,8% среди 24–28 лет. Среди 14–18-летних данный показатель ниже – 21,1%.

Во всех возрастах значительная часть респондентов оценивает свои знания как частичные. Особенно часто такой ответ встречается среди молодежи 19–23 лет (30,4%) и 14–18 лет (28,4%). Это может говорить о наличии общего представления о выборах, но недостатке глубоких знаний о процедурах и правах.

Недостаточная осведомленность наиболее характерна для младшей возрастной группы. Среди 14–18-летних 20,1% признались, что скорее плохо знают порядок выборов, 16,4% совсем не осведомлены. Для сравнения, среди 29–34 лет доля совершенно неосведомленных составляет 7,8%.

Результаты показывают прямую зависимость между возрастом и уровнем информированности о выборах: старшие группы лучше понимают избирательные процедуры и свои гражданские права, тогда как среди подростков и младшей молодежи сохраняется потребность в дополнительном правовом и гражданском просвещении.

Диаграмма №17. Распределение ответов на вопрос: «Насколько Вы осведомлены о порядке проведения выборов и избирательных правах граждан?», по возрасту, %



Выводы

1. Большинство молодежи Казахстана оценивает перспективы страны позитивно. В оценке перспектив развития Казахстана 65,1% молодежи выражают оптимизм (43,2% – «скорее улучшится», 21,9% – «значительно улучшится»), тогда как 20,7% ожидают отсутствия изменений и 11,5% — ухудшения (7,5% и 4,0%).

2. Установки молодежи относительно будущего преимущественно позитивные и спокойные при росте уверенности и снижении тревожности. Настроения относительно личного будущего распределяются следующим образом: 47,3% – «спокойно», 35,4% – «с уверенностью и оптимизмом», 8,6% – безразлично, 6,7% – тревога и 1,2% – страх и отчаяние. В динамике 2025–2026 гг. уверенность выросла с 25,8% до 35,4%, спокойствие – с 44,3% до 47,3%, при снижении тревожности с 17,7% до 6,7% и страха с 4,1% до 1,2%. Позитивные

оценки будущего страны снижаются с 71,6% (14-18 лет) до 59,8% (29-34 года), при этом уровень тревожности увеличивается до около 9% в старших группах против 2,8% у подростков 14-18 лет.

3. Образ будущего страны у молодежи в основном связан с моделью современного светского и безопасного государства. 43,3% видят Казахстан как «современное светское государство» (рост с 21,7%), 20,3% – как «сильное безопасное», 11,7% – как «технологическое», 10,4% – как «центр культурного притяжения», 5,4% – как «религиозное», 3,9% – как «региональную державу». Особенно заметно снижение неопределенности: вариант «такое же, как сейчас» сократился с 27,6% до 0,5%.

4. Актуальные тренды молодежи смещаются в сторону цифровизации, здоровья и индивидуализации при снижении роли религиозных установок. Финансовая независимость остается ведущим трендом (53,1%), далее следуют ЗОЖ (30,9%), цифровизация (23,0%), частичная/удаленная занятость (23,9%). При этом выросла значимость цифровизации (с 9,3% до 23,0%), ЗОЖ (с 22,1% до 30,9%), инклюзивности (с 7,7% до 15,1%), а религиозность снизилась с 23,1% до 16,3%.

5. Электоральная вовлеченность молодежи остается относительно высокой при выраженных региональных различиях. 67,6% считают участие в выборах важным (32,8% – «да», 34,8% – «скорее да»), тогда как 29,5% не считают его важным. Наиболее высокая поддержка зафиксирована в Северо-Казахстанской области (97,7%), Актыбинской области (92,4%), городе Шымкент (89,1%), а наименьшая – в Абайской (37,3%) и Акмолинской (47,2%) областях.

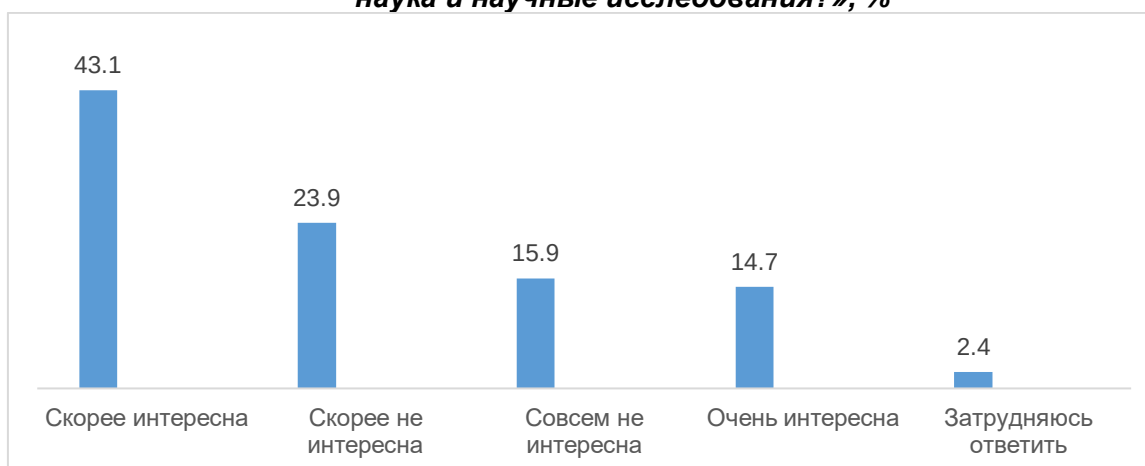
6. Уровень электоральной осведомленности молодежи является средним и повышается с возрастом. 28,2% знают отдельные аспекты выборов, 26,3% – скорее хорошо осведомлены, 17,5% – хорошо, 15,5% – плохо, 10,5% – совсем не осведомлены. Осведомленность возрастает с 11,3% «очень хорошо информированных» в группе 14-18 лет до 22,8% в группе 24-28 лет.

4. ОБРАЗОВАНИЕ, НАУКА И КУЛЬТУРА

В рамках исследования были изучены отношение молодых людей к науке, их представления о наиболее перспективных научных направлениях, а также мнение о необходимых мерах поддержки науки и инноваций в стране. Полученные результаты позволяют оценить уровень вовлеченности молодежи в научную повестку и выявить ожидания относительно дальнейшего развития научно-исследовательской сферы.

Результаты опроса показали, что в целом молодежь проявляет достаточно высокий интерес к науке и научным исследованиям. Так, 14,7% респондентов отметили, что наука им «очень интересна», 43,1% указали, что она им «скорее интересна». Таким образом, совокупно более половины опрошенных (57,8%) демонстрируют положительное отношение к научной деятельности. Вместе с тем 23,9% респондентов отметили, что наука им «скорее не интересна», 15,9% – «совсем не интересна», 2,4% – затруднились с ответом. Эти данные свидетельствуют о наличии устойчивого интереса молодежи к научной сфере, однако одновременно показывают необходимость дальнейшей популяризации науки среди молодежи.

Диаграмма №18. Распределение ответов на вопрос: «Насколько Вам интересна наука и научные исследования?», %



Интересным наблюдением можно отметить распределение по доходу. Интерес к науке и научным исследованиям в целом возрастает по мере увеличения уровня дохода. Наиболее высокая доля тех, кому наука «очень интересна», наблюдается в группе с доходом более 700 тыс. тг (27,3%), тогда как в низкодходной группе до 100 тыс. тг этот показатель составляет 14,8%.

Категория «скорее интересна» преобладает во всех доходных группах, особенно в диапазоне 250–400 тыс. тг (48,6%).

Одновременно с ростом дохода снижается доля тех, кому наука «совсем не интересна»: с 35,8% в самой низкой группе до 9,9% в самой высокой.

Таблица №24. Распределение ответов на вопрос: «Насколько Вам интересна наука и научные исследования?», по уровню дохода, %

	До 100 тыс.	100 тыс.- 250 тыс. тг	250 тыс. - 400 тыс. тг	400 тыс.- 550 тыс. тг	550 тыс.- 700 тыс. тг	Более 700 тыс. тг
Очень интересна	14,8	11,7	12,2	16,7	15,6	27,3
Скорее интересна	23,5	42,8	48,6	41,4	40,9	35,4
Скорее не интересна	21,0	28,7	23,9	23,5	18,7	25,5
Совсем не интересна	35,8	14,7	13,8	15,4	21,3	9,9

Отвечая на вопрос о том, каким научным направлениям следует уделять наибольшее внимание в стране, респонденты чаще всего выбирали медицину и биотехнологии (49%). Высокий интерес к этой сфере может быть связан с повышенным вниманием общества к вопросам здоровья, качества медицинских услуг и развитию биомедицинских технологий.

На втором месте по популярности оказались информационные технологии, искусственный интеллект и цифровые решения – 33,9%. Это отражает растущую значимость цифровизации и технологических инноваций в современном обществе.

Также значительная доля молодежи считает приоритетными экологию, климат и «зеленые» технологии (32,0%), что указывает на повышение экологической осознанности и интереса к вопросам устойчивого развития. Достаточно востребованными направлениями молодежь также считает образование и педагогические технологии (26,2%), сельское хозяйство и продовольственную безопасность (26,1%). По мнению респондентов, внимание следует уделять и инженерии, промышленности и новым материалам (22,4%), а также энергетике, включая возобновляемые источники энергии (22,1%).

Меньшее количество респондентов выбрали социальные и гуманитарные науки (16,5%), космические технологии и спутниковые системы (13,1%), креативные индустрии и культурные политики (12,0%). Небольшая часть (0,2%) респондентов отметила, что необходимо развивать все направления науки одновременно.

Таблица №25. Распределение ответов на вопрос: «Как Вы считаете, развитию каких научных направлений в Казахстане следует уделять наибольшее внимание?», %

	Проценты*
Медицина и биотехнологии	49,0
Информационные технологии, искусственный интеллект и цифровые решения	33,9
Экология, климат и «зеленые» технологии	32,0
Образование и педагогические технологии	26,2
Сельское хозяйство и продовольственная безопасность	26,1
Инженерия, промышленность и новые материалы	22,4
Энергетика (включая возобновляемые источники энергии)	22,1
Социальные и гуманитарные науки	16,5
Космические технологии и спутниковые системы	13,1
Креативные индустрии и культурные политики	12,0
Затрудняюсь ответить	3,3

*Сумма ответов превышает 100%, так как респондент мог выбрать несколько вариантов ответа

Представители всех возрастных групп считают наиболее перспективным направлением развития медицину и биотехнологии: 47,5% респондентов в возрасте 14–18 лет, 51,9% – в возрасте 19–23 лет, 47,1% – 24–28 лет и 49,4% – 29–34 лет. Что свидетельствует о высоком уровне общественного интереса к вопросам здоровья, качества жизни и развитию медицинских технологий.

Вторым по значимости направлением стали информационные технологии, искусственный интеллект и цифровые решения. Однако с увеличением возраста интерес к данной сфере постепенно снижается: если среди респондентов 14-18 лет этот вариант отметили 37,7%, то среди группы 29-34 лет – уже 28,1%. Подобная тенденция может быть связана с большей вовлеченностью молодежи в цифровую среду и современные технологические процессы.

Значительное внимание представители всех возрастов уделяют вопросам экологии, климата и «зеленых» технологий. Доля поддерживавших данное направление колеблется от 30,3% до 34,4%, что демонстрирует устойчивый интерес общества к экологической безопасности и устойчивому развитию.

С возрастом возрастает интерес к сельскому хозяйству и продовольственной безопасности. Если среди подростков 14-18 лет данную сферу выбрали 20,4%, то среди респондентов 29-34 лет – уже 30,8%. Аналогичная тенденция наблюдается в отношении образования и педагогических технологий: показатель увеличивается с 23,7% в младшей группе до 28,1% среди старших респондентов. Это может указывать на рост значимости практических и социально ориентированных сфер по мере взросления.

Инженерия, промышленность и новые материалы сохраняют умеренный уровень интереса во всех возрастных категориях – от 20,4% до 24,1%. Энергетика, включая возобновляемые источники энергии, также демонстрирует стабильные показатели поддержки – около 20–23%.

Интерес к социальным и гуманитарным наукам несколько возрастает среди респондентов 29–34 лет (19,1%), тогда как интерес к космическим технологиям и креативным индустриям снижается с возрастом.

В целом результаты исследования показывают, что независимо от возраста респонденты в первую очередь ориентированы на развитие медицины, цифровых технологий и экологических решений. Вместе с тем молодежь чаще акцентирует внимание на инновационных и цифровых сферах, тогда как представители старших возрастных групп проявляют больший интерес к образованию, сельскому хозяйству и социально значимым направлениям развития.

Таблица №26. Распределение ответов на вопрос: «Как Вы считаете, развитию каких научных направлений в Казахстане следует уделять наибольшее внимание?», по возрасту, %

	14-18 лет	19-23 года	24-28 лет	29-34 года
Медицина и биотехнологии	47,5	51,9	47,1	49,4
Информационные технологии, искусственный интеллект и цифровые решения	37,7	36,4	34,1	28,1
Экология, климат и «зеленые» технологии	34,4	31,5	31,6	30,3
Образование и педагогические технологии	23,7	27,5	25,3	28,1
Сельское хозяйство и продовольственная безопасность	20,4	25,1	28,6	30,8
Инженерия, промышленность и новые материалы	20,4	23,3	24,1	22,4
Энергетика (включая возобновляемые источники энергии)	22,7	20,6	22,8	22,2
Социальные и гуманитарные науки	16,8	14,2	15,0	19,1
Космические технологии и спутниковые системы	14,8	13,1	15,8	9,5
Креативные индустрии и культурные политики	13,3	14,0	10,8	9,9

Отдельный блок вопросов был посвящен мерам, необходимым для развития науки и инноваций в Казахстане. Наиболее востребованной формой поддержки молодежь считает гранты и стипендии для молодых ученых – этот вариант выбрали 44,2% респондентов. Это свидетельствует о высокой значимости финансовой и образовательной поддержки начинающих исследователей.

Также среди приоритетных мер респонденты выделили увеличение государственного финансирования науки (32,1%), возможности стажировок и обучения за рубежом (25,5%), а также развитие научной инфраструктуры и

лабораторий (23,7%). Часть респондентов считает важными поддержку стартапов и технологического предпринимательства (22,0%), сотрудничество науки, бизнеса и университетов (21,0%), а также повышение заработной платы ученых (20,9%).

Кроме того, молодежь обращает внимание на необходимость обеспечения прозрачности процесса распределения грантов (19,9%), популяризации науки среди молодежи (18,3%) и расширения доступа к современным технологиям и оборудованию (17,8%). Реже респонденты упоминали создание новых рабочих мест в сфере исследований и разработок (8,2%) и упрощение бюрократических процедур (7,8%).

Диаграмма №19. Распределение ответов на вопрос: «Какая поддержка, по Вашему мнению, наиболее необходима для развития науки и инноваций в Казахстане?», %



*Сумма ответов превышает 100%, так как респондент мог выбрать несколько вариантов ответа

В контексте развития научного потенциала особый интерес представляет мнение респондентов, имеющих высшее образование и научную степень. Анализ показывает, что их запросы несколько отличаются от общих оценок молодежи и в большей степени ориентированы на системные меры поддержки науки.

Так, среди респондентов с научной степенью наиболее востребованной мерой является увеличение государственного финансирования науки (40,3%), тогда как среди выпускников вузов данный показатель составляет 30,4%. Кроме того, обладатели научных степеней чаще отмечают необходимость повышения заработной платы ученых (27,3% против 20,1%) и обеспечения прозрачности процессов распределения научных грантов (24,7% против 21,7%).

В то же время обе группы демонстрируют высокий запрос на гранты и стипендии для молодых ученых (41,7% среди выпускников вузов и 40,3% среди респондентов с научной степенью), а также развитие научной инфраструктуры и лабораторий (27,9% и 28,6% соответственно).

Полученные данные свидетельствуют о том, что молодежь, уже имеющая опыт научной деятельности, в большей степени акцентирует внимание на вопросах финансирования, условий труда и прозрачности научной системы, тогда как респонденты с высшим образованием чаще ориентированы на возможности профессионального развития, международных стажировок и получения грантовой поддержки.

Таблица №27. Распределение ответов на вопрос: «Какая поддержка, по Вашему мнению, наиболее необходима для развития науки и инноваций в Казахстане?», по образованию, %

	Высшее окончил вуз	Высшее и научная степень магистр, кандидат, доктор, PhD	Общее
Увеличение государственного финансирования науки	30,4	40,3	32,1
Гранты и стипендии для молодых ученых	41,7	40,3	44,2
Развитие научной инфраструктуры и лабораторий	27,9	28,6	23,7
Прозрачность процесса отбора грантообладателей	21,7	24,7	19,9
Поддержка стартапов и технологического предпринимательства	23,8	20,8	22,0
Сотрудничество науки, бизнеса и университетов	22,4	18,2	21,0
Возможности стажировок и обучения за рубежом	23,4	18,2	25,5
Повышение заработной платы ученых	20,1	27,3	20,9
Популяризация науки среди молодежи	16,9	13,0	18,3
Упрощение бюрократических процедур в науке	7,7	3,9	7,8
Доступ к современным технологиям и оборудованию	18,9	15,6	17,8
Создание рабочих мест в сфере исследований и разработок	7,3	9,1	8,2

Особое место в современной научно-технологической повестке занимает искусственный интеллект, который сегодня рассматривается не только как перспективное направление научных исследований, но и как инструмент, способный трансформировать систему образования, рынок труда и повседневную жизнь. В этой связи в рамках исследования отдельное внимание было уделено восприятию молодежью технологий искусственного интеллекта и оценке их роли в будущем развитии общества. В ходе исследования респондентам было предложено оценить различные аспекты, связанные с искусственным интеллектом (ИИ), по 5-балльной шкале, где 1 означало минимальную значимость или выраженность, 5 – максимальную.

Вопросы касались важности изучения технологий ИИ, использования ИИ-инструментов в учебе и работе, влияния искусственного интеллекта на качество образования и критическое мышление, а также способности распознавать контент, созданный ИИ.

Результаты исследования показали, что молодежь в целом высоко оценивает значимость изучения технологий искусственного интеллекта в образовательной системе. Максимальную оценку «5» поставили 32,1% респондентов, 30,8% выбрали оценку «4». Таким образом, более 60% участников исследования считают изучение ИИ важным направлением современного образования. Среднюю оценку «3» дали 22,8% опрошенных, тогда как низкие оценки «1» и «2» суммарно составили 13,3%. Это свидетельствует о достаточно высоком уровне признания важности цифровых и технологических компетенций среди молодежи.

Оценивая использование инструментов на основе ИИ в учебе или работе, 29,0% респондентов поставили оценку «4», 23,2% – максимальную оценку «5». Еще 23,7% выбрали средний уровень использования. Вместе с тем около четверти опрошенных оценили использование ИИ на низком уровне: 9,9% выбрали оценку «1», 13,5% – «2». Полученные результаты показывают, что технологии искусственного интеллекта уже достаточно активно интегрируются в повседневную деятельность молодежи, однако уровень их использования остается неоднородным.

Достаточно позитивно молодежь оценивает и влияние искусственного интеллекта на качество усвоения знаний в будущем. Оценки «4» и «5» выбрали соответственно 27,6% и 24,7% участников исследования. Среднюю оценку дали 23,6% респондентов. В то же время 22,1% опрошенных придерживаются скорее скептической позиции, выбрав низкие оценки «1» и «2». В целом результаты показывают преобладание ожиданий, связанных с положительным влиянием ИИ на образовательный процесс и доступ к знаниям.

Более неоднозначными оказались оценки влияния искусственного интеллекта на развитие критического мышления. Наиболее распространенным вариантом ответа стала средняя оценка «3» – выбрали 27,0% респондентов. Высокие оценки «4» и «5» суммарно составили 39,4%, тогда как низкие оценки «1» и «2» – 29,6%. Это может свидетельствовать о наличии как позитивных ожиданий, связанных с использованием ИИ для развития аналитических навыков, так и опасений относительно возможного снижения самостоятельности мышления и зависимости от цифровых технологий.

Оценивая способность распознавать продукты, созданные искусственным интеллектом, респонденты чаще всего также выбирали средние и высокие оценки. Так, 26,2% поставили оценку «3», 23,2% – «4», 24,2% – «5». При этом около четверти участников исследования оценили свои навыки распознавания ИИ-контента на низком уровне. Это показывает, что молодежь в определенной степени осознает распространение ИИ-сгенерированных материалов, однако не всегда уверена в способности отличать их от созданного человеком контента.

В целом молодежь воспринимает искусственный интеллект как важную и перспективную технологию, особенно в образовательной и профессиональной сферах. Вместе с тем отношение к отдельным аспектам влияния ИИ, прежде всего на критическое мышление и информационную среду, остается неоднозначным и отражает как высокий интерес к новым технологиям, так и определенные опасения, связанные с их активным распространением.

Таблица №28. Распределение ответов на вопрос: «Оцените роль искусственного интеллекта по 5-балльной шкале, где 1 – минимальное значение, 5 – максимальное значение», %

	1 (не важно)	2	3	4	5 (очень важно)	(99) Затрудняю сь ответить
Важность изучения технологии ИИ в образовательной системе	4,3	9,0	22,8	30,8	32,1	1,0
Используете ли Вы инструменты на основе ИИ в своей учебе или работе?	9,9	13,5	23,7	29,0	23,2	0,7
Как Вы оцениваете влияние искусственного интеллекта на качество усвоения знаний в будущем?	7,1	15,0	23,6	27,6	24,7	2,0
Как ИИ влияет на развитие критического мышления?	11,6	18,0	27,0	21,0	18,4	4,0
Как легко Вы можете распознать продукты сгенерированные ИИ?	11,6	12,6	26,2	23,2	24,2	2,2

Для анализа возрастных различий в оценках молодежи использована индексация результатов по пятибалльной шкале. В целях повышения наглядности каждому варианту ответа присваивается соответствующий вес: доля респондентов, поставивших оценку «5», умножается на 5, оценку «4» – на 4, оценку «3» – на 3 и т.д. Полученные значения суммируются, после чего итоговый показатель делится на долю респондентов, давших содержательный ответ (без учета затруднившихся ответить). В результате формируется интегральный индекс со значениями от 1 до 5 баллов, позволяющий корректно сравнивать оценки между возрастами.

Оценки роли искусственного интеллекта снижаются с увеличением возраста респондентов по всем измеряемым параметрам. Наиболее высокие показатели фиксируются в возрастной группе 14–18 лет: здесь максимальные значения наблюдаются по важности изучения ИИ в образовании (3,94) и использованию ИИ в учебе или работе (3,70). Также молодежь этой группы выше оценивает влияние ИИ на качество усвоения знаний (3,62) и развитие критического мышления (3,30), а также демонстрирует лучшую самооценку способности распознавать контент, созданный ИИ (3,54).

В группе 19–23 лет показатели остаются сравнительно высокими, но уже ниже, чем у подростков, особенно по использованию ИИ (3,52) и критическому мышлению (3,11). Далее наблюдается устойчивое снижение оценок в возрастных группах 24–28 лет и 29–34 года, где минимальные значения зафиксированы по использованию ИИ (3,37 и 3,03 соответственно) и влиянию на критическое мышление (3,02 и 2,77).

В целом, данные показывают, что чем старше возраст респондентов, тем ниже оценка роли и влияния искусственного интеллекта во всех аспектах – от образования до когнитивных навыков, что указывает на более высокую вовлеченность и принятие технологий среди молодежи младших возрастных групп.

Таблица №29. Распределение ответов на вопрос: «Оцените роль искусственного интеллекта по 5-балльной шкале, где 1 – минимальное значение, 5 – максимальное значение», в разрезе возрастов

	14-18	19-23	24-28	29-34
Важность изучения технологии ИИ в образовательной системе	3,94	3,79	3,70	3,54

Используете ли Вы инструменты на основе ИИ в своей учебе или работе?	3,70	3,52	3,37	3,03
Как Вы оцениваете влияние искусственного интеллекта на качество усвоения знаний в будущем?	3,62	3,52	3,35	3,18
Как ИИ влияет на развитие критического мышления?	3,30	3,11	3,02	2,77
Как легко Вы можете распознать продукты сгенерированные ИИ?	3,54	3,47	3,13	3,01

Наряду с вопросами образования, науки и технологического развития важную роль в формировании человеческого капитала играет культурная сфера. Именно она создает возможности для творческого развития, самовыражения и социальной интеграции молодежи. Поэтому в рамках исследования отдельное внимание было уделено оценке мер, способных повысить участие молодых людей в культурной жизни Казахстана. В ходе опроса респондентам был задан вопрос о том, какие меры, по их мнению, необходимо реализовать в первую очередь для расширения участия молодежи в культурной жизни Казахстана. Результаты исследования показали, что молодежь прежде всего ожидает усиления поддержки творческих инициатив и проектов (32,4%). Это свидетельствует о стремлении молодых людей к самореализации, развитию собственных идей и активному участию в культурном пространстве страны.

Практически столь же значимой мерой респонденты считают проведение большего количества современных и интересных мероприятий для молодежи – 31,9%. Полученные результаты демонстрируют запрос молодежи на обновление форматов культурных событий, их адаптацию к интересам нового поколения и использование интерактивных подходов.

Важным фактором культурной социализации молодежи респонденты также считают поддержку семейного воспитания – 30,1% опрошенных отметили необходимость укрепления роли семьи в формировании культурных ценностей и интересов.

