

## Анотація

Карааслан Темель

Сучасний стан розвитку ЗМІ Республіки Молдови

У статті аналізуються основні тенденції розвитку ЗМІ Молдови.

Ключові слова: ЗМІ, телебачення, інтернет, республіка Молдова

## Summary

Karaaslan Temel

### THE DEVELOPMENT OF MODERN MASS MEDIA OF THE REPUBLIC OF MOLDOVA

In article analyzes main trends in the development of mass media of the Republic of Moldova.

**Keywords:** mass media, TV, Internet, Republic of Moldova

Шкіцька І. Ю., Мартинюк О. П.

### САМОПОЗИЦІОНУВАННЯ ЛЮДЕЙ СЕРЕДНЬОГО ТА СТАРШОГО ВІКУ В ІНТЕРНЕТ-СОЦМЕРЕЖАХ

#### АНОТАЦІЯ

*У дослідженні Інтернет-комунікацію репрезентовано як невід'ємний атрибут життя сучасних людей, зокрема осіб середнього та старшого віку.*

*Виявлено ставлення українців цих вікових груп до соціальних Інтернет-мереж, з'ясовано функції соцмережі в їх житті, показано й проаналізовано шляхи самопозиціонування і самоствердження людей середнього та старшого віку в Інтернет-просторі, з'ясовано причини, що зумовлюють певний тип поведінки у віртуальному середовищі.*

*Для викладачів, учителів, студентів, а також усіх, хто цікавиться питаннями самопозиціонування користувачів різних вікових категорій у Інтернет-соцмережах.*

*Ключові слова: самопозиціонування, люди середнього та старшого віку, соціальні мережі, Інтернет-спілкування.*

XXI століття ознаменувалося надзвичайно стрімким розвитком новітніх інформаційних технологій та віртуалізацією людського спілкування. Інтернет-комунікація є найбільш динамічною і водночас найменш дослідженою формою опосередкованого спілкування. Незважаючи на те, що соціальні мережі з'явилися відносно недавно, вони швидко стали невід'ємною частиною життя людей різних вікових категорій, у тому числі осіб середнього та похилого віку. З огляду на це, їх поведінка у віртуальному просторі потребує наукового вивчення, що зумовлює **актуальність** нашої праці.

**Мета** роботи – виявити й охарактеризувати способи самопозиціонування людей середнього та старшого віку в Інтернет-соцмережах.

Інтернет-користувачі віком від 30 до 45 років реально дивляться на світ. Їхня діяльність зумовлена почуттям продуктивності. Вона виявляється в праці та турботі

про інших, зокрема дітей, та в гострій потребі передавати свій досвід [1, 2]. Соціальні мережі дають змогу людям середнього віку її задовольняти шляхом поширення різноманітної інформації, пов'язаної з родом їх діяльності, професією, хобі тощо. У соціальних мережах користувачі цієї вікової категорії можуть ховатися від вирішення різних проблем в особистому житті та професійній діяльності.

Люди середнього віку в соціальних мережах найчастіше, порівнюючи з користувачами інших вікових груп, переглядають новини і розміщують їх на власних сторінках. Мова поширюваних повідомлень українцями цього віку – переважно українська. У середньому ці користувачі заходять у свій акаунт три-п'ять разів на день. Середня кількість віртуальних друзів користувачів описуваної вікової категорії становить близько 200 осіб. Жінки цього віку – здебільшого заміжні, – часто поширюють інформацію з кулінарії, косметології, педіатрії, педагогіки, а також про майстер-класи, пов'язані з їхнім хобі та інші відомості з різних спільнот, створених саме для користувачів жіночої статі. Чоловіки середнього віку доволі рідко поширюють записи – майстер-класи, поради, рекламу, оголошення та новини. Користувачі середнього віку у своєму акаунті розміщують власні фото (у невеликій кількості), переважно фото з родиною або з місця роботи.

Кількість осіб віком від 45 і старші в соціальних мережах значно менша, ніж користувачів інших вікових категорій. Це зумовлено тим, що людям старшого віку важко опанувати нові технології, вони мають певний психологічний бар'єр у сприйнятті всього нового – є консервативними й надають перевагу безпосередньому спілкуванню. Старші користувачі (переважно жінки) заходять на свою Інтернет-сторінку один-два рази на день. Кількість віртуальних друзів у користувачів старшого віку порівняно невелика – до 100 осіб.

