

Katarzyna GARWOL¹, **Krystian BIEŚ²**

¹ ORCID: 0000-0002-4498-7156. Dr, Uniwersytet Rzeszowski, Kolegium Nauk Społecznych, Instytut Nauk Socjologicznych; al. T. Rejtana 16C; 35-959 Rzeszów; e-mail: kgarwol@ur.edu.pl

² Lic., Instytut Nauk Socjologicznych, Uniwersytet Rzeszowski, al. Rejtana 16C, 35-310 Rzeszów; e-mail: kb108274@stud.ur.edu.pl;

data złożenia tekstu do Redakcji DI: 20.03.2022; data wstępnej oceny artykułu: 26.03.2022

SENIORZY W ŚWIECIE MEDIÓW XXI WIEKU SENIORS IN THE WORLD OF THE 21ST CENTURY MEDIA

Słowa kluczowe: nowe media, media cyfrowe, edukacja, senior, Internet.

Keywords: new media, digital media, education, senior, internet.

Streszczenie

Artykuł podejmuje problematykę wykorzystania współczesnych mediów cyfrowych przez osoby starsze (seniorów). W ramach wprowadzenia została szeroko opisana typologia mediów oraz ich definicje, cechy i funkcje. Przedstawiono różnicę pomiędzy mediami tradycyjnymi i nowymi, a także pomiędzy mediami analogowymi i cyfrowymi. Pokreślono możliwości, jakie dają seniorom korzystanie z wirtualnej przestrzeni oraz konieczność cyfrowej edukacji osób starszych.

Abstract

The article deals with the issue of the use of modern digital media by the elderly (seniors). As part of the introduction, the typology of the media as well as their definitions, features and functions were described in detail. The difference between traditional and new media as well as between analog and digital media is presented. The possibilities offered by seniors to use virtual space and the necessity of digital education of older people are outlined.

Wstęp

Media to stały element naszego życia. Są obecne w społeczeństwach od setek lat, jednak z biegiem czasu ewoluowały, powstawały kolejne zastępując dotychczasowe lub zmieniając ich kształt. Wydaje się, iż media tradycyjne są

bliższe osobom starszym, a media cyfrowe osobom młodszym. By zrozumieć, czy tak jest faktycznie, należy przybliżyć typologie mediów, ich cechy i funkcje. W ramach niniejszego artykułu zostały te obszary szeroko opisane, po czym nastąpiła analiza sposobów i możliwości wykorzystania współczesnych mediów przez seniorów. Obecni seniorzy nie kojarzą się z osobami siedzącymi w fotelu, których jedną z głównych aktywności jest pomoc w wychowywaniu wnuków. Są to ludzie często długo aktywni zawodowo, chcący się kształcić, a po przejściu na emeryturę rozwijający swoje pasje i „korzystający z życia”. Biorąc pod uwagę, że w społeczeństwach następuje proces starzenia się, aktywni seniorzy są wyzwaniem także dla mediów, których są czynnymi odbiorcami. W szczególności media cyfrowe to szerokie pole dla zagospodarowania przez osoby starsze, gdyż często dopiero w dojrzałym wieku zaczęły mieć z nimi styczność, co z kolei powoduje szereg barier, przede wszystkim natury psychologicznej.

Media XXI wieku kojarzą się z mediami cyfrowymi, ze światem wirtualnym i na tym zwłaszcza zostanie skupiona uwaga autorów w odniesieniu do ich wykorzystania przez seniorów. Problematyczne wydaje się być jednak to, kogo można określić mianem seniora. Czy jest to osoba, która ukończyła lat 55, lat 60, a może taka, która przeszła już na emeryturę i przestała być czynna zawodowo? Popularne powiedzenie, że „obecna 50-tka to dawna 30-tka, a obecna 70-tka to dawna 50-tka” wydaje się w wielu wypadkach w pełni trafne. Procesy starzenia następują w każdym organizmie i pomimo zabiegów medycznych nie da się ich zatrzymać, a jedynie spowolnić. Jednak kolejne powiedzenie mówi, że „młodość jest w głowie” i czasami metrykalny wiek nie oddaje podejścia do życia, energii i zapła danego człowieka. Na potrzeby niniejszego artykułu należy jednak podjąć się próby określenia, kim jest senior. Jak trafnie zauważa K. Domagała, nie ma jednej definicji starości. Umownie życie człowieka dzieli się na trzy okresy, do 30. r.ż. to okres rozwoju, od 30 do 59 lat to okres średni a od lat 60 to wiek starszy¹. I właśnie osoby po 60. r.ż. będą w pracy nazywane seniorami.

Media tradycyjne w ujęciach badawczych

Rewolucja technologiczna, która dokonała się na przełomie drugiej połowy XX w. wpłynęła na kształt współczesnego świata, dokonując istotnych zmian w rozpowszechnianiu i udostępnianiu informacji, dźwięków i obrazu². Klasyczny obraz mediów, kreowany jako wszelkiego rodzaju środki komunikacji maso-

¹ K. Domagała, *Senior, czyli kto? Na karku ma mieć 60, 70, a może 80 lat?*, <https://dziennikzachodni.pl/senior-czyli-kto-na-karku-ma-miec-60-70-a-moze-80-lat/ar/563799> (dostęp: 27.02.2022 r.).

² A. Giddens, *Socjologia*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2021, s. 724.

wej, tj. prasa, radio, telewizja, Internet itp., służące do przekazywania informacji i rozrywki na szeroką skalę, uległ drastycznemu przeobrażeniu³.