Среди других востребованных направлений молодежь выделила повышение доступности культурных мероприятий по стоимости (23,7%), а также развитие культурной инфраструктуры – домов культуры, библиотек, арт-пространств и креативных центров (23,6%). Это указывает на существующий запрос на более широкий и равномерный доступ к культурным ресурсам.

Значительная часть участников исследования считает важным развитие кружков, студий и образовательных программ в сфере культуры и искусства (22,9%). Кроме того, 21,0% респондентов выступают за более активное внедрение цифровых форматов культуры, включая онлайн-концерты, виртуальные музеи и стриминговые проекты, что отражает влияние цифровизации на культурную сферу и изменение способов потребления культурного контента.

Также молодежь отмечает необходимость вовлечения молодых людей в организацию культурных мероприятий (19,7%) и улучшения информирования о культурных событиях (16,9%). По мнению некоторых респондентов, важную роль играет формирование интереса к культуре через образовательные учреждения (14,9%), а также поддержка региональных и сельских культурных проектов (11,7%).

Лишь небольшая доля участников исследования считает, что специальных мер предпринимать не требуется (2,2%), затруднились с ответом 0,7% опрошенных.

Диаграмма №20. Распределение ответов на вопрос: «Как Вы считаете, что необходимо сделать в первую очередь для расширения участия молодежи в культурной жизни?», %



*Сумма ответов превышает 100%, так как респондент мог выбрать несколько вариантов ответа

Результаты показывают, что приоритеты городской и сельской молодежи в вопросах расширения участия в культурной жизни во многом совпадают, однако имеют и определенные различия. В обеих группах наиболее востребованными мерами являются поддержка творческих инициатив и проектов (31,0% в городе и 34,7% в селе) и проведение большего количества современных и интересных мероприятий для молодежи (28,2% и 38,1% соответственно). При этом сельская молодежь значительно чаще отмечает необходимость проведения современных мероприятий.

Респонденты из сельской местности также чаще подчеркивают важность семейного воспитания как основы культурной социализации (33,6% против 28,1%), развития культурной инфраструктуры (25,1% против 22,7%) и поддержки региональных и сельских культурных проектов (14,6% против 9,9%). В свою

очередь, городская молодежь несколько чаще выступает за повышение доступности культурных мероприятий по стоимости (25,0% против 21,3%), внедрение цифровых форматов культуры (21,6% против 19,9%) и вовлечение молодежи в организацию культурных мероприятий (20,6% против 18,0%).

В целом результаты показывают, что молодежь связывает расширение участия в культурной жизни прежде всего с поддержкой творческой активности и созданием интересных культурных событий. При этом сельская молодежь демонстрирует более высокий запрос на развитие культурной среды и инфраструктуры, тогда как городская – на доступность и современные форматы культурного взаимодействия.

Таблица №30. Распределение ответов на вопрос: «Как Вы считаете, что необходимо сделать в первую очередь для расширения участия молодежи в культурной жизни?», по типу населенного пункта, %

	Город	Село
Поддерживать семейное воспитание как основу культурной социализации молодежи	28,1	33,6
Сделать культурные мероприятия более доступными по стоимости	25,0	21,3
Развивать культурную инфраструктуру (дома культуры, креативные пространства, библиотеки, арт-центры)	22,7	25,1
Проводить больше современных и интересных мероприятий для молодежи	28,2	38,1
Активнее внедрение цифровых форматов культуры (онлайн-концерты, виртуальные музеи, стриминговые проекты)	21,6	19,9
Поддерживать творческие инициативы и проекты	31,0	34,7
Развивать кружки, студии и образовательные программы в сфере культуры и искусства	22,7	23,2
Улучшать информирование молодежи о культурных событиях	17,3	16,1
Поддерживать региональные и сельские культурные проекты	9,9	14,6
Вовлекать молодежь в организацию культурных мероприятий	20,6	18,0
Формировать интерес к культуре через образовательные учреждения	14,3	15,9
Ничего специально делать не нужно	2,8	1,1
Затрудняюсь ответить	0,9	0,4

Выводы

1. Молодежь проявляет устойчивый интерес к науке. 57,8% респондентов считают ее интересной (14,7% – «очень интересно», 43,1% – «скорее интересно»). При этом 39,8% оценивают науку как «скорее не интересную» или «совсем не интересную».

2. Наиболее перспективными научными направлениями молодежь считает медицину и биотехнологии (49%), цифровые технологии и ИИ (33,9%) и экологию, климат и «зеленые» технологии (32%). Социальные науки, космические технологии и креативные индустрии выбирают меньше респондентов (12–16,5%). Медицина и биотехнологии лидируют во всех возрастных группах (47,1–51,9%). Молодежь 14–23 лет более ориентирована на ИТ и инновации, старшие группы 24–34 лет – на образование, сельское хозяйство и социально значимые направления.

3. Наиболее востребованными мерами поддержки науки являются гранты и стипендии для молодых ученых (44,2%) и увеличение государственного финансирования науки (32,1%). Респонденты с научной

степенью больше акцентируют внимание на финансировании, зарплатах ученых и прозрачности распределения грантов.

4. Молодежь позитивно воспринимает ИИ и его роль в будущем развитии образования и профессиональной деятельности. Важность изучения технологий ИИ высоко оценивают 62,9% респондентов (оценки 4–5 баллов). Более половины опрошенных (52,2%) активно используют инструменты на основе ИИ в учебе или работе. Также 52,3% считают, что ИИ будет способствовать улучшению качества усвоения знаний. Влияние ИИ на развитие критического мышления оценивается неоднозначно: положительно – 39,4%, отрицательно – 29,6%. Чем младше возраст, тем выше оценка роли ИИ во всех аспектах: подростки 14–18 лет наиболее активно используют ИИ и положительно оценивают его влияние на образование и критическое мышление, старшие группы 29–34 лет демонстрируют меньшую вовлеченность.

5. Молодежь ожидает поддержки творческих инициатив и проектов (32,4%) и проведения современных мероприятий (31,9%) для расширения участия молодежи в культурной жизни. Также важны семейное воспитание (30,1%) и развитие культурной инфраструктуры (23,6–23,7%). Сельская молодежь больше ориентирована на развитие культурной среды, инфраструктуры и семейное воспитание, городская – на доступность мероприятий, цифровые форматы и вовлечение молодежи в организацию событий.

5. ТРУДОУСТРОЙСТВО, НАВЫКИ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОРИЕНТАЦИИ МОЛОДЕЖИ

Трудоустройство, профессиональные навыки и экономические ориентации являются ключевыми факторами, определяющими возможности молодежи для самореализации и финансовой независимости.

Молодые люди о востребованных навыках будущего демонстрируют высокую ориентацию на цифровизацию и адаптацию к быстро меняющемуся рынку труда. Наиболее значимыми респонденты считают цифровые навыки и владение технологиями искусственного интеллекта (41,8%), что отражает понимание растущей роли технологий в профессиональной сфере. Важное место также занимают критическое мышление (32,6%) и гибкость, готовность меняться (28,6%), подчеркивая запрос на способность адаптироваться к новым условиям и анализировать информацию. Существенную роль молодежь отводит коммуникативным навыкам (27,0%) и умению работать на онлайн-платформах и в цифровой среде (24,0%), что свидетельствует о распространении гибридных и дистанционных форм занятости. Кроме того, востребованными считаются эмоциональный интеллект (20,2%), медиаграмотность и кибергигиена (19,3%), а также предпринимательские навыки и самозанятость (18,5%), что указывает на стремление молодежи к самостоятельности и устойчивости в цифровой среде. Доля затруднившихся ответить минимальна (1,7%), что говорит о сформированном понимании ключевых компетенций будущего.

Таблица № 31. Распределение ответов на вопрос: «Как Вы думаете какие навыки и компетенции будут востребованы на рынке труда в ближайшем будущем?», %

	Проценты*
Цифровые навыки и ИИ	41,8
Критическое мышление	32,6
Гибкость, готовность меняться	28,6
Коммуникативные навыки	27,0
Умение работать на онлайн-платформах и в цифровой среде	24,0
Эмоциональный интеллект	20,2
Медиаграмотность, кибергигиена	19,3
Предпринимательские навыки и самозанятость	18,5
Многозадачность	16,5
Инициативность	13,5
Управление проектами и командная работа	11,5
Затрудняюсь ответить	1,7

*Сумма ответов превышает 100%, так как респондент мог выбрать несколько вариантов ответа

Рассмотрение данных в разрезе образования позволяет выявить, как уровень подготовки влияет на восприятие актуальных навыков. Так, цифровые навыки и ИИ остаются на первом месте во всех образовательных группах, особенно среди респондентов с 9 классами (46,0%) и средним образованием (46,5%), а среди магистров и обладателей научных степеней доля тех, кто выделяет цифровые компетенции, снижается до 29,9%. Это может указывать на смещение фокуса старших и более образованных групп в сторону управленческих и аналитических компетенций.

Второй по значимости является критическое мышление, показатели остаются стабильными вне зависимости от уровня образования (от 30,1% до 33,9%), что подтверждает универсальность данного навыка для всех профессиональных и возрастных групп. Гибкость и готовность к изменениям также

важны для всех уровней образования, с максимальными значениями у респондентов с магистерской и научной степенями (35,1%), подчеркивая необходимость адаптивности к нестабильному рынку труда.

Таблица № 32. Распределение ответов на вопрос: «Как Вы думаете какие навыки и компетенции будут востребованы на рынке труда в ближайшем будущем?» в разрезе образования, %

	Незаконченное среднее 9 классов школы	Среднее 11 классов школы	Профессионально-техническое, среднее специальное колледж, училище	Незаконченное высшее только учусь	Высшее окончил вуз	Высшее и научная степень магистр, кандидат, доктор, PhD	Нет ответа
Критическое мышление	30,1	33,9	32,9	32,5	33,0	31,2	33,3
Коммуникативные навыки	23,4	24,5	29,8	28,8	26,5	29,9	0,0
Эмоциональный интеллект	18,4	23,7	20,5	19,3	20,3	15,6	0,0
Цифровые навыки и ИИ	46,0	46,5	34,6	43,6	43,6	29,9	33,3
Предпринимательские навыки и самозанятость	13,8	15,9	21,7	17,8	19,9	13,0	16,7
Умение работать на онлайн-платформах и в цифровой среде	24,3	24,5	22,7	26,4	23,8	19,5	33,3
Медиаграмотность, кибергигиена	23,4	15,9	17,4	19,0	19,8	24,7	16,7
Гибкость, готовность меняться	21,8	26,9	30,8	27,9	30,1	35,1	0,0
Инициативность	11,7	14,3	16,2	12,3	12,1	18,2	33,3
Многозадачность	17,2	14,3	17,4	15,6	16,3	20,8	33,3
Управление проектами и командная работа	7,5	13,5	11,9	14,7	9,6	16,9	16,7
Затрудняюсь ответить	3,8	1,2	1,7	0,3	1,6	1,3	16,7

Рассмотрение данных в разрезе возраста позволяет понять, как восприятие навыков меняется с жизненным опытом. Лидером среди всех возрастов остаются цифровые навыки и ИИ – наибольший интерес проявляют 14–18 лет (46,9%), чуть меньше – 19–23 года (42,8%), далее показатели постепенно снижаются у старших групп (36,7% у 29–34 летних). Критическое мышление высоко ценится во всех возрастах (31,1%–34,0%), а коммуникативные навыки востребованы примерно у четверти респондентов, с небольшим ростом у молодежи 19–23 лет.

Гибкость и готовность меняться возрастает с возрастом: у самой молодой возрастной группы – 25,7% (14-18 лет), у старших возрастных групп – 30,3% (24-28 лет) и (29-34 лет), что отражает понимание необходимости адаптации к динамике рынка труда. Эмоциональный интеллект и медиаграмотность оцениваются примерно одинаково во всех возрастах (от 17,5% –21,3%), а предпринимательские навыки и самозанятость становятся более актуальными с возрастом (от 15,5% у 14–18 лет до 20,8% у 24–28 лет).

Умение работать на онлайн-платформах и в цифровой среде постепенно теряет актуальность с ростом возраста, тогда как инициативность и многозадачность имеют более ровные показатели без явной зависимости от возраста. Управление проектами и командная работа воспринимается как менее приоритетное умение, около 10–13% респондентов отметили его значимость.

В целом, анализ в разрезе образования и возраста показывает, что молодежь особенно ценит цифровые и критические навыки, старшие группы –

предпринимательские и адаптивные, при этом важность эмоциональных и медиаграмотных компетенций сохраняется во всех возрастах, а образовательный уровень смещает акцент с базовых цифровых навыков на управленческие и аналитические компетенции.

Таблица № 33. Распределение ответов на вопрос: «Как Вы думаете какие навыки и компетенции будут востребованы на рынке труда в ближайшем будущем?», по возрасту, %

	14-18 лет	19-23 года	24-28 лет	29-34 года
Критическое мышление	31,1	33,7	31,6	34,0
Коммуникативные навыки	24,8	28,8	27,6	27,4
Эмоциональный интеллект	21,3	17,5	20,3	21,0
Цифровые навыки и ИИ	46,9	42,8	40,6	36,7
Предпринимательские навыки и самозанятость	15,5	18,8	20,8	19,4
Умение работать на онлайн-платформах и в цифровой среде	26,0	24,8	24,1	21,3
Медиаграмотность, кибергигиена	19,5	18,2	21,1	18,7
Гибкость, готовность меняться	25,7	28,6	30,3	30,3
Инициативность	14,3	9,5	15,0	14,7
Многозадачность	15,7	17,1	14,8	18,0
Управление проектами и командная работа	10,6	13,5	11,8	10,4
Затрудняюсь ответить	1,6	1,3	1,5	2,1

Распределение предпочтений молодежи по сферам занятости показывает, что наибольший интерес вызывают бизнес и предпринимательство (13,1%), что свидетельствует о стремлении части молодежи к самостоятельной профессиональной деятельности, развитию собственного дела и финансовой независимости.

Среди наиболее популярных направлений также выделяются образование (9,8%), здравоохранение (8,9%) и торговля, включая маркетплейсы (8,8%). Высокие показатели данных сфер отражают их устойчивую востребованность и значимость на рынке труда.

Интерес молодежи проявляет к современным технологическим направлениям: сферу цифровизации и искусственного интеллекта выбрали 7,3% опрошенных. Это указывает на рост привлекательности цифровых профессий и постепенную адаптацию молодежи к технологическим изменениям.

Средний уровень интереса наблюдается к таким сферам, как культура, искусство и креативная индустрия (4,9%), государственная служба (4,5%), промышленность и транспорт (по 4,3%), строительство, финансы и страхование (по 4,0%), а также сельское хозяйство и связь (по 3,9%).

Наименее привлекательными для респондентов оказались – туризм, дизайн, медиа, экология, маркетинг, ветеринария и психология, каждая из которых набрала менее 1% ответов. Затруднились ответить 2,3% участников опроса.

В целом результаты показывают ориентацию молодежи преимущественно на предпринимательство, социально значимые профессии и современные цифровые направления деятельности.

Таблица № 34. Распределение ответов на вопрос: «В какой сфере деятельности хотели бы работать (или уже работаете)?», %

	Проценты
Бизнес, предпринимательство	13,1
Образование	9,8
Здравоохранение	8,9

Торговля, включая маркетплейсы	8,8
Цифровизация и ИИ	7,3
Культура, искусство и креативная индустрия	4,9
Государственная служба	4,5
Промышленность	4,3
Транспорт	4,3
Строительство	4,0
Кредитование, финансы, страхование	4,0
Сельское хозяйство	3,9
Связь	3,9
Физическая культура и спорт	3,4
Правоохранительные органы	2,9
Общественное питание	2,5
Право, юриспруденция, военное дело	2,4
Другое	5,6
<i>Затрудняюсь ответить</i>	2,3

Во всех возрастных группах одним из наиболее популярных направлений остается бизнес и предпринимательство: 14,5% среди молодежи 14–18 лет, 14,2% среди 19–23 лет, 11,5% среди 24–28 лет и 12,0% среди 29–34 лет. Это свидетельствует о высоком интересе молодежи к самостоятельной занятости и собственному делу.

В сфере образования интерес составляет 8,7% среди молодежи 14–18 лет, 7,8% среди 19–23 лет, 9,3% среди 24–28 лет и достигает 12,7% среди респондентов 29–34 лет.

В здравоохранении показатели составляют 8,4% среди 14–18-летних, 8,9% среди 19–23-летних, 7,0% среди 24–28-летних и 10,7% среди молодежи 29–34 лет.

Среди младших возрастных групп особенно востребована сфера цифровизации и ИИ: по 9,1% среди молодежи 14–18 и 19–23 лет. В группе 24–28 лет показатель снижается до 6,8%, а среди молодежи 29–34 лет – до 4,5%.

Также с возрастом возрастает интерес к торговле, включая маркетплейсы: 6,8% среди молодежи 14–18 лет, 7,8% среди 19–23 лет, 9,0% среди 24–28 лет и 11,4% среди 29–34 лет.

Молодежь во всех возрастных группах проявляет стабильный интерес к бизнесу и предпринимательству, что указывает на высокую мотивацию к самостоятельной занятости. При этом с возрастом усиливается интерес к торговле и образованию, а внимание к цифровизации и ИИ уменьшается среди старших групп.

Таблица № 35. Распределение ответов на вопрос: «В какой сфере деятельности хотели бы работать (или уже работаете)», по возрасту, %

	14-18 лет	19-23 года	24-28 лет	29-34 года
Бизнес, предпринимательство	14,5	14,2	11,5	12,0
Цифровизация и ИИ	9,1	9,1	6,8	4,5
Образование	8,7	7,8	9,3	12,7
Здравоохранение	8,4	8,9	7,0	10,7
Торговля, включая маркетплейсы	6,8	7,8	9,0	11,4
Культура, искусство и креативная индустрия	6,8	5,8	4,5	2,0
Физическая культура и спорт	4,9	3,5	2,5	2,3
Сельское хозяйство	4,5	3,1	3,8	4,0
Государственная служба	4,2	3,8	4,8	5,2
Транспорт	4,0	3,1	4,5	5,4
<i>Затрудняюсь ответить</i>	3,7	1,8	2,3	1,4

С учетом анализа навыков и направлений профессиональной деятельности значительное внимание следует уделять формам занятости. В условиях

постковидного периода появилось множество новых моделей трудовой деятельности. Для развития экономики страны важно определить наиболее востребованные и перспективные формы занятости среди молодежи, рассматриваемой как основная будущая трудовая сила. Результаты опроса показывают, что наиболее предпочтительным видом занятости среди молодежи остается постоянная работа (45,5%), что свидетельствует о высокой ценности стабильности, гарантированного дохода и социальной защищенности. Данный показатель не особо изменился в сравнение с 2025 годом.

При этом часть молодежи ориентирована на альтернативные формы занятости. Так, самозанятость или работа на себя привлекает 18,8% опрошенных, а 14,7% предпочли бы иметь несколько источников дохода одновременно. Гибкий график работы выбрали 14,2% респондентов, а удаленную работу – 13,1%, что отражает растущий запрос молодежи на баланс между работой и личной жизнью. Также интерес к альтернативным формам работы проявляется через фриланс (9,1%), 4-дневную рабочую неделю (9,4%) и работу через онлайн-платформы (5,4%), включая такси, доставку и фриланс-биржи.

Таблица № 36. Распределение ответов на вопрос: «Какой вид занятости Вы предпочитаете?», %

	2025	2026
Постоянная работа	42,0	45,5
Самозанятость / работа на себя	н.д.	18,8
Несколько источников дохода одновременно	н.д.	14,7
Гибкий график работы	21,8	14,2
Удаленная работа	9,9	13,1
4-х дневная рабочая неделя	6,3	9,4
Фриланс	4,0	9,1
Еще не думал (-а) об этом	14,5	6,0
Работа через онлайн-платформы (такси, доставка, фриланс-биржи и др.)	н.д.	5,4
Проектная или временная занятость	н.д.	2,7
Затрудняюсь ответить	1,4	0,8

*Сумма ответов превышает 100%, так как респондент мог выбрать несколько вариантов ответа

Распределение предпочтений по типу населенного пункта показывает, что как среди городской, так и среди сельской молодежи, наиболее востребованной остается постоянная работа (45,6% и 45,4% соответственно). При этом городская молодежь чаще выбирает самозанятость (19,6%), удаленную работу (14,0%) и наличие нескольких источников дохода (15,3%), тогда как сельская молодежь чаще отдает предпочтение 4-дневной рабочей неделе (12,9%) и работе через онлайн-платформы (8,1%). В целом независимо от места проживания молодежь ориентирована на стабильную занятость.

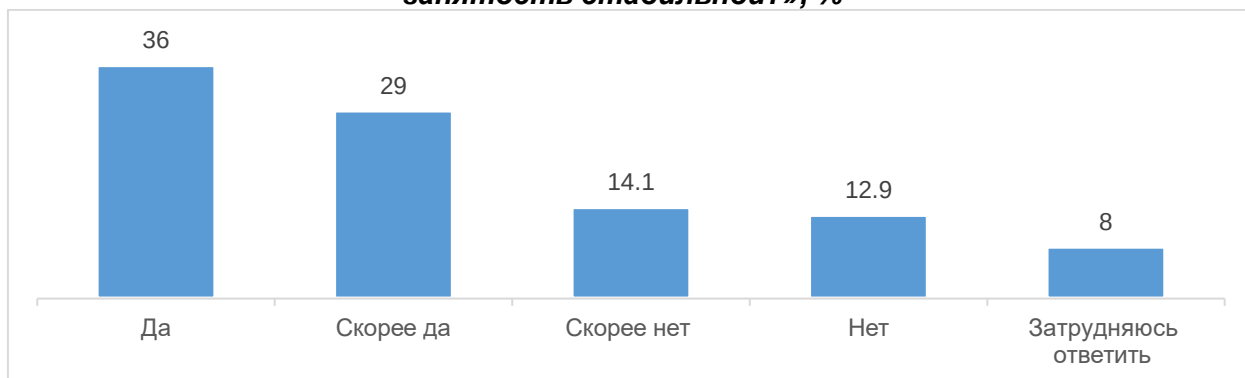
Таблица № 37. Распределение ответов на вопрос: «Какой вид занятости Вы предпочитаете», в разрезе образования, %

	Город	Село
Постоянная работа	45,6	45,4
Фриланс	9,8	7,9
Удаленная работа	14,0	11,4
4-х дневная рабочая неделя	7,3	12,9
Самозанятость, работа на себя	19,6	17,5
Проектная или временная занятость	1,7	4,5
Работа через онлайн-платформы, такси, доставка, фриланс-биржи и др	3,8	8,1
Несколько источников дохода одновременно	15,3	13,6

Гибкий график работы	14,3	14,0
Еще не думал об этом	5,8	6,4
Затрудняюсь ответить	1,0	0,3

Касательно занятости большинство респондентов оценивают свою занятость как стабильную, это отметили суммарно 65,0% (36,0% «да», 29,0% «скорее да»). В то же время 14,1% респондентов оценивают занятость как скорее нестабильную, а 12,9% – как совсем нестабильную, что показывает, что около четверти участников испытывают сомнения или недовольство своим положением на рынке труда.

Диаграмма № 21. Распределение ответов на вопрос: «Считаете ли Вы свою занятость стабильной?», %



Вопрос трудоустройства молодежи занимает важное место в региональной политике. Региональный анализ позволяет определить области с наиболее благоприятными и наименее благоприятными показателями занятости молодежи, выделив топ-5 и топ-3 регионов соответственно.

Таблица № 38. Распределение ответов на вопрос: «Считаете ли Вы свою занятость стабильной?», %

Области	Сумма «Да» и «скорее да»	Сумма «Нет» и «скорее нет»
Абай	84,3	15,7
Акмолинская	43,1	51,4
Актюбинская	80,4	17,4
Алматинская	36,7	56,7
Атырауская	60,6	26,8
Восточно-Казахстанская	81,4	3,4
Жамбылская	45,5	51,2
Жетісу	45,3	43,8
Западно-Казахстанская	60,9	7,8
Карагандинская	71,2	19,2
Костанайская	76,7	16,4
Кызылординская	67,1	14,1
Мангистауская	89,2	8,4
Павлодарская	66,2	26,2
Северо-Казахстанская	95,5	2,3
Туркестанская	60,6	37,2
Ұлытау	71,4	0
Астана	77,7	13,3
Алматы	61,6	26,5
Шымкент	73	24,8

Наиболее высокий уровень положительных оценок стабильности занятости («да» и «скорее да») зафиксирован в Северо-Казахстанской области, где о

стабильности своей занятости сообщили 95,5% молодежи. Также высокие показатели отмечены в Мангистауской области (89,2%), области Абай (84,3%), Восточно-Казахстанской области (81,4%) и Актюбинской области (80,4%). Это может свидетельствовать о высоком уровне уверенности молодежи данных регионов в устойчивости своего трудового положения.

Наиболее высокие доли негативных оценок («нет» и «скорее нет») наблюдаются в Алматинской области (56,7%), Акмолинской области (51,4%) и Жамбылской области (51,2%). В этих регионах более половины молодежи не считают свою занятость стабильной, что указывает на наличие повышенной неопределенности и рисков на региональном рынке труда.

