

ИНФЛЮЕНСЕРЫ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕННОСТЕЙ БУДУЩЕГО РОДИТЕЛЬСТВА У СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ

Максимова Д.В.

магистрант кафедры политологии и социологии,
Карагандинский национальный исследовательский университет им. Е. А. Букетова,
г.Караганда, Казахстан
e-mail:dasha.maksimova66@gmail.com

• В условиях цифровизации современного общества социальные медиа становятся одним из ключевых пространств формирования ценностных ориентаций молодежи. Наряду с традиционными агентами социализации – семьей, системой образования и ближайшим социальным окружением – все более значимую роль начинают играть инфлюенсеры, транслирующие модели поведения, жизненные стратегии и представления о социальных институтах, включая институт семьи и родительства. Особое значение данная тенденция приобретает в молодежной среде, для которой социальные сети выступают не только каналом коммуникации, но и источником социально одобряемых сценариев будущего. Через визуальный и нарративный контент инфлюенсеры формируют специфические образы родительства – от идеализированных моделей «осознанного» и ресурсного родительства до альтернативных установок, связанных с отказом от рождения детей или откладыванием родительства на неопределенный срок. В результате у молодежи складываются неоднородные и зачастую противоречивые ценностные представления о семье, браке и родительских ролях.

• В социологическом измерении данная проблема приобретает особую актуальность в контексте трансформации института семьи, изменения гендерных ролей и пересмотра традиционных репродуктивных установок. Современные исследования фиксируют снижение значимости нормативного родительства и рост индивидуализированных жизненных стратегий, что во многом связано с расширением медиавлияния и изменением механизмов социализации. При этом влияние инфлюенсеров на формирование ценностей будущего родительства остается недостаточно изученным, особенно в контексте студенческой молодежи, находящейся на этапе активного жизненного и профессионального самоопределения.

За последние годы в социальных сетях отмечается значительный рост числа инфлюенсеров, ориентированных на тематику материнства и воспитания детей, при этом за пятилетний период их количество увеличилось более чем в два раза. Параллельно с этим большинство родителей, воспитывающих детей в возрасте до 18 лет, указывает на чрезмерную вовлеченность в цифровое пространство и регулярное потребление онлайн-контента, что делает влияние социальных медиа на родительские установки и практики, особенно среди матерей, практически неизбежным. Усиление присутствия родительского контента в социальных сетях свидетельствует не только о трансформации моделей родительства, но и о расширении практик публичной демонстрации детства, при которых дети оказываются под постоянным, хотя и анонимным, вниманием широкой онлайн-аудитории [1].

По данным ВЦИОМ (июнь 2025 г.), цифровое общение занимает доминирующее место в повседневной коммуникации молодежи: большинство респондентов чаще взаимодействуют в онлайн-среде, чем в формате личных встреч. Современное медиапотребление молодежи выполняет функцию ориентации в социальной реальности, формируя представления о нормах, ценностях и допустимых жизненных стратегиях. При этом наряду с развлекательными форматами востребован контент, связанный с саморазвитием, здоровьем и семейной проблематикой, причем данные тематические направления в большей степени привлекают девушек. В условиях медиасыщенной среды формирование семейных и репродуктивных установок все чаще происходит под влиянием цифрового контента, что актуализирует необходимость их социологического анализа [2, с. 129].

Несмотря на наличие значительного массива исследований, посвященных использованию социальных сетей беременными женщинами и родителями на ранних этапах родительства, влияние взаимодействия с инфлюенсерами социальных сетей на данную аудиторию остается недостаточно изученным [3].

Инфлюенсеры в социальных сетях представляют собой особую категорию пользователей, сформировавших устойчивую онлайн-аудиторию за счёт регулярной публикации тщательно

отобранного контента, отражающего элементы их повседневной жизни. В отличие от традиционных медиазнаменитостей, цифровые лидеры мнений конструируют образ «обычной» и социально достижимой жизни, что усиливает доверие со стороны подписчиков и способствует восприятию их опыта как релевантного и применимого. Характерной особенностью деятельности инфлюенсеров является производство контента в режиме реального времени и активное взаимодействие с аудиторией, что формирует эффект постоянного присутствия в повседневной жизни подписчиков [4, с. 13].

Поддержание популярности в цифровой среде во многом основано на демонстрации личных и интимных аспектов жизни, а также на прямом диалоге с аудиторией, что усиливает эмоциональную вовлечённость и лояльность последователей. В результате инфлюенсеры оказываются в позиции, позволяющей оказывать влияние на установки, эмоциональные состояния и поведенческие практики аудитории как на осознаваемом, так и на неосознаваемом уровнях. Особую уязвимость к подобному влиянию демонстрируют женщины в период беременности, родов и раннего родительства, сталкивающиеся с совокупностью физических, эмоциональных и социальных трудностей, включая снижение социальных контактов. В ситуациях, когда инфлюенсеры начинают выполнять функции экспертов или наставников – независимо от наличия профессиональной подготовки, – их цифровой авторитет может иметь значимые последствия для физического и психологического благополучия женской аудитории [4, с. 20].

