

Potrzeby i kompetencje medialne osób 55+

Weronika Chodacz

Warszawa 2019

Spis treści

Główne wnioski	3
Wprowadzenie	5
Metody i techniki badawcze	7
Wyniki analizy danych zastanych	8
Wyniki badań reaktywnych	15
Korzystanie z nowych mediów	16
Problemy napotymane przez badane seniorki i seniorów	22
Potrzeby edukacyjne badanych	26
Rekomendacje w zakresie edukacji medialnej osób starszych	28
Bibliografia	30
Aneks. Narzędzia badawcze.	31

Główne wnioski

- Odsetek osób starszych korzystających z Internetu systematycznie rośnie. Poziom wykorzystania nowych mediów jest jednak najniższy w najstarszych grupach wiekowych. 26% osób w wieku powyżej 65. roku życia przynajmniej raz w tygodniu korzysta z Internetu (stron internetowych, poczty e-mail, komunikatora internetowego itp.). Osoby te spędzają średnio tygodniowo 8 godzin w sieci.
- 82% spośród internautów w wieku 65+ korzysta z Internetu, używając urządzeń mobilnych. 72% osób w wieku powyżej 65 roku życia czyta internetowe wersje gazet lub odwiedza portale informacyjne, 41% ogląda filmy lub telewizję. 11% starszych użytkowników Internetu zadeklarowało, że zamieszcza w Internecie własne zdjęcia lub filmy.
- Wiek jest najczęstszą zmienną warunkującą zaprzestanie korzystania z sieci. 16% Polaków i Polek w wieku 65+ i 13% w przedziale wiekowym 60–64 lata zadeklarowało, że w okresie 2013–2015 przestało wykorzystywać Internet.
- Seniorzy i seniorzy w Polsce raczej wchodzi do Internetu w konkretnym celu. Tylko 22% zadeklarowało, że cały czas pozostaje *online*. Osoby starsze przede wszystkim szukają w Internecie konkretnej wiedzy i informacji. Rzadziej niż inne grupy podtrzymują relacje towarzyskie.
- Osoby biorące udział w programach Towarzystwa Inicjatyw Twórczych „e” wyróżniają się w zbiorowości seniorów w Polsce ponadprzeciętnie wysokimi kompetencjami cyfrowymi. Część z nich uczy, jak korzystać z komputerów innych. To grupa, którą cechuje także wyższe od przeciętnego wykształcenie, raczej zamieszkująca obszary miejskie, z większym dostępem do oferty edukacji medialnej. Dysponuje entuzjazmem i potencjałem, które warto wykorzystać w działaniach edukacyjnych.
- Osoby starsze – także uczestniczące w niniejszym projekcie – podchodzą do nowych mediów z dużą nieufnością. Obawiają się kradzieży danych lub utraty wyników swojej pracy. Raczej nisko oceniają swoje kompetencje cyfrowe. W związku z tym są dość odporne na dezinformację. Czasem jednak nie ufają także wiarygodnym źródłom.
- Zdecydowana większość badanych seniorów i senierek spotkała się z nienawiścią w sieci, jednak tylko 23% kiedykolwiek zgłaszało administracji niewłaściwe treści. Panuje przekonanie, że nie warto podejmować tego rodzaju aktywności, gdyż podnosi ona popularność nienawistnych postów. Seniorzy i seniorzy odczuwają dużą bezradność wobec nienawiści – dostrzegają ją, ale nie wiedzą, jak reagować.
- Aktywność społeczna badanych senierek i seniorów w sieci nie jest bardzo wysoka. Raczej dotyczy upowszechniania treści tworzonych przez innych. Osoby starsze niechętnie pracują nad projektami *online*.

- Badane osoby starsze zdają sobie sprawę, że Internet cały czas się rozwija i chciałyby za nim nadążyć. Podnoszą swoje kwalifikacje i interesują się nowymi zjawiskami w sieci.

Wprowadzenie

Cel badania i najważniejsze pojęcia

Niniejszy raport dotyczy badania prowadzonego między 15 lipca i 26 września 2019 roku. Jego celem było pozyskanie wiedzy potrzebnej do wzmocnienia sprawczości cyfrowej osób starszych. Wiedza ta dotyczy praktyk korzystania z Internetu senierek i seniorów, a także ich potrzeb edukacyjnych i obszarów zainteresowań związanych z nowymi mediami. Nowe media rozumiemy szeroko. Od „starych” odróżnia je dostęp indywidualnych użytkowników występujących w roli nadawców lub odbiorców, wielość sposobów użycia, otwartość i niedookreśloność przestrzenna (McQuail 2007, s. 57). Niniejsze opracowanie nie dotyczy więc korzystania z prasy, radia czy telewizji seniorów i senierek, chyba że jest to dostęp internetowy umożliwiający współtworzenie treści lub dzielenie się nią z innymi.

Ważną kwestią jest również zdefiniowanie kompetencji medialnych, które w niniejszym badaniu pozostają blisko kompetencji cyfrowych, interpretowanych jako umiejętność rozumienia i wykorzystania informacji dostępnej w różnych formatach i źródłach elektronicznych. Badanie dotyczy więc deklaratywnego wykorzystania technologii informacyjno-komunikacyjnych, umiejętności korzystania z różnorodnych narzędzi (komputer, telefon), lecz przede wszystkim oceny internetowych treści, docierania i wykorzystania informacji oraz umiejętności komunikowania się i podejmowania aktywności społecznej oraz obywatelskiej w sieci (Mierzecka, Tarkowski 2015a, s. 80–82). Spośród kompetencji cyfrowych brane będą pod uwagę szczególnie te, które dotyczą relacji społecznych, hobby, finansów (w zakresie ochrony przed kradzieżą), spraw codziennych i zaangażowania obywatelskiego (Mierzecka, Tarkowski 2015b).

Drugim ważnym obszarem badania są bariery i problemy, które osoby starsze napotykają w sieci, i kompetencje potrzebne do radzenia sobie z nimi. Najważniejsze zagadnienia, wokół których koncentrowały się kwestionariusze i analizy, dotyczyły dezinformacji, przemocy, a także ochrony danych i wizerunku.

Trzeci obszar badania to aktywność społeczna i obywatelska osób starszych w Internecie – wykorzystywanie nowych mediów do budowania i podtrzymywania relacji, ale też narzędzi internetowych w działaniach na rzecz społeczności lokalnej czy aktywności politycznej.

Odbiorcy

Główną grupą docelową badania są osoby w wieku 55+, które współpracują lub współpracowały z Towarzystwem Inicjatyw Twórczych „ę”. Pogłębione badania jakościowe przeprowadzone zostały z piętnastoma członkiniami i członkami Klubu Ambasadorów, którzy wyrazili chęć udziału w projekcie. W zbiorowości tej znalazło się dziewięć kobiet i sześciu mężczyzn. Ze względu na zróżnicowanie miejsca zamieszkania osób uczestniczących, badanie prowadzone było w różnych regionach Polski, zarówno w większych miastach, jak i na obszarach wiejskich.

Link do ankiety *online* rozesłany został natomiast do bazy adresów mailowych osób i instytucji, z którymi współpracowało Towarzystwo Inicjatyw Twórczych „ę”, liczącej około 4 000 wpisów. Część spośród tych instytucji rozpowszechniła ankietę własnymi kanałami

i opublikowała w swoich mediach. Badanie trwało od 4 do 26 września 2019 r. W tym czasie kwestionariusz wypełniło 117 respondentów. Najmłodsza z osób wypełniających ankietę miała 48 lat. Najstarsza – 90.

Analiza danych zastanych dotyczy natomiast całej zbiorowości osób starszych w Polsce. Kwestią problemową pozostaje granica starości. W wielu opracowaniach przyjmuje się, że jest to moment zakończenia aktywności zawodowej. WHO wyróżnia granicę 45 roku życia jako wieku przedstarczego. W literaturze przyjmuje się również podział starości na dwie fazy: trzeci i czwarty wiek. Pierwsza obejmuje aktywniejszy okres starszego wieku. Wejście z drugą następuje między 75. a 80. rokiem życia (Mierzecka, Tarkowski 2015a, s. 10–11). Niemal wszystkie osoby uczestniczące w badaniach reaktywnych przekroczyły wiek 55 lat, natomiast analiza danych zastanych obejmuje także osoby młodsze. Różnica analizowanego wieku pochodzi z różnych założeń dotyczących wieku przyjętych podczas generowania danych.

Metody i techniki badawcze

Analiza danych zastanych

Analiza danych zastanych wykorzystuje już istniejące dane lub materiały. W niniejszym badaniu analiza obejmowała wyniki badań i publikacje dotyczące korzystania z Internetu i kompetencji cyfrowych osób starszych w Polsce. Odniesiono się również do opracowań zagranicznych i raportów dotyczących ważnych problemów napotykanym przez użytkowników w sieci, takich jak mowa nienawiści czy dezinformacja. Głównym celem analizy było określenie skali pozytywnych i negatywnych zjawisk w sieci, które dotyczą osób starszych. Zaletą analizy jest reprezentatywność – przytoczone dane można odnieść do całej populacji polskich senierek i seniorów.

Indywidualne wywiady pogłębione

Wywiad pogłębiony to swobodna rozmowa dwóch lub kilku osób, w której osoba prowadząca zadaje pytania, a rozmówcy dzielą się swoimi poglądami i doświadczeniami. Wywiady prowadzone były bezpośrednio i telefonicznie z członkami i członkiniami Klubu Ambasadorów, którzy wyrazili chęć udziału w projekcie. Badaczka w trakcie rozmowy posługiwała się scenariuszem stanowiącym załącznik nr 1 do niniejszego raportu. Rozmowy koncentrowały się wokół praktyk korzystania z sieci, aktywności społecznej i obywatelskiej w Internecie, najważniejszych barier i problemów, a także potrzeb edukacyjnych senierek i seniorów. Trzy spośród rozmów miały charakter bezpośredni. Pozostałe przeprowadzone zostały przez telefon.

Ankieta *online*

Osobom starszym, które brały udział w programach Towarzystwa Inicjatyw Twórczych „ę”, przekazany został link do kwestionariusza krótkiej ankiety zamieszczonej na dysku Google. Celem badania było sprawdzenie, czy potrzeby edukacyjne, praktyki korzystania z Internetu w aktywności społecznej i obywatelskiej, a także problemy zidentyfikowane w trakcie badania jakościowego dotyczą szerszej zbiorowości senierek i seniorów, do których kierowana jest oferta Towarzystwa „ę”. Kwestionariusz ankiety online stanowi załącznik nr 2 do niniejszego raportu.

Wyniki analizy danych zastanych

Niniejsza analiza obejmuje dane z lat 2009–2019 gromadzone zróżnicowanymi metodami w celach innych niż cel niniejszego badania. Jej głównym założeniem było pozyskanie informacji reprezentatywnych dla wszystkich polskich seniorów. Ze względu na ograniczenie grupy docelowej badań reaktywnych do osób związanych z Towarzystwem „ę” dane analizowane poniżej nie byłyby możliwe do uzyskania w inny sposób.

Korzystanie z nowych mediów przez osoby starsze

Najaktualniejsze badania dotyczące korzystania z Internetu przez osoby starsze prowadzone były przez Centrum Badania Opinii Społecznej w maju 2019 roku na reprezentatywnej próbie losowej dorosłych mieszkańców Polski. Wynika z nich, że wiek jest najważniejszą zmienną decydującą o korzystaniu z sieci. Wśród osób w wieku powyżej 65 roku życia odsetek internautów jest najniższy i wynosi 26%. Z Internetu korzysta natomiast co druga osoba w wieku między 55 a 64 lata – 56% (Feliksiak 2019, s. 2).

Większość starszych internautów oprócz komputerów do łączenia się z siecią wykorzystuje także urządzenia mobilne (takie jak telefon komórkowy, laptop, tablet): 94% osób w przedziale wiekowym 55–64 lata i 82% osób w wieku powyżej 65 roku życia (Feliksiak 2019, s. 6).

Czas spędzany w sieci

Osoby w wieku 55–64 średnio tygodniowo spędzają w sieci 9,04 godziny, natomiast osoby w wieku powyżej 65 roku życia – 8,04. Jest to najkrótszy czas we wszystkich grupach wiekowych – średnia to 12,87 godziny (Feliksiak 2019, s. 5).