Согласно данным исследования «Молодежь Казахстана» (2025 года) одним из трендов являлся финансовая независимость. В этой связи в замере этого года отдельно рассматривался вопрос дополнительного заработка. Анализ ответов респондентов подтверждает прошлогодний тренд и демонстрирует высокую распространенность запроса на дополнительную занятость. Более половины респондентов (51,0%) отмечают отсутствие дохода при желании его иметь.

Фактические формы дополнительного дохода распределяются следующим образом: офлайн-подработка (10,2%), онлайн-подработка (8,0%), самозанятость (4,5%), собственный бизнес (2,3%). При этом в разрезе образования предпринимательская активность выше среди обладателей магистерской и научной степеней (6,5%), что подтверждает роль образования как фактора экономической активности и доступа к более сложным формам занятости.

Таблица № 39. Распределение ответов на вопрос: «Есть ли у Вас дополнительные источники дохода?», %

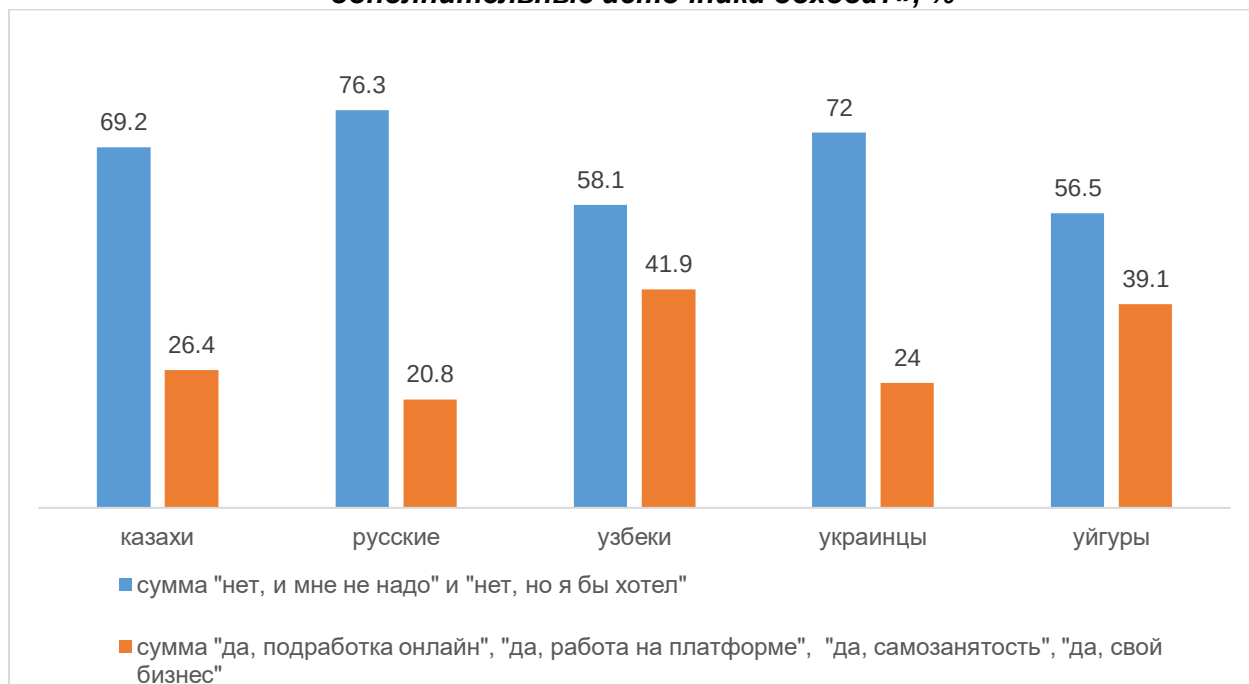
	Проценты
Нет, но я бы хотел/а	51,0
Нет, и мне не надо	18,9
Да, подработка офлайн	10,2
Да, подработка онлайн	8,0
Да, самозанятость	4,5
Затрудняюсь ответить	4,0
Да, свой бизнес	2,3
Да, работа на платформе	1,0
Стипендия	0,1

Этнический разрез показывает различия в наличии дополнительных источников дохода среди молодежи. Наибольшая доля респондентов, имеющих дополнительный заработок, зафиксирована среди узбеков (41,9%) и уйгуров (39,1%). Среди казахов дополнительный доход имеют 26,4% опрошенных, среди украинцев – 24,0%, а среди русских – 20,8%.

Соответственно, отсутствие дополнительных источников дохода чаще всего характерно для русских (76,3%), украинцев (72,0%) и казахов (69,2%). Среди узбеков и уйгуров данный показатель ниже и составляет 58,1% и 56,5% соответственно.

Таким образом, дополнительная занятость наиболее распространена среди узбекской и уйгурской молодежи, тогда как среди русской, украинской и казахской молодежи она встречается реже.

Диаграмма № 22. Распределение ответов на вопрос: «Есть ли у Вас дополнительные источники дохода?», %



С учетом запроса на дополнительных заработок можно сделать гипотезу о том, что финансовая составляющая является важным аспектом при выборе места работы. И результаты опроса это подтверждают: у 49,9% главным фактором является уровень заработной платы и наличие льгот. Вторым по значимости выступает возможность профессионального роста (39,2%), что указывает на стремление молодежи к развитию карьеры и повышению квалификации. Далее идет возможность заниматься любимым делом – данный вариант ответа выбрали 27,5% опрошенных.

Существенную роль играют стабильность и надежность работы (25,5%), а также гибкие условия занятости. Возможность удаленной работы отметили 15,7% респондентов, гибкий график – 14,6%.

Менее значимыми стали престиж компании (13,8%), возможность установить полезные связи (13,1%), социально-психологический климат и доступ к современным цифровым технологиям (по 11,2%).

В целом результаты показывают, что молодежь ориентируется на высокий доход, а также на возможности профессионального развития, комфортные условия труда и личную самореализацию.

Таблица № 40. Распределение ответов на вопрос: «Укажите факторы, которые наиболее значимы для Вас при выборе места работы», %

	Проценты*
Уровень заработной платы, льготы	49,9
Возможность профессионального роста	39,2
Возможность заниматься любимым делом	27,5
Стабильность, надежность	25,5
Возможность удаленной работы из любого места	15,7
Гибкий график работы	14,6
Престиж компании	13,8
Возможность установить контакты и связи, которые могут пригодиться в будущем	13,1
Социально-психологический климат	11,2
Доступ к современным цифровым технологиям	11,2
Месторасположение организации	9,0
Еще учусь в школе, не задумывался (-ась) об этом	6,2

Возможность получения оплаты переводом или наличными день в день	5,3
<i>Затрудняюсь ответить</i>	0,8

*Сумма ответов превышает 100%, так как респондент мог выбрать несколько вариантов ответа

Касательно регионов анализ факторов, влияющих на выбор места работы, показывает, что для молодежи ключевыми мотивами являются уровень заработной платы, возможность профессионального роста и занятие любимым делом.

По показателю уровня заработной платы и льгот лидирует Павлодарская область (69,2%), затем область Жетісу (67,2%) и г.Алматы (66,5%), что свидетельствует о высокой значимости финансовой мотивации при выборе работы.

Возможность профессионального роста особенно ценится в Актюбинской (68,5%), Мангистауской (60,2%) и Костанайской (56,2%) областях, что подчеркивает ориентацию молодежи на карьерное развитие.

Фактор занятия любимым делом наиболее важен в Актюбинской (51,1%), Мангистауской (45,8%), Туркестанской области (44,6%) демонстрируя стремление молодежи к самореализации и интересу к творческой работе.

Среди дополнительных, но заметных факторов: стабильность и надежность работы особенно ценится в Акмолинской области (41,7%), а гибкий график – в области Жетісу (31,3%). В Алматинской области отмечен престиж компании (28,0%), доступ к современным цифровым технологиям отметили респонденты Акмолинской области (22,2%), что отражает профессиональную ориентацию молодежи и интерес к современным инструментам работы.

Гендерный анализ показывает, что как для мужчин, так и для женщин главным фактором при выборе места работы остается уровень заработной платы и льготы: данный вариант отметили 50,6% мужчин и 49,0% женщин. Это свидетельствует о высокой значимости финансовой стабильности независимо от пола. Однако для женщин несколько более важными являются возможности профессионального роста (41,4% против 37,0% среди мужчин), а также возможность заниматься любимым делом (28,5% против 26,5%). Кроме того, женщины чаще обращают внимание на возможность удаленной работы (17,2% против 14,2%) и месторасположение организации (10,3% против 7,8%).

Мужчины, в свою очередь, чаще отмечают значимость стабильности и надежности работы (27,1% против 23,8%), престижа компании (14,3% против 13,1%), а также возможности установить полезные связи (13,9% против 12,2%).

При этом показатели по гибкому графику работы практически не различаются: 14,7% среди мужчин и 14,5% среди женщин.

В целом результаты показывают, что при схожести основных трудовых приоритетов женщины в большей степени ориентированы на профессиональное развитие и комфортные условия труда, тогда как мужчины чаще подчеркивают значимость стабильности и статусных характеристик работы.

Таблица № 41. Распределение ответов на вопрос: «Укажите факторы, которые наиболее значимы для Вас при выборе места работы», по гендеру, %

	Мужчины	Женщины
Уровень заработной платы, льготы	50,6	49,0
Возможность профессионального роста	37,0	41,4
Стабильность, надежность	27,1	23,8
Возможность заниматься любимым делом	26,5	28,5
Гибкий график работы	14,7	14,5
Престиж компании	14,3	13,1
Возможность удаленной работы из любого места	14,2	17,2

Возможность установить контакты и связи, которые могут пригодиться	13,9	12,2
Затрудняюсь ответить	0,9	0,6

Выводы

1. Цифровизация становится основой профессионального самоопределения молодежи. Высокий запрос на цифровые навыки и технологии искусственного интеллекта (41,8%), а также на умение работать на онлайн-платформах и в цифровой среде (24,0%) показывает, что молодежь связывает свою будущую конкурентоспособность прежде всего с технологическими компетенциями.

2. Молодежь видит важность не только цифровых, но и гибких навыков. Наряду с цифровыми компетенциями (41,8%) молодежь высоко оценивает критическое мышление (32,6%), гибкость и готовность меняться (28,6%), коммуникативные навыки (27,0%), что отражает усложнение требований к современному работнику.

3. Молодежь ориентируется на предпринимательство, социальные и цифровые сферы. Наибольший интерес вызывают бизнес и предпринимательство (13,1%), образование (9,8%), здравоохранение (8,9%) и торговля (8,8%), что отражает стремление к устойчивым и востребованным на рынке труда направлениям.

4. Запрос на стабильность в занятости сохраняется. Наиболее предпочтительной формой занятости остается постоянная работа (45,5%), тогда как самозанятость выбрали 18,8% молодежи, несколько источников дохода – 14,7%, гибкий график – 14,2%, а удаленную работу — 13,1%.

5. Региональные различия могут свидетельствовать о неравномерности вовлеченности молодежи в трудовую деятельность. Если в Северо-Казахстанской области стабильной свою занятость считают 95,5% молодежи, а в Мангистауской – 89,2%, то в Алматинской области данный показатель составляет лишь 36,7%, в Акмолинской – 43,1%, а в Жамбылской – 45,5%.

6. Молодежь выбирает работу через призму сочетания дохода, развития и самореализации. Главным фактором при выборе места работы остается уровень заработной платы и льготы (49,9%), далее следуют возможность профессионального роста (39,2%), возможность заниматься любимым делом (27,5%) и стабильность работы (25,5%), что показывает сочетание материальных и нематериальных карьерных мотивов.

6. КРЕАТИВНАЯ ИНДУСТРИЯ И КУЛЬТУРНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ

Креативная индустрия в Казахстане демонстрирует стремительное развитие и постепенно укрепляет свои позиции в экономике страны. Сегодня в отрасли функционируют около 48 тысяч компаний и предпринимателей, обеспечивая занятость примерно 160 тысяч человек, при этом основная концентрация приходится на Алматы и Астану¹. Основными драйверами роста остаются такие направления, как кино и анимация, геймдев, цифровое искусство, мода, дизайн и народные промыслы. Согласно планам развития, к 2029 году вклад креативной индустрии в экономику должен составить 2% ВВП, а численность занятых в секторе – увеличиться до 180 тысяч человек. Таким образом на молодежь, как будущую трудовую силу, возлагается большая роль в развитие креативной индустрии. В этой связи в исследование отдельно изучался вопрос о вовлеченности и видение данной отрасли.

Ответы на вопрос «На что необходимо уделить больше внимания государству, чтобы помочь развитию креативных индустрий в Казахстане?» показывают, что для молодых людей главным направлением государственной поддержки являются образовательные программы и курсы по креативным направлениям (41,5%), что отражает восприятие образования как ключевого механизма вовлечения в креативную экономику. Второе место занимает создание специализированных центров и развитие инфраструктуры (22,6%), демонстрируя потребность в пространствах для творчества и совместной работы. Таким образом у молодежи имеется логическая цепочка, где идет сначала запрос на знания, а потом на условия развития. При этом 17,7% респондентов считают, что государство не должно вмешиваться, что свидетельствует о росте индивидуалистических установок, а меры экономического характера, включая привлечение инвестиций и международных партнеров, поддерживают лишь 14% участников опроса.

Диаграмма №23. Распределение ответов на вопрос: «На что необходимо уделить больше внимания государству, чтобы помочь в развитии креативных индустрий в Казахстане (финансово, законодательно, информационно)?», %



В разрезе возраста сохраняется запрос на поддержку образовательных программ среди всех когорт: 43,6% среди 14-18 лет, 39,9% среди 19-23 года, 45,4% среди 24-28 лет и 38,0% среди 29-34 года. Это свидетельствует о стабильном восприятии образования как ключевого механизма входа в креативную экономику. При этом интерес к государственной пассивности («ничего не надо, молодежь должна развиваться сама») возрастает в группах – до 20,0%

¹ <https://24.kz/ru/news/economy/765339-poryadka-160-tysyach-kazakhstantsev-zanyato-v-kreativnoj-industrii>

среди 19-23 года и 18,0% среди 29-34 года, что отражает усиление индивидуалистических установок. Запрос на инвестиции и международное партнерство также усиливается с возрастом (до 16,5% в группе 29-34 года), что указывает на рост экономического прагматизма.

Таблица №42. Распределение ответов на вопрос: «На что необходимо уделить больше внимания государству, чтобы помочь в развитии креативных индустрий в Казахстане (финансово, законодательно, информационно)?», по возрасту, %

	14-18 лет	19-23 года	24-28 лет	29-34 года
Ничего не надо, молодежь сама должна развивать себя через креатив	16,2	20,0	16,8	18,0
Поддержка образовательных программ и курсов по креативным направлениям	43,6	39,9	45,4	38,0
Создание специализированных центров и развитие инфраструктуры,	22,0	23,7	22,3	22,5
Привлечение инвестиций и партнеров, в том числе из других стран	13,4	13,5	11,5	16,5
Затрудняюсь ответить	4,7	2,9	4,0	5,0

В Казахстане официально утвержден перечень, включающий более 40 направлений креативных индустрий². В этих условиях особую актуальность приобретает определение наиболее перспективных сфер, обладающих наибольшим потенциалом роста и способных стать драйверами развития отрасли. Молодые люди видят большой потенциал развития креативных индустрий в сочетании современных технологий и художественных направлений. Наибольший интерес вызывает реклама и маркетинг – 45,4% опрошенных считают их перспективными. За ними следуют IT и геймдев (36,3%), кино и анимация (27,8%) и архитектура (26,8%), что указывает на внимание к технологическим и визуально ориентированным сферам. Также востребованы дизайн и мода (24,3%), видеография и фотография (21,5%), ремесленные направления – ювелирные изделия, бижутерия и сувенирная продукция (18,1%), а музыка и концертная деятельность оцениваются как перспективные 15,1% респондентов. В целом, данные подчеркивают ориентацию молодежи на интеграцию цифровых технологий, визуальных искусств и традиционных ремесел как ключевых элементов креативной экономики.

Таблица № 43. Распределение ответов на вопрос: «Какие сферы креативных индустрий Вы считаете перспективными в нашей стране?», %

	Проценты*
Реклама и маркетинг	45,4
IT и геймдев	36,3
Кино и анимация (фильмы, мультфильмы, сериалы, шоу)	27,8
Архитектура	26,8
Дизайн, мода	24,3
Видеография и фотография	21,5
Ремесла (ювелирные изделия, бижутерия, национальная сувенирная продукция)	18,1
Музыка, концертная деятельность	15,1
Издательство (литературное производство и производство книг)	8,6
Театр и галерея	5,5
Музейное дело	5,0
Затрудняюсь ответить	4,1

*Сумма ответов превышает 100%, так как респондент мог выбрать несколько вариантов ответа

² Министерство культуры и информации РК <https://www.gov.kz/memleket/entities/mam/press/news/details/992882?lang=ru>

Языковой разрез показывает незначительные различия. Реклама и маркетинг чаще всего отмечались те, кто говорит на турецком (66,7%), курдском (62,5%) и казахском (47,2%) языках. IT и геймдев лидируют среди говорящих на украинском (75,0%), турецком (66,7%), русском (43,1%) и казахском (35,5%) языке.

Сфера архитектуры наиболее востребована среди говорящих на уйгурском (43,8%) и курдском (37,5%) языках, дизайн и мода – среди узбекско-говорящих (35,0%) и казах-язычных (25,8%), а кино и анимация – среди молодежи, говорящих на курдском (37,5%) и татарском (33,3%).

Таблица № 44. Распределение ответов на вопрос: «Какие сферы креативных индустрий Вы считаете перспективными в нашей стране?», по языкам %

	казахский	русский	узбекский	украинский	курдский	уйгурский	турецкий	татарский
Реклама и маркетинг	47,2	39,2	27,5	0,0	62,5	43,8	66,7	33,3
Архитектура	27,5	22,8	25,0	0,0	37,5	43,8	33,3	22,2
Ремесла, ювелирные изделия, бижутерия, национальная сувенирная п	18,4	16,7	20,0	0,0	12,5	25,0	33,3	11,1
Дизайн, мода	25,8	17,7	35,0	0,0	0,0	6,3	0,0	22,2
Кино и анимация, фильмы, мультфильмы, сериалы, шоу	29,2	22,5	22,5	25,0	37,5	6,3	0,0	33,3
Видеография и фотография	21,3	23,5	27,5	25,0	12,5	18,8	0,0	11,1
IT и геймдев	35,5	43,1	22,5	75,0	12,5	25,0	66,7	22,2

Для успешной работы в креативных индустриях молодые люди рассматривают сочетание профессиональных и креативных навыков как ключевой фактор. Наибольшую значимость респонденты придают высокому уровню профессионализма и владению современными технологиями (24,8%), а также творческому подходу и креативности (24,7%), что отражает необходимость совмещения технических компетенций и креативного мышления. Важными также считаются умение продавать свои идеи и убеждать клиентов (18,1%) и коммуникабельность с умением работать в команде (17,3%), подчеркивая роль социальных и презентационных навыков. Меньшую роль молодежь отводит наличию стартового капитала (7,5%) и широкому нетворкингу (6,1%).

Диаграмма № 24. Распределение ответов на вопрос: «Как Вы считаете, что самое важное для успешной работы в креативных индустриях?», %



Для развития креативной индустрии необходимо понимать через какие форматы лучше всего заходит информация. Согласно исследованию молодые люди предпочитают видеоконтент в коротком и удобном формате, ориентируясь на современные цифровые платформы. Наибольшей популярностью пользуются рилсы, короткие ролики и shorts – их выбирают 54,6% респондентов, что отражает тенденцию к быстрому и клиповому потреблению информации. 38,7% просматривают фильмы, 36,6% – YouTube-видео (блоги и обзоры), 27,1% – смотрят сериалы, что демонстрирует частичного сохранения интереса к более длительному и содержательному контенту. Обучающие видео, включая курсы и мастер-классы, выбирают 18,9%, что указывает на стремление к саморазвитию через видеоформаты. Менее популярны документальные фильмы (11,8%), прямые трансляции и стримы (12,8%), музыкальные клипы (11,5%). Всего 1,3% респондентов затруднились ответить, что свидетельствует о высокой определенности молодежи в предпочтениях видеоконтента.

Таблица № 45. Распределение ответов на вопрос: «В каком формате Вы чаще всего смотрите видеопродукты?», %

	Проценты*
Рилсы, ролики, shorts	54,6
Фильмы	38,7
YouTube-видео (блоги, обзоры)	36,6
Сериалы	27,1
Обучающие видео (курсы, мастер-классы)	18,9
Прямые трансляции (стримы)	12,8
Документальные фильмы	11,8
Музыкальные клипы	11,5
Затрудняюсь ответить	1,3

*Сумма ответов превышает 100%, так как респондент мог выбрать несколько вариантов ответа

Анализ видеопотребления демонстрирует устойчивое доминирование коротких форматов (shorts, рилсы), особенно среди молодежи 14-18 лет (62,8%), с постепенным снижением до 48,4% в группе 29–34 лет. Одновременно растет потребление фильмов с возрастом (с 31,4% до 45,1%), что указывает на переход от фрагментированного к более длинному и структурированному контенту. YouTube сохраняет стабильную популярность во всех группах (с 34,1% до 39,7%), выступая универсальной платформой.

Таблица № 46. Распределение ответов на вопрос «В каком формате Вы чаще всего смотрите видеопродукты?», по возрасту, %

	14-18 лет	19-23 года	24-28 лет	29-34 года
Сериалы	24,3	27,1	26,3	30,5
Фильмы	31,4	36,6	42,4	45,1
Рилсы, ролики, shorts	62,8	53,9	52,6	48,4
Документальные фильмы	11,2	13,3	11,5	11,3
Обучающие видео, курсы, мастер-классы	22,0	17,3	16,0	19,1
Прямые трансляции, стримы	15,2	15,3	10,3	10,1
Музыкальные клипы	13,1	13,5	9,5	9,7
YouTube-видео, блоги, обзоры	36,8	39,7	36,1	34,1

Предпочтения молодежи в выборе видеопродуктов демонстрируют высокий интерес к отечественному контенту: почти половина респондентов (49,9%) выбирают казахстанские фильмы и сериалы. Среди зарубежного производства наиболее популярны российские (32,4%) и американские (30,2%) видеопродукты, что отражает сочетание интереса к культурно близкому контенту и глобальной медийной продукции. При этом 23,2% респондентов отмечают, что для них не имеет значения страна производства, что свидетельствует о большей ориентации на качество и формат контента, а не на его географическое происхождение. Меньшая популярность других стран-производителей (Южная Корея, Турция, Европа) указывает на более ограниченное влияние этих рынков на потребление молодежью видеопродуктов.

Таблица № 47. Распределение ответов на вопрос «Видеопродукты чьего производства Вы предпочитаете смотреть?», %

	Проценты*
Казахстанские	49,9
Российские	32,4
Американские	30,2
Без разницы	23,2
Турецкие	13,9
Южнокорейские	12,8
Европейские	11,3
Японские	6,2
Китайские	4,6
Никакие, не люблю смотреть фильмы и сериалы	4,3
Индийские	1,7
Затрудняюсь ответить	1,1
Разные	0,3
Узбекские	0,1

*Сумма ответов превышает 100%, так как респондент мог выбрать несколько вариантов ответа

Динамика потребления в период с 2023 по 2026 год имеет волновую форму. Если в 2023 году казахстанский контент предпочитали 12,3% респондентов, то в 2024 году показатель резко вырос до 57,7%. В последующие годы интерес несколько снизился, однако остался высоким – 44,9% в 2025 году и 49,9% в 2026 году.

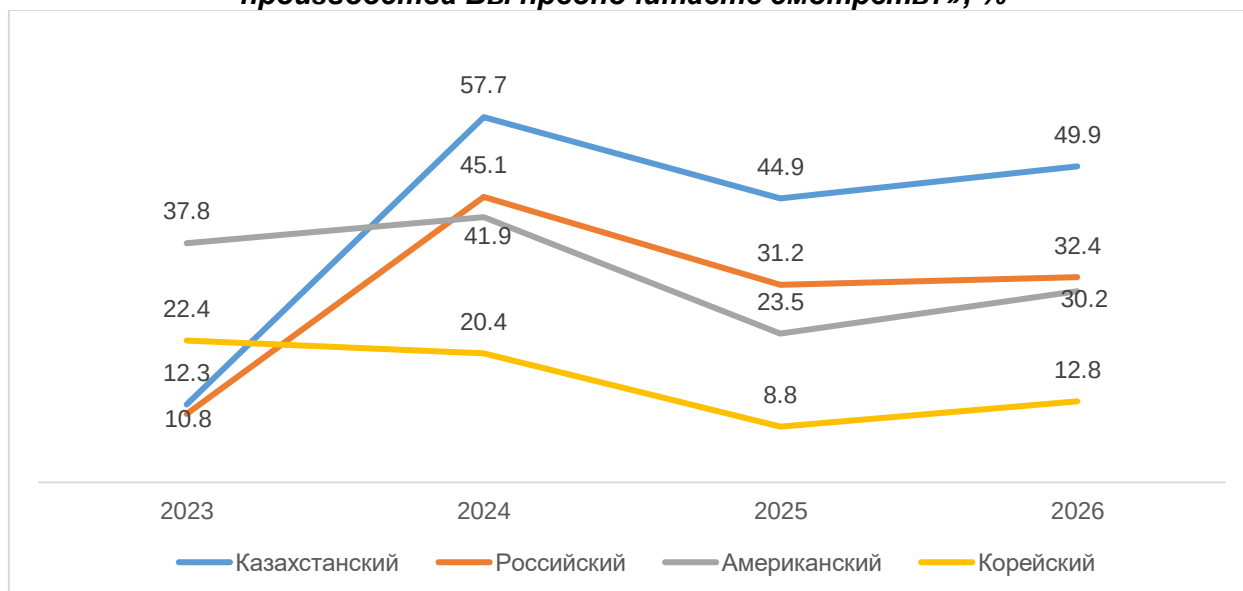
Предпочтение российского контента также увеличилось: с 10,8% в 2023 году до 45,1% в 2024 году. Затем показатель снизился до 31,2% в 2025 году и незначительно вырос до 32,4% в 2026 году.