Współcześni badacze bardziej skłaniają się do analizy zjawiska środków masowego przekazu w kontekście podziału na media tradycyjne i nowe media. Zdaniem D. McQuaila media tradycyjne to takie środki przekazu jak m.in. prasa, radio i telewizja, czyli umożliwiające przekaz publicznego komunikatu w szybkim tempie, do szerokiego grona odbiorców, na dalekie odległości⁴. W rozumieniu A. Kłosowskiej mediami tradycyjnymi są wszystkie technologie umożliwiające przekaz docelowych treści adresatowi, bez możliwości otrzymania informacji zwrotnej⁵. Z kolei E. Mitchelstein i P. Boczkowski, podobnie jak poprzedni autorzy, za tradycyjne uważają media takie jak prasa, radio, telewizja, lecz w analizach punkt ciężkości kierują na ekonomiczno-społeczną dostępność zarówno samych mediów, jak i informacji z nich i do nich płynących. Wskazują na media głównego nurtu przekazujące transmisję, która będzie dostępna i umożliwi odbiorcy kontakt, skazując go tym samym na bierny odbiór komunikatu⁶.

Zatem podsumowując można stwierdzić, że media tradycyjne to prasa, radio i telewizja umożliwiające odbiorcy często bierny konsumpcjonizm treści, bez możliwości nadania komunikatu zwrotnego. Cechą tych środków przekazu jest też dość prosta budowa i wyposażenie w technologie uniemożliwiające bezpośredni kontakt w czasie rzeczywistym.

Definicje, cechy i funkcje nowych mediów

Zdaniem L. Manovicha pojęcie nowych mediów możemy ujmować w kategorii podstawowych środków przekazu, a dokładniej wszelkiego rodzaju środków komunikacji medialnej, udoskonalonych o technikę cyfrową⁷. A. Piecuch uważa jednak, iż wprowadzenie w obieg pojęciowy nowych mediów, przy tak długim czasie funkcjonowania pojęcia „media”, jest problematyczne. „Gdyby rozpatrywać różne rodzaje mediów w kontekście historycznym, to za każdym

³ J. Załubski, *Media i medioznawstwo. Studia i szkice*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2006, s. 9.

⁴ D. McQuail, *Teoria komunikowania masowego*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2007, s. 156.

⁵ A. Kłosowska, *Kultura masowa: krytyka i obrona*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006, s. 94–106.

⁶ E. Mitchelstein, P. Boczkowski, *Online news consumption research: An assessment of past work and an agenda for the future*, „New Media & Society” 2010, Vol. 12, issue 7, SAGE Publishing, DOI: 10.1177/1461444809350193, s. 1085–1102.

⁷ L. Manovich, *Język nowych mediów*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2011, s. 119–120.

razem ludzkość miała do czynienia z czymś nowym. Prasa drukarska to przełom w dystrybucji informacji i z pewnością nowe medium. Podobnie rzecz się miała z radiem i telewizją. Wreszcie przyszedł czas na Internet – także medium i także nowe. Zwróćmy uwagę, że za każdym razem, kiedy pojawia się medium poszerzające sposób dystrybucji informacji, towarzyszy temu zupełnie nowa nieznana technologia, a te znane i stosowane podlegają procesowi doskonalenia”⁸. Trudno się z tym nie zgodzić, jednak w literaturze przedmiotu określenie „nowe media” od wielu lat zakorzeniło się na dobre i jest często stosowane. Zatem, według Manovicha, pojęcie „nowe media” możemy określić jako ewolucyjne w stosunku do mediów analogowych, które za sprawą nowoczesności przekazu zyskały miano cyfrowych, a sam przekaz danego komunikatu jest o wiele trwalszy i można go powielać. Dodatkowo kluczowym aspektem definicji nowych mediów jest wyposażenie czy uaktualnienie technologii analogowej o możliwość interaktywności, dlatego właśnie te dwa czynniki, trwałość przekazu i interaktywność, przeobraziły technologię analogową w technologię cyfrową⁹.

J. Skrzypczak podkreśla, iż technologie komunikacji powstałe po latach 80. XX w., charakteryzujące się kluczowymi cechami, takimi jak: interaktywność, indywidualność, asynchronizm, powszechność itp., pozwalają zaliczyć dane media do kategorii mediów nowych¹⁰. Podobnego zdania jest również M. Nieć, który dodatkowo poszerza pojęcie nowych mediów o wszelkiego rodzaju multimedialne nośniki, uznając tym samym, że sprowadzanie zjawiska nowych mediów jedynie do definicji Internetu jest wręcz obraźliwe¹¹. Zdaniem obu badaczy, pojęcie nowych mediów posiada więc szerszy wymiar teoretyczny.

Nowe media określa się również jako technologie informacyjno-komunikacyjne lub także jako nowe technologie. Rozumie się przez nie wszelkiego rodzaju środki służące do komunikacji i przekazywania kluczowych wiadomości, które charakteryzują się „ciągłością i szybkością, ulepszonymi parametrami, miniaturyzacją, standaryzacją, niskimi kosztami oraz interaktywnością”. Kluczowym aspektem w zrozumieniu nowych mediów jest cyfryzacja, czyli określenie odnoszące się do technologii, w której zastosowano zmianę sygnału z analogowego na cyfrowy, co z kolei ułatwiło wprowadzenie nowych, kluczowych cech dla rozwoju dziedziny nowych mediów¹².

⁸ A. Piecuch, *Szkola XXI wieku – problemy i wyzwania*, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2019, s. 123.

⁹ L. Manovich, *Język nowych mediów...*, dz. cyt., s. 119–120.

¹⁰ J. Skrzypczak, *Popularna encyklopedia mass mediów*, Wydawnictwo „Kurpisz”, Poznań 1999, s. 375.