Людей старшого віку відрізняє почуття повноти життя, виконаного обов'язку, завершеності шляху. Мудрість і відстороненість дають змогу дивитися на свої та чужі вчинки, їхні наслідки з висоти великого життєвого досвіду [1]. Це люди з певними цінностями та глибокою філософією життя, що проявляється у їхніх записах. Повідомлення, розміщені на сторінках людей старшого віку, переважно містять новини про події в країні та світі, політематичні поради, рецепти приготування їжі, анекдоти, цитати релігійної тематики тощо. Кількість власних фото – мінімальна, переважно із сім'єю та дітьми. На аватарах старших осіб можна побачити зображення різного характеру – тварин, природи, маленьких дітей, а також їхні чорно-білі фото з часів молодості тощо.

Соціальні мережі дають можливість старшим людям розшукати своїх старих товаришів зі школи, навчальних закладів, армії та підтримувати контакти з ними. Часто таке спілкування зводиться лише до обміну привітанням із днем народження та іншими поширеними святами. Велику популярність серед старших людей має завантажування фотографій населених пунктів із часів їхньої молодості, завантажування старих пісень і фільмів. Це дає змогу їм перенестися в часі та згадати минуле. Більша частина користувачів цієї групи є підписниками кулінарних, літературних, комічних, дизайнерських та релігійних спільнот.

Досить популярним явищем в Інтернет-соцмережах є створення фейк-сторінок – сторінок із неправдивою інформацією. Як не дивно, користувачам

старшого віку це теж властиво. Такі люди не уявляють свого життя без соціальної мережі, проте не хочуть називати своє справжнє ім'я. Це зумовлено тим, що їм соромно зізнаватись у своїй залежності від соцмереж перед суспільством.

Користувачі літнього віку використовують соціальні мережі й для того, щоб бути в курсі подій у країні та світі. Соцмережі також дають можливість старшій особі відчувати себе сучасною, не самотньою, потрібною людиною. Люди старшого покоління з кожним роком стають більш активними Інтернет-покупцями, оскільки вбачають зручність в Інтернет-купівлі: не виходячи з дому, можна здійснити необхідну покупку. Зауважимо, що такі онлайн-покупці дуже акуратні та виважені у своїх комерційних рішеннях, вчасно розраховуються за товар і забирають його. Багато осіб старшого віку використовують послугу «доставка додому».

Таким чином, користувачі соцмереж старшого віку є найменш чисельною групою в Інтернет-соцсередовищі. Відповідно, вони проводять значно менше часу у віртуальному просторі, порівняно з молодшими користувачами, і поводять себе стриманіше. Проте в Україні, як і в усьому світі, старші люди стають дедалі активнішими користувачами соціальних Інтернет-мереж, розглядають їх як найкращий спосіб підтримувати контакти з давніми друзями та приятелями, знайомитись із новинами, читати та поширювати поради, анекдоти, цитати, шукати роботу, кохання, здійснювати покупки і, чи не найголовніше, – відчувати себе сучасними людьми.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Заброцький М. М. Вікова психологія : навч. посібник / М. М. Заброцький. – К. : МАУП, 1998. – 92 с.
2. Павелків Р. В. Вікова психологія: підручник / Р.В.Павелків. – Вид. 2-е, стер. – К.: Кондор, 2015. – 469 с.

### ABSTRACT

#### *Self-positioning of middle aged and older people in social networks*

*The article deals with studying of the Internet communication as an essential part of the present-day life. The main attention is given to the peculiarities of self-positioning of the middle aged and older people in social network communication.*

*The research highlights an attitude of middle aged and older Ukrainians to a social network communication, describes functions of Internet communication in their lives as well as ways of self-positioning and self-assertion of middle aged people in the Internet space, explains the matters of some types of behavior in virtual reality.*

*The results of the research can be used by teachers, lecturers, students, everyone who is interested in studying of self-positioning of social network customers of different ages.*

**Key words:** *self-positioning, middle aged and older people, social networks, communication via Internet.*