Интерес к американскому видеоконтенту был наиболее высоким в 2023 году (37,8%), однако в дальнейшем наблюдается снижение: до 41,9% в 2024 году, 23,5% в 2025 году и 30,2% в 2026 году.

Корейский контент демонстрирует наиболее стабильные, но сравнительно низкие показатели. После роста с 22,4% в 2023 году до 20,4% в 2024 году его популярность снизилась до 8,8% в 2025 году, а затем немного увеличилась до 12,8% в 2026 году.

Таким образом, за рассматриваемый период наблюдается заметное усиление интереса к казахстанскому видеоконтенту, который к 2026 году уверенно занимает лидирующие позиции среди всех представленных направлений.

Диаграмма № 25. Распределение ответов на вопрос: «Видеопродукты чьего производства Вы предпочитаете смотреть?», %



Анализ предпочтений в потреблении видеоконтента в гендерном разрезе показывает как сходства, так и определенные различия между мужчинами и женщинами. Независимо от пола респонденты одинаково высоко оценивают казахстанский контент (по 49,9%), а также проявляют схожий интерес к российской (33,2% среди мужчин и 31,6% среди женщин) и американской продукции (31,5% и 28,7% соответственно). Вместе с тем наблюдаются заметные гендерные различия в отношении контента из Южной Кореи и Турции. Так, южнокорейскую видеопродукцию предпочитают 16,0% женщин против 9,6% мужчин, а турецкую – 18,3% женщин против 9,5% мужчин. Это может свидетельствовать о более высокой популярности среди женщин контента, ориентированного на эмоциональные сюжеты, романтические линии и сериальные форматы.

В вопросе предпочтений видеоконтента во всех возрастных группах сохраняется устойчивое лидерство казахстанской продукции: ее выбирают от 47,1% до 52,8% респондентов. При этом с возрастом усиливается интерес к российскому контенту: если среди молодежи 14-18 лет его предпочитают 28,6%, то среди респондентов 29-34 лет уже 36,6%. Интересным можно отметить также то, что молодежь младшего возраста чаще заявляет, что для нее не имеет значения происхождение видеопродукции (26,9% среди 14-18 лет), тогда как среди старших возрастных групп данный показатель снижается до 21,3%. Это может свидетельствовать о большей открытости подростковой аудитории и меньшей привязке к национальным или региональным источникам контента.

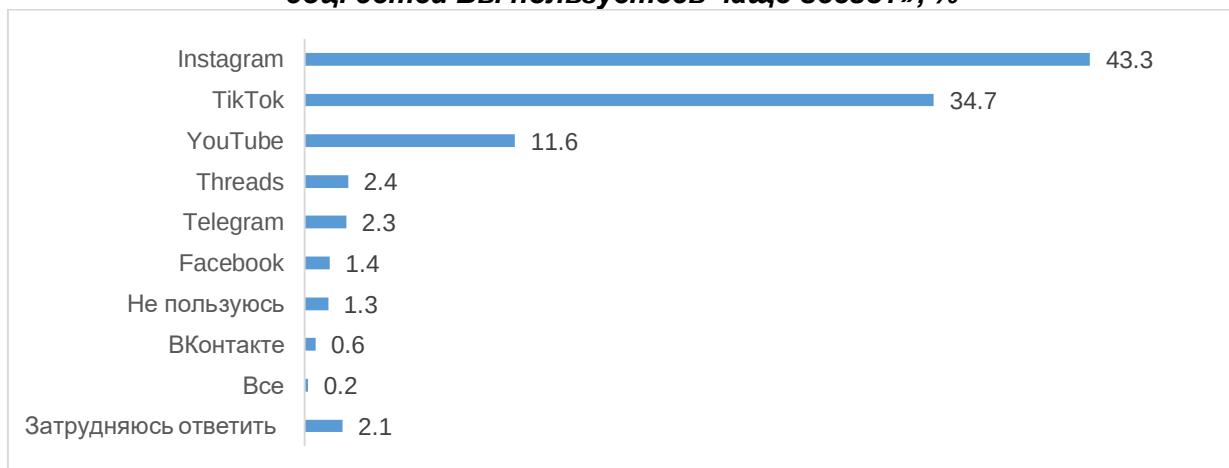
Таблица № 48. Распределение ответов на вопрос «Видеопродукты чьего производства Вы предпочитаете смотреть?», по возрасту, %

	14-18 лет	19-23 года	24-28 лет	29-34 года
Казахстанские	47,1	52,8	51,4	49,4
Американские	31,9	33,0	27,8	27,7
Российские	28,6	31,9	32,3	36,6
Южнокорейские	14,5	14,0	11,5	10,9
Японские	7,2	6,9	4,3	5,9
Турецкие	15,4	13,5	14,8	12,0
Без разницы	26,9	22,2	21,6	21,3

Анализ наиболее часто используемых социальных сетей показывает явное доминирование визуально-ориентированных и развлекательных платформ. Наибольшей популярностью среди респондентов пользуется Instagram – его указали 43,3% участников опроса. Второе место занимает TikTok с показателем 34,7%, что свидетельствует о высокой востребованности короткого видеоконтента среди молодежи.

Заметно меньшая доля респондентов использует YouTube (11,6%), несмотря на его широкую распространенность как источника информации и развлечений. Остальные платформы получили минимальные показатели: Threads – 2,4%, Telegram – 2,3%, Facebook – 1,4%, VK – 0,6%.

В целом данные показывают, что медиапотребление молодежи в наибольшей степени сосредоточено вокруг платформ с визуальным и коротким контентом, тогда как традиционные социальные сети постепенно теряют популярность.

Диаграмма № 26. Распределение ответов на вопрос: «Какими из следующих соц. сетей Вы пользуетесь чаще всего?», %

Социальные сети демонстрируют выраженную возрастную дифференциацию. TikTok доминирует среди подростков (48,7% в 14–18 лет). Instagram усиливает позиции с возрастом (до 50,6% в 24–28 лет), что свидетельствует об изменении цифровых предпочтений с возрастом. YouTube также демонстрирует рост значимости в старших группах (от 8% до 15,3%).

Таблица № 49. Распределение ответов на вопрос: «Какими из следующих соц. сетей Вы пользуетесь чаще всего?», по возрасту, %

	14-18 лет	19-23 года	24-28 лет	29-34 года
Instagram	35,6	43,2	50,6	45,9
TikTok	48,7	35,3	26,1	26,7
Threads	1,6	2,7	2,5	2,9

YouTube	8,0	10,2	13,0	15,3
Telegram	1,0	2,4	2,3	3,3
Facebook	0,7	2,4	1,5	1,2
ВКонтакте	0,7	0,9	0,0	0,5
Не пользуюсь	0,7	0,7	2,3	1,6
Все	0,5	0,0	0,0	0,2
Whatsapp	0,2	0,0	0,0	0,0
Затрудняюсь ответить	2,3	2,2	1,8	2,4

Изучение языковых практик становится важным инструментом понимания молодежи, поскольку язык определяет не только способ получения информации, но и формирования социокультурного образа молодого поколения. Результаты исследования показывают, что казахский язык доминирует в повседневной коммуникации молодежи. На нем чаще всего общаются дома (58,5%), с друзьями (52,2%), на работе (48,3%) и на учебе (46,2%), тогда как на русском преобладают видеоформаты – 60,3% смотрят видео, а также значительная часть читает книги (44,5%). Английский язык используется крайне редко.

Таблица № 50. Распределение ответов на вопрос: «На каком языке Вы больше всего читаете книги, смотрите видео, разговариваете дома, на работе, с друзьями, на учебе?», %

	Читаете книги	Смотрите видео	Разговариваете дома	Разговариваете на работе	Разговариваете с друзьями	Разговариваете на учебе
На казахском	45,1	36,0	58,5	48,3	52,2	46,2
На русском	44,5	60,3	38,7	40,4	45,1	34,0
На английском	1,1	2,4	0,3	0,6	0,6	1,3

Анализ показывает, что язык общения дома зависит от типа населенного пункта. В сельской местности большинство респондентов говорит на казахском – 65,4%, тогда как в городах этот показатель ниже – 54,4%. На русском языке чаще общаются жители городов (42,8%) по сравнению с селом (31,8%).

Диаграмма № 27. Распределение ответов на вопрос: «На каком языке Вы больше всего разговариваете дома», по типу населенного пункта, %



Анализ показывает ярко выраженную региональную специфику использования языков. Казахский язык доминирует в ряде областей: в области Ұлытау (100%), в Кызылординской (92,9%) Магистауской (90,4%) Актюбинской (90,2%), Атырауской (90,1%) областях. В этих регионах он является основным языком общения дома.

Русский язык преобладает особенно, в Костанайской (90,4%), Павлодарской (73,8%) областях, г. Астана (71,7%), Карагандинской области (70,2%), что отражает исторически сложившуюся языковую ситуацию.

Таблица №51. Распределение ответов на вопрос: «На каком языке Вы больше всего разговариваете дома», по областям, %

Область	На казахском	На русском
Ұлытау	100	0,0
Қызылординская	92,9	7,1
Манғыстау	90,4	2,4
Ақтөбинская	90,2	7,6
Атырауская	90,1	8,5
г. Шымкент	84,7	13,9
Түркістанская	81,8	8,2
Абай	80,4	19,6
Жамбылская	63,4	32,5
Жетісу	59,4	35,9
Восточно-Қазақстанская	59,3	40,7
Алматынская	54,0	44,0
Западно-Қазақстанская	50,0	50,0
г. Алматы	39,6	57,1
Северо-Қазақстанская	38,6	61,4
Ақмолинская	33,3	66,7
Қарағандинская	29,8	70,2
г. Астана	26,5	71,7
Павлодарская	26,2	73,8
Қостанайская	9,6	90,4

Результаты опроса показывают высокий интерес молодых людей к изучению иностранных языков, прежде всего связанных с международными экономическими и культурными связями. Наиболее востребованным оказался китайский язык – его хотели бы изучать 20,1% респондентов. Второе место занимает турецкий язык (16,0%), что может быть связано с растущими образовательными и трудовыми контактами с Турцией.

Интерес также наблюдается к английскому (9,6%) и корейскому (9,0%) языкам. Популярность английского языка отражает его значение как международного языка образования и карьеры, тогда как интерес к корейскому языку может быть связан с распространением корейской массовой культуры среди молодежи. Менее популярными, но востребованными остаются французский (6,9%) и арабский языки (6,2%). Немецкий язык выбрали 3,7% респондентов.

При этом почти четверть опрошенных (24,5%) отметили, что не хотели бы изучать иностранные языки. Это является одним из самых высоких показателей среди всех вариантов ответа и может свидетельствовать о низкой мотивации к языковому обучению у части молодежи. Интерес к другим языкам – испанскому, русскому, итальянскому, казахскому, японскому и татарскому – оказался минимальным и не превышает 1% ответов. Затруднились ответить 2,5% респондентов.

Таблица № 52. Распределение ответов на вопрос: «Какой язык Вы бы хотели изучить дополнительно больше всего», %

	Проценты
Не хотел(а) бы изучать иностранные языки	24,5
Китайский	20,1
Турецкий	16,0
Английский	9,6
Корейский	9,0

Французский	6,9
Арабский	6,2
Немецкий	3,7
<i>Затрудняюсь ответить</i>	2,5

Предпочтения молодежи в изучении иностранных языков меняются с возрастом. Так, нежелание изучать иностранные языки растет с возрастом: если среди 14-18 лет 16,2% респондентов, то в группе 29-34 лет – 32,2%. Интерес к английскому языку умеренный и не превышает 12,2% в младшей возрастной группе, а к другим языкам (испанский, итальянский, японский, татарский, казахский, русский) проявляется крайне редко.

Выбор языка коммуникации и изучения иностранных языков во многом отражает более широкие культурные интересы молодежи, что находит свое проявление и в структуре читательских предпочтений. В исследование были изучены вопросы предпочтительных жанров книг, где наиболее популярными среди молодежи являются детективы (22,7%) и классические романы (22,3%). Высокий интерес также наблюдается к современным романам (19,5%) и фантастике с фэнтези (18,8%), что свидетельствует о востребованности как традиционной, так и современной художественной литературы.

Часть респондентов предпочитает исторические романы (14,1%), поэзию (11,7%), научную (10,3%) и отечественную литературу (10,0%). Менее популярными оказались триллеры (7,7%) и нон-фикшен литература (3,8%).

При этом наиболее высокий показатель среди всех вариантов ответа приходится на респондентов, которые не читают книги вовсе – 26,7%. Это может указывать на снижение интереса части молодежи к чтению или переход к другим форматам потребления информации и досуга. Другие варианты – психология, школьная программа, саморазвитие и смешанные жанры – набрали менее 1% ответов. Затруднились ответить 1,3% участников опроса.

В целом данные показывают, что молодежь преимущественно ориентирована на художественную и развлекательную литературу, тогда как интерес к специализированным и прикладным жанрам выражен значительно слабее.

Таблица № 53. Распределение ответов на вопрос: «Книги каких жанров Вы предпочитаете?», %

	Проценты*
Классические романы	22,3
Современные романы	19,5
Детективы	22,7
Фантастика и фэнтези	18,8
Исторические романы	14,1
Триллеры	7,7
Нон фикшен	3,8
Поэзия	11,7
Отечественная литература	10,0
Научная литература	10,3
Не читаю книги	26,7

*Сумма ответов превышает 100%, так как респондент мог выбрать несколько вариантов ответа

Полученные результаты позволяют сделать вывод, что проблема заключается не столько в отсутствии интереса к литературе как таковой, сколько в поиске молодежью контента и форматов, соответствующих ее потребностям и образу жизни. В этой связи важно рассмотреть факторы, которые, по мнению респондентов, способны повысить интерес к чтению. Результаты опроса

показывают, что главным фактором повышения интереса молодежи к чтению респонденты считают появление интересных современных книг, близких к жизни молодежи – данный вариант выбрали 42,5% опрошенных. Это свидетельствует о запросе на актуальный контент молодежи.

Существенное значение также имеют доступность книг и цифровые форматы чтения. Бесплатный или недорогой доступ к книгам отметили 30,6% респондентов, а доступ к аудиокнигам и удобным мобильным приложениям для чтения – 27,0%. Это отражает важность технологической доступности литературы для современной молодежи.

Почти четверть участников опроса (24,4%) считают важным более интересное преподавание литературы в школе или колледже. Еще 22,0% указали на влияние рекомендаций книг в социальных сетях, от блогеров и лидеров мнений, что подчеркивает роль цифровой среды и медиа в формировании читательских интересов.

Менее, но все же значимыми факторами стали наличие большего свободного времени и меньшего количества отвлекающего контента (19,8%), читательские клубы и книжные сообщества (18,6%), а также конкурсы и челленджи, связанные с чтением (18,0%).

В целом данные показывают, что повышение интереса молодежи к чтению респонденты связывают прежде всего с актуальностью содержания книг, цифровой доступностью литературы и современными форматами продвижения чтения.

Таблица № 54. Распределение ответов на вопрос: «Какие факторы, на Ваш взгляд, могут повысить интерес молодежи к чтению?», %

	Проценты*
Интересные современные книги, близкие к жизни молодежи	42,5
Доступ к аудиокнигам и удобным мобильным приложениям для чтения	27,0
Бесплатный или недорогой доступ к книгам (электронным и печатным)	30,6
Рекомендации книг в социальных сетях, от блогеров и лидеров мнений	22,0
Более интересное преподавание литературы в школе или колледже	24,4
Читательские клубы, обсуждения книг и книжные сообщества	18,6
Конкурсы, челленджи и другие формы поощрения чтения	18,0
Больше свободного времени и меньше отвлекающего контента	19,8
Затрудняюсь ответить	5,4

*Сумма ответов превышает 100%, так как респондент мог выбрать несколько вариантов ответа

Выводы

1. Поддержка образовательных программ является ключевым фактором развития креативной индустрии. 41,5% молодежи считают приоритетной поддержку образовательных программ и курсов, 22,6% – создание специализированных центров и развитие инфраструктуры, тогда как 17,7% полагают, что молодежь сама должна развивать себя через креативную индустрию.

2. Наиболее перспективные сферы связаны с технологиями и визуальным контентом. Реклама и маркетинг отмечены 45,4% опрошенных, IT и геймдев – 36,3%, кино и анимация – 27,8%, архитектура – 26,8%, дизайн и мода – 24,3%.

3. Успех в креативных индустриях определяется профессиональными навыками и креативностью. 24,8% респондентов считают ключевым высокий уровень профессионализма и знание современных технологий – 24,8%. 24,7% – творческий подход и креативность, 18,1% – умение

продавать собственные идеи, 17,3% – умение работать в команде, только 7,5% респондентов – иметь стартовый капитал и ресурсы.

4. Короткий видеоконтент доминирует в медиапотреблении молодежи. Shorts и рилсы выбирают 54,6% респондентов, фильмы – 38,7%, YouTube-видео – 36,6%, сериалы – 27,1%, обучающие видео – 18,9%.

5. Казахстанский контент укрепляет позиции среди молодежи. 49,9% предпочитают казахстанские фильмы и сериалы, 32,4% – российские, 30,2% – американские.

6. Социальные сети определяют цифровое поведение молодежи. Instagram используют 43,3% респондентов, TikTok – 34,7%, YouTube – 11,6%, остальные платформы менее 3%, при этом TikTok популярен среди подростков, а Instagram и YouTube набирают популярность с возрастом.

7. Казахский язык доминирует в повседневной коммуникации молодежи. 58,5% общаются дома на казахском, 52,2% – с друзьями; 60,3% смотрят видео на русском. Среди желаемых иностранных языков лидируют китайский – 20,1%, турецкий – 16,0%, английский – 9,6% и корейский – 9,0%.

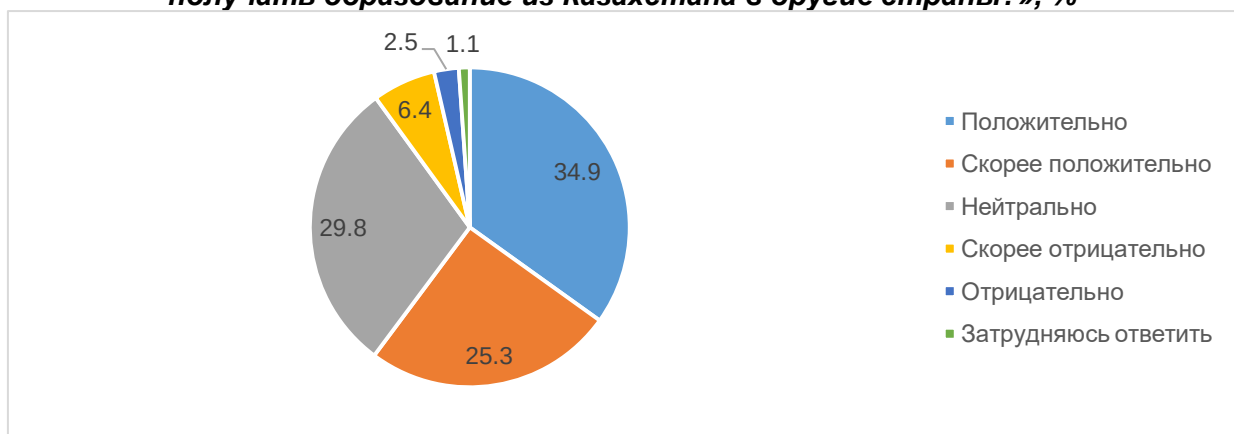
8. Значительная часть молодежи демонстрирует низкую вовлеченность в чтение. 26,7% респондентов не читают книги вовсе, что указывает на выраженное снижение интереса к традиционным форматам литературы. Повышение интереса к чтению молодежь связывает прежде всего с появлением интересных современных книг, близкие к жизни молодежи (42,5%), с доступом к аудиокнигам и удобным мобильным приложениям для чтения (27,0%), с бесплатным или недорогим доступом к книгам (электронным и печатным) (30,6%), что подчеркивает важность адаптации контента к цифровым и повседневным практикам молодежи.

7. ВНУТРЕННЯЯ И ВНЕШНЯЯ МИГРАЦИЯ

Молодежь остается наиболее мобильной частью населения и одной из первых реагирует на изменения в экономике, системе образования и на рынке труда. Выбор места учебы, работы и проживания все чаще выходит за рамки одного региона и даже одной страны, превращая миграцию в важный фактор формирования человеческого капитала. В этих условиях миграционные настроения молодежи выступают своеобразным индикатором привлекательности территорий, качества жизни и ожиданий относительно будущего. Анализ миграционных установок позволяет понять, какие факторы удерживают молодых людей в стране, а какие, напротив, стимулируют поиск образовательных и профессиональных возможностей за ее пределами.

Результаты исследования показывают, что отношение молодежи к учебе за границей в целом позитивное. Положительно или скорее положительно оценивают возможность учиться за рубежом 60,2% респондентов, что указывает на высокий интерес к получению международного опыта и качественного образования. Нейтрально относятся к этому событию 29,8% участников, а отрицательно или скорее отрицательно – 8,9%, что может свидетельствовать о незначительном уровне обеспокоенности «утечкой умов». Затруднились ответить 1,1% респондентов.

Диаграмма №28. Распределение ответов на вопрос: «Скажите, пожалуйста, как Вы относитесь к тому, что молодые казахстанцы уезжают учиться/получать образование из Казахстана в другие страны?», %



Таким образом, большинство молодежи воспринимает международную образовательную мобильность как положительный или нейтральный фактор, что отражает открытость к глобальным возможностям и ценность личного и профессионального развития за пределами Казахстана.

В вопросе отношения к выезду молодежи за рубеж для получения образования в разрезе этноса среди казахов положительное отношение выражено более стабильно (35,7% положительно и 25,8% скорее положительно), тогда как среди русских выше доля нейтрального восприятия (42,1%). У украинцев и представителей других этнических групп позитивное отношение достигает 48,0% и 45,3% соответственно, что указывает на более открытую ориентацию на международную образовательную мобильность. В то же время среди узбекской молодежи выше доля отрицательных оценок (9,3%), а среди уйгуров заметна доля скорее отрицательного отношения (34,8%), что может отражать большую привязанность к локальной социальной среде.

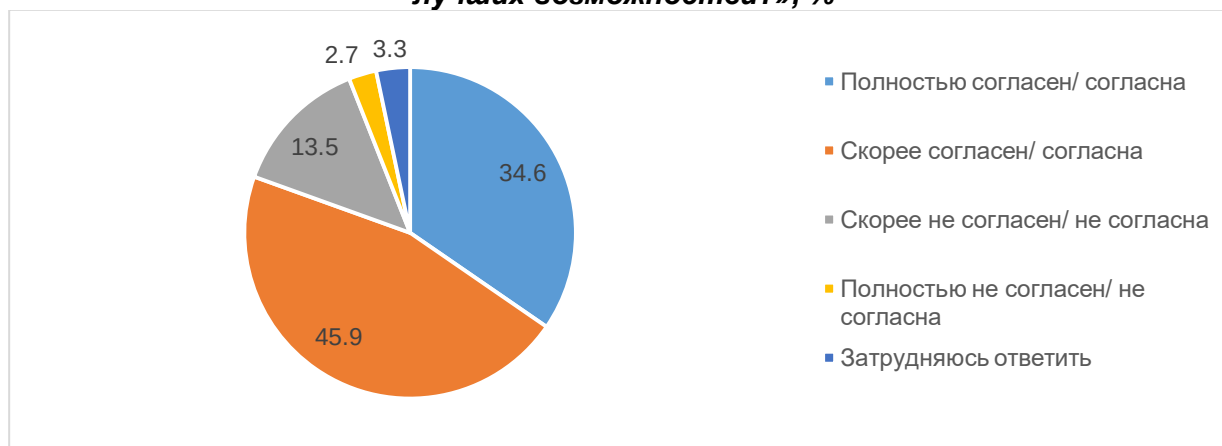
Таблица №55. Распределение ответов на вопрос: «Скажите, пожалуйста, как Вы относитесь к тому, что молодые казахстанцы уезжают учиться/получать образование из Казахстана в другие страны», по этносу, %

	Казах, казашка	Русский, русская	Узбек, узбечка	Украинец, украинка	Уйгур, уйгурка	Другие
Положительно	35,7	29,2	23,3	48,0	17,4	45,3
Скорее положительно	25,8	24,2	20,9	24,0	21,7	23,4
Нейтрально	28,4	42,1	30,2	20,0	21,7	23,4
Скорее отрицательно	6,4	2,5	16,3	8,0	34,8	3,1
Отрицательно	2,6	1,3	9,3	0,0	0,0	0,0
Затрудняюсь ответить	1,1	0,8	0,0	0,0	4,3	4,7

Результаты опроса демонстрируют высокий уровень согласия с утверждением о том, что значительная часть молодежи покидает страну в поисках лучших возможностей. Полностью согласны с этим мнением 34,6% респондентов, еще 45,9% – скорее согласны. Таким образом, совокупно более 80,5% участников опроса признают наличие выраженных миграционных настроений среди молодежи.