Respondenci i respondentki zostali także poproszeni w badaniu o wskazanie, jak często łączą się z Internetem. Na pytanie „który z opisów najlepiej pasuje do Pana(i) sposobu korzystania z Internetu w celach niezwiązanych z pracą zawodową?” można było wybrać dwie odpowiedzi:

- 1) „W zasadzie cały czas jestem *online*, na bieżąco otrzymuję informacje i reaguję na wiadomości”;
- 2) „Na ogół uruchamiam aplikacje internetowe tylko wówczas, kiedy chcę coś zrobić, np. coś sprawdzić lub skontaktować się z kimś.”

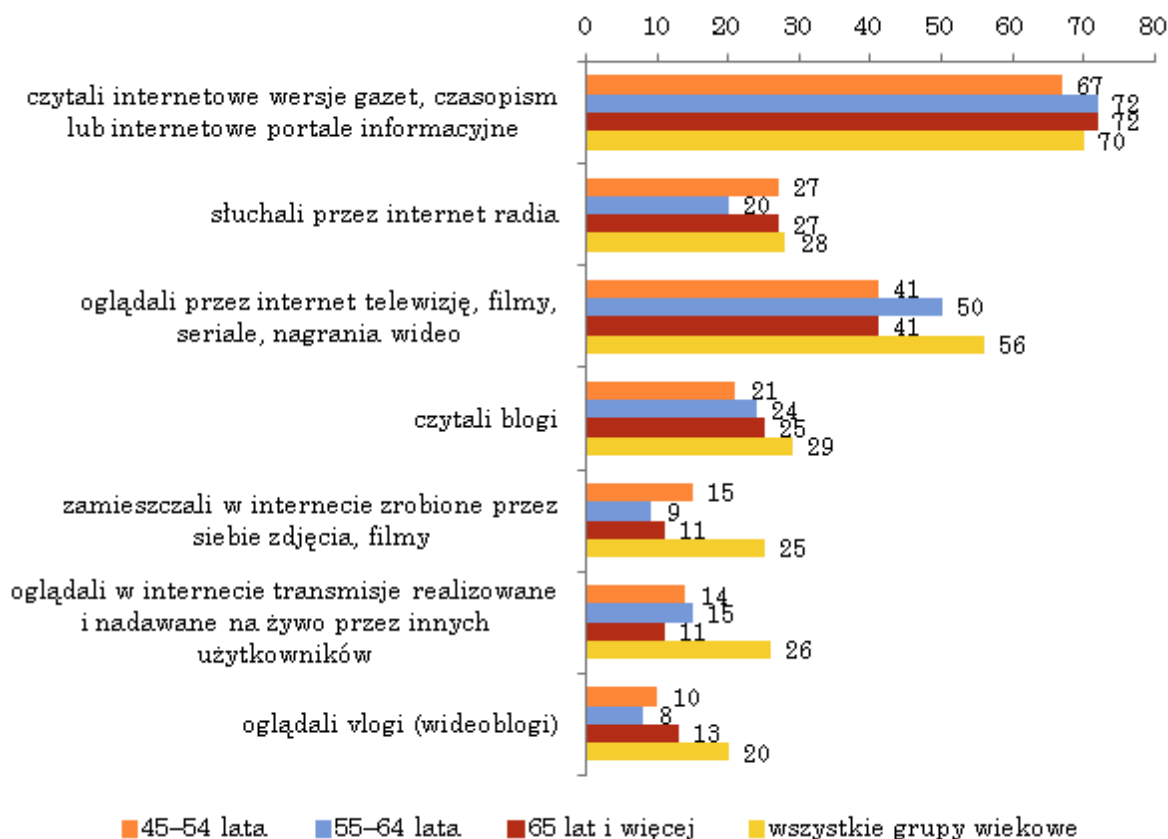
77% osób starszych wybrało drugą odpowiedź. Proporcja ta nie różniła się wśród seniorów młodszych i starszych. Cały czas przebywa online 22% osób w wieku między 55 a 64 rokiem życia i 23% osób w wieku 65 lat i starszym (Feliksiak 2019, s. 7).

Aktywności w sieci

Osoby, które zadeklarowały, że korzystają z Internetu, w badaniu CBOS zostały poproszone o wskazanie, jakie aktywności podejmowały w ciągu ostatniego miesiąca w sieci. Pierwsza grupa aktywności dotyczyła pozyskiwania i generowania informacji. Największą popularnością cieszyło się czytanie prasy i wiadomości na portalach informacyjnych. Osoby starsze sięgały do tych źródeł chętniej niż średnia wszystkich

internautów. Seniorzy natomiast wyraźnie rzadziej w stosunku do innych grup wiekowych generują w Internecie własne treści (Feliksiak 2019, s. 13).

Wykres 1. Użytkownicy Internetu, którzy w ciągu ostatniego miesiąca... (w procentach)

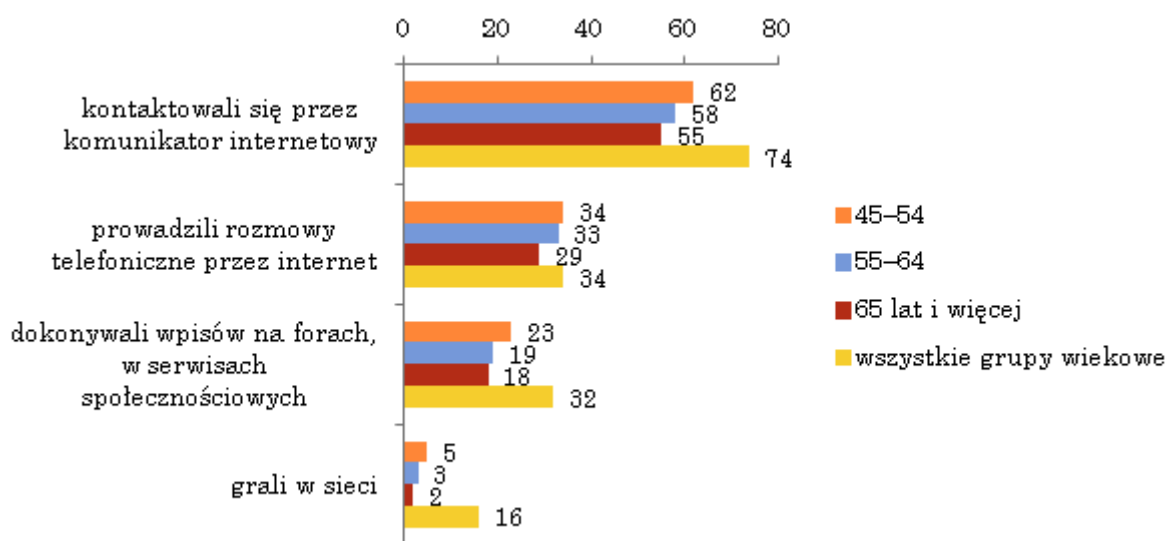


Źródło: opracowanie własne na podstawie komunikatu z badań CBOS Korzystanie z Internetu.

Relacje społeczne

Druga grupa aktywności, o które pytano w badaniu CBOS, dotyczy kontaktów społecznych i obejmuje posługiwanie się komunikatorem internetowym, prowadzenie rozmów *online*, korzystanie z serwisów społecznościowych czy wspólne granie. Osoby starsze podejmują wszystkie te aktywności rzadziej od pozostałych grup wiekowych. Wyjątek stanowią rozmowy telefoniczne, które w grupie wiekowej 45–64 są tak samo popularne jak wśród ogółu internautów (Feliksiak 2019, s. 15).

Wykres 2. Użytkownicy Internetu, którzy w ciągu ostatniego miesiąca... (w procentach)



Źródło: opracowanie własne na podstawie komunikatu z badań CBOS Korzystanie z Internetu.

Z badania CBOS wynika, że 66% użytkowników Internetu, zarejestrowanych jest w jakimś serwisie społecznościowym. Ogromna większość z nich (86%) przeglądała zawartość serwisów społecznościowych w miesiącu poprzedzającym badanie. W najstarszych grupach wiekowych odsetki były najniższe i wyniosły 40% w grupie wiekowej 55–64 lata i 37% osób w wieku powyżej 65 roku życia (Feliksiak 2019, s. 15). Warto także dodać, że osoby starsze mniej chętnie nawiązują nowe znajomości *online*. W grupie wiekowej 55–64 lata tylko 4% respondentów zadeklarowało poznanie kogoś przez Internet, a 3% – spotkanie się z poznaną osobą. W grupie wiekowej 65+ odsetki te to odpowiednio 8% i 5%. Natomiast wśród wszystkich internautów poznało kogoś *online* 16%, a 11% spotykało się z poznanymi osobami (Feliksiak 2019, s. 15–16).

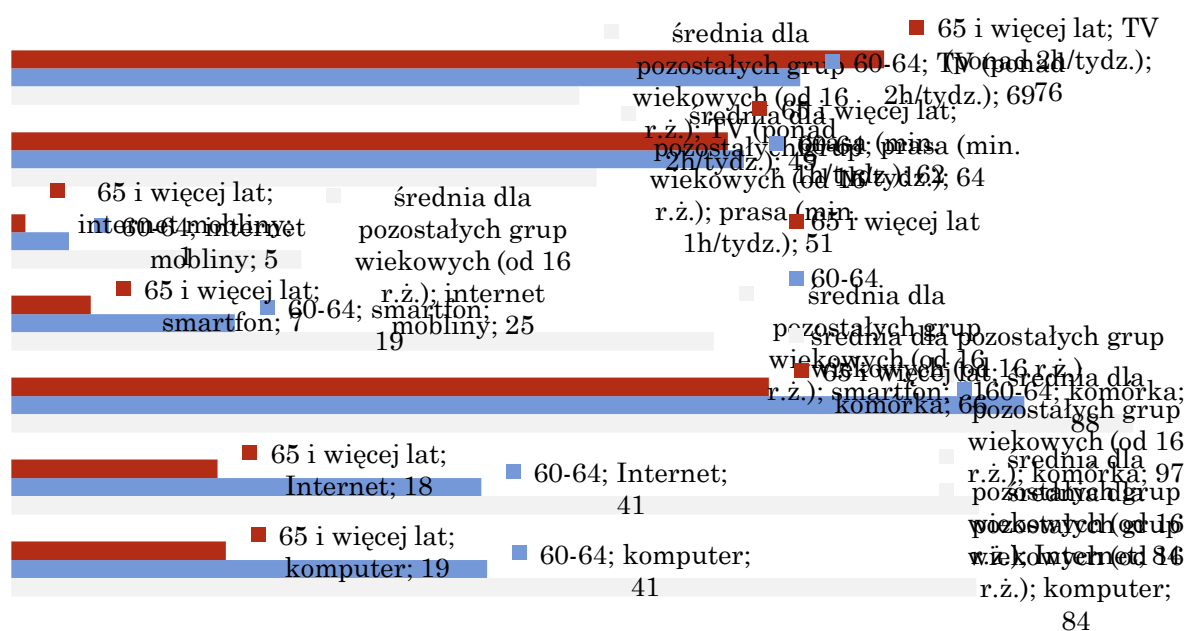
Osoby starsze w ciągu miesiąca przed badaniem również najrzadziej robiły zakupy w sieci. W tym okresie przez Internet kupiło coś tylko 35% użytkowników w wieku 55+. Dla porównania średnia dla ogółu internautów wyniosła 52% (Feliksiak 2019, s. 9).

Technologie, z których korzystają seniorki i seniorzy

W reprezentatywnym badaniu *Diagnoza społeczna 2015* zapytano mieszkańców i mieszkanki Polski w różnym wieku o to, z jakich mediów korzystają. W pytaniu brano pod uwagę zarówno środki masowego przekazu, jak i media służące komunikacji bezpośredniej, takie jak telefon. Jak wynika z udzielonych odpowiedzi, wśród osób starszych najpopularniejszym medium pozostaje telewizja. 76% osób w wieku powyżej 65 roku życia ogląda ją dwie godziny w tygodniu lub dłużej. Na drugim miejscu znalazła się prasa, którą czyta 62% osób w wieku powyżej 65 lat i 64% grupy w przedziale wiekowym 60–64 lata. Większość senierek i seniorów korzysta z telefonów komórkowych – 88% osób w przedziale wiekowym 60–64 lata i 66% osób w wieku powyżej 65 lat. Natomiast smartfonów używa już tylko odpowiednio 19% i 7% osób starszych, a Internetu w telefonach jeszcze mniej – 5% i 1%. Zgodnie z danymi z *Diagnozy W 2015 roku z Internetu* korzystało 41% osób w wieku między 60 a 64 lata. Natomiast w grupie wiekowej powyżej

65 roku życia Internet wykorzystywało 18% Polek i Polaków (Czapiński, Panek 2015, s. 383).