¹¹ M. Nieć, *Komunikowanie społeczne i media. Perspektywa politologiczna*, Wydawnictwo Wolters Kluwer Polska, Warszawa, 2010, s. 73.

¹² H. Tomaszewska, *Młodzież, rówieśnicy i nowe media: społeczne funkcje technologii komunikacyjnych w życiu nastolatków*, Wydawnictwo Akademickie Żak, Warszawa 2012, s. 60–63.

Współczesny przekaz medialny charakteryzuje się doskonałym wykorzystaniem dostępnych środków komunikacyjnych, w których często sortuje się nowe i sprawdzone metody i techniki, tj. układy scalone i cyfrowe, kodowanie sygnału do utrwalania i transmisji informacji. Wpływają one na jakość przekazu, tym samym wręcz przyciągają atrakcyjnością i szerokimi możliwościami. Taką formę komunikacji i wyjaśnienia terminu „nowe media” przyjmuje M. Laskowska¹³.

Nowe media mają specyficzne właściwości i funkcje. L. Manovich wyróżnia pięć podstawowych cech. Pierwsza z nich określa sposób zapisu danych oraz samą formę tworzenia treści, a prezentacja numeryczna odnosi się tu do zapisu matematycznego i sformalizowanego. Pozwala to dowolnie zapisywać i notyfikować dany sygnał, w tym np. usuwać zakłócenia podczas nadawania transmisji¹⁴. Kolejną cechą nowych mediów jest modularność, czyli zdolność do modulowania. Oznacza to, iż obraz, dźwięk, tekst itd. podczas obróbki mogą zostać dowolnie zmieniane lub edytowane, tym samym polepszając lub pogarszając dany przekaz. Istotną cechą nowych mediów w kontekście zapisu, edycji czy modyfikowania jest też automatyzacja, czyli zrobotyzowanie lub samorealizacja niektórych czynności czy poleceń w celu ułatwienia pracy. Zautomatyzowanie ułatwia sprawniejsze i szybsze operacje w usuwaniu czy edytowaniu danych sekwencji¹⁵. Nowe media posiadają również skłonność do ciągłej zmiany, którą określa się mianem wariacyjności. Sygnał nadawany przez nowe technologie nie musi być stały, lecz może się zmieniać, posiadać kilka wersji, a nawet teoretycznie – nieskończenie wiele. Łączy się to z ostatnią z przedstawionych przez L. Manovicha cech, jaką jest transkodowanie, czyli zapisywanie danego sygnału pod różną postacią, co dodatkowo pozwala na większą mobilność i uniwersalność komunikatu¹⁶.

D. McQuail opisuje nowe media pod innym kątem i wyróżnia siedem właściwości precyzujących ich specyfikę. Podstawową z nich jest interaktywność, rozumiana jako możliwość kontaktu odbiorcy z nadawcą w błyskawicznym tempie. Możliwość stacjonarnej pracy pozwala nawiązywać kontakty międzyludzkie bez wychodzenia z domu. Szeroko rozumiana interaktywność i obecność społeczna dają możliwość przeniesienia kontaktu na nowy poziom, co umożliwia m.in. komunikator Messenger. Korzystając z niego można połączyć się z kilkoma osobami naraz, a także błyskawicznie przesłać dokumenty, zdjęcia czy

¹³ M. Laskowska, *Nowe media – nowa etyka?* [w:] *Nowe media, ale czy stare problemy?*, red. J. Hajdasz, Wydawnictwo Wyższa Szkoła Umiejętności Społecznych, Poznań 2011, s. 97.

¹⁴ L. Manovich, *Język nowych mediów...*, dz. cyt., s. 91–118.

¹⁵ Tamże.

¹⁶ Tamże.

filmy, co w pewnym stopniu pomaga utrzymywać stosunki społeczne bez wychodzenia z domu¹⁷. Warto również zwrócić uwagę na bogactwo nowych mediów pod względem dostępności do źródeł informacji, redukcję niewiadomych czy sugestie wyszukiwania. Bogactwo przekazu medialnego powoduje natomiast zaangażowanie zmysłowe odbiorcy oraz większe zainteresowanie. Mnogość treści oferowanych przez media pozwala na prywatność wyszukiwanych informacji i swobodną personalizację, rozumianą jako dostosowanie danego komunikatu do indywidualnych potrzeb odbiorcy¹⁸. Komunikat zawarty w nowych mediach wychodzi jedynie z ram formy przepływu informacji, stając się tym samym wieloaspektową formą spędzania wolnego czasu, poprzez szeroką ofertę prezentowanych transmisji i materiałów. Ludyczność nowych mediów to forma odejścia od standardowych ram zamysłu medialnego i przeniesienie kontaktu i relacji międzyludzkich na płaszczyznę mediów¹⁹. Ostatnią z cech nowych mediów, według McQuaila, jest ich autonomiczność. Współcześnie nie występują jasne i sprecyzowane regulacje określające przestrzeń medialną czy sam przekaz. Istnieje możliwość obejścia regulacji prawnych, co czasami stosują światowe organizacje medialne. Zamieszczane źródła czy informacje często są wolne od obostrzeń czy norm. W zglobalizowanym świecie, to media kreują rzeczywistość i stanowią o normach obyczajowych i zachowaniach²⁰.