В то же время 13,5% респондентов скорее не согласны с данным утверждением, 2,7% полностью не согласны. Это указывает на сравнительно небольшую долю молодежи, не считающей миграцию значимой тенденцией. Затруднились ответить 3,3% участников опроса.

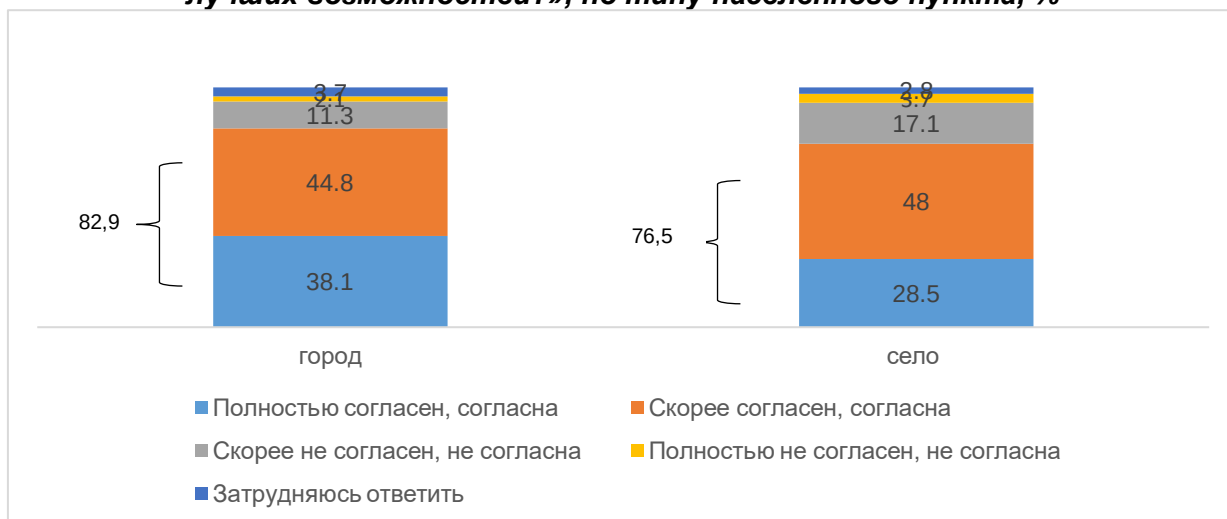
Диаграмма №29. Распределение ответов на вопрос: «Согласны ли Вы с утверждением, что значительная часть молодежи покидает страну в поисках лучших возможностей?», %



В целом результаты свидетельствуют о распространенном восприятии того, что молодежь рассматривает выезд из страны как способ получения более широких образовательных, профессиональных возможностей. Это может отражать стремление молодых людей к более высокому уровню дохода, качественному образованию, карьерному росту и улучшению условий жизни.

Касательно типа населенного пункта результаты опроса показывают, что большинство молодежи считает, что значительная часть молодых людей покидает страну в поисках лучших возможностей. Среди городских жителей 38,1% полностью и 44,8% скорее согласны с этим утверждением, суммарно это 82,9%. Сельская молодежь выразила меньшее согласие, суммарно 76,5%, из них 28,5% полностью и 48,0% скорее согласны.

Диаграмма №30. Распределение ответов на вопрос: «Согласны ли Вы с утверждением, что значительная часть молодежи покидает страну в поисках лучших возможностей?», по типу населенного пункта, %



Анализ восприятия эмиграции в разрезе этноса показывает, что среди русских доля согласных достигает 82,1%, среди казахов – 80,5%. Также высок показатель полного согласия среди украинцев (48,0%) и представителей других этнических групп (45,3%), что свидетельствует о более выраженном ощущении миграционной мобильности.

Таблица №56. Распределение ответов на вопрос: «Согласны ли Вы с утверждением, что значительная часть молодежи покидает страну в поисках лучших возможностей?», по этносу, %

	Казах, казашка	Русский, русская	Узбек, узбечка	Украинец, украинка	Уйгур, уйгурка	Другие
Полностью согласен, согласна	34,9	30,0	25,6	48,0	30,4	45,3
Скорее согласен, согласна	45,6	52,1	44,2	32,0	30,4	43,8
Скорее не согласен, не согласна	13,9	10,8	20,9	8,0	30,4	3,1
Полностью не согласен, не согласна	2,9	0,8	9,3	0,0	4,3	0,0
Затрудняюсь ответить	2,7	6,3	0,0	12,0	4,3	7,8

Итоги исследования показывают, что главными причинами, по которым молодежь уезжает из страны, являются экономические и жизненные факторы. Наиболее часто респонденты указывают поиск работы и заработка – 61,0% и желание лучших условий жизни – 47,4%, а также отсутствие перспектив для карьерного роста – 36,1%.

Кроме того, значительная часть молодежи выезжает ради нового опыта и знакомства с другими культурами (19,5%) и из-за низкого качества образования (13,8%). Социальные и политические причины, такие как дискриминация (9,0%), коррупция и низкий уровень правовой культуры (10,7%), а также политические условия (7,8%), отмечены реже, но также играют свою роль.

Менее значимыми оказались факторы, связанные с климатом и экологией (8,2%), системой здравоохранения (8,7%), инфраструктурой (5,9%), семейными обстоятельствами (9,1%) и желанием вернуться на историческую родину (3,3%). Затруднились ответить 2,7% участников опроса.

В целом данные свидетельствуют о том, что молодежь главным образом стремится к улучшению экономических, образовательных и жизненных

возможностей, а также к расширению личного и культурного опыта за пределами страны.

Таблица №57. Распределение ответов на вопрос: «Как Вы считаете, по каким причинам молодежь уезжает из страны?», %

	Проценты*
Поиск работы, заработка	61,0
Желание лучших условий жизни	47,4
Отсутствие перспектив, возможностей для карьерного роста	36,1
Желание пожить в другой стране, познакомиться с другой культурой	19,5
Низкое качество образования	13,8
Коррупция, низкий уровень правовой культуры, безнаказанность чиновников	10,7
Семейные обстоятельства	9,1
Дискриминация (этническая, гендерная, языковая, нарушение прав и т.д.)	9,0
Низкий уровень развития системы здравоохранения	8,7
Климатические, экологические условия	8,2
Политические условия	7,8
Низкий уровень развития инфраструктуры	5,9
Желание вернуться на свою историческую Родину	3,3
Затрудняюсь ответить	2,7

*Сумма ответов превышает 100%, так как респондент мог выбрать несколько вариантов ответа

Результаты опроса показывают, что миграционные мотивы городской и сельской молодежи во многом совпадают и носят преимущественно социально-экономический характер. Независимо от места проживания главными причинами потенциального переезда остаются поиск работы и более высокого заработка, стремление к лучшим условиям жизни, а также желание расширить профессиональные перспективы. Вместе с тем практически по всем ключевым позициям показатели среди сельской молодежи несколько выше, что свидетельствует о более выраженном запросе на социальную и экономическую мобильность.

Так, поиск работы и заработка в качестве причины выезда отметили 62,1% сельской молодежи против 60,4% городской. Желание улучшить условия жизни указали 48,5% сельских респондентов и 46,8% городских, а отсутствие перспектив для карьерного роста – 37,5% и 35,2% соответственно. Полученные данные позволяют предположить, что молодежь сельских населенных пунктов чаще сталкивается с ограниченностью возможностей для профессиональной реализации и рассматривает миграцию как инструмент повышения качества жизни.

Кроме того, для части молодежи миграция связана не только с экономическими факторами, но и со стремлением получить новый жизненный опыт. Желание пожить в другой стране и познакомиться с иной культурой отметили 20,5% сельских и 18,9% городских респондентов. При этом вопрос качества образования чаще поднимает городская молодежь (15,6% против 10,6% среди сельской), что может быть связано с более высокой конкуренцией за образовательные и профессиональные возможности в городской среде.

Таблица №58. Распределение ответов на вопрос: «Как Вы считаете, по каким причинам молодежь уезжает из страны» в разрезе типа населенного пункта, %

	Город	Село
Поиск работы, заработка	60,4	62,1
Желание лучших условий жизни	46,8	48,5
Отсутствие перспектив, возможностей для карьерного роста	35,2	37,5
Желание пожить в другой стране, познакомиться с другой культурой	18,9	20,5

Низкое качество образования	15,6	10,6
Коррупция, низкий уровень правовой культуры, безнаказанность чин	12,8	7,0
Дискриминация, этническая, гендерная, языковая, нарушение прав и	8,7	9,5

Касательно заработка в города (села) результаты опроса показывают, что большинство молодежи не ездит на заработки за пределы своего населенного пункта – так ответили 69,5% респондентов. Среди тех, кто все же ищет дополнительные доходы вне дома, 18,1% ездят в пределах своей области, 4,2% – в другую область Казахстана, а 5,2% – в другую страну. Затруднились ответить 3% участников.

Диаграмма №31. Распределение ответов на вопрос: «Ездите ли Вы на заработки в города (села) за пределы Вашего населенного пункта?», %



В целом результаты свидетельствуют о том, что для молодежи перемещения ради заработка в основном ограничены местными рамками, а межрегиональная и международная трудовая мобильность встречается реже. Это отражает как экономические, так и социальные факторы, влияющие на решения о работе вне своего населенного пункта.

Анализ исследования показывает распределение респондентов, которые ездят на заработки в другую область Казахстана. Наибольшее число участников приходится на г.Алматы – 14,5% и г.Астану – 13,3%, что отражает привлекательность крупных городов как центров экономических и трудовых возможностей.

Среди других регионов более заметные показатели у Акмолинской – 8,4% и Алматинской области – 7,2%, г. Шымкент отмечен у 3,6% респондентов. Остальные регионы, включая г.Актау, г.Атырау, Западно-Казахстанскую, Жамбылскую, Карагандинскую, Костанайскую, Туркестанскую области, область Ұлытау, Восточно-Казахстанскую и Северо-Казахстанскую области, представлены единичными ответами (около 1–2,4% каждый). При этом 38,6% участников не указали область, что затрудняет полную картину распределения.

Таким образом, молодежь, выезжающая в другие регионы, преимущественно ориентируется на крупные города, где сосредоточены экономические возможности и рабочие места.

Таблица №59. Распределение ответов на вопрос: «Ездите ли Вы на заработки в города (села) за пределы Вашего населенного пункта?», (ответили только те, кто отметил вариант «да, в другую область» в предыдущем вопросе), %

	Проценты
Нет ответа	38,6
г. Алматы	14,5
г. Астана	13,3
Акмолинская область	8,4
Алматинская область	7,2
г. Шымкент	3,6
Туркестанская область	2,4
Северо-Казахстанская область	2,4
Актау	1,2
Атырау	1,2
Западно-Казахстанская область	1,2
Жамбылская область	1,2
Карагандинская область	1,2
Костанайская область	1,2
Ұлытау	1,2
Восточно-Казахстанская область	1,2

Опрос показал распределение стран, куда молодежь выезжает на заработки за пределы Казахстана среди тех, кто отметил, что имеет такой опыт. Наиболее популярными направлениями являются США – 21,2% и Англия – 12,5%, что отражает высокую привлекательность этих стран с точки зрения экономических возможностей и условий работы.

Другие направления выбираются значительно реже: Россия – 3,8%, Китай, Япония и Швейцария по 2,9% каждый, Корея и страны Европы – по 1,9%, а Турция и Швеция – по 1% респондентов. Узбекистан также упоминается у 1,9% участников.

При этом 46,1% респондентов не указали страну, что делает общую картину неполной, но позволяет сделать вывод, что молодежь преимущественно ориентируется на страны с высокими экономическими возможностями и более развитой системой занятости.

Таблица №60. Распределение ответов на вопрос: «Ездите ли Вы на заработки в города (села) за пределы Вашего населенного пункта?», (ответили только те, кто отметил вариант «да, в другую страну» в предыдущем вопросе), %

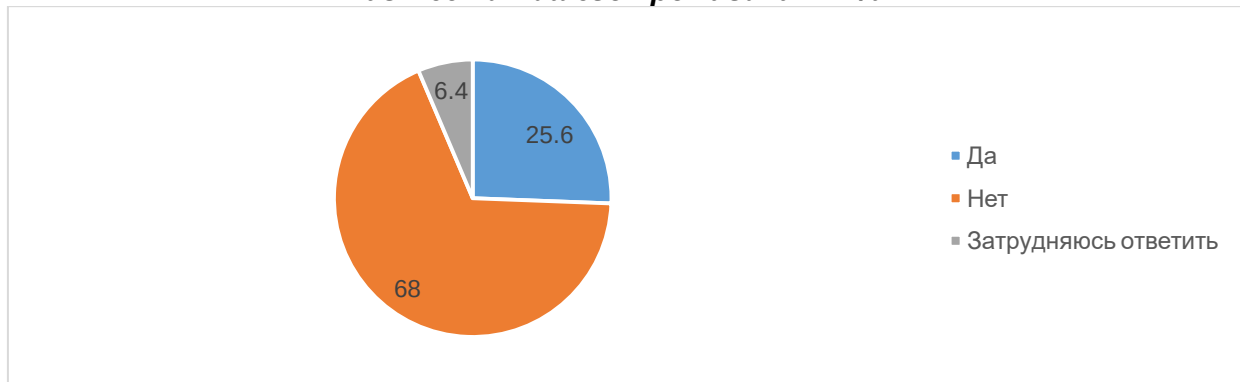
	Проценты
Нет ответа	46,1
Америка	21,2
Англия	12,5
Россия	3,8
Китай	2,9
Япония	2,9
Швейцария	2,9
Корея	1,9
Страны Европы	1,9
Узбекистан	1,9
Турция	1,0
Швеция	1,0

Результаты опроса показывают, что большинство молодежи не желает переезжать из места своего проживания – 68,0% респондентов. В то же время 25,6% участников выразили готовность к переезду, что может быть связано с

поиском лучших условий для жизни, работы или образования. Затруднились ответить 6,4% респондентов.

Таким образом, данные свидетельствуют о том, что большая часть молодежи ориентирована на стабильность и остается на месте, тогда как заметная часть рассматривает переезд как возможность улучшить свои жизненные перспективы.

Диаграмма №32. Распределение ответов на вопрос: «Хотите ли Вы переехать из места Вашего проживания?» %



Анализ миграционных настроений в разрезе этнической принадлежности показывает определенные различия в готовности молодежи к смене места жительства. Наиболее высокий уровень потенциальной мобильности зафиксирован среди русской молодежи: о желании переехать заявили 34,6% респондентов, тогда как 54,2% предпочли бы остаться на текущем месте проживания. Схожие настроения наблюдаются и среди украинцев, где о готовности к переезду сообщили 32,0% опрошенных.

Среди казахской молодежи миграционные настроения выражены заметно слабее: желание переехать отметили 24,0% респондентов, тогда как большинство (70,8%) не рассматривают смену места проживания. Еще более низкий уровень миграционных намерений наблюдается среди узбеков, среди которых только 23,3% готовы к переезду, а 76,7% предпочитают оставаться на месте.

Уйгурская молодежь занимает промежуточное положение: 26,1% выразили желание переехать, тогда как 56,5% не планируют менять место проживания. В группе представителей других этносов о готовности к переезду сообщили 29,7% респондентов, при этом половина опрошенных (50,0%) не рассматривает такую возможность.

В целом результаты свидетельствуют о том, что наиболее выраженные миграционные настроения характерны для русской и украинской молодежи, тогда как среди казахов и узбеков преобладает ориентация на сохранение текущего места проживания. Это может быть связано с различиями в социальных связях, миграционных традициях, а также представлениях о перспективах самореализации внутри страны.

Диаграмма №33. Распределение ответов на вопрос: «Хотите ли Вы переехать из места Вашего проживания?», по этносу, %



Результаты опроса показывают, что главной причиной желания молодежи переехать является стремление улучшить экономический уровень жизни – так ответили 56,1% респондентов.

Кроме того, значительная часть участников отмечает более широкие возможности для трудоустройства – 37,3% и более высокое качество образования – 33,6%, что говорит о сочетании экономических и образовательных мотивов при принятии решения о переезде.

Также респонденты упоминают желание иметь больше культурного разнообразия (26,4%) и возможность открыть собственный бизнес (26,0%), что отражает интерес к личностному и профессиональному развитию. Менее значимыми факторами оказались изменение климатических и экологических условий (16,0%) и избежание конфликтов в текущем населенном пункте (5,7%). Остальные причины встречаются крайне редко – менее 1% ответов.

Таблица №61. Распределение ответов на вопрос: «Какова основная причина Вашего желания переехать?», (ответили только те, кто отметил вариант «Да» в вопросе «Хотите ли Вы переехать из места Вашего проживания?»), %

	Проценты*
Желание улучшить экономический уровень жизни	56,1
Более широкие возможности для трудоустройства	37,3
Желание иметь более высокое качество образования	33,6
Желание иметь больше культурного разнообразия	26,4
Более широкие возможности, чтобы открыть свой собственный бизнес	26,0
Изменение климатических и экологических условий проживания	16,0
Желание избежать конфликтов в селе/ городе, в котором Вы в настоящее время проживаете	5,7
Затрудняюсь ответить	1,4

*Сумма ответов превышает 100%, так как респондент мог выбрать несколько вариантов ответа

В целом данные показывают, что желание переезда у молодежи связано в первую очередь с экономическими и профессиональными возможностями, а также стремлением к образовательному и культурному развитию. Среди русских экономическая мотивация достигает 69,9%, а среди украинцев – 87,5%, что делает материальные факторы ключевым драйвером миграции. Узбеки чаще других связывают переезд с поиском работы (60,0%), тогда как у уйгуров одинаково выражены запросы на культурное разнообразие, образование и трудоустройство (по 50,0%). Это указывает на различие миграционных стратегий:

для части молодежи миграция выступает экономической необходимостью, а для другой – способом культурного и образовательного расширения.

Таблица №62. Распределение ответов на вопрос: «Какова основная причина Вашего желания переехать?», (ответили только те, кто отметил вариант «Да» в вопросе «Хотите ли Вы переехать из места Вашего проживания?»), % по этносу, %

	Казах, казашка	Русский, русская	Узбек, узбечка	Украинец, украинка	Уйгур, уйгурка	Другие
Желание улучшить экономический уровень жизни	52,3	69,9	40,0	87,5	66,7	63,2
Желание иметь больше культурного разнообразия	27,2	21,7	30,0	0,0	50,0	31,6
Желание иметь более высокое качество образования	33,9	28,9	30,0	12,5	50,0	52,6
Более широкие возможности для трудоустройства	34,7	45,8	60,0	75,0	50,0	21,1
Более широкие возможности, чтобы открыть свой собственный бизнес	28,2	18,1	20,0	25,0	33,3	15,8

Вместе с тем, значительная часть молодежи рассматривает переезд за границу как реальную или потенциальную возможность. 7,4% респондентов планируют уехать в самое ближайшее время, а 36,7% считают, что в будущем, скорее всего, покинут страну. Таким образом, суммарно 44,1% уже склонны к переезду или рассматривают его как вероятный вариант.

Наибольшая группа респондентов (42,2%) пока не думала о переезде, однако оставляет этот вопрос открытым в зависимости от жизненных обстоятельств. Это показывает, что для многих молодых людей вопрос переезда не является окончательно решенным, а рассматривается как потенциальная возможность. Лишь 11,1% респондентов полностью исключают возможность переезда, а 2,6% затруднились с ответом.

Диаграмма №34. Распределение ответов на вопрос: «Думаете ли Вы переехать из Казахстана?», (ответили только те, кто отметил вариант «Да» в вопросе «Хотите ли Вы переехать из места Вашего проживания?»), %



Результаты показывают распределение настроений молодежи по поводу возможного переезда из Казахстана в зависимости от типа населенного пункта.

Данные показывают, что городская молодежь более активно рассматривает переезд из Казахстана как реальную возможность. Так, 10,2% городских респондентов планируют уехать в самое ближайшее время, а 42,4% считают, что в будущем, скорее всего, покинут страну. Среди сельских жителей эти показатели ниже: 3,7% планируют переезд в ближайшее время, а 29,0% склонны к этому в будущем. Наибольшая группа сельской молодежи – 50,2% – пока не думала о переезде, оставляя решение открытым, тогда как в городах таких 36,3%. Полностью исключают переезд 8,5% городских и 14,7% сельских респондентов. Доля затруднившихся с ответом невелика в обеих группах. Таким образом, большинство городской молодежи воспринимает переезд как реальную перспективу, тогда как сельская молодежь проявляет более осторожное отношение и чаще склонна оставаться на месте.

Таблица №63. Распределение ответов на вопрос: «Думаете ли Вы переехать из Казахстана?», (ответили только те, кто отметил вариант «Да» в вопросе «Хотите ли Вы переехать из места Вашего проживания?»), по типу населенного пункта, %

	Город	Село
Да, в самое ближайшее время собираюсь	10,2	3,7
В настоящее время нет, но в будущем, скорее всего, уеду из Казахстана	42,4	29,0
Пока мыслей о переезде не было, однако все будет зависеть от обстоятельств	36,3	50,2
Нет, ни в коем случае никуда переезжать не собираюсь	8,5	14,7
Затрудняюсь ответить	2,7	2,3

Касательно возраста среди молодежи 14-18 лет 6,5% планируют переезд в ближайшее время, 41,4% считают, что скорее всего уедут в будущем, а 44,4% пока не думали о переезде. В группе 19–23 лет ближайшие планы у 8,9%, 34,1% склонны к переезду в будущем, 41,5% оставляют решение открытым. У 24–28 лет ближайшие планы – 7,4%, будущее переезда – 32,6%, открытые планы – 45,3%. Среди 29–34 лет ближайшие планы – 7,1%, будущее переезда – 36,3%, открытые – 37,2%. Категорично не хотят переезжать 4,7% подростков и до 17,7% старшей группы.

Таким образом, младшие группы чаще рассматривают переезд как возможный, тогда как с возрастом увеличивается доля тех, кто окончательно отказывается от переезда.

Таблица №64. Распределение ответов на вопрос: «Думаете ли Вы переехать из Казахстана?» в возрастном разрезе, (ответили только те, кто отметил вариант «Да» в вопросе «Хотите ли Вы переехать из места Вашего проживания?»), %

	14-18 лет	19-23 года	24-28 лет	29-34 года
Да, в самое ближайшее время собираюсь	6,5	8,9	7,4	7,1
В настоящее время нет, но в будущем, скорее всего, уеду из Казахстана	41,4	34,1	32,6	36,3
Пока мыслей о переезде не было, однако все будет зависеть от обстоятельств	44,4	41,5	45,3	37,2
Нет, ни в коем случае никуда переезжать не собираюсь	4,7	13,3	11,6	17,7
Затрудняюсь ответить	3,0	2,2	3,2	1,8

Среди молодежи, планирующей переезд из Казахстана, наибольшей популярностью пользуются США – 24,8% и Турция – 17,2%, что отражает высокую

привлекательность этих стран с точки зрения образования, работы и жизненных условий.

Также значительное число респондентов ориентируется на Россию – 13,5% и страны Европы – 10,2%. Страны Азии привлекают 6,8% участников, Китай – 6,1%, а Канада – 7,2%. Менее популярными направлениями являются Австралия (0,2%) и Татарстан (0,5%).

При этом 4,7% респондентов не собираются переезжать, а 7,7% затруднились ответить.

В целом данные свидетельствуют о том, что молодежь в основном рассматривает страны с высокими экономическими возможностями, развитой системой образования и комфортными условиями жизни, при этом значительная часть пока не определилась с направлением.

Таблица №65. Распределение ответов на вопрос: «В какую страну Вы думаете или планируете переехать?», (ответили только те, кто отметил вариант «Да» в вопросе «Хотите ли Вы переехать из места Вашего проживания?»), %

	Проценты
США	24,8
Турция	17,2
Россия	13,5
Страны Европы	10,2
Затрудняюсь ответить	7,7
Канада	7,2
Страны Азии	6,8
Китай	6,1
Не собираюсь переезжать	4,7
В страны СНГ (кроме России)	1,1

Среди молодежи, планирующей переезд в страны СНГ (кроме России), распределение ответов равномерное. Каждый из указанных вариантов – Армения, Узбекистан, Грузия, Белоруссия – выбран по одному респонденту, что составляет по 20%.

Таким образом, среди молодежи, планирующей переезд в страны СНГ (кроме России), наблюдается равномерное распределение интереса к различным странам, без выраженных предпочтений.

Таблица №66. Распределение ответов на вопрос: «В какую страну Вы думаете или планируете переехать?», % (ответили только те, кто отметил вариант «в страны СНГ кроме России» в предыдущем вопросе), %

	Проценты
Армения	20,0
Узбекистан	20,0
Грузия	20,0
Белоруссия	20,0
Затрудняюсь ответить	20,0

Страны Азии: наибольшей популярностью пользуется Корея – 56,7% респондентов, что отражает высокий интерес к образовательным и трудовым возможностям этой страны. Остальные страны выбираются значительно реже: Япония – 13,3%, ОАЭ, Вьетнам и Малайзия – по 6,7% каждый. Еще 10% затруднились с ответом.

