



SOCIAL SENIOR.

CYFROWA INKLUZYWNOŚĆ OSÓB STARSZYCH W POLSCE



Raport z badań i warsztatów zrealizowanych w ramach projektu finansowanego przez IDUB UW*

*Projekt sfinansowany ze środków pochodzących z VI edycji Konkursu III.3.2. „Promocja badań naukowych”, organizowanego w ramach Programu „Inicjatywa Doskonałości - Uczelnia Badawcza” Uniwersytetu Warszawskiego.

O autorkach raportu

Za raportem „Social Senior” stoi interdyscyplinarny zespół badaczek związanych z Uniwersytetem Warszawskim, łączących doświadczenia z zakresu medioznawstwa, psychologii, komunikacji społecznej, zarządzania mediami i edukacji cyfrowej. Projekt łączy wiedzę naukową, praktykę społeczną i zaangażowanie w budowanie cyfrowej inkluzji osób starszych.



dr hab. Anna Jupowicz-Ginalska, prof. ucz.

Profesor uczelni, medioznawczyni i specjalistka w zakresie zarządzania mediami i marketingu medialnego. Inicjatorka i kierowniczka projektu „Social Senior”. Współautorka pierwszego badania FOMO w Polsce. W projekcie odpowiadała za koncepcję badawczą i nadzór merytoryczny.



dr n. med. Katarzyna Iwanicka

Psychoterapeutka, superwizorka i certyfikowana specjalistka psychoterapii uzależnień, trenerka umiejętności psychospołecznych. W projekcie zajmowała się analizą dobrostanu psychicznego seniorów, ze szczególnym uwzględnieniem aspektów profilaktyki stresu informacyjnego i rozwoju osobistego osób starszych.



dr Martyna Dudziak-Kisio

Medioznawczyni, badaczka i certyfikowana trenerka (IES London), wykładowczyni akademicka. W projekcie odpowiadała za przygotowanie i realizację warsztatów edukacyjnych, a także analizę ich wpływu na kompetencje cyfrowe i dobrostan uczestników.



mgr Ksenia Wróblewska

Medioznawczyni, kulturoznawczyni, amerykanistka i profesjonalna project managerka, PMO. Doktorantka na Uniwersytecie Warszawskim. W projekcie koordynowała działania komunikacyjne, prowadziła działania warsztatowe i odpowiadała za opracowanie materiałów edukacyjnych i raportowych.

Współpracownicy projektu:

Projekt „Social Senior” nie mógłby powstać bez zaangażowania dodatkowych specjalistów i współpracowników:

Iwona Piechocka - identyfikacja wizualna oraz obróbka graficzna materiałów edukacyjnych i promocyjnych,

Cezary Jaszcak - przygotowanie oraz edycja podcastów z udziałem uczestników warsztatów,

Anibal Ubilla - przygotowanie oraz administrowanie stroną internetową projektu,

Yauheni Klimko - przygotowanie bazy danych kontaktowych i promocyjnych.

W raporcie wykorzystano materiały fotograficzne autorów z serwisu Unsplash/bezplatna licencja:

Keith Tanner, Krakenimages, Centre for Ageing Better, Beth Macdonald, Age Cymru, Claudio Schwartz, Brett Jordan.



SOCIAL SENIOR

1. Wstęp.....	4
1.1. Starzenie się społeczeństw - globalny i lokalny kontekst.....	5
1.2. Transformacja cyfrowa a nowa nierówność społeczna.....	5
1.3. Obecność seniorów w mediach społecznościowych.....	6
1.4. Kontekst europejski i cyfrowe obywatelstwo.....	6
1.5. Solidarność międzypokoleniowa jako warunek inkluzywności.....	6
2. Seniorzy a social media - wyniki badań reprezentatywnych (wyimek).....	8
2.1 Korzystanie z mediów społecznościowych - dane podstawowe.....	9
2.2 Zaangażowanie w prowadzenie mediów społecznościowych.....	9
2.3 Urządzenia ICT a seniorzy.....	11
2.4. Okoliczności korzystania z mediów społecznościowych.....	12
2.5 Zagrożenia związane z użytkowaniem mediów społecznościowych	13
2.6 Higiena cyfrowa.....	15
3. Działania warsztatowe: przebieg, materiały, efekty.....	16
3.1 Przebieg warsztatów.....	17
3.2 Materiały.....	18
3.3 Efekty.....	19
4. Znaczenie działań rozwojowych dla dobrostanu psychicznego seniorów....	20
Bibliografia.....	23
5. Nota metodologiczna.....	24

1

WSTEP



1.1. Starzenie się społeczeństw - globalny i lokalny kontekst

Jednym z najbardziej widocznych procesów społeczno-demograficznych XXI wieku jest starzenie się społeczeństw. Zjawisko to, rozumiane jako wzrost udziału osób w wieku senioralnym (60+ lub 65+, w zależności od przyjętej definicji) w ogólnej strukturze ludności, wynika z wydłużającej się długości życia i spadającego współczynnika urodzeń. Według prognoz Światowej Organizacji Zdrowia (WHO), do 2050 roku odsetek osób w wieku 60+ wzrośnie globalnie z 12% do 22%.

