

Аналитическая записка по результатам социологического исследования «Молодежный бренд – 2020»

Тематика посещаемых ресурсов в сети интернет. Значительная часть опрошенных чаще всего посещают развлекательные интернет-ресурсы (44,1%), на втором месте по популярности расположилась тематика новостных ресурсов (29,3%), далее следует интернет-ресурсы образовательной тематики (15,1%), тематика деловых ресурсов интересует меньшее количество респондентов (2,6%). Также стоит отметить, что среди выбравших тематику деловых ресурсов как более предпочитаемую, мужчин в два раза больше, чем женщин – 65,6% и 34,4% соответственно.

<i>Варианты ответа</i>	
Развлекательные	44,1
Новостные	29,4
Образовательные	15,2
Деловые	2,6

Таблица 1. Распределение ответов на вопрос «Какие ресурсы Вы посещаете в интернете чаще других?» (в %)

Тематика просматриваемых видеосюжетов на YouTube.

Значительная часть опрошенных чаще всего просматривает развлекательные видеосюжеты (40,3%), на втором месте по популярности расположились видеоблоги (28,9%), далее следует видеосюжеты, посвященные обзорам товаров и услуг (13,6%), менее популярными являются видеосюжеты с мастер-классами (11,7%). Стоит отметить, что мастер-классы являются более популярными у женщин – 66,9%, чем у мужчин – 33,1%, а обзоры товаров и услуг, в свою очередь, имеют большую популярность у мужчин, нежели, чем у женщин – 39,9% и 60,1% соответственно.

<i>Варианты ответа</i>	
Видеоблоги	28,9
Обзоры товаров и услуг	13,6
Развлекательный контент	40,3
Мастер-классы	11,7

Таблица 2. Распределение ответов на вопрос «Какая тематика видеосюжетов YouTube Вас больше всего интересует?» (в %)

Количество времени на просмотр видео на YouTube. Значительная часть опрошенных тратят на просмотр видео на YouTube 1-2 часа в день (40,9%), меньше 1 часа в день тратят 23,3% опрошенных, 17,7% опрошенных нечасто смотрят YouTube и 13,6% тратят все свободное время на просмотр видеороликов на платформе YouTube, из них 64,8% являются мужчины и 35,2% женщины. Не смотрят вообще 2,6% опрошенных.

<i>Варианты ответа</i>	
Меньше 1 часа	23,3
1-2 часа	40,9
Все свободное время	13,6
Смотрю нечасто	17,7
Не смотрю вообще	2,6

Таблица 3. Распределение ответов на вопрос «Сколько времени в день Вы тратите на просмотр видео на YouTube?» (в %)

Готовность выступить в качестве волонтера. Распределение ответов на вопрос «Готовы ли Вы в данный момент выступить в качестве волонтера в том или ином деле?» оказались следующими: готовность стать волонтером высказали 32,6%, не уверены в готовности выступить волонтером – 33,6% и 30,8% респондентов высказались о том, что их готовность стать волонтером в той или иной сфере будет зависеть от того, что необходимо будет делать. Таким образом, можно сделать вывод, что большинство молодежи Республики Беларусь не уверено в том, что они на 100% готовы стать волонтерами в том или ином деле.

<i>Варианты ответа</i>	
Да	32,6
Не уверен	33,6
Зависит от того, что необходимо будет делать	30,8

Таблица 4. Распределение ответов на вопрос «Готовы ли Вы в данный момент выступить в качестве волонтера в том или ином деле?» (в %)

Количество часов пользования своих мобильных устройств.
Абсолютное большинство респондентов используют свои мобильные телефоны постоянно (75,1%), 18,3% используют телефоны несколько раз в день и не расстаются с мобильными устройствами даже во время сна 3,6% респондентов.

<i>Варианты ответа</i>	
Несколько раз в день	18,3
Использую постоянно	75,1
Не расстаюсь даже во время сна	3,6

Таблица 5. Распределение ответов на вопрос «Сколько часов в день Вы пользуетесь своими мобильными устройствами?» (в %)

Популярность хоккея среди молодежи Республики Беларусь.

Большинство респондентов не интересуется хоккеем вообще – 58,7%, следят за хоккейными матчами и Чемпионатами Мира по хоккею – 13,5%, не следят за хоккейными матчами, но смотрят Чемпионаты Мира по хоккею – 8,6% и следят за хоккейными матчами, но не смотрят Чемпионаты Мира по хоккею – 6,3%. Стоит отметить, что среди ответивших следят за хоккейными матчами и Чемпионатами Мира по хоккею большинство мужчин (70,4%).