Wykres 3. Korzystanie z technologii i mediów w różnych grupach w 2015 roku.



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania Diagnoza społeczna 2015.

Warto zwrócić uwagę, że na wykorzystanie technologii i mediów poza wiekiem mają wpływ także takie zmienne, jak wykształcenie, status społeczno-zawodowy, wielkość miejsca zamieszkania i dochody. Osoby lepiej wykształcone znacznie częściej korzystają z Internetu i częściej czytają prasę, zdecydowanie rzadziej natomiast spędzają czas przed telewizorami. Prasę nieco częściej czytają mieszkańcy dużych miast, a rzadziej osoby mieszkające na wsi, które chętniej oglądają telewizję. Mężczyźni korzystają z technologii nieco częściej niż kobiety. Kobiety natomiast zdecydowanie częściej niż panowie czytają prasę papierową (Czapiński, Panek 2015, s. 384).

Style korzystania z Internetu seniorów

W opracowaniu *Polscy seniorzy w sieci* pojawia się pojęcie „cyfrowych autochtonów”, które opisuje osoby korzystające z Internetu od urodzenia. Seniorzy i seniorki do tej grupy nie należą. Raczej „odwiedzają” Internet, niż przebywają tam na stałe. Jak pisze Joanna Gacka,

starsi użytkownicy sieci do nowych technologii podchodzą raczej nieufnie niż entuzjastycznie, korzystając z nich w sposób analogiczny do dotychczasowego użytkowania wcześniej posiadanych urządzeń (np. telefonu), gorzej poruszają się w świecie wirtualnego przekazu, przedkładają treści tekstowe nad multimedia, preferują myślenie linearne i szeregowe przetwarzanie informacji oraz lepiej rozumieją dłuższe treści (Gacka 2017, s. 86).

Dodatkowo pomimo tego, że część osób będących obecnie w starszym wieku współtworzyła polski Internet, seniorzy i seniorki mają zaniżoną ocenę swoich kompetencji cyfrowych, co

może wiązać się z faktem, że zaczęli nabywać je późno. Ostrożnie poruszają się w sieci i ze sceptycyzmem odnoszą się do treści, które tam znajdują (Gacka 2017, s. 87).

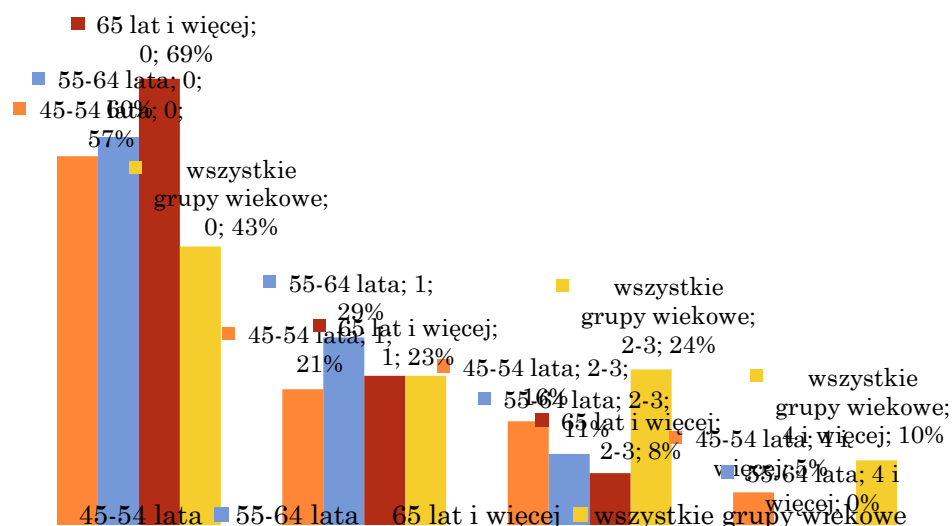
Rezygnacja z nowych mediów

Niestety osoby starsze są grupą, która najczęściej rezygnuje z nowych mediów, częściej mężczyźni niż kobiety. 16% Polaków i Polek w wieku 65+ i 13% w przedziale wiekowym 60–64 lata zadeklarowało, że w okresie 2013–2015 przestało wykorzystywać Internet (Czapiński, Panek 2015, s. 382). Starsi internauci stosunkowo rzadko komunikują się za pośrednictwem Internetu. Podstawowe zastosowanie to dla nich poszukiwanie informacji (Czapiński, Panek 2015, s. 395).

Problemy napotymane w sieci przez osoby starsze

W kontekście zagrożeń napotykanych w sieci najczęściej prowadzi się badania wśród młodzieży. Grupa osób starszych jest badana znacznie rzadziej. Została ona wyróżniona w reprezentatywnych badaniach CBOS w 2009 roku, w których pytano o różne negatywne sytuacje, które można napotkać w sieci, takie jak pobranie wirusa, nieprawdziwe informacje, oszustwa, agresja czy kradzież. Wirusy lub niebezpieczne oprogramowanie były najczęściej spotykanym zagrożeniem (35% wskazań). Najrzadziej natomiast badani internauci doświadczali kradzieży – 1% (Feliksiak 2009, s. 3). Seniorzy i seniorki trafiają w sieci relatywnie na najmniej zagrożeń. Z niemal wszystkimi negatywnymi sytuacjami częściej spotykali się internauci młodszy niż starsi (z więcej niż jedną negatywną sytuacją zetknęło się 50% najmłodszych i zaledwie 8% najstarszych respondentów (Feliksiak 2009, s. 4).

Wykres 4. Liczba negatywnych sytuacji, z jakimi zetknęli się anketowani w podziale na grupy wiekowe.



Źródło: opracowanie własne na podstawie komunikatu z badań CBOS Zagrożenia w Internecie.

Osoby starsze wobec dezinformacji

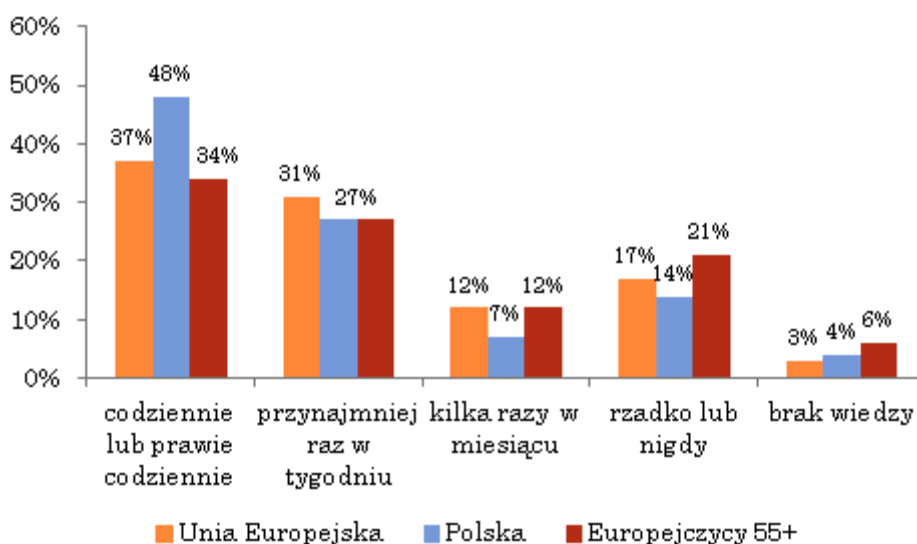
W ciągu ostatniego roku wiele badań było poświęconych dezinformacji w sieci. W 2018 roku w europejskim badaniu Eurobarometr zapytano Europejki i Europejczyków o zaufanie do kanałów przekazu i poziom rozpowszechnienia fałszywych wiadomości w sieci.

Jak wynika z ich odpowiedzi, poziom zaufania do informacji publikowanych w tradycyjnych mediach (radio, telewizja, prasa *online*) w Polsce jest niższy niż średnio w Europie. Natomiast do wiadomości przekazywanych przez sieci społecznościowe jest wyższy i wynosi 34%. Średnia wszystkich grup wiekowych dla Unii Europejskiej to 26% (Eurobarometr 2018, s. 9). Osoby starsze natomiast średnio w Europie mniej ufają wiadomościom przekazywanym *online*. Chętniej ufają natomiast mediom drukowanym (57%), telewizji (65%) i radiu (64%) (Eurobarometr 2018, s. 10).

84% Polaków i 85% Europejczyków uważa, że fałszywe wiadomości to problem w ich kraju i zagrożenie dla demokracji (Eurobarometr 2018, s. 10). Opinia zbiorowości europejskich senierek i seniorów nie odbiega od średniej – fałszywe wiadomości są problemem w opinii 82% osób starszych w Europie (Eurobarometr 2018, s. 22). Na fałszywe wiadomości w sieci trafia niemal codziennie co trzeci Europejczyk i Europejka oraz niemal połowa wszystkich mieszkańców Polski. Grupa starszych mieszkańców Unii Europejskiej nie odbiega znacząco od średniej. Niepokoić może fakt, że nieco więcej senierek i seniorów w porównaniu do innych grup wiekowych zadeklarowało brak wiedzy w tym obszarze (Eurobarometr 2018, s. 13).

Starsi mieszkańcy i mieszkanki Europy również deklaratywnie gorzej radzą sobie z rozpoznawaniem fake newsów. 71% Europejki i Europejczyków zadeklarowało w badaniu, że potrafi rozpoznać fałszywą informację. W grupie wiekowej 55+ odsetek ten wyniósł mniej – 63% (Eurobarometr 2018, s. 16–17), co może wiązać się ze wspomnianą wcześniej nieufnością do swoich kompetencji wśród senierek i seniorów.

Wykres 5. Odpowiedzi na pytanie: „Jak często trafiasz na wiadomości lub informacje, które mijają się z rzeczywistością lub są fałszywe?” w Europie, Polsce i w grupie Europejczyków w wieku 55+.



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania Eurobarometr 464.

Jak wynika z badań przeprowadzonych w 2018 roku w Stanach Zjednoczonych, wiek jest jedyną zmienną, która ma wpływ na rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji. Wraz z wiekiem rośnie prawdopodobieństwo udostępniania fake newsów na portalach społecznościowych (Guess, Nagler, Tucker 2019, s. 2). Opisywane badania prowadzone

były z wykorzystaniem wtyczki śledzącej aktywność użytkowników Facebooka, dlatego ich wyniki mogą być bardziej wiarygodne, niż kwestionariusze oparte o deklaracje. Wnioski te nie znajdują jednak potwierdzenia w deklaracyjnych badaniach prowadzonych w ramach niniejszego projektu.

Mowa nienawiści

Jeśli chodzi o doświadczenie lub stosowanie mowy nienawiści – podobnie jak w przypadku badania zagrożeń w sieci – grupą wiekową, która obejmwana jest szczególną uwagą, pozostaje młodzież. Osoby starsze jako osobna zbiorowość wyróżnione zostały tylko w jednym polskim opracowaniu dotyczącym tego problemu. Z analizy wynika, że odsetek osób stosujących mowę nienawiści spada wraz z wiekiem. W badaniu z 2016 roku zapytano Polki i Polaków o stosowanie mowy nienawiści, rozumianej jako agresja słowna wobec grup mniejszościowych. Odsetek osób, które do tego się przyznały, wynosił 41% w grupie wiekowej 50–59 lat, 35% wśród osób w przedziale 60–69 i 22% wśród osób w wieku 70+ (Winiewski i in. 2017, s. 141).

