

ОСОБЕННОСТИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ РАЗЛИЧНОГО ВОЗРАСТА ПРИ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ С МЕДИАСРЕДОЙ

CHARACTERISTICS OF USERS OF DIFFERENT AGES IN INTERACTION WITH THE SOCIAL MEDIA

М.А. Кузьмина

М.А. Kuzmina

БГПУ, г. Минск

Научный руководитель – А.В. Пищова, канд. пед. наук, доцент

Аннотация. В статье представлены материалы, характеризующие особенности взаимодействия пользователей различного возраста с медиасредой.

Annotation. The article presents the materials that characterize the features of interaction with the media environment by users of different ages.

Ключевые слова: теория поколений, Интернет, медиасреда.

Keywords: the theory of generations, Internet, social media.

В эпоху информационного общества Интернет стал играть ключевую роль в жизни человека. Как только 29 октября 1969 года удалось выполнить удаленное подключение между двумя компьютерами, находящимися на расстоянии 640 км, весь мир потрясло слово «Интернет». Существует такая фраза «Кто владеет информацией, тот владеет миром» В сегодняшнем информационном обществе, эта фраза становится наполнена новым смыслом, поскольку информация выступает и средством, и продуктом, и товаром. Интернет – это сплошной поток различной информации, оказывающий несомненное влияние на людей всех возрастов, независимо от их статуса, происхождения.

Цель научной статьи – выявить особенности взаимодействия с медиасредой пользователями различного возраста.

Существует теория, согласно которой поколения сменяют друг друга каждые 20–25 лет. Теория была описана в работах Н. Хауза и У. Штраусса в 1991 г. Согласно ей, последние три поколения (с 1963 г. по настоящее время) именуется поколениями X, Y, Z [1, 2].

Поколение X – это взрослые люди, которые сегодня, в частности, владеют бизнесом и активно используют Интернет, как в личных целях, так и для работы. В 1980-е годы рождается «поколение Y». Представителей этой генерации именуют еще «поколением Сети»,

или «поколением Миллениума», поскольку они оканчивали школу уже в новом тысячелетии. Людей, которые родились после 1996 г. или после 2000 г. (по различным данным), называют поколением Z, или центениалами.

Поколение X проводит значительно меньше времени в сети Интернет по сравнению с последующими поколениями. Именно для поколения X являются ценностью человеческие отношения. Они предпочитают общаться «вживую», значительно меньше времени уделяют социальным сетям, а при поиске информации, прежде всего, обращаются к друзьям и знакомым, им же и доверяют в большей степени.

Что касается поколения Y, то оно практически выросло вместе с Интернетом (хотя, естественно, возрастной «ценз» – вовсе не абсолютный критерий). Оно из-за своей постоянной вовлеченности в интернет-среду очень хорошо в ней ориентируется. Поколения Y занимает промежуточное положение, пытаясь совмещать человеческое общение и общение в Сети.

Поколение Z, или как их еще называют центениалы, – это первое поколение, которое родилось в эпоху Интернета. Они проводят до 8 часов в день вместе со своими гаджетами и с трудом могут обходиться без них. Поколение Z не делит мир на цифровой и реальный. Их жизнь плавно перетекает на экран смартфона и обратно. Смартфоны поколения Z оборудованы приложениями на любой случай жизни, и их постоянное использование для них естественный процесс. Центениалы любят общаться в Сети, причем анонимно: предпочитают социальные сети, в которых можно прятаться. Это первое поколение, выросшее в мультикультурной среде. Центениалам все равно, где родился собеседник и как он выглядит. Полагают, это самое терпимое поколение [1, 2].

Для исследования влияния Интернета на людей разного возраста было проведено анкетирование пользователей сети Интернет. Респонденты были дифференцированы по следующим возрастным категориям: 1) от 17 до 20 лет; 2) от 21 до до 45 лет; 3) от 46 до 65 лет.

В результате проведенного анкетирования было выявлено, что представители всех возрастных групп пользуются Интернетом. Более активные пользователи в плане профессиональной деятельности – это люди от 21 до 45 лет. Интернет, как средство коммуникации в основном используют люди от 17 до 20 лет. Представители среднего и старшего поколения глобальную сеть рассматривают в качестве средства для помощи в бизнесе, в поиске новой информации, в решении житейских вопросов. Выявлено, что более зависимыми от Интернета являются люди от 21 до 45 лет, хотя традиционно полагают, что склонность к компьютерной зависимости характерна для младшего поколения. Люди старшего поколения больше отдают предпочтение телевизору, как средству для отдыха. Все категории людей согласны с тем, что Интернет вызывает определенную психическую зависимость. Старшее поколение считает, что с появлением Интернета жизнь только улучшилась, чего не скажешь о младших возрастных группах. Они считают, что глобальная сеть оказывает также и негативное влияние на них, однако, быстро отказаться от Интернета не готовы.

Таким образом, все поколения оказались втянуты в глобальную сеть Интернет. Поколение X считает, что с появлением Интернета жизнь только улучшилась. Появились новые возможности для поиска новостей, бизнеса и развития кругозора. Однако они не забывают про другие средства информации (радио, телевидение).

Поколение Y – самые активные пользователи. Оно выросло вместе с Интернетом, поэтому неудивительно, что глобальная сеть оказало на них самое огромное, в первую очередь, психологическое влияние. Поколение Y пытается совмещать приятное с полезным, постоянно стараясь сократить время. Человеческое общение переводят в социальные сети из добрых побуждений, однако, на деле время получается не только сократить, а его практически совсем не остается, потому что глобальная сеть затягивает. Они знают о пользе Интернета, как поиска новой информации, но также они испытывают одновременно от него зависимость. Большая часть людей оценила роль Интернета скорее как отрицательную, нежели положительную. Вследствие чего, у них самая высокая интернет-аддикция среди всех поколений. В поколении Y постоянно борются две противоположности: живое человеческое общение и виртуальное, польза и вред Интернета.

Поколение Z являются также активными пользователями. Они родились в ту эпоху, когда Интернет уже активно распространился, поэтому для них это явление стало привычным ходом жизни. В первую очередь, Интернет рассматривают как средство коммуникации и релаксации. Отличительной особенностью, считается, что в этом возрасте используется такой элемент, как анонимность. Роль Интернета оценивают как скорее положительную, чем отрицательную. Испытывают определенную психическую интернет-зависимость.

Таким образом, Интернет оказывает несомненное влияние на всех людей. Это средство экономии времени, нескончаемого и постоянно обновляющегося потока информации, который также способен вызвать зависимость.



Литература

1. Андросова, Л. А. Влияние рекламы в Интернете на представителей различных возрастных групп / Л. А. Андросова, А. В. Храпкина // Вестник Тамбовского университета, Серия Общественные науки. – 2016. – № 3. – С. 42-45. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/vliyanie-reklamy-v-internete-na-predstaviteley-razlichnyh-vozrastnyh-grupp>. – Дата доступа: 08.04.2018.
2. Логинова, А. Ю. Интернет в жизни школьников и взрослых Электронный ресурс / А.Ю. Логинова. – Режим доступа: http://conf.sfu-kras.ru/sites/mn2014/pdf/d04/s02/s02_016.pdf. – Дата доступа: 08.04.2018.