<i>Варианты ответа</i>	
Да, я слежу за хоккейными матчами и матчами Чемпионата Мира по хоккею	13,5
Я не слежу за хоккейными матчами, но смотрю Чемпионат Мира по хоккею	8,6
Я слежу за хоккейными матчами, но не смотрю Чемпионат Мира по хоккею	6,3
Меня вообще не интересует хоккей	58,7
Затрудняюсь ответить	12,1

Таблица 6. Распределение ответов на вопрос «Скажите, пожалуйста, следите ли Вы за хоккейными матчами и матчами Чемпионата Мира по хоккею?» (в %)

Популярность компьютерных игр среди молодежи. Популярность компьютерных игр заключается в том, как часто в них играют. На первом месте расположилась игра World of Tanks – 17,3%, Counter Strike (CS:GO) – 10,8%, DOTA 2 – 10,1%, GTA San Andreas – 8,7%, GTA 5 – 8,5%, FIFA – 7,6%, PUBG (PLAYERUNKNOWN'S BATTLEGROUNDS) – 6,6%, League of Legend – 5,6%, Mortal Combat – 5,1%, WarFace – 4,8%, Overwatch, Hearthstone, UFC и Fortnite пользуются меньшей популярностью и получили менее 4%.

<i>Варианты ответа</i>	
League of Legend	5,6
World of Tanks	17,3
Overwatch	2,7
WarFace	4,8
Hearthstone	3,3
PUBG (PLAYERUNKNOWN'S BATTLEGROUNDS)	6,6
GTA San Andreas	8,7
GTA 5	8,5
Mortal Combat	5,1
FIFA	7,6
DOTA 2	10,1
UFC	2,7
Fortnite	1,9
Я не играю в игры	45,7

Таблица 6. Распределение ответов на вопрос «Скажите, пожалуйста, в какие компьютерные игры Вы играете?» (в %)

Таблица сопряженности \$s3*Z2.1

		Ваш возраст				Всего
		15-19	20-24	25-29	30	
League of Legend	Частота	18	24	15	9	66
	% внутри \$s3	27,3%	36,4%	22,7%	13,6%	
World os Tanks	Частота	50	63	65	24	202
	% внутри \$s3	24,8%	31,2%	32,2%	11,9%	
Overwatch	Частота	10	11	8	3	32
	% внутри \$s3	31,2%	34,4%	25,0%	9,4%	
Warface	Частота	17	12	20	7	56
	% внутри \$s3	30,4%	21,4%	35,7%	12,5%	
Hearthstone	Частота	12	12	11	4	39
	% внутри \$s3	30,8%	30,8%	28,2%	10,3%	
PUBG (PLAYERUNKNOWN'S BATTLEGROUNDS)	Частота	33	23	18	3	77
	% внутри \$s3	42,9%	29,9%	23,4%	3,9%	
Gta San Andreas	Частота	46	26	22	8	102
	% внутри \$s3	45,1%	25,5%	21,6%	7,8%	
Counter Strike (CS: GO)	Частота	44	43	25	14	126
	% внутри \$s3	34,9%	34,1%	19,8%	11,1%	
GTA 5	Частота	34	22	27	16	99
	% внутри \$s3	34,3%	22,2%	27,3%	16,2%	
Mortal Combat	Частота	22	19	14	5	60
	% внутри \$s3	36,7%	31,7%	23,3%	8,3%	
FIFA	Частота	25	28	22	14	89
	% внутри \$s3	28,1%	31,5%	24,7%	15,7%	
DOTA 2	Частота	40	36	28	14	118
	% внутри \$s3	33,9%	30,5%	23,7%	11,9%	
UFC	Частота	10	11	10	0	31
	% внутри \$s3	32,3%	35,5%	32,3%	0,0%	
Fortnite	Частота	10	4	6	2	22
	% внутри \$s3	45,5%	18,2%	27,3%	9,1%	
Я не играю в компьютерные игры	Частота	86	166	180	102	534
	% внутри \$s3	16,1%	31,1%	33,7%	19,1%	
Ничего из перечисленного	Частота	48	51	59	35	193
	% внутри \$s3	24,9%	26,4%	30,6%	18,1%	
Затрудняюсь ответить	Частота	17	15	15	8	55
	% внутри \$s3	30,9%	27,3%	27,3%	14,5%	
34	Частота	0	1	0	0	1
	% внутри \$s3	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	
Всего	Частота	247	357	374	191	1169

Таблица сопряженности \$s3*Z1

		Ваш пол		Всего
		Мужской	Женский	
League of Legend	Частота	45	21	66
	% внутри \$s3	68,2%	31,8%	
World os Tanks	Частота	179	23	202
	% внутри \$s3	88,6%	11,4%	
Overwatch	Частота	26	6	32
	% внутри \$s3	81,2%	18,8%	
Warface	Частота	43	13	56
	% внутри \$s3	76,8%	23,2%	
Hearthstone	Частота	36	3	39
	% внутри \$s3	92,3%	7,7%	
PUBG (PLAYERUNKNOWN'S BATTLEGROUNDS)	Частота	73	4	77
	% внутри \$s3	94,8%	5,2%	
Gta San Andreas	Частота	86	16	102
	% внутри \$s3	84,3%	15,7%	
Counter Strike (CS: GO)	Частота	114	12	126
	% внутри \$s3	90,5%	9,5%	
\$s3 ^a GTA 5	Частота	87	12	99
	% внутри \$s3	87,9%	12,1%	
Mortal Combat	Частота	53	7	60
	% внутри \$s3	88,3%	11,7%	
FIFA	Частота	80	9	89
	% внутри \$s3	89,9%	10,1%	
DOTA 2	Частота	107	11	118
	% внутри \$s3	90,7%	9,3%	
UFC	Частота	27	4	31
	% внутри \$s3	87,1%	12,9%	
Fortnite	Частота	20	2	22
	% внутри \$s3	90,9%	9,1%	
Я не играю в компьютерные игры	Частота	148	386	534
	% внутри \$s3	27,7%	72,3%	
Ничего из перечисленного	Частота	67	126	193
	% внутри \$s3	34,7%	65,3%	
Затрудняюсь ответить	Частота	25	30	55
	% внутри \$s3	45,5%	54,5%	
34	Частота	1	0	1
	% внутри \$s3	100,0%	0,0%	
Всего	Частота	591	578	1169