Wyniki badań reaktywnych

Opis próby badawczej

Ankiety *online* wypełniło w sumie 117 senierek i seniorów. Najmłodsza z osób miała 48 lat. Najstarsza – 90. Średnia wieku wszystkich respondentek i respondentów to 67,5. Większość respondentek i respondentów to kobiety (93 osoby). Analizując wyniki badania, należy pamiętać o tym, że realizowane ono było wyłącznie przez Internet. Dotarcie do ankiety wymagało skorzystania z poczty, mediów społecznościowych lub przeczytania prasy *online*. Do otwarcia formularza i udzielenia odpowiedzi na pytania również niezbędne były umiejętności posługiwania się komputerem. Badaniem z założenia nieobjęte więc zostały osoby, które nie posiadają podstawowych kompetencji cyfrowych. Jego głównym celem była analiza problemów, z jakimi osoby starsze spotykają się w sieci, i określenie ich potrzeb rozwojowych w obszarze nowych mediów. Trzeba pamiętać, że wyniki badania ankietowego *online* są niereprezentatywne i nie można z nich wnioskować o skali wykorzystania narzędzi cyfrowych przez ogół populacji senierek i seniorów w Polsce.

Ponadto zwraca uwagę poziom wykształcenia seniorów biorących udział w badaniu *online*. Wykształcenie średnie zadeklarowały 23 osoby (20%), wyższe – 91 osób (78%), a zawodowe – 3 (3%). Żadna z osób biorących udział w badaniu nie miała wykształcenia podstawowego. Dla porównania w 2018 roku wykształcenie wyższe miało 24% Polaków w wieku powyżej 15 roku życia, wykształcenie średnie – 34%, a zasadnicze zawodowe – 24% (BAEL GUS 2018). Widać więc, jak znaczna jest nadreprezentacja osób z wyższym wykształceniem wśród respondentek i respondentów niniejszego badania. Warto dodać, że 64% osób wypełniających ankietę zadeklarowało, że jest słuchaczem/słuchaczką uniwersytetu trzeciego wieku. Można założyć, że osoby te wciąż rozwijają swoje kompetencje cyfrowe. Jak wynika ze zrealizowanych wywiadów, w UTW często organizowane są zajęcia komputerowe dla słuchaczy i część respondentów w nich uczestniczyła.

Również wyższy jest odsetek osób zamieszkujących miasta wśród wypełniających ankietę (84%) w porównaniu do 60% ogółu Polek i Polaków w 2018 roku (BDL GUS 2018). Jeśli dodać do tego respondentów zamieszkujących obszary wiejskie wokół dużych miast, odsetek osób, które mogą skorzystać z oferty dostępnej w miastach, wyniesie 90%. W miastach zazwyczaj szerszy jest dostęp do oferty edukacyjnej. Jak wynika z danych GUS za 2018 rok, na terenach miejskich działały 1405 uniwersytety trzeciego wieku, na obszarach wiejskich niemal o połowę mniej – 792 (BDL GUS 2018). Osoby zamieszkujące miasta mają zatem potencjalnie większe możliwości uczenia się, także nabywania kompetencji korzystania z nowych mediów.

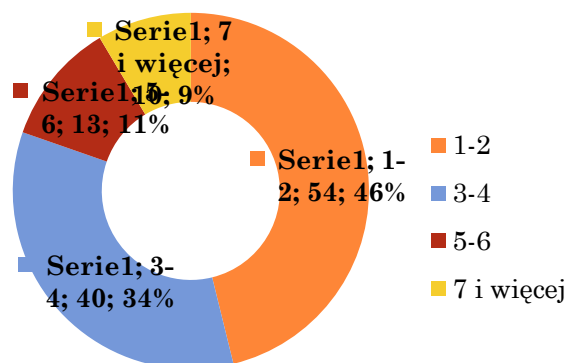
Jeszcze wyższe są kompetencje osób, z którymi prowadzone były wywiady indywidualne i grupowe. Część z nich zajmuje się edukacją cyfrową innych senierek i seniorów. Niektóre badane osoby prowadziły lub prowadzą działalność gospodarczą w branży internetowej. Kilkoro używa komputerów, od momentu, gdy pojawiły się one w Polsce. Część respondentów administruje strony internetowe swoich organizacji lub prowadzi ich profile w mediach.

Korzystanie z nowych mediów

Czas spędzany w sieci

Badane osoby zostały zapytane o to, ile godzin dziennie spędzają w sieci. Niemal połowa (46%) respondentek i respondentów spędza w sieci jedną lub dwie godziny. Jedna trzecia (34%) trzy lub godziny. 20% badanych osób spędza pięć godzin lub więcej.

Wykres 6. Schemat odpowiedzi na pytanie „Ile godzin dziennie średnio spędza Pan/i w Internecie?”.

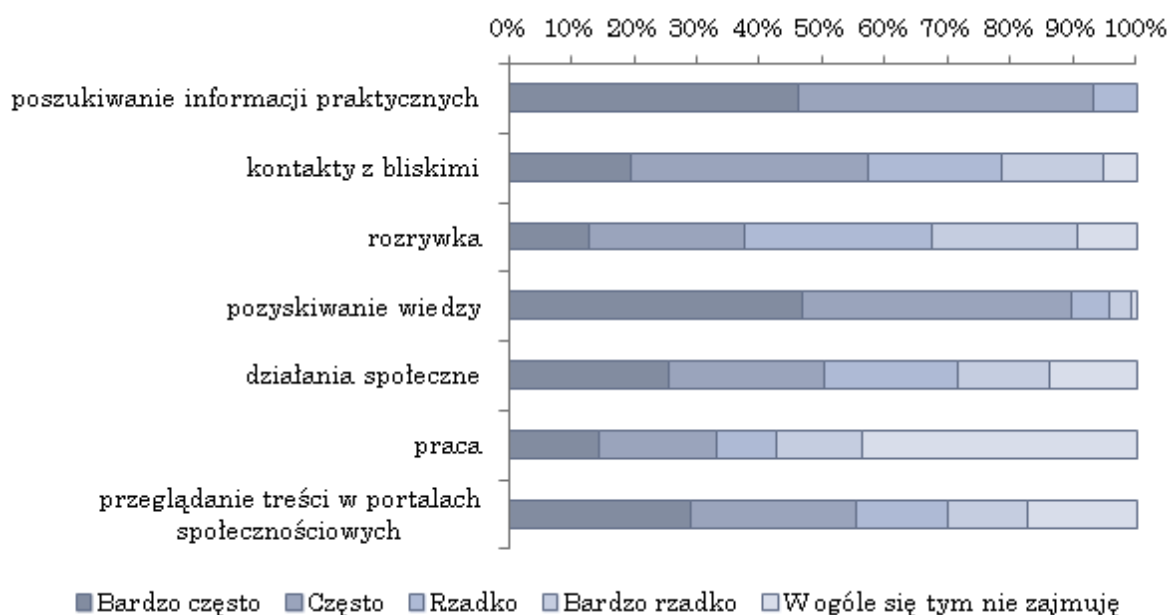


Style korzystania z Internetu

Jeśli przebadane osoby starsze wchodzi do Internetu, prawie zawsze poszukują tam informacji praktycznych (93%) lub jakiejś wiedzy (90%). Ponad połowa osób często lub bardzo często korzysta z sieci w celu podtrzymania kontaktów z bliskimi (57%) lub by skorzystać z mediów społecznościowych (56%). Niezbyt wielką popularnością cieszy się rozrywka w sieci – 9% wchodzi do Internetu w tym celu. Zwraca również uwagę fakt, niemal jedna trzecia (28%) przebadanych osób starszych bardzo rzadko lub w ogóle nie prowadzi w Internecie działalności społecznej. Przebadane osoby starsze z Internetu najrzadziej korzystały w celach zawodowych, co prawdopodobnie wiąże się z tym, że większość jest w wieku emerytalnym.

Przedstawione powyżej wyniki potwierdza również analiza danych zastanych. Większość senierek i seniorów w Polsce uruchamia aplikacje internetowe, gdy chce coś sprawdzić lub skontaktować się z kimś, nie przebywa cały czas *online* (Feliksiak 2019, s. 7).

Wykres 7. Schemat odpowiedzi na pytanie „Czym zajmuje się Pan/i w sieci?”.



Wszystkie osoby, z którymi przeprowadzone zostały wywiady pogłębione bezpośrednio lub telefoniczne, wykorzystują Internet niemal we wszystkich obszarach życia codziennego: do pozyskiwania informacji praktycznych, wiadomości ze świata, faktów dotyczących ich zainteresowań czy aktywności społecznej. Wszystkie mają konto mailowe i zdecydowana większość prowadzi *online* konto w banku. W wywiadach pojawiały się także takie użycia Internetu jak nauka języków obcych, praca, hobby. Niektóre badane osoby starsze wskazywały także na to, że Internet wyparł u nich inne media – czytają w sieci prasę, oglądają wiadomości, słuchają muzyki i radia.

Utrzymuję kontakt [z językiem francuskim]. Słucham codziennie stacji radiowych. Z najważniejszych dzienników francuskich przychodzą mi artykuły. Mam stały abonament.

Używam w zasadzie do pracy. Podjęłam studia. Korzystam w celach naukowych.

Do pracy wolontarystyczno-zawodowej. Czyli kontaktuję się z moim wolontariuszami, urzędami wszelkimi.

Wiadomości oglądam. Są głównym moim takim dostawcą informacji. Telewizji mało oglądam. [...] Dużo takich informacji historycznych ściągam. Staram się uczyć języka [...] z jakichś tam filmików, żeby sobie pogłębić moją znajomość. Oczywiście muzyka mnie interesuje. Muzyczne programy.

Służy mi to do komunikowania się, przesyłania informacji na stronę naszą, zdobywania informacji, jeśli coś tam opracowuję czy potrzebne mi są informacje z innych uniwersytetów. Po prostu taka komunikacja, zdobywanie informacji, przesyłanie informacji. I troszkę takich portali społecznościowych: Nasz Klasa, Facebook.

Raczej z gier nie korzystam, do zabawy nie. Patrzą, co publikują znajomi, odbieram pocztę. Z rozrywki rzadziej. Szukam też informacji o wydarzeniach, bo wiadomo, że na bieżąco trzeba być. Gazety kupujemy rzadko, przeglądamy dwa-trzy serwisy.¹

Internet odbierany jest raczej przez seniorów jako źródło ciekawej i praktycznej wiedzy, niż sfera rzeczywistości, w której przebywa się cały czas. Osoby, z którymi prowadzone były wywiady, raczej nie dostrzegały zjawiska uzależnienia od Internetu ani u siebie, ani u swoich znajomych. Jedna z respondentek żartobliwie wskazała, że „w naszym wieku od czegoś się trzeba uzależnić”, zakładając, że Internet jest lepszym źródłem uzależnień niż na przykład alkohol czy papierosy, bo korzystanie z niego daje wiedzę o współczesności i poszerza horyzonty. Kiloro seniorów o większym doświadczeniu z mediami społecznościowymi wskazywało na to, że na różne sposoby dawkuje sobie do nich dostęp.

Ja się staram odcinać do Facebooka, bo on jest za bardzo przeszkadzający. Mam ustawione powiadomienia w poczcie. Jak widzę, że przychodzą, to najpierw sprawdzam i dopiero wchodzę. Jakąkolwiek kontrolę nad tym zachowuję. Nie jest tak, że każdy może po prostu wciąć mi się w życie.

Media społecznościowe

Osoby starsze w ankiecie *online* zostały zapytane o to, z jakich portali społecznościowych korzystają. Zdecydowana większość wskazała Facebook. Jest to portal najbardziej popularny wśród seniorów. Korzysta z niego 79% badanych. Na kolejnych miejscach znalazły się Nasza Klasa (19%) i Instagram (15%). Badane seniorki i seniorzy wskazywali także, że korzystają z portali informacyjnych, takich jak Onet.pl czy Wp.pl, a także komunikatorów (Messenger, Skype, WhatsApp). Wymieniano również serwisy lokalne (istotne.pl) oraz branżowe (ngo.pl), które dają użytkownikom możliwość zalogowania się i mogą wspierać utrzymywanie lub nawiązywanie kontaktów społecznych.

¹ Wszystkie cytaty pochodzą z indywidualnych wywiadów pogłębionych i wywiadów grupowych, prowadzonych bezpośrednio i telefonicznie między 22 lipca a 30 sierpnia 2019 r.

Wykres 8, Odpowiedzi na pytanie „Z jakich portali społecznościowych Pan/i korzysta?”.