W Europie, a szczególnie w Polsce, proces ten postępuje jeszcze szybciej. Nasz kraj przekroczył próg starości demograficznej już w 1967 roku, a w 1980 roku wszedł w fazę zaawansowanego starzenia się społeczeństwa (Synak, 2002). Obecnie, ponad 24% obywateli Polski ma 60 lat lub więcej, a według danych Głównego Urzędu Statystycznego odsetek ten wzrośnie do około 33% do roku 2050 (Wyszkowska et. al, 2024). Polska jest jednym z krajów Unii Europejskiej, w których tempo starzenia się populacji należy do najwyższych.

Wydłużenie życia i rosnący udział osób starszych w populacji wiążą się z wielowymiarowymi wyzwaniami - zarówno dla systemów emerytalnych, służby zdrowia i budżetów publicznych, jak i dla życia rodzinnego, rynku pracy czy rynku usług i mediów. Społeczeństwa muszą nie tylko dostosować infrastrukturę i polityki społeczne do nowych realiów, ale także uwzględnić seniorów jako pełnoprawnych, aktywnych uczestników życia społecznego i obywatelskiego.

1.2. Transformacja cyfrowa a nowa nierówność społeczna

Równolegle do procesu starzenia się społeczeństw zachodzi intensywna transformacja cyfrowa - rozwój technologii komunikacyjnych, który przekształca niemal każdy aspekt funkcjonowania jednostek i instytucji. Coraz więcej interakcji społecznych, usług publicznych i procesów kulturowych przenosi się do przestrzeni cyfrowej. W tej sytuacji brak dostępu do technologii lub kompetencji cyfrowych staje się nową formą nierówności społecznej (Czarnecka et al., 2023; Pilch, 2023).

Seniorzy są grupą szczególnie narażoną na cyfrowe wykluczenie - czyli brak możliwości pełnego uczestnictwa w życiu społecznym z powodu ograniczonego dostępu do internetu, urządzeń lub umiejętności ich obsługi. Jak podkreślają badacze, w epoce społeczeństwa informacyjnego jednym z filarów równości staje się inkluzja cyfrowa - zdolność do pełnego, świadomego, bezpiecznego i efektywnego korzystania z technologii (Kujawski, 2018; Garwol 2019; Czerski, 2020). Mimo dynamicznego wzrostu liczby seniorów korzystających z internetu - obecnie 71% osób powyżej 60. roku życia w Polsce deklaruje korzystanie z sieci (ARC, 2023)

- istnieją znaczące różnice w poziomie kompetencji cyfrowych, stylach korzystania z mediów oraz świadomości ryzyk. Tylko niewielki odsetek seniorów posiada umiejętności pozwalające na aktywne, krytyczne uczestnictwo w kulturze cyfrowej (Statistics Poland, 2024).

1.3. Obecność seniorów w mediach społecznościowych

Media społecznościowe to jedna z głównych przestrzeni interakcji społecznej w świecie cyfrowym. Dla seniorów mogą stanowić narzędzie budowania i utrzymywania relacji rodzinnych, walki z samotnością, zdobywania informacji i wyrażania własnych opinii. Coraz więcej osób w wieku 60+ aktywnie korzysta z platform takich jak Facebook, YouTube, Instagram czy WhatsApp. W grupie wiekowej 55+ w Polsce YouTube ma 5,7 mln użytkowników, Facebook - 6,2 mln, a Instagram - 2,8 mln (Gemius, 2024). Jednak, równocześnie osoby starsze należą do grupy szczególnie narażonej na dezinformację, manipulację, nadużycia w sieci, uzależnienia cyfrowe czy zjawiska takie jak nomofobia, przeciążenie informacyjne i cyberprzemoc. Wiele z tych zagrożeń wynika nie tyle z braku dostępu, ile z niedostatecznej edukacji cyfrowej, braku świadomości mechanizmów działania platform oraz trudności w adaptacji do dynamicznie zmieniającego się środowiska cyfrowego (Jasiński, 2021; Roberts et al., 2024).