В научных публикациях, посвящённых анализу родительского контента в социальных сетях, неоднократно отмечается его потенциально негативное воздействие на психическое благополучие матерей. Согласно результатам ряда эмпирических исследований, даже стремление инфлюенсеров транслировать «неидеализированные» образы материнства может способствовать усилению социальных сравнений со стороны аудитории. В работах подчеркивается, что матери, регулярно потребляющие подобный контент, склонны воспринимать себя как сопоставимых с инфлюенсерами, что, в свою очередь, ассоциируется с ростом зависти и тревожности, а также со снижением субъективно оцениваемой родительской компетентности и уровня жизненной удовлетворенности. Исследователи указывают, что совокупность данных процессов негативно отражается на различных аспектах родительского опыта. Кроме того, в отдельных исследованиях зафиксированы эмоциональные реакции матерей на материнский контент в социальных сетях, включая переживание чувства стыда и повышение уровня невротизации на начальных этапах его потребления [1].

Учитывая возрастающую роль социальных сетей в повседневной жизни молодежи и их влияние на формирование ценностных и нормативных ориентиров, представляется необходимым обратиться к анализу того, каким образом цифровой контент, включая деятельность инфлюенсеров, отражается на представлениях молодых людей о семье и родительстве. Несмотря на то что значительная часть исследований сосредоточена на влиянии социальных медиа на уже состоявшихся родителей, не менее важным является изучение установок тех социальных групп, которые находятся на этапе формирования жизненных планов и репродуктивных намерений. Студенческая молодежь в данном контексте выступает как социальная группа, наиболее активно включенная в медиасреду и одновременно находящаяся в процессе осмысления будущих семейных ролей.

В этой связи в рамках настоящего исследования был проведен социологический опрос студентов, направленный на выявление их представлений о будущем родительстве и оценку роли социальных сетей в формировании соответствующих ценностных установок. Анкетный опрос охватил 321 студента из различных регионов Республики Казахстан, что позволило учесть территориальное разнообразие выборки.

При анализе ответов на вопрос о влиянии контента социальных сетей на формирование представлений о «правильном» и «неправильном» родительстве было установлено, что 138 респондентов не фиксируют подобного влияния, 131 участник опроса, напротив, указали на его наличие, тогда как 52 студента затруднились с однозначной оценкой данного воздействия.



• Диаграмма 1. Влияние соцсетей на представление о родительстве респондентов

Практически равное соотношение респондентов, признающих и отрицающих подобное влияние, указывает на противоречивый и во многом латентный характер медиавлияния. Значительная доля студентов, заявляющих об отсутствии воздействия, может объясняться эффектом «осознаваемого контроля», при котором молодые люди склонны воспринимать себя как автономных субъектов, не подверженных внешнему влиянию. Вместе с тем наличие существенной группы респондентов, признающих влияние контента социальных сетей, свидетельствует о том, что цифровая среда действительно участвует в формировании представлений о допустимых и недопустимых моделях родительства. Особого внимания заслуживает доля опрошенных, затруднившихся с ответом, что может указывать на неосознанность механизмов медиавлияния и сложности рефлексии собственных ценностных установок. В совокупности полученные данные подтверждают необходимость дальнейшего анализа роли социальных сетей и инфлюенсеров как факторов формирования ценностей будущего родительства у молодежи

Отвечая на вопрос о характере репрезентации семейной жизни в блогах, большинство респондентов (207 человек) указали на ее нереалистичность. Противоположной точки зрения придерживаются 60 опрошенных, тогда как 54 студента затруднились с однозначной оценкой представляемых в блогах образов семьи.



• Диаграмма 2. Нереалистичность образов семейной жизни в блогах

Преобладание ответов, указывающих на восприятие семейной жизни в блогах как нереалистичной, свидетельствует о наличии у студенческой молодежи критического отношения к цифровому контенту, связанному с семейной тематикой. Осознание искусственности и селективности медиаобразов семьи может рассматриваться как форма медиарефлексии и сопротивления нормативному давлению, транслируемому через социальные сети. Вместе с тем значительная доля респондентов, не разделяющих данную позицию или затруднившихся с ответом, указывает на неоднородность медиавосприятия и различный уровень медиаграмотности среди молодежи. Даже при осознании нереалистичности демонстрируемых образов, подобный контент продолжает выполнять

нормативную функцию, формируя представления о «желаемых» моделях семейной жизни и родительства, что подтверждает латентный характер медиавлияния.

На утверждение о доверии экспертным каналам и инфлюенсерам в вопросах воспитания детей большинство респондентов отреагировали отрицательно: 220 студентов выразили несогласие с данным утверждением. Еще 55 опрошенных затруднились дать однозначный ответ, тогда как лишь 46 респондентов сообщили о доверии подобным источникам.