Uczestnicy i uczestniczki wywiadów są nie tylko odbiorcami, ale też twórcami treści na Facebooku. Prowadzą strony swoich organizacji i zamieszczają na nich bieżące informacje. Doskonalenie komunikacji na pomocą mediów społecznościowych i zwiększanie zasięgów było dość często zgłaszaną potrzebą edukacyjną przez tę grupę.

Staram się jakieś notatki napisać, przesłać do zamieszczenia na stronę, zdjęcia przesyłać. W formie takiej raczkującej to potrafię zrobić.

Jak wynika z przeprowadzonych wywiadów, osoby starsze bardzo rzadko korzystają z narzędzi do wspólnej pracy nad dokumentami. Wiąże się to z brakiem zaufania do sieci – obawiają się, że wyniki prac znikną lub zostaną usunięte. Dwie osoby w wywiadach wspominały o negatywnych doświadczeniach z utratą danych, z którymi wiąże się obawa przed pracą *online*.

Pisałem dwa tygodnie, wie pani, taką rzeczywiście ważną dla mnie rzecz. Nie wiem, co się stało, ale mi się skasowało. Musiałem coś nacisnąć. To mnie tak zraziło do tych takich internetowych... Tyle czasu na to poświęciłem. Musiałem zrobić jakiś błąd. I dwa tygodnie roboty...

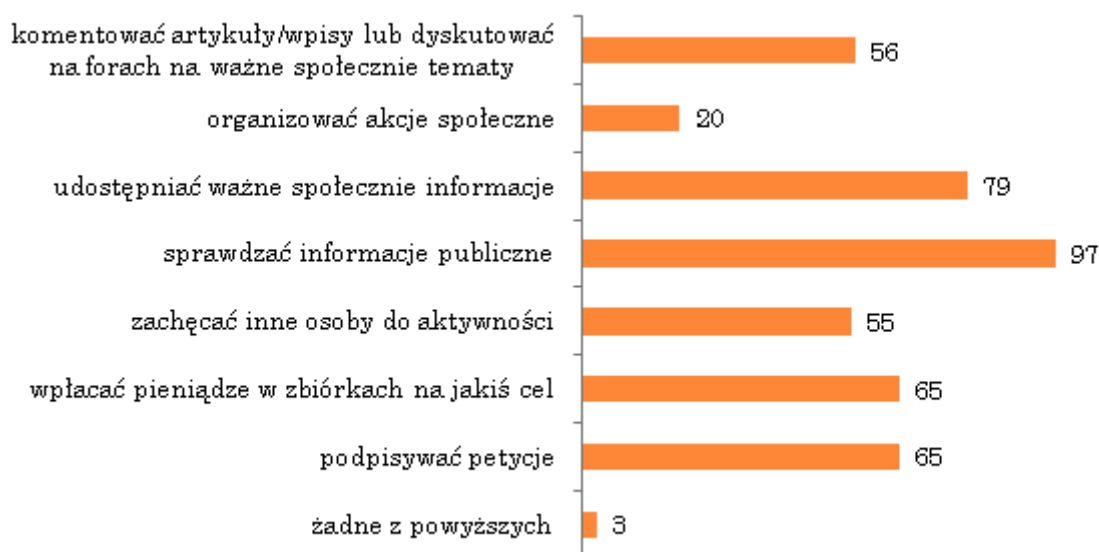
Aktywność społeczna

Seniorzy i seniorki podczas badania ankietowego zostali zapytani o formy aktywności społecznej, jakie podejmują *online*. Większość z nich (83%) zadeklarowała, że zdarzyło jej się sprawdzać informacje publiczne, udostępniać ważne społecznie informacje (68%) oraz brać udział w zbiórkach i podpisywać petycje (po 56%). Tylko trzy osoby (2%) nie zaznaczały ani jednej z wymienionych aktywności. Można więc stwierdzić, że badane osoby starsze podejmują aktywność społeczną w sieci.

Biorę udział w różnych akcjach, które tylko są zgodne z moimi zainteresowaniami i poglądami.

Piszę komentarze, lajkuję albo neguję pewne rzeczy. Codziennie rano jak wstanę po wypiciu kawy i oglądnięciu ulubionego programu, siadam do Internetu.

Wykres 9. Odpowiedzi na pytanie „Czy zdarzyło się Panu/Pani w Internecie?”.



Respondenci i respondentki w wywiadach wielokrotnie wspominali o tym, że Internet służy im także do pozyskiwania informacji o wydarzenia lokalnych i do informowania innych o swojej lokalnej aktywności.

Jak wynika z przeprowadzonych rozmów, o zaangażowaniu się w daną akcję społeczną *online* decyduje najczęściej źródło, z którego osoby starsze się o niej dowiadują. Najchętniej wspierają inicjatywy, które organizują ich znajomi, udostępniając je na przykład na swoich profilach lub wpłacając pieniądze na określony cel. Nie angażują się natomiast w zbiórki publiczne organizowane przez nieznane im podmioty.

Wspierałem nieraz osoby [...] Jak ktoś napisze, że [...] mają problem z nacjonalistami naszymi, no to wtedy oni tam piszą petycję. Coś takiego: znam kogoś, wiem, że to fajna sprawa, to wtedy podpiszę.

Sam tego nie robiłem, ale biorę udział. Popieram, przekazuję. Jak ktoś mnie o coś prosi, no to rozpropagowuję, wysyłam. Jest taka specjalizacja, wiem, że ten robi to, tamten robi to. [...] Jestem pośrednikiem.

Osoby, które działają w organizacjach pozarządowych, dodatkowo wykorzystują Internet do zarządzania organizacją: pisanie i rozliczanie wniosków o dofinansowanie projektów, kontaktów z instytucjami publicznymi czy składanie sprawozdań finansowych.

Bariery aktywności społecznej w sieci senierek i seniorów

Analizując powyższe dane, trzeba mieć na uwadze, że badania prowadzone były w grupie osób starszych korzystających z sieci, spośród których część uczy innych używania nowych mediów. Natomiast w całej populacji osób w wieku powyżej 65 roku życia w Polsce odsetek internautów wynosi tylko 26% (Feliksiak 2019, s. 2).

Dla aktywistów i aktywistek korzystających z nowych mediów właśnie ten niski poziom kompetencji cyfrowych wśród rówieśników może stanowić barierę. Podczas wywiadów pogłębionych wskazywano na przykład na trudności z zachęceniem osób starszych do głosowania na projekty w budżecie obywatelskim. Seniorzy i seniorzy obawiali się podać swój numer PESEL, co było konieczne przy głosowaniu. W systemach wyboru projektów, w którym głosowanie odbywa się wyłącznie *online* inicjatywy skierowane do osób starszych będą uzyskiwać niższe poparcie, ponieważ nie będzie wspierać ich grupa docelowa seniorów. Jak wskazywali respondenci i respondentki, obawy te wynikają z szeroko zakrojonych kampanii informacyjnych na temat oszustw, ofiarą których osoby starsze padają w Polsce. W ich wyniku seniorzy stają się podejrzliwi i chronią swoje dane także przed zaufanymi instytucjami (jak w tym wypadku urzędy). Jak wynika z przeprowadzonych wywiadów, często barierą nie jest łatwowność osób starszych, ale ich nadmierna nieufność, którą wzmacnia brak sprawności w użytkowaniu nowego narzędzia.

Przede wszystkim strach przed nowym środkiem, w którym te osoby starsze nie czują się pewnie w żaden sposób. Nie znają klawiatur, nie potrafią zastosować myszki. Jeśli rzecz dotyczy zainteresowań, które są w miarę bezpieczne: przeglądanie Internetu, wejście na Facebooka... Ale jak są rzeczy, które wiążą się z większym zagrożeniem, jak korzystanie z bankowości internetowej, to ten strach narasta. Kliknięcie myszką może sprawić, że utracimy pieniądze realne, nie wirtualne. Starsi ludzie są ludźmi doświadczonymi i wiedzą, że ich działania czymś skutkują, wiedzą, że są odpowiedzialni za swoje działania. Także ten strach właśnie narasta.

Drugą barierą związaną z niskim poziomem wykorzystania nowych mediów przez seniorów i seniorów jest trudność w dostępie do informacji. Osoby starsze, które nie mają kont w serwisach społecznościowych, mogą nie dowiadywać się o działaniach promowanych tylko tą drogą.

To jest ta sfera, nad którą pracujemy, żeby przekazywać, żeby się zwoływać. Młodzi to robią.

Jedna z rozmówczyń podczas wywiadu wskazała, że z obawy przed zawirusowaniem komputera usuwa wszystkie maile, które pochodzą od nieznanymi adresatów. Może w związku z tym nie docierać do niej wiele ważnych informacji o wartościowych akcjach.

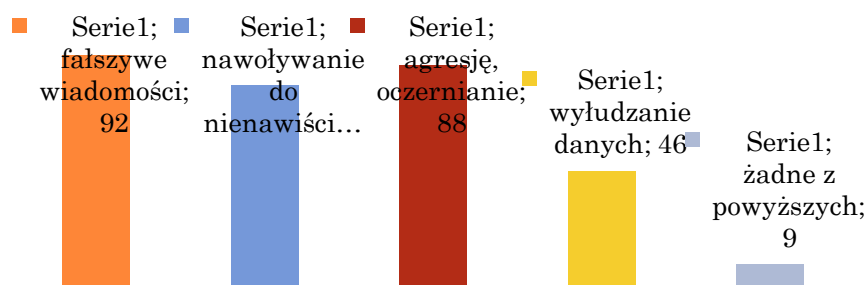
Co ja nie znam, to od razu usuwam, bo boję się tam zaglądać. Strasznie dużo spamu mi się pojawia.

Innym przykładem wykluczenia cyfrowego, które pojawiło się podczas rozmowy, jest organizacja seniorska, w której poziom kompetencji cyfrowych członków jest różny. Do osób korzystających z poczty *online* docierają informacje o wydarzeniach i akcjach społecznych, pozostałe dowiadują się o nich zbyt późno lub wcale.

Problemy napotymane przez badane seniorki i seniorów

Osoby starsze zostały poproszone o wskazanie w ankiecie *online*, jakich problemów doświadczyły w sieci. Najwięcej z nich napotykało fałszywe wiadomości (79%). Na drugim miejscu znalazła się agresja (75%). Na trzecim nawoływanie do nienawiści (68%). Tylko 8% badanych seniorów nie napotykało żadnych problemów w sieci. Wśród innych negatywnych zjawisk, o których wspomnieli w ankiecie cztery badane osoby, wymienione zostały: natarczywe emaile, nagabywanie do kupna, wirus szyfrujący pliki na dysku i wyłudzenie pieniędzy.

Wykres 10. Czy spotkał/a Pan/i w Internecie?



Nienawiść i agresja

Zdecydowana większość osób wypełniających ankietę *online* i uczestników wywiadów spotkała się z agresją w sieci. Część doświadczyła jej osobiście. Nienawiść związana była z prowadzoną przez nie aktywnością społeczną lub skojarzeniem ich organizacji z partiami politycznymi.

Niepokoi fakt, że 77% badanych osób nie zgłaszało nigdy żadnych szkodliwych treści do administratora strony. Osoby pytane podczas rozmów, jaką strategię radzenia sobie z agresją podejmują, najczęściej wskazywały ignorowanie, choć zdarzały się przypadki, w których respondenci i respondentki próbowali się przeciwstawić.

Kilka razy tak. Wpisanie komentarza jako odpowiedź na jakieś tam nieprawdziwe czy obraźliwe informacje, głównie do artykułów.

Z jednej strony większość senierek i seniorów działa w myśl zasady „nie karm trolli” i zdaje sobie sprawę, że wdając się w dyskusję, zwiększa popularność niewłaściwego posta. Z drugiej jednak brakuje im wiedzy, jak można zareagować, jednocześnie nie promując hejtu. Wśród badanych panuje poczucie zniechęcenia i rezygnacji.

W ogóle to ja po prostu nie reaguję na jakieś brednie czy nacjonalizmy. Ja to od tego się wewnętrznie odcinam.

Kiedyś reagowałem, ale potem się zorientowałem, że to są wynajęci ludzie, żeby tylko szcuć i przestałem reagować, bo to ich napędza. Nie ma co.