Według powyższych definicji nowe media to wszelkiego rodzaju technologie powstałe od lat 80. XX w., służące do komunikacji na odległość, które umożliwiły błyskawiczny przekaz informacji. Posiadają one swoiste i unikatowe cechy, jednak nie należy zapominać, że w teorii mediów poza klasycznym ich rozumieniem i jego ogólnym podziałem na nowe i „stare” media, przyjmuje się jeszcze wiele innych kryteriów ich podziału²¹. Można chociażby klasyfikować je pod względem funkcji, jaką dane z nich spełnia (rozrywkowa, edukacyjna, informacyjna itp.). Można je szeregować ze względu na formę odbioru, rodzaju przekazu (pisemny, obrazowy itd.). Stosuje się również podział ze względu na sposób oddziaływania, rozumiany jako środek wpływu m.in. na zmysły²². Biorąc pod uwagę tempo przepływu informacji wyróżnia się media wolnego i szybkiego kroku. Do pierwszej kategorii zalicza się prasę oraz książki, ponieważ sam przepływ informacji w takich źródłach jest znacząco opóźniony i czasochłonny.

¹⁷ D. McQuail, *Teoria komunikowania masowego*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007, s. 156.

¹⁸ Tamże.

¹⁹ Tamże.

²⁰ Tamże.

²¹ A. Kłoskowska, *Kultura masowa: krytyka i obrona*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006, s. 94–106.

²² Tamże.

W przypadku publikatorów szybkiego zasięgu, takich jak Internet, informacja do odbiorcy dociera niemal natychmiast, a sam odbiorca ma możliwość kilkusekundowej reakcji na dany post czy wpis²³.

Media analogowe a media cyfrowe

Opisując klasyfikacje mediów nie można pominąć badajże najbardziej oczywistego podziału na media analogowe i media cyfrowe. Pierwsze z nich charakteryzują się sygnałem mogącym przyjmować wszelkiego rodzaju wartości, narażonym na dużą aktywność zakłóceń praktycznie nie do wyeliminowania. Media analogowe można po części przyrównać do mediów tradycyjnych, które w dużej mierze charakteryzują się mało stabilnym sygnałem. Zalicza się do nich m.in.: rysunek, malarstwo, fotografię tradycyjną, mowę, muzykę, fonografię, radiofonię, teatr, film, telewizję z sygnałem analogowym, pismo, drukarstwo²⁴.

Media cyfrowe natomiast definiowane są jako „środki służące komunikowaniu się (w najszerszym sensie), które wykorzystują elektronikę, a w szczególności układy scalone oraz cyfrowe kodowanie sygnału, do utrwalania i transmisji informacji”. Z tego względu za media cyfrowe uważa się strony internetowe, telewizję cyfrową (satelitarna, kablowa, naziemna), fotografię cyfrową, telefonię internetową itp.²⁵.

Media cyfrowe wydają się tożsame z tymi, które określane są jako nowe media a media analogowe z mediami tradycyjnymi. Czy jednak dokonanie takiego uproszczonego porównania jest zasadne? Media tradycyjne bazują w głównej mierze na sygnale analogowym, sekwencyjności i są statyczne, co sprawia, że definicja mediów analogowych wpisuje się w obraz tradycyjnych środków masowego przekazu. Można zatem pokusić się o stwierdzenie, że raczej określenie „stare” (tradycyjne) media jest szersze lub bliskoznaczne z tym co nazywamy mediami analogowymi²⁶. Nowe media są z kolei cyfrowe, interaktywne i dynamiczne. Co ciekawe, powstanie terminu „nowe media” łączy się niejako z rewolucją cyfrową, dokonaną w okresie drugiej połowy XX w., która

²³ M. Filipiak, *Homo Communicans. Wprowadzenie do teorii masowego komunikowania*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2005, s. 21–22.

²⁴ M. Hopfinger, *Rekonfiguracja komunikacji społecznej [w:] Internetowe gatunki dziennikarskie*, red. K. Wolny-Zmorzyński, W. Furman, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2010, s. 11.

²⁵ T. Goban-Klas, P. Sienkiewicz, *Spoleczeństwo informacyjne: szanse, zagrożenia, wyzwania*, Wydawnictwo Fundacji Postępu Telekomunikacji, Kraków 1999, s. 27.

²⁶ R. Doust, A. Tricia, *Projektowanie dla nowych mediów*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008, s. 10–11.

wywołała wówczas określone trendy. Po pierwsze, było to zasadnicze zwiększenie pojemności dysków komputerów w celu gromadzenia i obróbki informacji oraz digitalizacja treści, czyli wprowadzenie do pamięci komputera tradycyjnych, drukowanych lub rękopiśmiennych materiałów bibliotecznych lub archiwalnych w postaci danych cyfrowych. Kolejnym zasadniczym czynnikiem przemian był rozwój komunikacji satelitarnej, umożliwiający szybszy i łatwiejszy dostęp do informacji²⁷.

Sam sposób komunikacji w tradycyjnych środkach przekazu opiera się na zasadzie liniowego przepływu informacji narzucając tym samym odbiorcy określoną reakcję, np. konkretny sposób czytania (od lewej do prawej, z góry na dół, czy od początku do końca). Dlatego właśnie użytkownicy tradycyjnych mediów w dużym stopniu śledzą schemat zbudowany przez narratora, który opiera się na klasycznej zasadzie techniki prezentacji (czyli w wielkim skrócie zawiera wstęp, rozwinięcie i zakończenie)²⁸. Nowe środki przekazu wyzbyły się wyżej wspomnianych ograniczeń narracyjnych na rzecz interaktywności z odbiorcą. Dodatkowo dzięki wprowadzeniu hiperłączy, użytkownik sieci bez problemu może dowolnie poruszać się w świecie bogactwa medialnego²⁹. „Stare” media bazują w głównej mierze na instytucji nadawczej (programowej). Wiąże się to również z jednokierunkowością przekazu o nieadresowalnym i publicznym charakterze transmisji. Nadawcy tradycyjnych środków przekazu zakładali, że potencjalnymi odbiorcami ich treści jest publiczność szerokiego grona, o jednolitej strukturze. Nowe środki przekazu z kolei opierały się na zasadzie szerokiego dostępu do bardzo zróżnicowanego grona odbiorców, tym samym nastawiając się na dopasowanie swoich treści praktycznie do każdego typu konsumenta. Umożliwia to błyskawiczny kontakt i reakcję na zamieszczone treści³⁰.