Популярность социальных сетей и мессенджеров среди молодежи Республики Беларусь. Среди предложенных вариантов ответа респонденты выбрали следующие: ВКонтакте – 34,7%, Telegram – 26,3%, Instagram – 15,8%, Viber – 9,2%, FaceBook – 8,3%, Twitter – 3,7%, WhatUp – 2%.

Данные результаты дают нам понять, что среди социальных сетей традиционно занимает первое место ВКонтакте, но стоит отметить, что не так давно созданный мессенджер Telegram стремительно набирает популярность и можно с уверенностью говорить, что через 1-2 года Telegram может перегнать ВКонтакте по популярности среди молодежи.

<i>Варианты ответа</i>	
ВКонтакте	34,7
Telegram	26,3
Instagram	15,8
Viber	9,2
FaceBook	8,3
Twitter	3,7
WhatUp	2

Таблица 7. Распределение ответов на вопрос «Какие социальные сети и мессенджеры Вы чаще всего используете?» (в %)

Самая предпочитаемая форма досуга среди молодежи. Среди выделенных форм досуга респонденты выделили следующие: встречи с друзьями – 29,3%, физическая активность – 16,4%, самостоятельно – 15,8%, посещение пиццерий – 13,1%, саморазвитие – 11%, пассивный отдых – 10,4%, посещение музеев – 4%.

<i>Варианты ответа</i>	
Встречи с друзьями	29,3
Физическая активность	16,4
Самостоятельно	15,8
Посещение пиццерий	13,1
Саморазвитие	11
Пассивный отдых	10,7
Посещение музеев	4

Таблица 8. Распределение ответов на вопрос «Какая форма досуга для Вас более предпочтительна?» (в %)

Популярность белорусских исполнителей среди молодежи. При изучении популярности белорусских исполнителей следует изучить частоту прослушивания данных исполнителей. Респондентами были высказаны следующие мнения об уровне популярности белорусских исполнителей: Макс Корж – 73%, Тима Белорусских – 75%, Республика Полина – 10%, Анна Шаркунова – 3%, Дядя Ваня – 8%, Без Билета – 36%, Дмитрий Колдун – 6%, Георгий Колдун – 3%, IQWA – 9%, Наталья Подольская – 5%, ZENA – 3%, Рита Дакота – 6%, Серега – 3%, Ляпис Трубецкой – 41%, N.R.M. – 6%, Александр Солодухо – 19%, Песняры – 6%, Тео – 15%, Провокация – 13%, Леприконсы – 6%, Инна Афанасьева – 3%, ЛСП – 33%, Анжелика Агурбаш – 5%, Лявон Вольски – 7%, Лера Яскевич – 15%, Гарик Погорелов – 49%, J: MOPC – 22%, Ксения Ситник – 3%, Сябры – 6%, Петр Елфимов – 3%, Алексей Хлестов – 3%, Саша Немо – 3%, Анастасия Тихонович – 3%, ALEN HIT – 3%, Би 2 – 7%, Алена Ланская – 3%, Руслан Алехно – 3%, Дрозды – 9%, Виктория Алешко – 3%, Баста – 3%.

<i>Варианты ответа</i>	
Макс Корж	73
NavıBand	28
Тима Белорусских	75
Республика Полина	10
Анна Шаркунова	3
Дядя Ваня	8
Без Билета	36
Дмитрий Колдун	6
Георгий Колдун	3
IQWA	9
Наталья Подольская	5
ZENA	3
Рита Дакота	6
Серега	3
Ляпис Трубецкой	41
N.R.M.	6
Александр Солодухо	19
Песняры	6
Тео	15
Провокация	13
Леприконсы	6
Инна Афанасьева	3
ЛСП	33
Анжелика Агурбаш	5

Лявон Вольски	7
Лера Яскевич	15
Гарик Погорелов	49
J: МОРС	22
Ксения Ситник	3
Сябры	6
Петр Елфимов	3
Алексей Хлестов	3
Саша Немо	3
Анастасия Тихонович	3
ALEN HIT	3
Би 2	7
Алена Ланская	3
Руслан Алехно	3
Дрозды	9
Виктория Алешко	3
Баста	3

Таблица 8. Распределение ответов на вопрос «Назовите самых популярных среди молодежи белорусских музыкальных исполнителей?» (в %)