Таблица №67. Распределение ответов на вопрос: «В какую страну Вы думаете или планируете переехать?», % ответили только те, кто отметил вариант «в страны Азии» в предыдущем вопросе), %

	Проценты
ОАЭ	6,7
Корея	56,7
Вьетнам	6,7
Япония	13,3
Малайзия	6,7
Затрудняюсь ответить	10,0
Всего	100,0

Страны Европы: наибольшее число респондентов выбирает Шотландию – 20%, Швейцарию и Францию – по 15,6% каждый, Германию – 11,1%. Остальные страны – Англия, Испания, Италия, Польша, Чехия, Бельгия, Гренландия и Швеция – имеют меньшие доли, от 2,2% до 6,7%. Затруднились ответить 6,7% респондентов.

В целом анализ данных показывает, что среди азиатских стран молодежь ориентируется на Южную Корею как на ведущий центр образования и работы, тогда как в Европе распределение более равномерное с предпочтением стран с высоким уровнем жизни и развития экономики.

Таблица №68. Распределение ответов на вопрос: «В какую страну Вы думаете или планируете переехать?», ответили только те, кто отметил вариант «в страны Европы» в предыдущем вопросе), %

	Проценты
Шотландия	20,0
Швейцария	15,6
Франция	15,6
Германия	11,1
Англия	6,7
Испания	6,7
Затрудняюсь ответить	6,7
Италия	4,4
Польша	4,4
Бельгия	2,2
Чехия	2,2
Гренландия	2,2
Швеция	2,2

Выводы

1. Образовательная мобильность воспринимается позитивно и стимулирует формирование человеческого капитала. 60,2% респондентов поддерживают учебу за границей, что указывает на признание ценности международного образования. Позитивное отношение казахов и других этнических групп к учебе за рубежом подчеркивает, что молодежь готова к интеграции в глобальные образовательные пространства.

2. Экономические факторы остаются ключевым драйвером миграции. Поиск работы и заработка (61,0%), желание улучшить условия жизни (47,4%) и отсутствие карьерных перспектив (36,1%) демонстрируют, что миграция оценивается как способ повышения качества жизни. При этом значимые доли указали культурное и образовательное развитие (19,5% и 13,8%), что говорит о комплексности мотивов.

4. Трудовая мобильность молодежи преимущественно носит локальный характер с ограниченной внешней миграцией. Большинство

молодежи (69,5%) не выезжает на заработки за пределы своего населенного пункта, а среди мобильных респондентов основными направлениями являются крупные города Казахстана – г. Алматы (14,5%) и г. Астана (13,3%), что подчеркивает концентрацию экономических возможностей в урбанизированных центрах.

5. Миграционные настроения молодежи носят умеренно выраженный характер и обусловлены экономическими и образовательными факторами. Около 44,1% респондентов склонны к переезду или рассматривают его в будущем, при этом ключевыми причинами выступают улучшение экономического положения (56,1%), возможности трудоустройства (37,3%) и образование (33,6%), что указывает на доминирование прагматических мотивов.

6. Международная миграция молодежи ориентирована на экономически развитые страны и усиливается в городской среде. Наиболее привлекательными направлениями являются США (24,8%), Турция (17,2%), Россия (13,5%) и страны Европы (10,2%), при этом городская молодежь значительно чаще рассматривает переезд за границу, чем сельская, что отражает различия в уровне возможностей и доступе к ресурсам.

РЕКОМЕНДАЦИИ

1. Поддержка семейных ценностей и формирование культуры ответственного брака. Семья остается важной ценностью для молодежи, несмотря на снижение влияния традиционных ориентиров. Для укрепления института семьи необходимо внедрение комплексной программы просвещения как в учебных заведениях, так и через СМИ.

2. Укрепление гражданской идентичности и межэтнического взаимопонимания. С учетом усложнения структуры самоидентификации молодежи важно формировать гражданскую, этническую и религиозную идентичность, способствующую социальной сплоченности:

- поддержка молодежных инициатив и проектов, направленных на гражданскую активность;
- развитие межэтнических и межконфессиональных диалогов через культурные и образовательные платформы.

3. Современная образовательная и социальная политика для будущего молодежи. Для формирования позитивного отношения к будущему и снижения тревожности молодежи важно:

- развивать программы финансовой грамотности и цифровой компетентности;
- продвигать принципы здорового образа жизни, инклюзивности и безопасности;
- вовлекать молодежь в общественные, культурные и спортивные инициативы через цифровые и офлайн-платформы.

4. Поддержка науки, инноваций и внедрение технологий ИИ. Системная поддержка молодежи в научной и цифровой сферах необходима для развития инновационного потенциала страны:

- развитие лабораторий, исследовательских центров и молодежных научных хабов;
- популяризация науки и научных достижений через цифровые медиа.

5. Развитие профессиональных и гибких навыков, профориентация и трудоустройство. Для повышения конкурентоспособности молодежи на рынке труда рекомендуется учитывать региональные особенности трудовой занятости и обеспечивать равный доступ к возможностям.

6. Развитие креативной индустрии, культуры и медиапотребления. Для поддержки самореализации молодежи в креативных сферах важно:

- расширять образовательные программы по креативным индустриям и визуальному контенту;
- создавать творческие хабы, культурные центры и инфраструктуру во всех регионах;
- повышать интерес к чтению через современные книги, аудиокниги и цифровые форматы интересные и близкие для самой молодежи.

7. Обеспечение образовательной и трудовой мобильности, удержание человеческого капитала. С учетом миграционных настроений необходимо внедрять меры по возвращению и удержанию талантливой молодежи (гранты, налоговые льготы, карьерные треки) при этом учитывать способности и навыки каждого.

III РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРТНОГО ОПРОСА

1. Актуальные тренды в молодежной среде

Изучение трендов в молодежной среде имеет особое значение, поскольку позволяет выявлять новые модели поведения, которые в перспективе могут оказывать влияние на развитие общества, экономики и государственной политики. Тренды отражают не только текущие интересы молодежи, но и направления возможных социальных изменений, формируя представление о том, каким будет следующее поколение граждан, работников и лидеров.

Одним из наиболее значимых трендов является дальнейшая цифровизация. Эксперты отмечают, что цифровые технологии перестают быть лишь средством коммуникации и постепенно становятся неотъемлемой частью повседневной жизни молодежи, проникая в сферы образования, труда, творчества, досуга и социальных взаимодействий.

«У нас огромное количество цифровой реальности. Если посмотреть в сравнительной мировой перспективе, очень мало стран обладают тем уровнем цифровизации и ежедневных процессов, как у нас. Все E-gov, Каспи, все эти сервисы на самом деле недоступны для 97% стран в мире. У нас они есть, они у нас есть по дефолту, но мы не до конца понимаем то, как они вообще влияют на психическое мировоззрение молодежи» (М. Жуенбаев, Maqsut Narikbayev University).

Одним экспертом был отмечен интересный тренд в виде высокого запроса на знания. Он отметил, что молодежь все чаще воспринимает обучение как непрерывный процесс, необходимый для сохранения конкурентоспособности в быстро меняющемся мире. Подобная установка соответствует глобальным тенденциям развития экономики знаний, где ключевым ресурсом становятся не столько материальные активы, сколько компетенции, способность к обучению и адаптации.

«Я считаю, что среди современных трендов также можно выделить стремление к знаниям, желание изучать иностранные языки, стремление поступать и учиться в зарубежных учебных заведениях. Если в целом посмотреть, то сегодня у нашей молодежи очень высокий спрос на получение знаний, и этот запрос мы обязательно должны поддерживать и стимулировать» (Е. Калмаков, Департамента воспитательной работы и дополнительного образования Министерства просвещения РК).

Негативным трендом эксперты заключили излишнюю доступность цифровых технологий и информации, которая постепенно формирует привычку использовать уже существующие решения вместо самостоятельного трудоемкого поиска новых подходов. В долгосрочной перспективе это может сказаться на развитии критического мышления, способности принимать самостоятельные решения и адаптироваться к быстро меняющимся условиям современного мира.

«Кроме того, среди молодежи все чаще наблюдается тенденция выбирать более легкий путь в жизни. То есть в некоторых случаях недостаточно внимания уделяется упорному труду и достижению успеха через настойчивость и реальные усилия. С этой точки зрения есть моменты,

которые вызывают определенное беспокойство. Потому что многие в основном используют уже готовую информацию и ограничиваются только этим» (А. Досымбетов, Национальный фронт-офис волонтеров).

Эксперты заметили тренд свободы в молодежной среде, который отрицает жесткие организационные рамки. И это приводит к запросу на новые формы занятости. Практически все фиксируют рост популярности фриланса, самозанятости и микропредпринимательства. Молодежь все чаще стремится самостоятельно определять формат своей профессиональной деятельности и избегать жестких организационных рамок.

«Знаете, вот самые главные два таких основных мейнстрима, или же такие основные линии у молодежи, как я наблюдаю, это первое – свобода.» (А. Задабек, АО «Qazcontent»).

«Массовое микропредпринимательство через маркетплейсы и фриланс, на мой взгляд, создает здоровый предпринимательский импульс» (О.Сулейменов, Совет по молодежной политике при Президенте РК).

По мнению эксперта, тренд на свободу усиливает запрос на творческое развитие. Молодые люди проявляют интерес к нестандартным форматам занятости и все чаще ориентируются на раскрытие собственного потенциала. Одновременно возрастает значимость творческих практик, связанных с искусством, музыкой, дизайном и другими направлениями креативной деятельности. Стремление к свободе и творческому самовыражению становится одной из характерных особенностей ценностных установок нового поколения.

«А второе, творчество. То есть нынешнее поколение, нынешняя молодежь, у них очень большой интерес к творчеству. И так это удивляет, когда видишь, что молодежь хотят заниматься и музыкой, и искусством, и рисованием и так далее. Вот я думаю, что это основные такие у них тренды» (А. Задабек, АО «Qazcontent»).

Как отметил один из экспертов, тренд на свободу имеет свои риски. Современная молодежь располагает широкими возможностями для самореализации и свободного выбора жизненных траекторий, однако наличие возможностей само по себе не гарантирует достижения устойчивых результатов без необходимых знаний, навыков и последовательной работы.

«Но я как человек, который сам в реальном бизнесе уже не первый год, скажу честно: без системной бизнес-грамотности большинство этих проектов нежизнеспособны в долгосрочной перспективе» (О.Сулейменов, Совет по молодежной политике при Президенте РК).

Также распространение нестандартных форм занятости может привести к снижению стабильности доходов и росту экономической уязвимости части молодежи.

«Однако у этого есть и социальные последствия: в долгосрочной перспективе может возникнуть риск нестабильности, поскольку далеко не все могут получать стабильный доход на фрилансе» (Е. Бектаев, Молодежный ресурсный центр Туркестанской области).

Одним из наиболее значимых долгосрочных трендов, выделяемых экспертами, является усиление эмиграционных настроений среди образованной и квалифицированной молодежи. При этом речь идет не столько о протестных настроениях или неудовлетворенности жизнью в стране, сколько о прагматичном стремлении молодых людей к расширению образовательных, профессиональных и карьерных возможностей.

«Если говорить о ключевых трендах, мне хотелось бы затронуть несколько моментов. Среди образованной городской молодежи нарастают эмиграционные настроения, Дубай, Европа, Турция, Юго-Восточная Азия. И это не паника, как иногда пытаются представить, это прагматичный расчет» (О.Сулейменов, Совет по молодежной политике при Президенте РК).

Вместе с тем эксперты обращают внимание на риски, связанные с возможной утратой наиболее конкурентоспособной части человеческого капитала. Если ранее обучение за рубежом чаще рассматривалось как временный этап профессионального развития, то сегодня возрастает вероятность закрепления молодых специалистов за пределами страны. В долгосрочной перспективе это может привести к дефициту квалифицированных кадров, снижению инновационного потенциала и замедлению процессов модернизации.

«То есть в средней и долгосрочной перспективе мы рискуем столкнуться с тем, что мы будем, вопреки всему, чего мы сами хотим, терять качество нации. То есть мы столкнемся с оттоком самых конкурентоспособных представителей молодежи» (М. Жуенбаев, Maqsut Narikbayev University).

В этой связи актуализируется задача формирования комплексной политики удержания и возврата талантливой молодежи. Речь идет не только о повышении качества образования, но и о создании привлекательных условий для профессионального роста, научной деятельности, предпринимательства и карьерной самореализации внутри страны. Таким образом, международная мобильность молодежи постепенно превращается из индивидуальной стратегии успеха в важный фактор социально-экономического развития и конкурентоспособности государства.

«Нам необходимо думать о том, как удерживать кадры внутри страны. Нужно не только воспитывать и готовить сильных специалистов на уровне школы и системы среднего образования, но и создавать условия для того, чтобы они оставались в стране на уровне высшего образования, а также возвращались на Родину даже после обучения за рубежом» (Е. Калмаков, Департамента воспитательной работы и дополнительного образования Министерства просвещения РК).

Эксперты отмечают тренд на индивидуализацию и трансформацию социальных норм. Они видят, что молодежной среде происходят изменения, затрагивающие базовые социальные институты, модели поведения и представления о жизненном успехе. Одним из проявлений данного тренда становится изменение отношения к институту семьи. По мнению экспертов, разводы, повторные браки и более гибкие семейные сценарии постепенно перестают восприниматься как отклонение от нормы и становятся частью новой социальной реальности. Семейные отношения все чаще рассматриваются через призму личного благополучия, эмоционального комфорта и самореализации.

«Поэтому новая реальность, наверное, будет это, где мы будем видеть, что люди вступают в брак, разводятся, женятся по 2-3 раза, и это будет новая социальная норма. Разведенный человек – это не будет каким-то там белым пятном или так далее, это будет нормой. Женился, развелся, ладно» (А. Асабаев, представительство Европейского союза).

Одновременно усиливается запрос на независимость. Молодежь стремится самостоятельно принимать решения, строить карьерные и жизненные траектории, меньше ориентируясь на мнение окружающих и традиционные авторитеты. С одной стороны, это способствует развитию инициативности, ответственности и предпринимательского мышления, с другой – повышает риски социальной уязвимости и восприимчивости к различным внешним влияниям.

«... одним трендом среди молодежи является стремление к абсолютной самостоятельности, нежелание зависеть от чужого мнения, желание добиваться своих целей исключительно по собственному пути, не прислушиваясь к советам окружающих» (Е. Калмаков, Департамент воспитательной работы и дополнительного образования Министерства просвещения РК).

Еще одним проявлением трансформации социальных норм становится рост внимания к ментальному здоровью. Если ранее вопросы психологического благополучия редко становились предметом открытого обсуждения, то сегодня молодежь все чаще воспринимает эмоциональное состояние как важную составляющую качества жизни. Эксперты отмечают, что подобная открытость способствует снижению стигматизации психологических проблем, однако существующая инфраструктура поддержки пока не успевает за растущим спросом.

«Очень важной позитивной тенденцией я считаю то, что молодежь начинает открыто говорить о ментальном здоровье. Это кардинальное изменение по сравнению с предыдущим поколением, у которого просто не было словаря для таких разговоров. В перспективе это снизит социальные издержки, но инфраструктура психологической помощи у нас сегодня катастрофически отстают от спроса» (О.Сулейменов, Совет по молодежной политике при Президенте РК).

Изменения затрагивают и сферу гражданской активности. Молодежь все реже вовлекается в традиционные институциональные формы участия, предпочитая горизонтальные сообщества, локальные инициативы, цифровые платформы и общественные кампании. Таким образом, происходит не снижение общественной активности, а трансформация ее форм и механизмов реализации.

«И еще один важный момент – казахстанская молодежь не аполитична, как иногда говорят. Она просто разочарована старыми форматами участия и активна горизонтально: в сообществах, в петициях, в локальных инициативах. Эта энергия либо интегрируется в новые институты участия, либо накапливается как социальное напряжение. Третьего, к сожалению, не дано» (О.Сулейменов, Совет по молодежной политике при Президенте РК).

Наряду с этим эксперты обращают внимание на распространение новых социальных рисков, связанных с цифровой средой. Рост влияния социальных сетей сопровождается появлением таких явлений, как кибербуллинг, снижение культуры коммуникации и ослабление традиционных механизмов социального контроля. Вместе с тем цифровая среда остается важным пространством социализации и формирования новых общественных практик.

«И мы сразу видим, что наша молодежь сразу начинает копировать, делает, и здесь даже появляется кибербуллинг, очень такая опасная вещь, когда они друг друга начинают в социальных сетях, даже просто во время общения, используют современные тренды, буллить откровенно говоря, переходить на личности» (А. Темербаетов, META University).

Одновременно эксперты обращают внимание на формирование позитивных общественных трендов, связанных с экологической повесткой, волонтерством, спортом и здоровым образом жизни. Примечательно, что данные тенденции возникают не только как результат инициатив самой молодежи, но и под влиянием государственной политики и реализуемых общественных программ. В частности, по мнению экспертов, программа «Таза Қазақстан» постепенно выходит за рамки отдельной экологической акции и начинает выполнять функцию объединяющей общественной инициативы. Участие молодежи в экологических мероприятиях, акциях по благоустройству территорий, раздельному сбору отходов и сохранению общественных пространств способствует формированию экологической культуры и новых моделей социально ответственного поведения.

«На мой взгляд, государственные программы начинают превращаться в объединяющую инициативу для молодежи. В качестве примера можно привести «Таза Қазақстан». «Таза Қазақстан» постепенно становится общей идеей, объединяющей молодежь. Этот тренд оказывает влияние на формирование экологического сознания. Это связано и с сортировкой пластиковых бутылок, и с уборкой улиц, и с такими акциями, как «Чистый берег» или «Чистый памятник» (О. Бейсенбаев, Управление по вопросам молодежной политики Абайской области).

Аналогичная ситуация наблюдается и в сфере здорового образа жизни. Эксперты отмечают рост интереса молодежи к спорту, фитнесу, активному отдыху и различным форматам интеллектуального досуга. При этом популяризация данных практик осуществляется как через общественные инициативы, так и через государственные программы, направленные на формирование здоровой нации. В результате здоровый образ жизни постепенно превращается не только в индивидуальный выбор, но и в социально одобряемую норму поведения среди молодежи.

«Второй тренд, это интерес к соблюдению здорового образа жизни, как я считаю. Кроме того, сейчас изменился формат молодежного досуга. Если раньше среди молодежи были популярны клубы, вечерние посиделки, распитие спиртных напитков и подобное, то сейчас все чаще молодые люди проводят вечера за настольными играми, различными корпоративными играми для компаний, тимбилдингами, играют в «Мафию» и другие подобные игры» (О. Бейсенбаев, Управление по вопросам молодежной политики Абайской области).

Таким образом, экспертные оценки свидетельствуют о том, что современная молодежь Казахстана развивается в условиях глубокой социальной трансформации. Наиболее значимыми трендами выступают цифровизация, развитие фриланса и самозанятости, рост эмиграционных настроений, изменение ценностных ориентиров, повышение внимания к ментальному здоровью, экологической повестке и здоровому образу жизни. Также экспертные оценки показывают, что государственная политика способна не только реагировать на уже существующие молодежные тренды, но и формировать новые общественные установки и модели поведения. В этом контексте программы, ориентированные на экологическое сознание, волонтерство и здоровый образ жизни, постепенно становятся инструментами формирования ценностей молодежи.

2. Влияние цифровой среды на социализацию и гражданскую позицию

В условиях стремительной цифровизации общественной жизни социальные сети и онлайн-платформы становятся неотъемлемой частью повседневности молодежи. Они выступают не только средством коммуникации и получения информации, но и важной средой формирования ценностных ориентиров, моделей поведения и представлений о социальной реальности. В связи с этим изучение влияния цифровой среды на молодежь приобретает особую актуальность в контексте трансформации традиционных институтов социализации.

Цифровизация на сегодняшний день существенно изменила структуру повседневного опыта молодежи. Это можно наблюдать за счет распространения социальных сетей, платформ короткого видео, что привело к ускорению потребления информации и изменению когнитивных привычек. Эксперты отмечают, что молодежь чаще ориентируется на быстрые решения, мгновенную обратную связь и визуально упрощенные формы контента. Это влияет не только на стиль общения, но и на способы обучения, принятия решений и построения жизненных траекторий.

«Молодежь Казахстана, это поколение, которое растет в эпоху цифровизации. Они открыты, свободно мыслят, обладают широким взглядом на мир. Быстро воспринимают информацию, умеют использовать новые возможности, применяют искусственный интеллект и технологии в своей повседневной жизни. Но вместе с тем иногда относятся к жизни легко, хотят получить все быстро, ожидают быстрых результатов вместо долгого труда» (Е. Бектаев, Молодежный ресурсный центр Туркестанской области).

Как отмечают эксперты, ценностные ориентации молодежи постепенно смещаются в сторону индивидуализации и прагматизма, в частности в профессиональной деятельности. Образование все чаще воспринимается как инструмент приобретения прикладных навыков, а не как формальный этап жизненного пути. Карьерные траектории становятся более гибкими: вместо одной стабильной профессии формируется некий «портфель возможностей», предполагающая смену сфер деятельности, параллельную занятость и развитие нескольких источников дохода.

«Произошел принципиальный сдвиг в ценностях. Если поколение наших родителей ориентировалось на одну профессию и одного работодателя на всю жизнь, то нынешняя молодежь мыслит уже по-другому, портфелем возможностей. И смена сферы деятельности воспринимается не как провал, а как рост. Старая модель «сначала ты страдай, потом будешь жить» сегодня просто не работает. Молодые люди хотят смысла, баланса и удовольствия от процесса уже сегодня, и я в этом ничего плохого не вижу - наоборот, это намного более здоровый подход к жизни» (О.Сулейменов, Совет по молодежной политике при Президенте РК).

Молодежь сегодня практически полностью находится в цифровом пространстве, поэтому содержание распространяемого контента напрямую влияет на ее мировоззрение. К примеру, один из экспертов обращает внимание на преобладание негативного контента, который способен формировать у молодежи негативное отношение к семье и браку.

«...когда в социальных сетях идет большой поток информации в негативной форме про брак, про супружеские отношения, про разводы... в итоге мы получаем, что молодежь говорит: мы не хотим иметь детей или мы не хотим жениться» (А. Задабек, АО «Qazcontent»).

Традиционные формы общения дополняются цифровыми каналами — мессенджерами, социальными сетями и онлайн-сообществами. Это формирует новые формы социальной включенности, где важную роль играют цифровая идентичность, онлайн-репутация и постоянная связность. Даже межличностное и семейное общение все чаще опосредуется цифровыми инструментами, включая чат-коммуникации и дистанционные формы взаимодействия.

«Я замечаю среди родителей, особенно среди молодых родителей, которые еще не привыкли свободно разговаривать со своими детьми, что многие из них пишут детям личные сообщения в WhatsApp: «Как ты думаешь по этому поводу?», «Почему у тебя нет настроения?» и таким образом пытаются найти общий язык» (О. Бейсенбаев, Управление по вопросам молодежной политики Абайской области).

При этом, часть экспертов отмечает, что цифровая среда способствует объединению молодежи вокруг общих интересов и ценностей, формируя различные типы идентичности, новые формы общественной самоорганизации и новых лидеров общественного мнения.

«Я думаю, это позитивно влияет на формирование идентичности. Молодежь объединяется по интересам в разных направлениях: по религиозной идентичности, гражданской идентичности, городской идентичности, даже как фанаты определенного футбольного клуба. И я считаю, что цифровая среда положительно влияет на все это и облегчает такое объединение» (О.Бейсенбаев, Управление по вопросам молодежной политики Абайской области).

«Сейчас наше общество уже использует цифровую среду более осознанно. Поэтому я считаю, что ее влияние на гражданскую активность усиливается. И именно в этой среде появляются свои лидеры общественного мнения. Причем речь не только о крупных публичных фигурах. Практически в каждой группе, чате, сообществе возникают собственные локальные лидеры. Это способствует разнообразию мнений и формированию множества разных точек зрения» (О.Бейсенбаев, Управление по вопросам молодежной политики Абайской области).

Эксперты отмечают ряд рисков, такие как информационная перегрузка, снижение концентрации внимания, рост уязвимости к фейковой информации. Это приводит к социально-психологическим рискам, связанные с постоянным сравнением себя с другими в социальных сетях, что может приводить к снижению самооценки, тревожности, эмоциональному выгоранию, а также к стремлению погнаться за всем и сразу быстро.

«Большую роль начали играть социальные сети, то есть люди видят социальные сети, жизнь других людей, могут сравнивать... Понятно, что плохое распространяется лучше, да, плохие заразные примеры. Но, тем не менее, люди пытаются подражать этим...молодежь у нас, в Казахстане занимается дроптерством, продажей наркотиков, закладчиками, потому что

люди хотят жить хорошо» (А. Асабаев, представительство Европейского союза).

В целом эксперты подчеркивают, что цифровая среда усиливает возможности. Она обеспечивает беспрецедентный доступ к знаниям, образовательным ресурсам и инструментам самореализации. Отдельного внимания требует влияние искусственного интеллекта, который расширяет интеллектуальные возможности молодежи.

«Во многом современное общество уже начало полностью полагаться на ChatGPT, ИИ и различные подобные программы. Конечно, у этого есть и положительные стороны» (А. Досымбетов, Национальный фронт-офис волонтеров).