Wydawać by się więc mogło, że media analogowe i cyfrowe niejako zamykają się w szerszym pojęciu środków tradycyjnego i nowego przekazu medialnego. O ile ma to sens w przypadku technologii analogowej, to problem pojawia się przy definiowaniu nowych mediów. Jak twierdzi R. Sajna, nowe media to technologie nastawione w głównej mierze na multimedialność. Pokrywa się to z definicjami innych autorów, którzy rozumieją multimedialność jako wdrożenie nowych technologii służących utrwalaniu i konserwacji sygnału, a dodatkowo pozwalają na większy i szybszy kontakt z odbiorcą, pozwalając mu tym samym na nadawanie komunikatów zwrotnych. Sajna ujmuje także terminologię nowych mediów w kontekście ewolucyjnym. Dla mieszkańców Europy XIX wieku

²⁷ A. Giddens, *Socjologia...*, dz. cyt., s. 724.

²⁸ R. Doust, A. Tricia, *Projektowanie dla nowych mediów...*, dz. cyt., s. 10–11.

²⁹ Tamże.

³⁰ T. Goban-Klas, *Wartki nurt mediów, ku nowym formom społecznego życia informacji*, Wydawnictwo UNIVERSITAS, Kraków 2011, s. 22.

tym mianem określano technologie telegrafu. Konkretnie epoki i okresy czasu mają swoją definicję tego, co określa się nowymi mediami, a co tradycyjnymi³¹. Z tego powodu współcześnie używa się określenia „nowe nowe media”, ponieważ to, co uważano jeszcze początkiem lat 90. XX w. za nowe media, współcześnie straciło na znaczeniu. Określenie nowe – „nowe media” do literatury wprowadził P. Levinson. Obserwując swoich studentów, zauważył jak sprawnie posługiwali się urządzeniami wykorzystującymi współczesną technologię cyfrową i to skłoniło go to do refleksji nad tematem mediów i ich gwałtownego rozwoju. Dla Levinsona kwintesencją nowych mediów jest sama metoda blogowania i późniejsze, oparte na niej technologie i aplikacje, np. blogi, YouTube, Wikipedia, Myspace, a także wszelkiego rodzaju inne social media³². Obrazuje to istotny problem w rozumieniu nowych mediów, a zatem i definicji mediów cyfrowych, która w tym wypadku wydaje się szersza i adekwatniej oddaje sens znaczeniowy.

Reasumując, można uogólnić, iż nowe media i nowe nowe media zamykają się w pojęciu cyfrowych środków przekazu. Współczesna technologia rozwija się nieustannie i o ile termin „nowe media” za sprawą powstawania nowych technologii jest dość płynny, o tyle termin „media cyfrowe” jest bardziej konkretny i odnosi się do wszystkich technologii bazujących na technologii przekazu cyfrowego.

Cyfrowi seniorzy

Współcześnie obserwuje się intensyfikację zjawiska starzenia się społeczeństwa zarówno w Polsce, Europie, jak i w większości państw na świecie. Zgodnie z trendem przedstawionym przez ONZ odsetek osób po 65. roku życia w 2030 r. stanowić będzie około 24% całej populacji Europy³³, natomiast w Polsce w tym czasie będzie około 10,8 mln obywateli w tym wieku, a w 2050 r. współczynnik ten wzrośnie aż do 13,7 mln, co stanowić będzie 40% ludności po 60. roku życia w naszym kraju³⁴.

³¹ R. Sajna, *Europa multimedialna od Acta Diurna do Europa.eu*, Wydawnictwo Stowarzyszenie Wyższej Użyteczności Publicznej, Instytut Naukowo-Badawczy MOVEABLE, Bydgoszcz 2011, s. 9.

³² P. Levinson, *Nowe nowe media*, Wydawnictwo WAM, Kraków 2010, s. 11–36.

³³ Kancelaria Senatu RP, *Starzenie się ludności w Unii Europejskiej – stan obecny i prognoza. Opracowanie tematyczne. OT-662*, <https://www.senat.gov.pl/gfx/senat/pl/senatopracowania/160/plik/ot-662.pdf>, Warszawa 2018, s. 15–17 (dostęp: 19.02.2022 r.).

³⁴ GUS, *Sytuacja osób starszych w Polsce w 2020 r.*, https://stat.gov.pl/download/gfx/portal-informacyjny/pl/defaultaktualnosci/6002/2/3/1/sytuacja_osob_starszych_w_polsce_w_2020_r.pdf, Warszawa–Białystok 2021, s. 10 (dostęp: 19.02.2022 r.).

Widać więc, jak istotnym problemem jest dostosowanie infrastruktury ekonomicznej, społecznej, kulturowej, za sprawą powstawania nowych technologii medialnych, edukacyjnych do potrzeb osób w wieku poprodukcyjnym. Jak pokazują badania, w ostatnich latach można zauważyć zmiany mentalności i sposobu życia osób starszych, spowodowanych gwałtownymi przemianami, jakie dokonały się w społeczeństwach, w tym w społeczeństwie polskim³⁵. Stało się to m.in. za sprawą wytworzenia się nowego typu społeczeństwa, opartego na mediach cyfrowych, gdzie istotną rolę odgrywa przepływ informacji i ciągły kontakt na linii nadawca – odbiorca – nadawca³⁶. Tego rodzaju społeczeństwo określa się mianem społeczeństwa informacyjnego, w którym poprzez gwałtowne przemiany w dziedzinie technologii konieczne jest ciągle doszkalanie się i poszerzanie zdobytych kompetencji³⁷.