Kilka osób wyjaśniało, że ponieważ nienawiść nie pojawiła się na należących do nich stronach, nie czuły się w obowiązku, by zareagować. Tylko jedna osoba, która doświadczyła hejtu podczas swojej aktywności społecznej, dostrzegła potrzebę kampanii wyprzedzających mowę nienawiści wśród seniorów.

Tu jest potrzebne działanie wyprzedzające. Że nie powinniśmy czekać, aż coś takiego się zdarzy. Tylko powinniśmy wyprzedzać, zanim zdarzy się coś takiego. [...] Ten temat hejtu jest na dobrą sprawę dość świeży, więc żeby to ludziom wytłumaczyć w trakcie jakichś szkoleń, to byłyby potrzebne materiały pomocnicze, ale takie podstawowe – podstawowe pojęcia, podstawowe słownictwo – tak jak byśmy przedszkolakom tłumaczyli.

Dezinformacja

W ankiecie *online* respondenci i respondentki poproszeni zostali o ocenę wiarygodności treści dwóch artykułów zamieszczonych w Internecie. Wybrany został temat zdrowia, ponieważ jest to obszar popularny wśród osób starszych, a w sieci w obszarze zdrowiat udostępnianych jest wiele sprzecznych z wiedzą naukową informacji. Co więcej osobom starszym reklamowane są suplementy, których skuteczność nie jest potwierdzona medycznie.

Pierwszy z artykułów stanowił reklamę specyfiku, który w ciągu 28 dni całkowicie miał leczyć miażdżycę. Respondenci zostali poproszeni o ocenę na skali od 1 do 5 wiarygodności artykułu. Badane osoby bardzo dobrze poradziły sobie z zadaniem. Wiarygodność tekstu przez 71% osób oceniona została najniżej. 25% osób wybrało odpowiedź na środku skali. Tylko 4% osób uznało, że tekst może być wiarygodny. Osoby, które uznawały tekst za niewiarygodny, swoją odpowiedź uzasadniały między innymi niewiarygodnością przytoczonych badań, negatywną opinią autorytetów, nienaukowym stylem, brakiem potwierdzenia danych w innych źródłach czy całkowitym brakiem informacji o naukowcu realizującym opisywane badanie na innych stronach sieci (prof. Zygmunt Słowik). Część osób powołała się na to, że strona, na której opublikowany był tekst, miała charakter statyczny i żadne odnośniki w menu nie działały. Kilka osób powoływało się także na swoją wiedzę, doświadczenie i intuicję. W uzasadnieniach ocen w zasadzie nie pojawiły się argumenty za wiarygodnością tekstu.

Tabela 1. Uzasadnienia negatywnej oceny wiarygodności tekstu.

Przynajmniej kilka lat wcześniej powinny pojawiać się informacje o prowadzonych badaniach i wynikach w tym kierunku, a nic nie było i ten „hura optymizm”.

Argumenty pseudonaukowe. Manipulowanie za pomocą „dowodów” trudnych do weryfikacji.

Byłaby to rewolucja w walce z miażdżycą, a lekarze nie znają tego leku!

Gdyby rzeczywiście tak było, nie byłby to jakiś artykuł z nieudokumentowanymi danymi i „świadczeniami” anonimowych w gruncie rzeczy ludzi, tylko niejedno solidne doniesienie naukowe.

Po pobieżnym dość przeglądzie – brak literatury fachowej, zachęta do kupna, chwyt marketingowe (kupiła sąsiadka), śmieszne procenty, tzw. wciski.

Nie znalazłam potwierdzenia, że taka osoba jest tym, za kogo się podaje.

Nie spotkałam się z tą informacją w innych źródłach.

Lekarze nie namawiają w taki sposób do kupowania „cudownych lekarstw i kuracji”, nie ma też źródła tej wiadomości, nie wiadomo, kto za tym stoi.

Nie opieram swojej wiedzy na artykułach sponsorowanych i niezgodnych z moją wiedzą i doświadczeniem.

Nie ma w sieci żadnych informacji o naukowcu o podanym nazwisku.

Fikcyjne instytucje, osoby i badania bez podania źródeł.

W nachalny sposób przedstawia cudo, na które nie wpadli naukowcy i praktycy kardiologów. No i te 180% i inne takie wartości przecież to bzdura....

Informacje dla mnie niewiarygodne. Mam trochę wiedzy o miażdżycy i nie wierzę w moc leku, o którym nikt wcześniej nie mówił i którego nie badano.

Intuicyjnie czuję, że taki lek nie istnieje.

Zbyt optymistyczny, a strona z linka nie ma aktywnych żadnych podstron ani info o kontakcie.

Mam miażdżycę, leczę się. Nie słyszałam o metodzie prezentowanej w ww. artykule, ani też kardiolog nie wypowiadał się na ten temat.

Drugi przytoczony w ankiecie tekst dotyczył transplantacji ludziom organów świni. Artykuł opisywał rzeczywiście prowadzone badania, respondenci i respondentki wciąż jednak pozostawali wobec niego nieufni. Najniżej, na 1, wiarygodność artykułu oceniło 10% badanych, na 2 – 20%. Najwięcej osób wybrało ocenę na środku skali (40%), na 4 wiadomość oceniło 23%, a na 5 (najbardziej wiarygodny) – 8%. W przypadku tego źródła w uzasadnieniach podawano zarówno argumenty za, jak i przeciw wiarygodności tekstu.

Negatywną ocenę respondenci i respondentki uzasadniali między innymi faktem, że nie znają się na medycynie, nie znajdują informacji o badaniach w innych źródłach, a nawet hejtem (jedna osoba uznała za przejaw nienawiści postawienie znaku równości między człowiekiem a świnia w opisywanym badaniu). Argumenty za wiarygodnością tekstu odnosiły się natomiast do wiarygodności źródła, własnej wiedzy na ten temat, historii strony internetowej organizacji, na której tekst został opublikowany, czy wielostronności przekazu.

Tabela 2. Argumenty za i przeciw wiarygodności artykułu.

Tekst niewiarygodny	Tekst wiarygodny
Trudno wypowiadać się w temacie wiarygodności, gdy nie jestem związana z nauką ani medycyną.	Wiele faktów się zgadza, a badania potwierdziły podobieństwo genetyczne świni i człowieka. Już przed laty rozważano możliwość przeszczepiania ludziom serca świni.
W zasadzie nie mam zdania, musiałabym mieć więcej opinii.	Informacja pochodzi z PAP, a to raczej wiarygodny informator. Podane są też inne źródła przemawiające za prawdziwością tej wiadomości.
Były już próby wykorzystania w przeszczepach serca, ale od tego odeszło się; inne media nie podają tej informacji.	Język przekazu jest naukowy. Treść budzi zaufanie co do intencji autora. Nie jest to manipulacja ale informacja naukowa.
Słyszałam o tym jeszcze przed inwazją internetu, DNA można modyfikować, ale jest to raczej hejt człowiek=świnia.	Materiały z ubiegłych lat, firmujące całość Stowarzyszenia, cel logiczny (zostań dawcą).

<p>Nie znam się na tym, sędzę - pół na pół - że prawda, bo art. mniej entuzjastyczny i już coś na ten temat słyszałam.</p> <p>Bardzo ogólne informacje, brak danych (nazwisk, instytutów), które pracują nad tą metodą. Artykuł i strona nie wygląda na oszustwo, ale sama informacja o wyhodowaniu prosiaka jest mało wiarygodna przez brak możliwych do zweryfikowania konkretów.</p>	<p>Link do aktywnej strony z historią i kontaktami.</p> <p>Nie są ukrywane problemy z takim zastosowaniem organów i taka terapia faktycznie jest brana pod uwagę.</p>
---	---

Radzenie sobie z dezinformacją

Zwraca uwagę fakt, że badane osoby pozostały sceptyczne także wobec tekstu, co do którego sądziły, że może być wiarygodny. Fakt to potwierdza wcześniej cytowane informacje o nieufności seniorów wobec Internetu (Gacka 2017, s. 86). Wszystkie osoby w wywiadach pogłębionych wspominały o swoim niskim zaufaniu do informacji zamieszczonych w sieci i strategiach sprawdzania ich wiarygodności.

Sprawdzam, kiedy to było publikowane, kto to publikował. Taka podstawowa historia. Jak strona jest rządowa, to można jej zawierzyć. Jeśli ministerialna - też. Chodzi o wiarygodność informacji. Jeżeli to jest państwowa strona, to inaczej patrzymy na jej zawartość.

Wiele informacji, które się ukazują w różnych portalach – do końca nie jestem pewna, czy to są wiarygodne rzeczy, wiarygodne portale. Czytam różne rzeczy, oglądam, no i porównuję, żeby nie iść ślepo w jedną tylko platformę czy program telewizyjny. To nie.

U mnie zawsze jest to pytanie: dlaczego? Czy to jest w ogóle możliwe? Czy to jest realne? Czy to pasuje do tej osoby, która to powiedziała? Nie mam czasu, żeby szukać, sprawdzać, ale odłożyć na półeczkę na boku i zobaczyć. [...] To odkładanie tak na bok do odleżenia się, do dojrzania, to trzeba mieć w głowie.

Międzynarodowa Federacja Stowarzyszeń i Instytucji Bibliotekarskich opublikowała wskazówki, jak rozpoznawać nieprawdziwe informacje (ILFA 2019). W badaniu ankietowym zapytano seniorów i seniorki o to, które z nich stosują. Respondenci najczęściej sprawdzają podejrzaną informację w kilku źródłach (69%), dość często także starannie wyczytują się w podejrzaną wiadomość (62%) lub poszukują informacji o autorach (52%). Badani seniorzy najrzadziej zwracają się o wsparcie ekspertów (11%). 12% badanych seniorek i seniorów w ogóle nie sprawdza wiarygodności treści.

Wykres 11. Odpowiedzi na pytanie „Czy zdarzyło się Panu/Pani sprawdzać wiarygodność wiadomości, na którą trafił/a Pan/i w Internecie?”

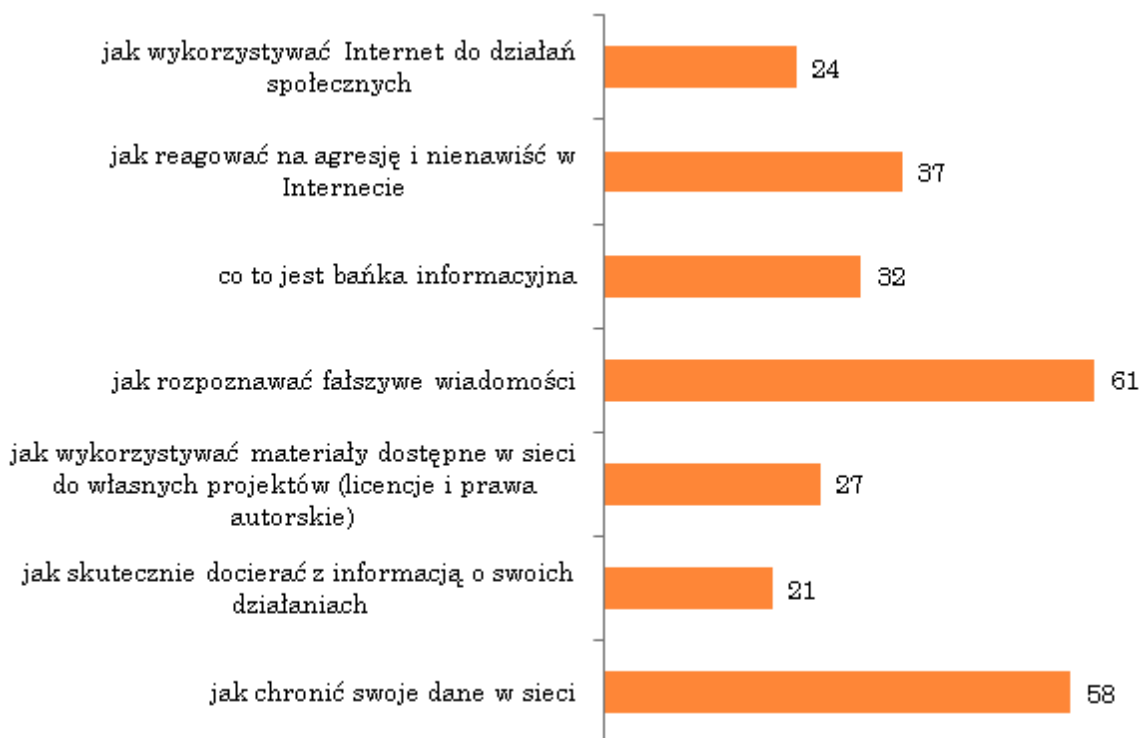


Można więc stwierdzić, że przebadane osoby starsze potrafią zidentyfikować fałszywe informacje i raczej pozostają nadmiernie podejrzliwe, niż łatwowierne wobec napotykanym w sieci źródła.