Одновременно эксперты отмечают и негативное влияние искусственного интеллекта. Усиливается зависимость от готовых решений, снижается уровень самостоятельного анализа информации и критического мышления. В отдельных случаях это приводит к подмене собственного интеллектуального усилия результатами работы алгоритмов.

«Еще один риск – это ограничение у молодежи критического мышления и в некоторой степени их творческих способностей, потому что практически любой вопрос они начинают передавать искусственному интеллекту, готовят все через него, пишут промпты и загружают задания, при этом сами меньше размышляют, меньше подходят к делу творчески и сокращают собственный поиск и исследовательскую работу» (О. Бейсенбаев, Управление по вопросам молодежной политики Абайской области).

Эксперты уделяют отдельное внимание проблеме цифровой безопасности и утечки персональных данных. Молодежь активно использует цифровые платформы, не всегда осознавая последствия передачи личной информации алгоритмическим системам, кибермошенничество и утечка персональных данных.

«А с точки зрения безопасности актуальными остаются такие проблемы, как кибербуллинг, интернет-мошенничество и распространение персональных данных» (М. Сағидоллаева, Молодежный ресурсный центр Атырауской области).

«Искусственный интеллект знает слишком много сейчас о нас. Если, допустим, взломать любую базу данных, то эти данные просто выйдут в свободное плавание и будут доступны там, почему сейчас очень много мошенников стало. Мошенникам сейчас очень легко, взломать любую базу данных, получить эту информацию и на этом, там все, как на ладони, кто твои родители, чем они занимаются, где вы живете. Эту информацию даже в ЦОНе не надо брать, это все просачивается в диалоге» (А. Темербаева, META University).

Позиция экспертов касательно общественной активности ведет к тому, что социальные сети существенно влияют на формирование гражданской позиции молодежи и стимулируют ее вовлечение в социальную жизнь. Однако данная активность нередко носит преимущественно виртуальный характер и не всегда трансформируется в реальные формы гражданского участия.

«Гражданская позиция при этом есть, она у молодежи живая, но она часто остается на уровне репоста, а не реального действия. И задача институтов как раз в том, чтобы создать мосты между цифровой активностью и реальным участием в жизни страны (О. Сулейменов, Совет по молодежной политике при Президенте РК).

«...социальные сети «повышают доступность информации и стимулируют гражданскую активность, однако одновременно формируют поверхностность участия и показную активность» (М. Сағидоллаева, Молодежный ресурсный центр Атырауской области).

По мнению экспертов, молодежь нередко воспринимает общественно-политическую повестку через призму коротких сообщений, публикаций и отдельных инфоповодов, не всегда стремясь глубоко разобраться в причинах и последствиях происходящих событий. В результате гражданская позиция может формироваться под влиянием эмоционального контента, мнения популярных блогеров или алгоритмов социальных сетей, а не на основе самостоятельного анализа и критического осмысления информации.

«Социальная сеть, она сейчас формирует гражданскую позицию молодежи, но, к сожалению, молодежь пока не умеет эту гражданскую позицию критически анализировать, насколько они вообще правы в своих суждениях, в своих мнениях. У них нет этого сейчас критического фильтра» (А. Темербаева, META University).

«Вот здесь вот очень большая такая тонкая грань между социальной активностью и поддельной социальной активности. Фейковая социальная активность, которую навязали через социальные сети, выражаясь навязанную гражданскую позицию» (А. Темербаева, META University).

Многие эксперты обращают внимание на риски поверхностного восприятия информации, влияние алгоритмов социальных сетей, возникновение так называемого «эффекта эхо», когда человек сталкивается исключительно с мнениями, подтверждающими его собственную позицию, а также на формирование информационных пузырей и распространение деструктивного контента.

«Каждый формирует для себя опасный информационный пузырь. То есть каждый находится в том Казахстане, который ему нравится. Есть такая проблема, эффект эхо. Образуется вакуум» (М. Жуенбаев, Maqsut Narikbayev University).

«С другой стороны, алгоритмы создают информационные пузыри, в которых человек видит только то, что подтверждает его взгляды. И это, к сожалению, ведет к радикализации позиций и постепенной утрате способности к диалогу с инакомыслящими» (О. Сулейменов, Совет по молодежной политике при Президенте РК).

Эксперт обращает внимание на распространение практики прямого взаимодействия граждан с государственными органами через социальные сети. По мнению эксперта, такие механизмы позволяют гражданам оперативно решать локальные проблемы и укрепляют доверие к государственным институтам.

«Абсолютно все можно сделать через соцсети... начинают тегать госорганы» (М. Жуенбаев, Maqsut Narikbayev University).

Эксперты отмечают необходимость создания качественного молодежного контента, продвижения национальных ценностей и развития медиаграмотности как ключевых инструментов повышения устойчивости молодежи к негативным информационным воздействиям.

«Я думаю, что именно через такие казахские паблики молодежь смогла получить много полезной информации и в определенной степени повысить свою историческую грамотность. ...Так как современная молодежь растет под сильным влиянием глобального интернет-пространства, нам необходимо, как я уже говорил, внедрять воспитательный и национально ориентированный контент именно через интернет» (А. Досымбетов, Национальный фронт-офис волонтеров).

«Социальные сети очень сильно влияют, я считаю, что очень сильно надо регулировать контент, который производится в социальных сетях» (А. Задабек, АО «Qazcontent»).

Таким образом, цифровая среда оказывает все более существенное влияние на формирование ценностей, идентичности, жизненных стратегий и гражданской позиции молодежи. Эксперты отмечают, что современная молодежь характеризуется высокой цифровой адаптивностью, открытостью к новым технологиям и активным использованием цифровых инструментов в образовании, работе и повседневной жизни. Вместе с тем цифровизация создает новые вызовы, связанные с поверхностным восприятием информации, распространением манипулятивного контента, снижением критического мышления и ростом информационных и психологических рисков. В этих условиях особую актуальность приобретают развитие медиаграмотности, цифровой культуры и навыков осознанного использования современных технологий.

3. Образование, искусственный интеллект и навыки будущего

Образование остается одним из ключевых механизмов передачи знаний и формирования мировоззрения молодежи. Вместе с тем современные социальные и технологические изменения сопровождаются трансформацией институциональных источников авторитета и знаний. Традиционные институты — школа, семья, государственные структуры — постепенно утрачивают монополию на формирование знаний. Их место частично занимают цифровые платформы. Это приводит к формированию сетевого и фрагментированного типа мировоззрения, где доверие распределяется между множеством источников.

В этой связи особое значение приобретает искусственный интеллект, который становится не просто инструментом, а полноценным посредником в образовательных и когнитивных процессах. Эксперты подмечают, что ИИ дает доступ к знаниям, ускоряет выполнение задач и повышает продуктивность. Однако молодежь не всегда умеет качественно использовать этот инструмент, что замедляет их карьерный рост в профессиональной сфере.

«Однако можно сразу сказать, что уровень молодых специалистов, приходящих сегодня на рынок труда, в части использования инструментов искусственного интеллекта и анализа данных пока еще нельзя оценивать как высокий» (О. Бейсенбаев, Управление по вопросам молодежной политики Абайской области).

Эксперт отмечает, что особую актуальность приобретает вопрос адаптации системы образования, которая во многом продолжает ориентироваться на подготовку специалистов для классических форм трудоустройства. Между тем молодежь все чаще сталкивается с необходимостью развивать навыки самоорганизации, управления проектами, цифровые компетенции и способность работать в условиях высокой профессиональной мобильности. Это формирует запрос на обновление образовательных программ и внедрение более гибких подходов к подготовке кадров для экономики будущего.

«В долгосрочной перспективе все схемы, построенные так же, как и система образования, то же самое система, эта рабочая система, которая, допустим, подчиняется иерархиям. Я думаю, вот эти все системы будут разрушаться. Я думаю, что у нас все больше и больше будет таких фрилансеров» (А. Задабек, АО «Qazcontent»).

Активное присутствие в онлайн-среде, интерес к саморазвитию, психологии, созданию личного бренда, стремление к свободе в профессиональной деятельности — ставят перед образовательной системой новые вызовы. Существующие практики не всегда успевают адаптироваться к быстрым изменениям технологий и запросам молодежи, что требует пересмотра подходов к обучению, усилению цифровой грамотности и формирования навыков самостоятельного анализа информации.

«Сейчас среди молодежи наблюдается несколько ярко выраженных трендов: все живут в цифровой среде, высокий интерес вызывает онлайн-заработок, в тренд вошли саморазвитие, психология и создание личного бренда...» (Е. Бектаев, Молодежный ресурсный центр Туркестанской области).

Это исходит из того, что система образования, по мнению большинства экспертов, пока не в полной мере соответствует вызовам цифровизации и развития искусственного интеллекта. Несмотря на активные реформы и изменению инфраструктуры, сохраняется разрыв между содержанием образования и требованиями рынка труда. Один из ключевых дисбалансов заключается в том, что образование по-прежнему ориентировано на оценку знаний, а не на формирование компетенций и практических навыков.

«Содержание образования устарело структурно. Школа до сих пор готовит к экзаменам, а не к решению реальных задач. ЕНТ измеряет память, а рынок труда оценивает мышление. И это фундаментальное противоречие, которое нужно решать. Средний педагог, к сожалению, не умеет работать с современными ИИ-инструментами и не может дать ребенку ориентиры в цифровой среде» (О.Сулейменов, Совет по молодежной политике при Президенте РК).

В экспертных оценках также подчеркивается необходимость пересмотра содержания образования и внедрения новых форм обучения. Среди предложений — усиление STEM-направлений, развитие data literacy, введение ИИ-грамотности как базового компонента школьного образования, а также системная переподготовка преподавателей. Отдельно отмечается необходимость перехода от теоретического обучения к проектно-ориентированным форматам, где ключевое значение имеют практические навыки анализа, презентации и решения задач.

«Сильной стороной является быстрая адаптация и быстрое освоение технологий, слабой это системное мышление и практическое применение знаний. В первую очередь необходимо обновлять содержание образования, усиливать направления STEM и data literacy, а также проводить переподготовку преподавателей» (М. Сағидоллаева, Молодежный ресурсный центр Атырауской области).

Вместе с тем эксперты обращают внимание на ряд ограничений, связанных с использованием искусственного интеллекта молодежью. Несмотря на высокую вовлеченность в цифровую среду и активное освоение новых технологий, использование ИИ-инструментов зачастую носит поверхностный характер. Недостаточный уровень критического мышления, анализа данных и практического применения цифровых решений может снижать эффективность использования технологических возможностей в образовательной и профессиональной деятельности. В этой связи особую актуальность приобретает развитие навыков осмысленной работы с информацией и цифровыми инструментами.

«Картина цифровых компетенций у молодежи сильно дифференцирована. Молодежь хорошо умеет потреблять контент, удовлетворительно умеет создавать его на уровне социальных сетей. Однако работа с ИИ-инструментами поверхностна и бессистемна, критическое мышление у нас остается главной точкой уязвимости, цифровая безопасность находится на критически низком уровне, а реальный анализ данных доступен лишь единицам» (О. Сулейменов, Совет по молодежной политике при Президенте РК).

Эксперты сходятся во мнении, что развитие цифровых технологий и искусственного интеллекта существенно трансформирует образовательную сферу, создавая как новые возможности, так и новые вызовы для молодежи. Несмотря на высокий уровень цифровой вовлеченности, у молодых людей сохраняются проблемы с практическим применением ИИ-инструментов, анализом данных и критическим мышлением. В этих условиях особую актуальность приобретают модернизация содержания образования, развитие STEM- и цифровых компетенций, внедрение ИИ-грамотности и переход к практико-ориентированным форматам обучения, отвечающим требованиям современного рынка труда.

4. Семейные и миграционные установки молодежи

Эксперты отмечают, что семейно-брачные установки молодежи Казахстана претерпевают заметные изменения под влиянием экономических, социальных и цифровых факторов. Сегодня молодежь рассматривает создание семьи как ответственный выбор, требующий подготовки, ресурсов и психологической зрелости. Традиционная модель, предполагающая раннее вступление в брак и многодетность, постепенно уступает место более индивидуализированным стратегиям жизненного планирования, особенно среди городской молодежи.

Так, часть экспертов сказала, что молодежь сейчас чаще ориентируется на достижение финансовой и профессиональной стабильности, прежде чем создавать семью. Важными критериями становятся образование, карьера, наличие собственного жилья и материальной базы. Это свидетельствует о росте рациональности при принятии жизненно важных решений и стремлении минимизировать возможные риски при создании семьи.

«Под зрелостью они понимают в первую очередь финансовую устойчивость. То есть они понимают, что для того, чтобы семья существовала, нужны будут финансовые большие такие затраты на то, чтобы купить квартиру или хотя бы ее арендовать, родить ребенка, что женщина уйдет в декрет, она скорее всего не будет работать, она потеряет заработок, в это время должна быть финансовая подушка со стороны мужчины» (А. Темербаева, META University).

Экспертное мнение заключается в том, что они видят прямую зависимость между экономическим благосостоянием и заключением брака, создание семьи. Рост стоимости жизни выступают одним из ключевых факторов трансформации брачных установок. Молодые люди оценивают возможность создания семьи через призму будущих расходов на жилье, образование детей и обеспечение качественного уровня жизни. Откладывание брака становится следствием не отсутствия желания, а прагматичной оценки материальных возможностей.

«Главным драйвером откладывания брака является экономическая нестабильность. Жилье недоступно без ипотеки, молодые люди понимают, что семья требует ресурсов, которых у них пока нет, и откладывают брак не от нежелания, а, наоборот, от ответственности - и я считаю, это хорошее качество, его нужно ценить, а не осуждать» (О. Сулейменов, Совет по молодежной политике при Президенте РК).

Современная молодежь демонстрирует высокий уровень ориентации на образование и профессиональное развитие. Период молодости используется для накопления человеческого капитала и достижения независимости, что напрямую влияет на сроки вступления в брак и рождения детей. Особенно это заметно среди женщин, которые стремятся реализовать себя профессионально и финансово перед тем, как формировать семью.

«Самым значимым структурным изменением за последние пятнадцать лет, на мой взгляд, стало то, что казахстанские женщины массово инвестируют в образование и карьеру и совершенно не готовы жертвовать профессиональной реализацией ради ранней семьи. И это абсолютно

нормально» (О. Сулейменов, Совет по молодежной политике при Президенте РК).

«Многие молодые люди в первую очередь ставят на первое место учебу, работу и построение карьеры. По этой причине также наблюдается тенденция откладывания рождения детей. То есть преобладает мысль: «Сначала нужно реализовать себя» (Е. Бектаев, Молодежный ресурсный центр Туркестанской области).

Эксперты делают предположение, что цифровая среда способствует изменению представлений молодежи о семейных отношениях. Расширение информационного пространства и постоянное взаимодействие с различными моделями поведения через социальные сети формируют более высокие ожидания от брака и партнера. Это приводит к тому, что решение о создании семьи принимается более взвешенно и в более позднем возрасте.

«В первую очередь, я считаю, что большое влияние оказывает современная цифровая среда. Потому что через социальные сети и интернет-ресурсы мы видим, как человек все больше ориентируется на собственные личные цели и интересы, стремится реализовать свои планы, быть независимым от других, исполнять свои мечты и цели, путешествовать, заниматься спортом, получать образование, строить карьеру и свободно двигаться в направлении своих личных интересов» (Е. Калмаков, Департамент воспитательной работы и дополнительного образования Министерства просвещения РК).

Также эксперты наблюдают изменение подхода к родительству. Молодые семьи все чаще ограничиваются одним или двумя детьми, уделяя больше внимания их качественному воспитанию, образованию и развитию. Такой подход отражает сдвиг от количественного воспроизводства к модели, ориентированной на человеческий капитал.

«Рожать детей просто ради того, чтобы рожать детей, сейчас все же люди как-то более сознательные. Родил человека, надо его нормально воспитать, надо дать ему хорошее образование и так далее» (А. Асабаев, представительство Европейского Союза).

Эксперты отмечают и региональные различия, которые проявляются в темпах изменений. В крупных городах молодежь быстрее адаптируется к новым экономическим и культурным реалиям, тогда как в регионах сохраняется влияние традиционных норм, включая ранние браки.

«Насколько мне известно, сейчас у нас остаются актуальными такие проблемы, как подростковая беременность и рождение детей вне брака. Поэтому здесь многое зависит от региона и от центральных городов. На мой взгляд, в крупных мегаполисах наблюдается тенденция к более позднему вступлению в брак. А вот в областях и районах, наоборот, ранние браки встречаются чаще» (О. Бейсенбаев, Управление по вопросам молодежной политики Абайской области).

Наряду с семейно-брачными установками важным индикатором жизненных стратегий молодежи выступают миграционные намерения. Они отражают представления молодых людей о возможностях самореализации, качестве жизни

и перспективах профессионального развития. Экспертные оценки позволяют рассмотреть данный вопрос в более широком контексте и определить факторы, способные влиять на сохранение и развитие человеческого капитала страны. Анализ экспертных интервью показывает, что установки молодежи в отношении учебной и трудовой миграции формируются под влиянием комплекса экономических, образовательных, социальных, институциональных и ценностных факторов.

Наиболее значимым фактором эксперты называют экономические возможности. Молодежь ориентируется на более высокий уровень заработной платы, лучшие условия труда и перспективы профессионального роста за рубежом.

«Низкий уровень заработной платы, высокая стоимость жилья и нестабильность. Многие молодые специалисты хотят реализовать свои возможности за рубежом или в крупных городах» (Е. Бектаев, Молодежный ресурсный центр Туркестанской области).

«Первое – экономика. Разрыв в доходах между Казахстаном и странами назначения для квалифицированного специалиста составляет три-семь раз, и это не преодолевается патриотическими призывами, как бы кому ни хотелось» (О. Сулейменов, Совет по молодежной политике при Президенте РК).

Вторым значимым фактором выступают образовательные возможности. Молодежь стремится получить качественное образование, международный опыт и конкурентные компетенции. При этом эксперты неоднозначно оценивают масштабы образовательной миграции. Некоторые эксперты считают, что ее масштабы постепенно снижаются благодаря росту конкурентоспособности отечественного высшего образования и открытию филиалов зарубежных университетов в Казахстане.

«...казахстанские вузы сейчас вошли в международные рейтинги, у них появилось доверие к системе высшего образования в целом. Они понимают, что казахстанские вузы уже на уровне конкурируют там с вузами за рубежом. И много филиалов у нас сейчас зарубежных открылось в Казахстане. Мы видим, что Cardiff университет там, да, у нас уже открыт там De Montfort University, University of Arizona и так далее. Очень много сейчас филиалов. И мы видим, что молодежь уже понимает, раз в Казахстан заходят эти филиалы, эти вузы, значит, наша страна достаточно конкурентна для того, чтобы нашу страну рассматривали в качестве площадки, где будет оказываться данная услуга. Поэтому учебной миграции я сейчас вижу немного» (А. Темербаева, META University).

Вместе с тем один из экспертов отмечает, что количество молодых людей, стремящихся поступить в зарубежные университеты, продолжает увеличиваться.

«В целом, сейчас мы видим, что с каждым годом увеличивается количество молодых людей, стремящихся к знаниям и поступающих в зарубежные высшие учебные заведения. К сожалению, нельзя отрицать и то, что у части из них после окончания обучения появляется стремление остаться работать в той стране» (Е. Калмаков, Департамент воспитательной работы и дополнительного образования Министерства просвещения РК).

Существенное влияние оказывают возможности профессиональной самореализации и карьерного роста. Молодые специалисты стремятся работать в условиях, где компетенции и профессиональные достижения являются основой карьерного продвижения.

«Молодые люди с амбициями уезжают туда, где правила игры понятны и соблюдаются, где карьера зависит от компетенций, а не от связей» (О. Сулейменов, Совет по молодежной политике при Президенте РК).

В свою очередь эксперты обращают внимание на несоответствие образовательных программ требованиям рынка труда и завышенные требования работодателей к выпускникам без опыта работы, что формирует у молодежи ощущение ограниченных возможностей для профессионального развития в Казахстане.

«...выпускник выходит уже на выходе без практического опыта, который у него уже требуют работодатели у нас в Казахстане. То есть ему сразу уже нужно 3 года опыта. Откуда он его наберется, когда он только закончил университет. ...Поэтому им кажется, что в Казахстане их не ценят. Что выпускников не берут на работу, и поэтому они хотят мигрировать на заработки за рубежом, думая, что там к ним будут совсем другие требования» (А. Темербаева, META University).

Ряд экспертов связывает миграционные настроения с качеством социальных и государственных институтов.

«Третье – качество жизни: экология, медицина, образование для детей, городская среда. Молодой специалист в 28 лет уже думает о среде для своих будущих детей, и это нормально» (О. Сулейменов, Совет по молодежной политике при Президенте РК).

Важным фактором эксперт называет информационную среду. Негативная информационная повестка внутри страны также способствует усилению миграционных настроений.

«Когда идет информационный фон о том, что там, где-то за океаном лучше, там можно жить богаче, там не ограничивают тебя в свободе, там и так далее, и так далее, вот этой информации, когда много, то, естественно, молодежь что делает, они выбирают жить, учиться, работать, как-то попасть за границу, за рубеж» (А. Задабек, АО «Qazcontent»).

По мнению некоторых экспертов, для молодежи также важна среда единомышленников и возможность находиться среди людей со схожими ценностями и профессиональными интересами. При отсутствии такого окружения молодые люди начинают искать возможности в других городах или странах.

«В возрасте 18–23 лет, на мой взгляд, это тоже в основном студенты, но для более старшей молодежи большую роль начинает играть социальная среда. Если молодой человек, обладающий знаниями и собственными взглядами, не находит вокруг себя подходящее окружение, он начинает искать его в другом городе» (О.Бейсенбаев, Управление по вопросам молодежной политики Абайской области).

В экспертном сообществе прослеживаются два подхода к вопросу миграции. Часть экспертов считает, что международная мобильность молодежи является естественным процессом и не требует жесткого ограничения.

«Пусть он там поживет, поднимет опыт, заработает, чему-то научится, обучится, поднимется до какого-то уровня, приведет инвесторов в Казахстан, заведет деньги инвесторские какие-то, организует там совместные предприятия какие-то Казахстан – Великобритания, Казахстан, еще какая-то страна» (А. Асабаев, Представительство Европейского союза).

Другая группа экспертов акцентирует внимание на необходимости создания условий для удержания и возвращения молодежи. Практически все эксперты сходятся во мнении, что ключевым условием является формирование конкурентоспособного рынка труда.

«Во-вторых, необходимо менять и саму систему оплаты труда с точки зрения оценки и капитализации знаний. То есть речь должна идти не только о фиксированных тарифных ставках. Нужно предусматривать дополнительные выплаты и механизмы мотивации для специалистов с зарубежным образованием и опытом работы» (Е. Калмаков, Департамент воспитательной работы и дополнительного образования Министерства просвещения РК).

«Для того чтобы удержать молодежь в стране, необходимо развивать конкурентоспособный рынок труда, расширять жилищные программы, создавать качественные рабочие места для молодежи и предоставлять внутри страны возможности для самореализации на международном уровне» (М. Сағидоллаева, Молодежный ресурсный центр Атырауской области).

Важным направлением эксперты считают поддержку молодых ученых и специалистов, получивших образование за рубежом.

«Например, сейчас в Астане и Алматы молодым ученым предоставляют жилье. Если такие квартиры предоставлять молодым ученым и в регионах, то мы сможем привлекать молодых специалистов и ученых, находящихся за рубежом, в регионы и вовлекать их в конкретные проекты. Например, в городе Курчатове строится академический городок. В рамках подобных инициатив необходимо предоставлять молодым ученым жилье или арендное жилье, а также обеспечивать их грантовыми проектами. Очень важно сформировать системные механизмы поддержки в этом направлении» (О.Бейсенбаев, Управление по вопросам молодежной политики Абайской области).

Эксперт подчеркивает необходимость не только достойной оплаты труда и социальных гарантий, но и общественного признания профессиональных достижений таких специалистов. По ее мнению, молодые профессионалы возвращаются тогда, когда видят востребованность своих знаний и ощущают собственную значимость для страны.

«...Первое, на что они обращали внимание, это на свою значимость. То есть те, которые там уже привыкли зарабатывать, у них уже «карын ток» (финансово обеспечены), они уже поняли, что у них деньги есть, тут надо

работать на личный бренд. И когда мы популяризируем этот личный бренд, то есть этого молодого специалиста, готовы распиарить в Казахстане так, что он топовый специалист, и у него есть целая команда, за которая за ним пойдет, этот человек вернется. Потому что для него сейчас личный бренд – это гораздо важнее, чем деньги» (А. Темербаета, META University).

Эксперты также подчеркивают важность совершенствования механизмов трудоустройства молодежи, отмечая нехватку системных программ для выпускников и предлагают формировать механизмы адресного привлечения лучших в государственные органы и отраслевые организации еще до окончания обучения.

«Но сейчас конкретных программ по привлечению молодежи в отдельные отрасли все еще недостаточно. Поэтому часть лучших студентов из десятков тысяч выпускников, не найдя работу, позже уходит в бизнес или вынуждена уезжать работать за границу. Именно поэтому, я считаю, необходимо на государственном уровне формировать базовую программу по трудоустройству молодежи. Все управления и государственные учреждения должны системно заниматься вопросом привлечения молодых специалистов. Тогда можно будет дать серьезный импульс развитию каждой отрасли» (А. Досымбетов, Национальный фронт-офис волонтеров).