Zjawisko, o którym mowa, powoduje jednak ogromne ryzyko związane z wykluczeniem społecznym grup, które z różnych powodów nie mogą w pełni korzystać ze zdobyczy współczesnej technologii. Mogą to być względy finansowe, infrastrukturalne, ale też bariery psychologiczne spowodowane np. podeszłym wiekiem. Według danych z 2018 roku, jedynie 30% osób starszych (powyżej 65. roku życia) korzysta z Internetu. Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej w 2017 roku opublikowało analizy, które pokazują, iż w gronie osób w wieku 55–64 lat jest dwa razy większy odsetek niekorzystających z Internetu w porównaniu z ogólną populacją kraju, a wśród osób w wieku 65–74 lat, trzy razy wyższy³⁸. Dlatego właśnie istotna jest edukacja osób starszych w kwestiach cyfrowych, aby mogli oni umiejętnie korzystać ze współczesnych mediów.

Z analiz przeprowadzonych przez TAURON Polska Energia SA (N=501) wynika, że około 33% badanych po 60. roku życia samodzielnie wyszukuje informacje i doedukowuje się w Internecie z pozytywnym skutkiem. 31% respondentów przyznało, że prosi o pomoc w przypadku, gdy sami nie są w stanie sobie poradzić, z kolei aż 46% prosi o pomoc od razu, zamiast samodzielnie podjąć próbę nauki i zmierzenia się z danym problemem informatycznym. Badania pokazały również, że 46% seniorów uważa Internet za bezpieczne środowisko, a dodatkowo ma świadomość czyhających tam zagrożeń i podej-

³⁵ Ł. Tomczyk, *Polski senior a społeczeństwo informacyjne*, „Poradnik Bibliotekarza” 2008, nr 1, s. 14–15.

³⁶ J. Gajda, *Media w edukacji*, Wydawnictwo Oficyna Wydawnicza Impuls, Kraków 2007, s. 136.

³⁷ J. Papińska-Kacperek, *Społeczeństwo informacyjne*, Wydawnictwo PWN, Warszawa 2008, s. 385.

³⁸ Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej, *Informacja o sytuacji osób starszych w Polsce za 2016 rok*, <https://www.gov.pl/web/rodzina/informacja-o-sytuacji-osob-starszych-w-polsce-za-2016> (dostęp: 19.02.2022 r.).

muje kroki związane z edukacją w zakresie bezpiecznego i przyjaznego korzystania z sieci³⁹.

Wielu seniorów rozumie, jak ważne jest biegle korzystanie ze współczesnych mediów, dlatego podejmują próby kształcenia się w tym zakresie. Działające w Polsce od lat 70. XX wieku Uniwersytety Trzeciego Wieku (UTW) w ostatnich dwóch dekadach wzbogaciły swoją ofertę o nauczanie m.in. obsługi komputera, aplikacji komputerowych czy korzystania z Internetu. Same UTW ze względu na dostępność nowych technologii będą zmuszone dostosować swój program i formy kształcenia do nowych możliwości. „Zastosowanie nowoczesnej technologii pozwala nie tylko na kształcenie na odległość, ale także na nawiązanie współpracy poprzez Internet pomiędzy różnymi UTW prowadzącymi swoją działalność w Polsce i na terenie innych krajów. Współpraca taka może być formą urozmaicenia programów kształcenia, szansą dla słuchaczy na naukę języka obcego, a także okazją do nawiązania ciekawych znajomości i poznania innych kultur”⁴⁰.

Osoby starsze chętnie korzystają z nowych technologii w sferze kontaktów interpersonalnych. Komunikują się z osobami z kręgu swojego otoczenia, jednak zdarza się także, iż zakładają profile w mediach społecznościowych i stają się pełnoprawnymi influencerami. Przykładem niech będzie tu chociażby Pani Wacia, seniorka, która podąża za obecnym trendem nagrywania krótkich filmików w serwisie TikTok, przez co stała się w Polsce rozpoznawalna. Mężem Babci Waci jest Pan Henryk, znany na TikToku jako @dziadek_kozak. On również tańczy (w tym rapuje) do piosenek znanych polskich i zagranicznych artystów, co w świecie mediów społecznościowych daje im duże zasięgi, gdyż w powszechnej świadomości aktywności w mediach społecznościowych są utożsamiane z osobami młodymi, a często także niepełnoletnimi, więc podeszły wiek jest w tym wypadku atrakcyjny dla obserwatorów⁴¹. Z badań przeprowadzonych w 2021 roku wynika, że około 66% użytkowników serwisu TikTok nie przekroczyło 30. roku życia, a odsetek osób w wieku 16–24 lata to 41%. Jak podaje raport Statista, w lutym 2020 roku 19% użytkowników TikToka stanowiły osoby w wieku od 40. do powyżej 50. roku życia, co pokazuje aktywizację osób starszych w obszarze korzystania ze współczesnych mediów⁴².

³⁹ Tauron, *Seniorów sposób na „COŚ się zepsuło”*, <https://www.tauron.pl/seniorzy/dzieki>, s. 9–12 (dostęp: 10.02.2022 r.).

⁴⁰ A. Grzanka-Tykwińska, M. Chudzińska, M. Podhorecka, K. Kędziora-Kornatowska, *Uniwersytety Trzeciego Wieku wczoraj, dziś i jutro*, „Gerontologia Polska” 2015, nr 4, s. 165–168.