• Диаграмма 3. Доверие к инфлюенсерам в вопросах воспитания детей

Полученные данные свидетельствуют о преимущественно скептическом отношении студенческой молодежи к экспертному и инфлюенсерскому контенту, посвященному вопросам воспитания детей. Доминирование ответов, отражающих недоверие, может быть интерпретировано как проявление критической установки по отношению к цифровым источникам знаний о родительстве, а также как стремление дистанцироваться от навязываемых норм и рекомендаций. Вместе с тем наличие группы респондентов, затруднившихся с ответом, указывает на неопределенность статуса инфлюенсеров как экспертов в глазах молодежи и размытость границ между профессиональным знанием и личным опытом, транслируемым в социальных сетях. Небольшая доля студентов, выражающих доверие инфлюенсерам и экспертным каналам, позволяет предположить, что при определенных условиях цифровые лидеры мнений могут рассматриваться как значимый источник информации о родительстве. В совокупности результаты демонстрируют противоречивый характер медиавлияния: при декларируемом недоверии инфлюенсеры продолжают оставаться частью информационного поля, в рамках которого формируются представления о будущих родительских практиках.

При оценке утверждения о том, что социальные сети формируют ожидание необходимости быть активным и постоянно «включенным» родителем, мнения респондентов распределились следующим образом: 134 студента не согласились с данным утверждением, 107 выразили согласие, а 80 опрошенных затруднились дать однозначный ответ.



Диаграмма 4. Социальные ожидания активного родительства в цифровой среде

Полученное распределение ответов свидетельствует о неоднозначном восприятии нормативного давления, транслируемого через социальные сети в отношении родительских ролей. С одной стороны,

значительная доля респондентов, не согласных с данным утверждением, может указывать на стремление молодежи дистанцироваться от навязываемых моделей «интенсивного» и постоянно вовлеченного родительства. С другой стороны, почти треть опрошенных признает наличие подобного давления, что позволяет говорить о распространенности представлений о необходимости активного родительского участия, формируемых в медиасреде. Существенная группа студентов, затруднившихся с ответом, указывает на неосознанный характер данного влияния и сложность рефлексии социальных ожиданий, связанных с будущим родительством. В целом результаты подтверждают, что социальные сети выступают пространством производства нормативных представлений о «правильном» родительстве, даже в тех случаях, когда их влияние не всегда прямо осознается молодежью

• Проведённый теоретический анализ и результаты анкетного опроса свидетельствуют о сложном и противоречивом характере влияния социальных сетей и инфлюенсеров на формирование представлений молодежи о будущем родительстве. Социальные медиа выступают значимым пространством социализации, в рамках которого транслируются нормативные образы семьи и родительства, однако степень осознания данного влияния со стороны молодежи остается неоднородной.

• Эмпирические данные показывают, что большинство респондентов критически оценивают семейный контент в социальных сетях, указывая на его нереалистичность, а также выражают недоверие к инфлюенсерам и экспертным каналам в вопросах воспитания детей. Вместе с тем выявляется латентное медиавлияние, проявляющееся в формировании ожиданий активного и постоянно «включенного» родительства, а также в воспроизводстве представлений о нормативных моделях семейного поведения. Значительная доля студентов, затруднившихся с оценкой влияния социальных сетей на свои представления о родительстве, указывает на неосознанный характер медиавлияния и ограниченную рефлексивность цифровых практик. В целом полученные результаты подтверждают необходимость рассмотрения социальных сетей и инфлюенсеров как значимого фактора формирования ценностей будущего родительства у молодежи и актуализируют дальнейшие социологические исследования в данной области.

Список литературы

1. Praveen S. M., M D. Navigating the Digital Sphere: A Systematic Review of the Impact of Parenting-based Social Media Influencers on Maternal Mental Health and Child Commercialization [Электронный ресурс] URL: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/09731342251340521> (Дата обращения 25.01.2026).
2. Гомозова Е. В. Трансформация демографических установок молодежи в медиaprостранстве: теоретико-концептуальный анализ // Гуманитарий Юга России. – 2025. – Т. 14. – №. 5. – С. 127-139.
3. Chee R. M., Capper T. S., Muurlink O. T. The impact of social media influencers on pregnancy, birth, and early parenting experiences: A systematic review [Электронный ресурс] URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=27682265> (Дата обращения 28.01.2026).
4. McCorquodale S. Influence: How social media influencers are shaping our digital future. – Bloomsbury Publishing, 2019.

UDC 101:378

REFRAMING THE HUMANITARIAN PARADIGM IN THE CONTEXT OF KAZAKHSTAN'S MODERN TRANSFORMATION

Manassova M.M.

PhD, Associate Professor of the Department of Philosophy and Theory of Culture, *Karaganda National Research University*,
Karaganda, Kazakhstan
(E-mail: miramanassova@mail.ru)

Introduction

In the contemporary world, marked by rapid technological progress, globalization, and the expansion of digital communication, the question of the value foundations of social development becomes increasingly significant. Modern societies face the challenge of combining economic efficiency and innovation with ethical responsibility, cultural continuity, and respect for human dignity. In this context, the humanitarian paradigm