Potrzeby edukacyjne badanych

Na końcu wywiadów i ankiety *online* seniorzy i seniorki zostali poproszeni o wskazanie swoich potrzeb edukacyjnych i obszarów rozwojowych w dziedzinie nowych mediów. Pomimo poradzenia sobie z zadaniem oceny wiarygodności artykułów najwięcej osób wskazało rozpoznawanie fałszywych wiadomości (52%). Drugim popularnym obszarem była ochrona danych w sieci (50%). Najmniej osób zainteresowanych było wykorzystywaniem Internetu do informowania o swojej aktywności (18%) i działań społecznych (20%). Dodatkowo w pytaniu otwartym kilkakrotnie wskazywano na sposoby radzenia sobie z niechcianą reklamą, wyskakującymi okienkami i spamem.

Wykres 12. Odpowiedzi na pytanie „Jakiej wiedzy w poruszaniu się po Internecie najbardziej Panu/Pani brakuje?”



Drugim ważnym wątkiem wskazywanym w ankiecie przez seniorki i seniorów była potrzeba ciągłego podnoszenia swoich umiejętności w związku z ciągłym rozwojem i zmienianiem się samego Internetu.

Tabela 3. Potrzeby rozwojowe senierek i seniorów.

Mam ciągle ogromny brak wiadomości/umiejętności w poruszaniu się w Internecie. Zmiany następują szybko, a doszkoleń praktycznie nie ma.

Osoby starsze potrzebują ciągłego doszkalania w poruszaniu się w zmieniającym się cyfrowym świecie.

Brakuje nam szkoleń na temat nowości w Internecie i sposobie ich używania.

Rekomendacje w zakresie edukacji medialnej osób starszych

Reagowanie na mowę nienawiści

Podczas wywiadów pogłębionych wszystkie przebadane osoby zadeklarowały, że spotkały się z agresją lub nienawiścią w sieci wielokrotnie. Jednak żadna z nich nigdy nie zgłosiła tego faktu do administratora serwisu lub policji. Dla porównania w badaniu ankietowym 80 osób zadeklarowało, że spotkało się w nienawiścią w sieci, a tylko 27 kiedykolwiek zgłaszało administracji niewłaściwe treści. Tylko jedna z badanych osób zadeklarowała, że w ostatnim czasie dowiedziała się, że nienawistne posty można zgłaszać administracji. Kilka osób deklaruje, że podejmowało dyskusję z autorem/autorką hejterskiego wpisu. Panuje jednak przekonanie, że nie warto podejmować tego rodzaju aktywności, gdy podnosi ona popularność nienawistnych postów. Seniorzy i seniorki odczuwają dużą bezradność wobec nienawiści – dostrzegają ją, ale nie wiedzą, jak reagować. Jak wskazała jedna respondentka, warto opracować materiały edukacyjne skierowane właśnie do tej grupy.

Rozpoznawanie nieprawdziwych wiadomości

Wszystkie przebadane podczas wywiadów pogłębionych osoby spotkały się z nieprawdziwymi wiadomościami w sieci i wszystkie uznały, że rozpoznawanie fake newsów byłoby ciekawym tematem na warsztaty. W ankiecie *online* fałszywe informacje były najczęściej wskazywanym problemem (92 wskazania). Respondenci i respondentki jako przykład fake newsów, z którymi się spotykali, najczęściej podawali wiadomości o charakterze politycznym lub dotyczącym życia sławnych osób. Większość osób ma swoje sposoby na potwierdzanie prawdziwości informacji w sieci. Tylko jedna z badanych osób podała przykład fałszywej informacji, którą uważała za prawdziwą. Dotyczyła ona negatywnego wpływu promieniowania telefonów komórkowych na zdrowie. Być może więc warto przy okazji omawiania zagadnienia fałszywych informacji poruszyć również temat niewiarygodnych autorytetów, którzy podpisują się pod nieprawdziwymi informacjami w obszarze medycyny i nauk ścisłych.

Bańka filtrująca

Wszystkie przebadane podczas wywiadów indywidualnych osoby uznały, że temat bańki filtrującej byłby ciekawym zagadnieniem na warsztaty i chciałyby dowiedzieć się o tym więcej. 32 w ankiecie *online* zadeklarowały potrzebę poszerzenia wiedzy na ten temat. Wiedza respondentek i respondentów w tym zakresie różni się znacznie. Część z nich zdaje sobie sprawę, że portale społecznościowe i wyszukiwarki gromadzą informacje na ich temat i na ich podstawie sugerują treści. Część w ogóle nie ma takiej świadomości. Warto podkreślić, że żadna z badanych osób nie wiedziała o istnieniu trybu *incognito* przeglądarki internetowej i nie interesowała się, co jest zapisywane w historii wyszukiwania. Nie zgłoszono jednak, że byłby to temat warty poruszenia podczas warsztatów.

Bezpieczeństwo danych

Kwestia bezpieczeństwa danych jest kluczowym obszarem zainteresowania nie tylko badanych senierek i seniorów, ale – jak wynika z wywiadów – także ich znajomych w starszym wieku. Większość respondentek i respondentów ma dostęp online do konta bankowego. Wiedza badanych osób jest zróżnicowana. Część z nich deklaruje, że zwraca

uwagę na certyfikaty bezpieczeństwa i informacje dotyczące szyfrowania, część zgłaszała potrzeby wiedzy w tym zakresie. Jedna osoba zgłosiła chęć pozyskania wiedzy na temat kantorów i kredytów *online*, załatwiania spraw urzędowych przez Internet i profilu zaufanego. W ankiecie *online* 58 osób zadeklarowało, że brakuje im wiedzy na temat tego, jak chronić swoje dane w sieci.

Podczas wywiadów pojawiła się również opinia, że osoby starsze ze względu na liczne ostrzeżenia kierowane ku nim są zbyt ostrożne i na przykład nie głosują w budżecie obywatelskim, obawiając się podać swój PESEL *online*, co zmniejsza szansę wyboru projektów kierowanych do senierek i seniorów. Aktywistkom i aktywistom przydałyby się więc konkretne argumenty, które mogliby wykorzystać w rozmowach z rówieśnikami, dlaczego dana strona jest bezpieczna.

Komunikacja w mediach społecznościowych

Trzy przebadane w trakcie wywiadów osoby zgłosiły, że ważnym dla nich tematem byłoby prowadzenie stron na Facebooku. Szczegółowe potrzeby edukacyjne są dość zróżnicowane i dotyczą zarówno tworzenia atrakcyjnych postów i docierania z nimi do jak najszerszego grona użytkowników, jak również tworzenia prezentacji, prowadzenia wywiadów (jaka długość i treści) oraz materiałów filmowych. Dwie z badanych osób zgłosiły potrzeby związane z autoprezentacją w mediach. Zgłaszano także chęć uzyskania wiedzy technicznej dotyczącej obrabiania i przycinania filmów czy przesyłania zdjęć innym, publikowania ich lub przenoszenia obrazów z telefonu na komputer. Dodatkowo jedna osoba zgłosiła potrzebę dotyczącą prowadzenia akcji fundraisingowych w sieci.

Licencje i prawa autorskie

Zagadnienie wykorzystywania materiałów dostępnych w Internecie w działalności non-profit i edukacyjnej pojawiło się dwukrotnie w wywiadach. Jedna z badanych osób przyznała się, że w ogóle nie korzysta z materiałów historycznych dostępnych w sieci ze względu na obawy przed ewentualnymi roszczeniami i potrzebowałaby wiedzy, w jakich sytuacjach może z nich skorzystać. Nie było jej znane pojęcie otwartej licencji. Inna zadeklarowała, że wykorzystuje materiały dostępne w sieci, ale ze względu na ograniczony zasięg swoich postów, nie martwi się licencjami.

Nowości

W odpowiedziach na pytanie otwarte o podnoszenie kompetencji medialnych w ankiecie *online* zgłoszono potrzebę nieustannego rozwoju w związku ze zmianami zachodzącymi w Internecie. Być może warto rozważyć cykl powtarzających się warsztatów o nowych dostępnych narzędziach i zagrożeniach w sieci lub zebranie ciekawych źródeł (portali, blogów) na ten temat w języku polskim.

Bibliografia

Badanie Aktywności Ekonomicznej Ludności GUS za 2018.

Bank Danych Lokalnych GUS za 2018.

Czapiński J., Panek T., *Diagnoza społeczna 2015. Warunki i jakość życia Polaków*, Rada Monitoringu Społecznego, Warszawa 2015.

Fake news and disinformation online, Eurobarometr 2018.

Gacka J., *Polscy seniorzy w sieci: wirtualna złota jesień? Korzystanie przez osoby dojrzałe z internetu i nowych technologii*, „Konteksty społeczne” nr 1(9):2017.

Guess A., Nagler J., Tucker J., *Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook*, “Science Advances” nr 1(5):2019.

Feliksiak M., *Korzystanie z Internetu*, CBOS, Warszawa 2019.

Feliksiak M., *Zagrożenia w Internecie*, CBOS, Warszawa 2009.

How to spot Fake News?, International Federation of Library Associations and Institutions 2019, <https://www.ifla.org/publications/node/11174>, dostęp: 30.09.2019 r.

Mierzecka A., Tarkowski A., *Taksonomia funkcjonalnych kompetencji cyfrowych oraz metodologia pomiaru poziomu funkcjonalnych kompetencji cyfrowych osób z pokolenia 50+*, Stowarzyszenie „Miasta w Internecie”, Tarnów 2015.

McQuail D., *Teoria komunikowania masowego*, PWN, Warszawa 2019.

Winiewski M. i in., *Mowa nienawiści, mowa pogardy. Raport z badania przemocy werbalnej wobec grup mniejszościowych*, Fundacja im. Stefana Batorego, Warszawa 2017.

Aneks. Narzędzia badawcze.

Wytyczne do indywidualnych wywiadów pogłębionych i wywiadów grupowych.

Wprowadzenie

Celem naszej rozmowy jest jak najlepsze dostosowanie warsztatów z edukacji medialnej do Państwa potrzeb i zainteresowań. Interesuje nas, w jakich sytuacjach osoby starsze korzystają z Internetu i do czego go wykorzystują. Wyniki tego badania będą anonimowe, to znaczy, że nie będzie można zidentyfikować autorów /autorek przytaczanych wypowiedzi.

Ogólnie praktyki

- Jak często korzysta Pan/i z Internetu?
- W jakich sytuacjach?
- Jakie strony najczęściej Pan/i odwiedza?
- Jakie urządzenia Pan/i wykorzystuje do łączenia się z Internetem?
- Ile godzin dziennie średnio spędza Pan/i, korzystając z sieci?

Rozrywka

- Czy korzysta Pan/i z Internetu do spędzania czasu wolnego?
- Czy zdarzało się Pan/i korzystać z Internetu do rozwijania swoich pasji, zainteresowań?

Informacje

- Czy Internet służy Panu/Pani do pozyskiwania informacji?
- Jakich informacji najczęściej Pan/i poszukuje w sieci?
- Z jakich stron Pan/i korzysta?
- Czy sprawdza Pan/i wiarygodność informacji publikowanych w Internecie?
- Czym kieruje się Pan/i w ocenie wiarygodności treści?
- Czy słyszał/a Pan/i o fałszywych informacjach rozpowszechnianych w sieci?
- Czy sądzi Pan/i, że może być to ważny problem dla osób starszych?

Życie codzienne

- Czy korzysta Pan/i z Internetu do załatwiania spraw dnia codziennego?