⁴¹ ESKA, *Najlepszy dziadek i babcia na polskim TikToku to... nie uwierzycie, ile oni mają energii!*, <https://www.eska.pl/news/najlepszy-dziadek-i-babcia-na-polskim-tiktoku-to-nie-uwierzycie-ile-oni-maja-energii-aa-79Fv-TxXR-EvuH.html> (dostęp: 19.02.2022 r.).

⁴² K. Lachmirowicz, *Seniorzy na TikToku to movement. Kogo szczególnie warto obserwować?*, <https://newonce.net/artykul/seniorzy-na-tiktoku-to-movement-kogo-szczegolnie-warto-obszernowac> (dostęp: 19.02.2022 r.).

Nowe media otwierają przed ludźmi wiele możliwości, dlatego wykorzystanie sztucznej inteligencji dla potrzeb osób starszych jest istotnym wyzwaniem. Raport Światowego Forum Ekonomicznego opublikowany w dniu 3 września 2021 r. pt. „Designing Artificial Intelligence Technologies for Older Adults” obrazuje wizję niedalekiej przyszłości, prognozując użycie robotów do pomocy osobom starszym co w krajach wysoko rozwiniętych już zaczyna mieć miejsce. Roboty są w stanie pomóc seniorom w codziennej egzystencji, pomagając wykonywać podstawowe czynności, jak również mogą stanowić pewnego rodzaju zbiór bazy danych, wspomnień itp., co jest istotne zarówno z punktu widzenia schorzeń wieku starczego, takich jak demencja, a także pomoże zachować pełnię satysfakcji z życia i unikanie zbędnego stresu. Ważna jest również sama możliwość interakcji z robotem, ponieważ dzięki nowej technologii zostanie on wyposażony w wiele funkcji, które umożliwią osobom starszym pomoc w korzystaniu z różnego rodzaju mediów, w tym mediów cyfrowych oraz innych udogodnień współczesnej technologii bez obaw popełnienia błędu czy spowodowania zagrożenia⁴³.

Zakończenie

Na potrzeby niniejszego artykułu przyjęto, iż seniorami nazywać się będzie osoby, które ukończyły 60. rok życia. Biorąc pod uwagę to, że Internet w Polsce ma około 30 lat (oficjalnie nasz kraj uzyskał dostęp do sieci w grudniu 1991 r.), a wzrost jego dostępności oraz popularności można wiązać z pojawieniem się urządzeń mobilnych (pierwszy smartfon trafił do sprzedaży w Polsce w 2009 r.)⁴⁴, więc internetowy boom w Polsce przypada na ostatnią dekadę, co sprawia, że seniorzy byli wówczas już osobami po 50. roku życia. Nie dziwi więc niechęć wielu z nich do obcowania z technologiami IT oraz trudność opanowania niektórych ich funkcjonalności. Z czasem jednak także osoby starsze coraz bardziej przekonują się i oswajają z cyfrowym światem, jednak wciąż liczba nieprzekonanych jest znacząca. Jak pokazują dane GUS z 2018 r., w ciągu trzech lat odsetek seniorów korzystających ze smartfonów wzrósł prawie pięciokrotnie – z 3% w roku 2014 do prawie 15% w 2018 r. i tendencja ta stale ma trend wzrostowy⁴⁵. Z kolei Urząd Komunikacji Elektronicznej podaje, że w 2020 r. jedynie 30%

⁴³ WEF, *Designing Artificial Intelligence Technologies for Older Adults. Insight Report*, https://www3.weforum.org/docs/WEF_Designing_Artificial_Intelligence_Technologies_for_Older_Adults_2021.pdf, s. 3–7 (dostęp: 23.02.2022 r.).

⁴⁴ M. Nurski, *Pierwszy smartfon z... – 10 telefonów, które przetarły szlaki*, <https://komorkomania.pl/33918,pierwszy-smartfon-z> (dostęp: 01.03.2022 r.).

⁴⁵ „Forbes”, *Miliony Polaków nie mają w domu internetu. I żyją*, <https://www.forbes.pl/gospodarka/spoleczenstwo-informacyjne-ilu-polakow-ma-smartfony-i-dostep-do-internetu/9139ph4> (dostęp: 01.03.2022 r.).

osób 60+ używa Internetu, a główną obawą przed korzystaniem z niego jest możliwość stania się ofiarą oszustwa oraz brak możliwości nauki obsługi przeglądarki internetowej⁴⁶.

Widać więc, jak istotna jest edukacja seniorów w zakresie korzystania z mediów cyfrowych. Edukacja ta powinna przebiegać nie tylko w obszarze nauki ich obsługi, ale również na polu uświadamiania osobom starszym, jakie są możliwości i korzyści związane z używaniem tego rodzaju mediów. Oczywiście część z nich doskonale sobie radzi w wirtualnym świecie, a z racji tego, iż w wiek emerytalny wkraczają coraz to młodsze roczniki, odsetek cyfrowych seniorów będzie się zwiększał, jednak technologia się rozwija i rozwijać się będzie, więc stała edukacja osób starszych w nadążaniu za jej możliwościami powinna być istotnym celem polityki rządów państw wysoko rozwiniętych.