Отдельно эксперт поднимает вопрос развития диаспорной политики. Эксперт считает необходимым выстраивать системное взаимодействие с казахстанцами, проживающими за рубежом, рассматривая их как источник инвестиций, знаний, международных контактов и профессиональных компетенций.

«Диаспорная политика – как ресурс, казахстанцы за рубежом – это потенциальные послы, инвесторы и носители компетенций, и эту категорию нужно использовать на все сто процентов. Реформа институтов пока карьерный рост зависит от связей, никакие материальные стимулы не перевесят желание уехать. И развитие регионов - инвестиции в городскую среду малых городов реально удерживают молодежь на местах. Я в этом убеждался не раз» (О. Сулейменов, Совет по молодежной политике при Президенте РК).

Также отмечается, что реализация подобных мер требует системного подхода и государственной поддержки, включая разработку идеологической и исследовательской базы, которая позволит не только удерживать человеческий капитал, но и способствовать возвращению квалифицированных кадров в страну.

«...это прям целая идеология, которая должна быть прямо на государственном уровне» (А. Темербаета, META University).

«...второе – это воспитывать патриотический дух в молодежи. То есть патриотизм, чтобы они там хотели, желали возвращаться, такие есть, их надо изучать, феномен тех ребят, которые вернулись и у которых есть этот патриотический дух. Их надо изучать, найти вот эту основную причину, провести такой глубокий анализ, психологический портрет создать, и потом, эти же методы, которые повлияли на него, на то, чтобы он там вернулся обратно в Казахстан, вот эти инструменты, потом уже массово

использовать. То есть у нас в этом плане нужна вот эта исследовательская база, очень важна» (А. Задабек, АО «Qazcontent»).

Эксперты отмечают, что Казахстану сложно конкурировать с зарубежными странами по уровню заработной платы, поэтому особое значение приобретают нематериальные факторы. Среди них выделяются возможность внести вклад в развитие страны, чувство принадлежности, культурные ценности и патриотизм. Кроме того, подчеркивается необходимость формирования и укрепления патриотического сознания среди молодежи. Возвращение специалистов рассматривается не только как результат экономического выбора, но и как следствие ценностных установок и эмоциональной связи с родиной. В связи с этим эксперты считают важным изучение опыта тех, кто уже принял решение вернуться в Казахстан, выявление мотивов такого выбора и проведение исследований, направленных на создание эффективных механизмов стимулирования возвращения соотечественников.

«Как привлечь обратно? Создание каких-то устойчивых рабочих мест. Но опять, а как конкурировать. Ну, уехал человек там за рубеж, он там получает 5000 долларов. Ну, ты никогда в жизни не сможешь в Казахстане дать ему такую зарплату. А, значит, не монетарными, какими-то ценностными, культурными сказать там, вот патриотизм, вот ты поможешь Казахстану, там еще что-то, еще что-то. Ты внесешь вклад там. Какие-то только такие вещи, наверно» (А. Асабаев, Представительство Европейского союза).

Таким образом, экспертные оценки свидетельствуют о том, что жизненные стратегии молодежи Казахстана находятся в стадии трансформации под влиянием экономических, социальных и технологических изменений. Как в вопросах создания семьи, так и при принятии решений о миграции молодежь все чаще руководствуется рациональными соображениями, связанными с качеством жизни, возможностями самореализации, профессионального развития и долгосрочной стабильности. Несмотря на сохраняющуюся высокую ценность семьи, вступление в брак все чаще рассматривается как осознанный шаг, требующий достижения определенного уровня материальной и психологической готовности.

В свою очередь миграционные настроения молодежи во многом обусловлены стремлением к более широким образовательным, карьерным и профессиональным возможностям. Эксперты отмечают, что для молодых специалистов важны не только уровень дохода и условия труда, но и наличие справедливых социальных лифтов, качественных институтов, возможностей для развития и признания профессиональных достижений.

5. Молодежь в культурной и креативной среде

Участие молодежи в культурной жизни является важным фактором формирования национальной идентичности, ценностных ориентиров, творческого потенциала и социальной интеграции молодых людей. В условиях стремительных социальных и технологических изменений вопросы вовлечения молодежи в культурные процессы приобретают особую актуальность. В этой связи важным представляется экспертный взгляд на состояние и перспективы развития культурной сферы. Эксперты, непосредственно работающие с молодежью, культурными проектами и общественными инициативами, позволяют выявить не только существующие барьеры участия, но и новые тенденции, форматы и запросы молодежи в культурной сфере.

Одним из наиболее устойчивых направлений экспертных оценок является идея перехода от пассивного потребления культуры к активному участию молодежи в ее создании. Эксперты подчеркивают, что наибольший эффект дают форматы, в которых молодежь выступает не зрителем, а участником культурного процесса – через проекты, гранты, локальные инициативы и творческие активности с минимальными барьерами входа. Особое значение при этом приобретает упрощение механизмов поддержки молодежных культурных проектов и снижение бюрократических процедур.

«Наиболее приоритетной мерой я считаю передачу молодежи роли создателя, а не зрителя. Гранты небольшого размера на молодежные культурные проекты с минимальной бюрократией и быстрым решением дают, по моему опыту, в десять раз больший эффект, чем большой бюджет с тотальным контролем» (О. Сулейменов, Совет по молодежной политике при Президенте РК).

Отдельным направлением анализа выступает позиция, согласно которой участие молодежи в культурной жизни напрямую зависит от социальной мотивации и системы стимулов. В ряде интервью подчеркивается, что для устойчивого вовлечения необходимы как материальные, так и нематериальные стимулы, включая бонусные системы, доступ к мероприятиям и социальные поощрения. Также отмечается роль образовательных институтов как ключевой среды формирования культурных практик.

«Кроме того, я считаю эффективным предусмотреть для них определенные стимулы. Например, если до конца года молодые люди будут посещать культурные места или участвовать в определенных мероприятиях, они смогут получать определенные бонусы. Это могут быть скидки на питание, одежду или скидки от каких-либо сетей магазинов. Думаю, стоит рассмотреть механизмы предоставления таких льгот и бонусов для молодежи» (О. Бейсенбаев, Управление по вопросам молодежной политики Абайской области).

Другим важным направлением является развитие локальных культурных инициатив и расширение географии культурной активности. Эксперты отмечают выраженную концентрацию культурных событий в крупных городах, в то время как молодежь регионов оказывается в условиях ограниченного доступа к качественным культурным продуктам. В этой связи подчеркивается необходимость поддержки региональных проектов и инициатив «снизу», а не только гастрольных форматов из столицы. Также важным фактором становится

развитие инфраструктуры в регионе – креативных хабов, молодежных центров и открытых пространств.

«Культурная жизнь сегодня сконцентрирована в двух столицах, тогда как молодежь регионов культурно изолирована. Нужна реальная поддержка локальных культурных инициатив на местах, а не очередные гастроли столичных артистов» (О. Сулейменов, Совет по молодежной политике при Президенте РК).

Значимым трендом, выделяемым экспертами, является усиление роли цифровой среды как инструмента вовлечения молодежи в культурную жизнь. Социальные сети и цифровые платформы рассматриваются как основной канал информирования, продвижения культурных событий и формирования интереса к ним. При этом подчеркивается, что цифровые инструменты должны выступать не заменой, а входом в «живую» культуру – театры, музеи, концерты и офлайн-мероприятия.

«В целом, я считаю, что среди современной молодежи интерес к культурной жизни заметно вырос. И, думаю, в этом также есть влияние цифровой среды. Если обратить внимание на социальные сети, то можно увидеть, что увеличивается количество молодых людей, которые ходят в театры, посещают концертные мероприятия, делятся прочитанными книгами, участвуют в работе читательских клубов и различных обсуждениях. Мы наблюдаем такую положительную тенденцию» (Е. Калмаков, Департамент воспитательной работы и дополнительного образования Министерства просвещения РК)

Отдельное место в экспертных оценках занимает проблема неравномерности интереса молодежи к различным формам культуры. С одной стороны, фиксируется рост интереса к современным форматам — фестивалям, креативным мероприятиям, квизам, молодежным музыкальным и творческим площадкам. С другой стороны, классические институциональные формы культуры (театр, опера, музей) требуют адаптации под новые поведенческие паттерны молодежи, включая изменение языка коммуникации и форм подачи контента.

«Именно формат фестивалей, когда предоставляется творческая площадка. Вот такие нужны нам инструменты и площадки, их нужно увеличивать» (А. Задабек, АО «Qazcontent»).

Важным блоком экспертных мнений является акцент на сочетании традиционных ценностей и современных форм культурного потребления. Ряд экспертов подчеркивает необходимость интеграции национального культурного наследия в современные форматы — через музыку, шоу-программы, интеллектуальные игры и молодежные проекты. Такой подход позволяет одновременно сохранять культурную идентичность и повышать вовлеченность молодежи.

«Для вовлечения молодежи в культурную жизнь необходимо сочетать национальные ценности с современными форматами. То есть важно не просто пропагандировать традиции, а показывать их интересно: организовывать фестивали на национальную тематику, шоу-программы, креативные конкурсы, интеллектуальные игры. Например, можно повысить интерес молодежи,

связывая традиции с современными трендами и приглашая популярных личностей» (Е. Бектаев, Молодежный ресурсный центр Туркестанской области).

Современная молодежь формирует свое культурное и социальное пространство в условиях глобализации и цифровизации, где язык выступает не только средством коммуникации, но и ключевым элементом идентичности. В этом контексте особенно важно создавать условия, при которых казахский язык становится языком современной культуры, доступной и привлекательной для молодежи.

«И принципиально важно сделать казахский язык языком современной культуры, через музыку, стенд-ап, кино и подкасты. Государство в этом процессе должно финансировать, но не управлять контентом» (О. Сулейменов, Совет по молодежной политике при Президенте РК).

Креативные индустрии в последние годы становятся одним из наиболее динамично развивающихся направлений, привлекающих внимание молодежи. Развитие цифровых технологий, новых форматов самовыражения, социальных сетей и платформенной экономики создает дополнительные возможности для реализации творческого потенциала молодых людей в таких сферах, как дизайн, музыка, кино, контент-мейкинг, IT, игровая индустрия, архитектура и другие направления.

В ходе экспертного опроса были рассмотрены вопросы заинтересованности молодежи в креативных индустриях, достаточности существующих механизмов поддержки, а также факторов, которые способствуют или препятствуют вовлечению молодых людей в данную сферу. Большинство экспертов сходятся во мнении, что интерес молодежи к креативным индустриям находится на высоком уровне и продолжает расти. Привлекательность данной сферы связана прежде всего со свободой самовыражения и возможностью экспериментировать.

«Я думаю, что интерес молодежи растет к креативным индустриям. ...Креативные индустрии – это в целом индустрия, в которой есть свобода. Есть полет для фантазий. Есть возможность для экспериментов. Наша молодежь очень любит экспериментировать. И креативная индустрия как раз-таки создает такую площадку, где можно экспериментировать» (А. Темербаева, META University).

«Интерес молодежи к креативным индустриям – к музыке, дизайну, кино, к игровой индустрии, моде, архитектуре сегодня очень высокий и продолжает расти. И это не случайно. Креативные профессии сочетают самовыражение, гибкость и потенциальный международный рынок, то есть именно то, что ценит цифровое поколение» (О. Сулейменов, Совет по молодежной политике при Президенте РК).

По мнению экспертов, популярность креативных индустрий напрямую связана с новыми форматами занятости и возможностью монетизации собственных навыков.

«Сейчас интерес молодежи к креативным индустриям очень высокий, многие активно выбирают такие направления, как дизайн, SMM и создание контента. Они хотят работать свободно и превращать свои идеи в источник

дохода» **(Е. Бектаев, Молодежный ресурсный центр Туркестанской области).**

Эксперт отмечает, что государством уже предпринимаются шаги по развитию креативного сектора.

«У нас есть фонд креативной индустрии, недавно был создан. У нас очень много креативных хабов, у нас очень много центров, площадок. В целом, работы ведутся активно» **(А. Задабек, АО «Qazcontent»).**

Вместе с тем многие эксперты считают, что существующие механизмы поддержки пока находятся на стадии становления и не обеспечивают системного охвата молодежи.

«Однако, несмотря на то что наблюдается рост числа молодых людей, проявляющих интерес к креативной индустрии, нельзя сказать, что сегодня уже полноценно работают конкретные механизмы их поддержки. ...мы видим, что молодежь, ориентированная на креативную индустрию, в основном пытается развиваться самостоятельно, и о какой-либо системной или ощутимой помощи пока говорить сложно. Это можно объяснить тем, что механизмы нормативно-правового регулирования в данной сфере еще только совершенствуются» **(Е. Калмаков, Департамент воспитательной работы и дополнительного образования Министерства просвещения РК).**

«Однако существующие у нас механизмы поддержки, на мой взгляд, недостаточны системно. Государственное финансирование культуры идет преимущественно в традиционные институты, тогда как современные креативные форматы остаются на периферии внимания» **(О. Сулейменов, Совет по молодежной политике при Президенте РК).**

При этом ряд экспертов акцентирует внимание на необходимости дальнейшего развития инфраструктуры в регионах.

«Необходимо создавать специальные хабы, творческие центры и community-центры. В каждой области должны быть крупные центры для творческой молодежи. ...Какие здесь есть препятствия? По сути, серьезных препятствий нет. Просто в областях необходимо выделять больше средств на эти цели. Во всех регионах должны быть открыты образцовые креативные хабы. А талантливой молодежи, готовой участвовать в таких проектах, в регионах достаточно» **(О.Бейсенбаев, Управление по вопросам молодежной политики Абайской области).**

Среди ключевых препятствий развитию креативных индустрий эксперты чаще всего называют недостаток финансирования, ограниченный доступ к инвестициям, нехватку образовательных возможностей и инфраструктуры.

«Единственный барьер – это пока то, что креативная индустрия, она требует больших инвестиций» **(А. Темербаева, META University).**

«Основными препятствиями являются ограниченность финансирования, отсутствие стабильного источника дохода, нехватка инфраструктуры и профессионального образования» **(М. Сағидоллаева, Молодежный ресурсный центр Атырауской области).**

В отличие от большинства, эксперт считает чрезмерную государственную поддержку фактором, который может негативно сказаться на развитии отрасли.

«Я считаю, что нам нельзя стимулировать вообще креативные индустрии. Это вот то, чего мы не должны делать вообще ни при каких обстоятельствах. ...Я считаю, что механизмы избыточные и барьеры, которые ограничивают вовлеченность – это как раз-таки избыточность государственного участия в этом процессе» (М. Жуенбаев, Maqsut Narikbayev University).

Таким образом, эксперты отмечают, что культура и креативные индустрии становятся для молодежи важным пространством самореализации, развития талантов и общественного участия. При этом ключевым вызовом является не отсутствие интереса со стороны молодежи, а необходимость адаптации существующих механизмов вовлечения к современным форматам потребления контента, коммуникации и творческой деятельности.

Одновременно растет интерес к креативным индустриям как сфере, объединяющей творчество, предпринимательство и новые формы занятости. Вместе с тем для раскрытия данного потенциала необходимы дальнейшее развитие инфраструктуры, образовательных программ, механизмов финансирования и профессиональных сообществ, особенно в регионах. В целом эксперты сходятся во мнении, что культура и креативные индустрии обладают значительным потенциалом для развития человеческого капитала, формирования национальной идентичности и создания новых возможностей для молодежи.

6. *Вовлеченность молодежи в волонтерство*

Волонтерская деятельность является одним из важных механизмов гражданского участия молодежи, способствующим развитию социальной ответственности, солидарности и общественной активности. В последние годы в Казахстане наблюдается расширение волонтерского движения, увеличение числа добровольческих инициатив и институциональных механизмов поддержки волонтеров.

Вместе с тем эксперты отмечают неоднозначные тенденции в развитии волонтерства. С одной стороны, молодежь активно участвует в общественно значимых проектах, экологических акциях, благотворительных мероприятиях и реагирует на кризисные ситуации. С другой стороны, изменяется структура мотивации участия: наряду с ценностными установками все большую роль начинают играть карьерные перспективы, развитие социальных связей и получение практического опыта.

Большинство экспертов оценивают уровень вовлеченности молодежи в волонтерскую деятельность как достаточно высокий или имеющий устойчивую тенденцию к росту. Особенно заметным это становится в период общественных вызовов и кризисных ситуаций.

«Уровень вовлеченности молодежи в волонтерскую деятельность нельзя назвать низким, наоборот, можно сказать, что он хорошо растет. Многие молодые люди проявляют интерес к волонтерству и помогают в различных направлениях: активно участвуют в ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций, экологических акциях, благотворительных мероприятиях» (Е. Бектаев, Молодежный ресурсный центр Туркестанской области).

«Привлечение молодежи к волонтерской деятельности сейчас, как мне кажется, выходит на совершенно новый уровень... сегодня волонтерство развивается уже как самостоятельное направление, объединяющее большое количество молодежи с высокой мотивацией и стремлением участвовать в общественно полезной деятельности» (Е. Калмаков, Департамент воспитательной работы и дополнительного образования Министерства просвещения РК).

Эксперты отмечают рост масштабов добровольческого движения.

«Вообще, если вы видите, культура волонтерства, она у нас раньше была очень сильно развита. Мы видели очень много молодежи, которая сама хочет участвовать в различных мероприятиях, да, сама хочет как-то помочь, да, вот как-то вот даже студенческие организации, если вы видели, было очень много волонтеров. Волонтерство – это вот именно главный наш механизм для того, чтобы мы могли расширить участие молодежи в нашей культурной жизни» (А. Темербаетова, META University).

«Я считаю, что волонтерское направление развивается очень хорошо. Например, если в 2020 году в различных проектах участвовало около 50 тысяч волонтеров, то в настоящее время их число уже достигло примерно 300 тысяч» (А. Досымбетов, Национальный фронт-офис волонтеров).

При этом часть экспертов обращает внимание на то, что вовлеченность молодежи зависит от системы мотивации.

«Что касается мотивации, здесь есть несколько факторов: внутренние ценности, возможность получить опыт и найти свое окружение, новые знакомства, польза для будущей карьеры. Сейчас многие молодые люди воспринимают волонтерство не только как помощь другим, но и как возможность для собственного развития» (Е. Бектаев, Молодежный ресурсный центр Туркестанской области).

Некоторые эксперты считают, что ценностная мотивация постепенно уступает место прагматическим факторам.

«Основными мотивациями являются социальная значимость, получение опыта, нетворкинг и карьерные возможности. Если волонтерство будет связано с конкретными результатами и возможностями, уровень участия значительно возрастет» (М. Сағидоллаева, Молодежный ресурсный центр Атырауской области).

Эксперты также указывают на значимость социального капитала и сочетании альтруистических и прагматических мотивов.

«Есть часть волонтеров, которые приходят ради чего-то, да, чтобы была в резюме у них строка «я там занимался волонтерством». И это нормально, это хорошо даже. ...Есть те, которые там действительно альтруисты, которые сами по себе, человек такой, он хочет помогать там кому-то» (А. Асабаев, Представительство Европейского союза).

Эксперты также отмечают значение волонтерства как инструмента профессионального развития молодежи.

«Во-первых, это дает молодежи возможность проявлять себя как специалистов именно в своей сфере через волонтерскую деятельность... Уже во время учебы в университете они получают возможность напрямую взаимодействовать с экспертами и специалистами своей отрасли. Они работают вместе с ними и получают практический опыт. В результате после окончания вуза они уже формируются как готовые специалисты в своей сфере» (А. Досымбетов, Национальный фронт-офис волонтеров).

Кроме того, эксперты считают, что учет волонтерского опыта при поступлении в образовательные организации важен.

«Есть молодежь, которая хочет участвовать в волонтерских движениях для того, чтобы потом это в своем портфолио указать, при поступлении в зарубежные ВУЗы. ...Наши казахстанские ВУЗы, университеты здесь обязательно должны у себя включать вот этот аспект, и тогда это даст еще больше такой активности со стороны молодежи» (А. Задабек, АО «Qazcontent»).

Вместе с тем ряд эксперт предупреждает о рисках чрезмерной институционализации волонтерства.

«Мы на каком-то этапе начали приравнивать волонтерскую активность к профессиональной деятельности. ...Там не должно быть карьерной

перспективы. ...Это человек вот из своего чувства гражданского долга должен захотеть пойти в детский дом, поволонтерить в дом для престарелых» (М. Жуенбаев, Maqsut Narikbayev University).

Отдельное внимание эксперты уделяют необходимости совершенствования механизмов поддержки волонтеров.

«Я считаю, у нас должна сформироваться такая система, при которой студенты или сотрудники, занимающиеся волонтерством, получали бы определенные льготы в вузе или на работе». ...Молодежь интересуют экипировка, различные путевки, гранты, они хотят совмещать пользу для общества и определенные бенефиты для себя» (О.Бейсенбаев, Управление по вопросам молодежной политики Абайской области).

В целом, уровень вовлеченности молодежи в волонтерскую деятельность оценивается положительно и имеет тенденцию к дальнейшему росту. Волонтерство становится важным инструментом социальной активности, формирования гражданской ответственности и профессионального развития молодежи.

Основными мотивационными факторами участия выступают не только ценностные установки и стремление помогать обществу, но и возможность получения опыта, расширения социальных связей, формирования социального капитала и улучшения карьерных перспектив. Вместе с тем эксперты расходятся во взглядах на степень институционализации волонтерства: часть считает необходимым усиливать механизмы стимулирования и признания добровольческой деятельности, тогда как другие подчеркивают важность сохранения ее добровольного и ценностного характера. Общим для большинства экспертов остается понимание того, что дальнейшее развитие волонтерства способно укрепить гражданское общество и повысить уровень социальной ответственности молодежи.

РЕКОМЕНДАЦИИ

Для повышения эффективности государственной молодежной политики в стране эксперты предложили ряд рекомендаций, направленных на улучшение текущих механизмов:

1. Необходимо перейти от «мероприятийной» молодежной политики к системной политике развития человеческого капитала. Сегодня значительная часть работы с молодежью носит формальный или событийный характер (флешмобы, разовые акции), тогда как приоритет должен быть смещен в сторону долгосрочного развития компетенций, профессиональных траекторий и жизненных возможностей. Молодежная политика должна перестать быть «площадкой активности ради активности» и стать инструментом формирования образования, карьеры и социальной устойчивости молодежи.

2. Требуется четкое институциональное разделение ролей между центральными и местными органами. Центральный уровень должен отвечать за стратегию, стандарты и долгосрочные программы (образование, жилье, занятость, ментальное здоровье, цифровые компетенции), а местные исполнительные органы – за практическую реализацию и оперативное реагирование на потребности молодежи. При этом необходимо устранить дублирование функций между ведомствами и снизить фрагментацию молодежной политики, когда каждый орган создает собственные «молодежные инициативы» без общей координации.

3. Важно внедрить реальные механизмы участия молодежи в принятии решений, а не формальные консультативные структуры. Молодежные советы при акиматах и на национальном уровне должны иметь не символическую, а практическую роль – участие в распределении бюджета, обсуждении инфраструктурных решений и оценке государственных программ. Также целесообразно ввести обязательную молодежную экспертизу законопроектов, затрагивающих образование, труд и социальную сферу.

4. Необходимо усилить связь образования и рынка труда через пересмотр системы подготовки кадров. Следует регулировать структуру государственных грантов и образовательных программ с учетом реального спроса экономики, усиливать дуальное образование, стажировки и обязательные механизмы трудоустройства. Отдельное внимание нужно уделить реформе колледжей: четко определить, какие специальности должны завершаться трудоустройством после колледжа, а какие – исключительно после вузов, чтобы исключить «профессиональный тупик» для молодежи.

5. Важно переходить от универсальных программ к таргетированным решениям, включая работу в местах фактического пребывания молодежи (рынки, периферийные районы, малые города).

6. Необходимо масштабировать инфраструктуру молодежных возможностей в регионах: молодежные хабы, коворкинги, центры развития, проектные пространства. Эти площадки должны управляться с участием самой молодежи, а не быть формальными учреждениями. Параллельно следует внедрять быстрые и доступные механизмы финансирования молодежных инициатив (малые гранты с упрощенной отчетностью и короткими сроками рассмотрения).

7. Критически важным направлением является цифровизация молодежной политики и постоянный сбор данных. Требуется регулярный мониторинг настроений и потребностей молодежи через цифровые платформы и государственные сервисы (включая массовые опросы через eGov), а также переход от редких исследований к постоянной аналитике «в реальном времени».

Это позволит сделать политику более адаптивной и основанной на данных, а не на предположениях.

8. Необходимо развитие комплексной системы поддержки жизненных условий молодежи: доступное жилье (арендное жилье с правом выкупа, субсидии), программы занятости, поддержка молодежного предпринимательства (налоговые каникулы, акселераторы, менторство), а также усиление ментального здоровья через школьные и цифровые сервисы психологической помощи.

9. Усиливать роль государства как координатора межсекторного взаимодействия. Сегодня наблюдается разобщенность между министерствами, научными институтами и отраслевыми ведомствами, что снижает эффективность политики. Необходимо выстроить единую систему обмена данными, координации программ и совместного использования результатов научных и прикладных разработок.