Relacje społeczne

- Czy korzysta Pan/i z maila? *Jeśli tak*, jak często?
- Czy zdarza się Panu/Pani prowadzić rozmowę wideo/głosową przez Internet? *Jeśli tak*, jak często?
- Czy korzysta Pan/i z mediów społecznościowych? *Jeśli tak*: jakich?
- Dlaczego Pan/i z nich korzysta/nie korzysta?
- Jak wiele czasu dziennie spędza Pan/i w mediach społecznościowych?
- Czy spotkał/a się Pan/i z sytuacją, że ktoś był agresywnie atakowany/szkalowany w Internecie?
- *Jeśli tak*: Jaka była Pana/Pani reakcja?
- Jak Pan/i sądzi, co można by w takiej sytuacji zrobić?
- Czy problem agresji w sieci jest ważny dla osób starszych?

Wizerunek

- Czy publikuje Pan/i informacje o osobie w mediach społecznościowych?
- Jakie informacje publikuje Pan/i na swoim profilu?

- Czy wie Pan/i, jakie informacje wyświetlają się w Internecie na Pana/Pani temat?
- Czy ma to dla Pana/Pani znaczenie?
- *Jeśli tak*: czy kontroluje Pan/i informacje o sobie w sieci w jakiś sposób?

Prywatność

- Czy zabezpiecza Pan/i w jakiś sposób swoje dane w sieci?
- Czy sądzi Pan/i, że jest to potrzebne?
- Czy zmieniał/a Pan/i kiedykolwiek ustawienia zabezpieczeń przeglądarki internetowej?
- Czy zdarzało się Panu/Pani korzystać z trybu incognito przeglądarki internetowej?
- Zdarza się, że niektóre strony proszą o udostępnienie informacji, które zamieszcza Pan/i na swoim profilu w mediach społecznościowych. Czy zgadza się Pan/i na to?
Jeśli tak: od czego uzależnia Pan/i zgodę?
- Jeśli wyraża Pan/i zgodę, czy wie Pan/i, co może stać się z Pana/Pani danymi?
- Czy spotkał/a się Pan/i z taką sytuacją, że przeglądarka internetowa dopasowywała wyniki wyszukiwania do tego, co wcześniej przeglądał/a Pan/i w Internecie?
- Czy zdarzyło się Panu/Pani, że na serwisie społecznościowym wyświetlały się Panu/Pani informacje głównie na temat tego, czym się Pan/i interesuje, zgodnie z Pana/Pani poglądami?
- Czy sądzi Pan/i, że kwestia śledzenia w sieci to ciekawy temat dla osób starszych?

Aktywizm

- Czy zdarzało się Panu/Pani wykorzystywać Internet w swoich działaniach/projektach? *Jeśli tak*: w jaki sposób?
- Czy sądzi Pan/i, że Internet może być pomocny w Pana/Pani działalności?
- Czy zdarzało się Panu/Pani angażować się w akcje obywatelskie w Internecie?
(*Dopytać o*: tworzenie/podpisywanie petycji, wysyłanie wiadomości do władz, zbiórki pieniędzy, rozpowszechnienie informacji, poszukiwanie informacji publicznej, organizowanie wydarzeń)?
- Czy zdarzyło się Panu/Pani pracować z innymi osobami nad wspólnymi projektami w Internecie? *Jeśli tak*: z jakich narzędzi Pan/i korzystał/a?

Potrzeby edukacyjne

- Czego chciał/a/by się Pan/i nauczyć podczas wrześnieowych warsztatów?
- Jak chciał/a/by Pan/i wykorzystać tę wiedzę?
- Jakie tematy związane z Internetem mogą być interesujące dla osób starszych?

Kwestionariusz ankiety online

Szanowni Państwo,

Towarzystwo Inicjatyw Twórczych "ę" zaprasza do wypełnienia ankiety, która jest częścią badania w ramach projektu Seniorzy w sieci. Państwa odpowiedzi pozwolą nam zrozumieć, w jaki sposób posługują się Państwo mediami, jaki jest poziom kompetencji medialnych wśród seniorów w Polsce oraz zaplanować rozwijanie programów, które dotyczą edukacji medialnej seniorów. Bardzo dziękujemy za poświęcony czas - wypełnienie ankiety zajmie Państwu od 15-30 min. Wszystkie informacje zawarte w tej ankiecie analizować będziemy anonimowo. Na wyniki czekamy do 22.09.2019.

Pozdrawiamy,

Zespół Towarzystwa Inicjatyw Twórczych "ę"

1. Ile godzin dziennie średnio spędza Pan/i w Internecie?

Prosimy o wpisanie liczby.

2. Czym zajmuje się Pan/i w sieci?

- poszukiwanie informacji praktycznych
- kontakty z bliskimi
- rozrywka
- pozyskiwanie wiedzy
- działania społeczne
- praca
- przeglądanie treści w portalach społecznościowych
- inne. Jakież?....

3. Z jakich portali społecznościowych Pan/i korzysta? *Prosimy zaznaczyć wszystkie portale, na których ma Pan/i konto.*

- Facebook
- Twitter
- Nasza Klasa
- Pinterest
- Instagram
- Reddit
- Snapchat
- Inny. Jaki?...
- Nie korzystam z żadnych portali.

4. Czy zdarzyło się Panu/Pani w Internecie...

Prosimy o zaznaczenie wszystkich aktywności, które kiedykolwiek Pan/i podejmował/a.

- podpisywać petycje
- wpłacać pieniądze w zbiórkach na jakiś cel
- zachęcać inne osoby do aktywności
- sprawdzać informacje publiczne

- udostępniać ważne społecznie informacje
- organizować akcje społeczne
- komentować artykuły/wpisy lub dyskutować na forach na ważne społecznie tematy
- inne aktywności...

5. Czy spotkał/a Pan/i w Internecie?

Prosimy o zaznaczenie wszystkich zjawisk.

- fałszywe wiadomości
- nawoływanie do nienawiści
- agresję, oczernianie
- wyłudzenie danych

6. Czy zdarzyło się Panu/Pani zgłaszać treści, które uważał/a Pan/i za niewłaściwe, do administratora strony?

- tak
- nie

7. Prosimy o ocenę wiarygodności informacji zawartych w poniższym artykule² na skali od 1 do 5:

² Źródło: <http://healthpipl.com/miazdzyca/koniec-ery-miazdzycy-i-zawalow-serca/> dostęp: 14.08.2019-26.09.2019.



Koniec ery miażdżycy i zawałów serca? Polak odkrył metodę, która udrażnia tętnice i przywraca prawidłowe krążenie w 28 dni

ARTYKUŁY / NAJNOWSZE ODKRYCIA | „Koniec ery miażdżycy! Przełomowa kuracja...”




Czy nowa metoda bezinwazyjnego udrażniania tętnic sprawi, że miliony ludzi przestaną żyć w strachu przez zawałem serca i udarem? Wybitni specjaliści ds. kardiologii nie mają wątpliwości, że

Czy chciał/a/by Pan/i uzasadnić swoją ocenę?

8. Prosimy o ocenę wiarygodności informacji zawartych w poniższym artykule³ na skali od 1 do 5:

³ Źródło: <https://www.dawca.pl/aktualnosci/5368.swinia-dawca-organow-dla-czlowieka> dostęp: 14.08.2019-26.09.2019.

www.dawca.pl/aktualnosci/5368.swinia-dawca-organow-dla-czlowieka


Dawca.pl
 Bądź świadomym dawcą narządów

O NAS JAK ZOSTAĆ DAWCĄ AKTUALNOŚCI KLUB DAWCA.PL E-LEARNING SKLEP KONTAKT



SWINIA DAWCĄ ORGANÓW DLA CZŁOWIEKA

Polscy naukowcy o krok od wyhodowania świni, która mogłaby być dawcą organów dla człowieka. Jednym z głównych problemów transplantologii jest brak narządów do przeszczepów. Naukowcy próbują rozwiązać ten problem na trzy sposoby: konstruując sztuczne narządy, prowadząc badania nad wyhodowaniem organów z komórek macierzystych lub modyfikując genetycznie świnię.

Jest to możliwe, bo DNA świni jest w 94 proc. zgodne z DNA człowieka – przypomina „Dziennik Polski”. Tylko małpy mają materiał genetyczny bardziej zbliżony do nas. Jest on w 98 proc. analogiczny do ludzkiego. Zależą trzody chlewnej jest jednak wielkość organów i wydolność fizjologiczna, porównywalna do człowieka. Świnię szybko się rozmnażają i są stosunkowo łatwo poddają się modyfikacjom genetycznym.

Naukowcy chcą wyhodować świnię, która będzie miała geny obniżające barierę immunologiczną świni-człowiek. Prosiak z numerem 252 z wyglądu nie wyróżnia się niczym szczególnym. Dopiero kilka tygodni temu badania molekularne potwierdziły jego wyjątkowość. Jako jedyny jest nosicielem genu, który zmniejsza różnicę immunologiczną między świnią a człowiekiem, czyli ogranicza reakcję odrzutu przeszczepionego narządu. Jeśli uda się pokonać barierę immunologiczną i wykluczyć ryzyko zarażenia człowieka świniskimi patogenami, jest szansa na uzyskanie komórek, tkanek i narządów do transplantacji u człowieka. Tłanki chlewnie i kosne mogłyby posłużyć do rekonstrukcji rozległych ubytków kostnych, a skóra świni jako opatrunek biotechnologiczny.

Zródło: RMP/PAP
Fot: Scott Bauer



AKTUALNOŚCI

- 2019
- 2018
- 2017
- 2016
- 2015
- 2014
- 2013
- 2012
- 2011
- 2010
- 2009
- 2008

Czy chciał/a/by Pan/i uzasadnić swoją ocenę?

9. Czy zdarzyło się Panu/Pani sprawdzać wiarygodność wiadomości, na którą trafił/a Pan/i w Internecie?

Prosimy o zaznaczenie wszystkich pasujących odpowiedzi.

- kontrola wiarygodności źródła, z którego wiadomość pochodzi
- dodatkowe uważne przeczytanie treści wiadomości
- poszukiwanie informacji o autorach
- poszukiwanie tej wiadomości w innych źródłach
- sprawdzenie daty opublikowania wiadomości
- namysł, czy własne przekonania mają wpływ na odbiór wiadomości
- zapytanie ekspertów
- inne, jakie?
- Nie sprawdzam wiarygodności wiadomości.

9. Jakiej wiedzy w poruszaniu się po Internecie najbardziej Panu/Pani brakuje?

Prosimy o zaznaczenie maksymalnie dwóch odpowiedzi.

- jak chronić swoje dane w sieci
- jak skutecznie docierać z informacją o swoich działaniach
- jak wykorzystywać materiały dostępne w sieci do własnych projektów (licencje i prawa autorskie)
- jak rozpoznawać fałszywe wiadomości
- co to jest bańka informacyjna
- jak reagować na agresję i nienawiść w Internecie
- jak wykorzystywać Internet do działań społecznych

- Potrzebna jest mi inna wiedza. Jaka?

10. Jaka jest Pana/Pani płeć?

- kobieta
- mężczyzna

11. Ile ma Pan/i lat?

12. Jakie jest Pana/Pani wykształcenie?

- podstawowe
- zawodowe
- średnie
- wyższe

13. Czy jest Pan/i słuchaczem/słuchaczką Uniwersytetu Trzeciego Wieku?

- tak
- nie

14. Gdzie Pan/i mieszka?

- w dużym mieście
- na obszarach w okolicy dużego miasta
- w małym mieście
- na wsi

15. Czy chciał/a/by Pan/i przekazać nam coś jeszcze?

Projekt „Seniorzy w sieci” powstał jako część programu „Seniors and Disinformation in the V4/ Seniorzy i dezinformacja w krajach wszechradzkich”, który jest prowadzony przez 4 organizacje. W Polsce realizuje go Towarzystwo Inicjatyw Twórczych „e”, w Czechach – Transitions, w Słowacji – Memo98, a na Węgrzech – Center of Independent Journalism.

towarzystwo
inicjatyw
twórczych



Transitions

W Polsce projekt współfinansowany jest przez Polsko-Amerykańską Fundację Wolności. W projekcie uczestniczą m.in. ambasadorzy programu „Seniorzy w akcji” realizowanego przez Towarzystwo Inicjatyw Twórczych „e” i Polsko-Amerykańską Fundację Wolności.

POLSKO-AMERYKAŃSKA
FUNDACJA WOLNOŚCI