Bibliografia

- Doust R., Tricia A., *Projektowanie dla nowych mediów*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008.
- Filipiak M., *Homo Communicans. Wprowadzenie do teorii masowego komunikowania*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2005.
- Gajda J., *Media w edukacji*, Wydawnictwo Oficyna Wydawnicza Impuls, Kraków 2007.
- Giddens A., *Socjologia*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2021.
- Goban-Klas T., Sienkiewicz P., *Spoleczeństwo informacyjne: szanse, zagrożenia, wyzwania*, Wydawnictwo Fundacji Postępu Telekomunikacji, Kraków 1999.
- Goban-Klas T., *Wartki nurt mediów, ku nowym formom społecznego życia informacji*, Wydawnictwo UNIVERSITAS, Kraków 2011.
- Grzanka-Tykwińska A., Chudzińska M., Podhorecka M., Kędziora-Kornatowska K., *Uniwersytety Trzeciego Wieku wczoraj, dziś i jutro*, „Gerontologia Polska” 2015, nr 4.
- Hopfinger M., *Rekonfiguracja komunikacji społecznej [w:] Internetowe gatunki dziennikarskie*, red. K. Wolny-Żmorzyński, W. Furman, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2010.
- Kłoskowska A., *Kultura masowa: krytyka i obrona*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.
- Laskowska M., *Nowe media – nowa etyka? [w:] Nowe media, ale czy stare problemy?*, red. J. Hajdasz, Wydawnictwo Wyższa Szkoła Umiejętności Społecznych, Poznań 2011.
- Levinson P., *Nowe nowe media*, Wydawnictwo WAM, Kraków 2010.
- Manovich L., *Język nowych mediów*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2011.
- McQuail D., *Teoria komunikowania masowego*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.
- Mitchelstein E., Boczkowski P., *Online news consumption research: An assessment of past work and an agenda for the future*, “New Media & Society” 2010, Vol. 12, issue 7, SAGE Publishing, DOI: 10.1177/1461444809350193.

⁴⁶ PAP, *Polacy chętnie korzystają z sieci. Oprócz seniorów*. Badania UKE, <https://technologia.dziennik.pl/internet/artykuly/6442541,seniorzy-technologie-internet-komputerzy.html> (dostęp: 01.03.2022 r.).

- Nieć M., *Komunikowanie społeczne i media. Perspektywa politologiczna*, Wydawnictwo Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2010.
- Papińska-Kacperek J., *Społeczeństwo informacyjne*, Wydawnictwo PWN, Warszawa 2008.
- Piecuch A., *Szkola XXI wieku – problemy i wyzwania*, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2019.
- Sajna R., *Europa multimedialna od Acta Diurna do Europa.eu*, Wydawnictwo Stowarzyszenie Wyższej Użyteczności Publicznej Instytut Naukowo-Badawczy MOVEABLE, Bydgoszcz 2011.
- Skrzypczak J., *Popularna encyklopedia mass mediów*, Wydawnictwo „Kurpisz”, Poznań 1999.
- Tomaszewska H., *Młodzież, rówieśnicy i nowe media: społeczne funkcje technologii komunikacyjnych w życiu nastolatków*, Wydawnictwo Akademickie Żak, Warszawa 2012.
- Tomeczyk Ł., *Polski senior a społeczeństwo informacyjne*, „Poradnik Bibliotekarza” 2008, nr 1.
- Załubski J., *Media i medioznawstwo. Studia i szkice*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2006.

Netografia

- Domagała K., *Senior, czyli kto? Na karku ma mieć 60, 70, a może 80 lat?*, <https://dziennikzachodni.pl/senior-czyli-kto-na-karku-ma-miec-60-70-a-moze-80-lat/ar/563799>
- ESKA, *Najlepszy dziadek i babcia na polskim TikToku to... nie uwierzycie ile oni mają energii!*, <https://www.eska.pl/news/najlepszy-dziadek-i-babcia-na-polskim-tiktoku-to-nie-uwierzycie-ile-oni-maja-energii-aa-79Fv-TxXR-EvuH.html>
- „Forbes”, *Miliony Polaków nie mają w domu internetu. I żyją*, <https://www.forbes.pl/gospodarka/spoleczenstwo-informacyjne-ilu-polakow-ma-smartfony-i-dostep-do-internetu/9139ph4>
- GUS, *Sytuacja osób starszych w Polsce w 2020 r.*, https://stat.gov.pl/download/gfx/portalinformacyjny/pl/defaultaktualnosci/6002/2/3/1/sytuacja_osob_starszych_w_polsce_w_2020_r.pdf, Warszawa–Białystok 2021.
- Kancelaria Senatu RP, *Starzenie się ludności w Unii Europejskiej – stan obecny i prognoza. Opracowanie tematyczne. OT-662*, <https://www.senat.gov.pl/gfx/senat/pl/senatopracowania/160/plik/ot-662.pdf>, Warszawa 2018.
- Lachmirowicz K., *Seniorzy na TikToku to movement. Kogo szczególnie warto obserwować?*, <https://newonce.net/arttykul/seniorzy-na-tiktoku-to-movement-kogo-szczegolnie-warto-obszrowac>
- Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej, *Informacja o sytuacji osób starszych w Polsce za 2016 rok*, <https://www.gov.pl/web/rodzina/informacja-o-sytuacji-osob-starszych-w-polsce-za-rok-2016>
- Nurski M., *Pierwszy smartfon z... – 10 telefonów, które przetarły szlaki*, <https://komorkomania.pl/33918,pierwszy-smartfon-z>
- PAP, *Polacy chętnie korzystają z sieci. Oprócz seniorów*. Badania UKE, <https://technologia.dziennik.pl/internet/arttykuly/6442541,seniorzy-technologie-internet-komputerzy.html>
- Tauron, *Seniorów sposób na „COŚ się zepsuło”*, <https://www.tauron.pl/seniorzy/dzieki>
- WEF, *Designing Artificial Intelligence Technologies for Older Adults. Insight Report*, https://www3.weforum.org/docs/WEF_Designing_Artificial_Intelligence_Technologies_for_Older_Adults_2021.pdf