1.4. Kontekst europejski i cyfrowe obywatelstwo

Potrzeba włączenia seniorów w przestrzeń cyfrową znajduje odzwierciedlenie w dokumentach strategicznych Unii Europejskiej. Europejska Dekada Cyfrowa 2030 zakłada, że do końca dekady co najmniej 80% obywateli UE będzie posiadać podstawowe umiejętności cyfrowe, niezależnie od wieku, pochodzenia czy sytuacji społecznej (European Commission, 2021). Polityki aktywnego starzenia się, takie jak „Active Ageing Index”, również podkreślają znaczenie integracji cyfrowej jako elementu podnoszenia jakości życia seniorów i ich uczestnictwa w życiu publicznym.

W tym ujęciu cyfrowe obywatelstwo seniorów obejmuje, nie tylko umiejętność korzystania z narzędzi cyfrowych, ale również prawo do udziału w dyskursie publicznym, współtworzenia kultury i korzystania z usług cyfrowych w sposób świadomy, bezpieczny i krytyczny.

1.5. Solidarność międzypokoleniowa jako warunek inkluzywności

Cyfrowa inkluzywność osób starszych to nie wyłącznie kwestia infrastruktury technicznej czy programów szkoleniowych, ale także relacji społecznych. Budowanie solidarności międzypokoleniowej, opartej na wzajemnym zrozumieniu, wymianie doświadczeń

i wspieraniu w adaptacji do nowych technologii, stanowi klucz do niwelowania różnic cyfrowych między pokoleniami (Phang et. al., 2023). Wspólne projekty, mentoring i edukacja międzypokoleniowa mogą nie tylko wzmacniać kompetencje seniorów, ale też przeciwdziałać izolacji społecznej.

Włączenie seniorów w przestrzeń cyfrową jest warunkiem budowy spójnego, inkluzywnego i demokratycznego społeczeństwa informacyjnego. To inwestycja w kapitał społeczny, rozwój obywatelskiej aktywności i utrzymanie solidarności międzypokoleniowej. W polskim kontekście - przy szybkim tempie starzenia się populacji i wciąż relatywnie niskim poziomie kompetencji cyfrowych - działania w tym obszarze nabierają szczególnej wagi. Cyfrowa inkluzywność seniorów powinna być traktowana jako priorytet polityki społecznej, edukacyjnej i kulturalnej, a badania nad ich aktywnością - jako podstawa skutecznych strategii wsparcia.

W naszym badaniu wzięło udział 625 osób, z czego 57% stanowiły kobiety, a 43% - mężczyźni. Co trzecia osoba mieszkała na wsi, 14% w miastach do 20 tys. mieszkańców, 22% - w miastach między 20 tys. a 100 tys. osób, 19% - w miastach między 100 tys. a 500 tys. osób, a 14% w miejscowościach powyżej 500 tys. mieszkańców. Zaledwie 1% badanych deklarował wykształcenie podstawowe, 15% - średnie ogólnokształcące, 39% - średnie zawodowe, a pozostali (45%) - wyższe.



2

SENIORZY A SOCIAL MEDIA - WYNIKI BADAŃ REPREZENTATYWNYCH (WYIMEK)



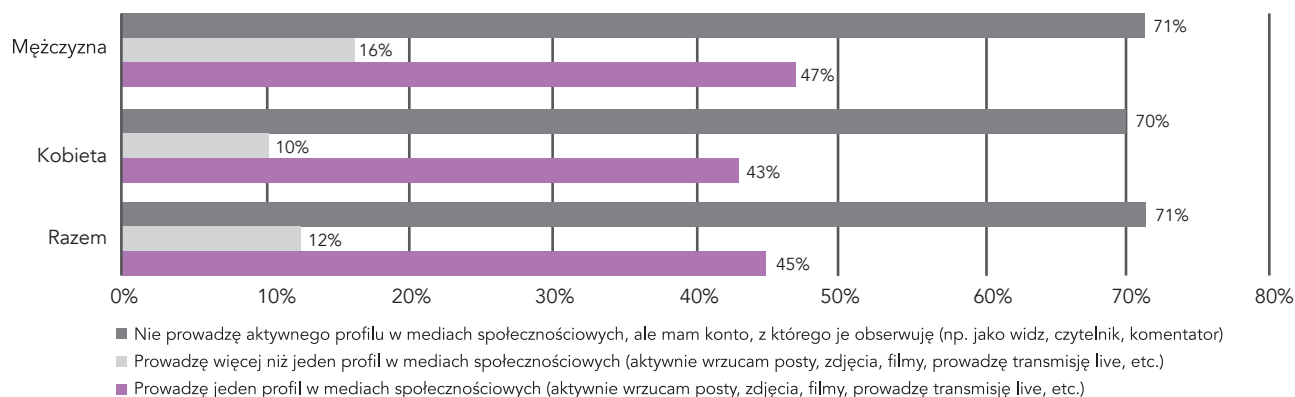
2.1 Korzystanie z mediów społecznościowych - dane podstawowe

Facebook to medium społecznościowe, które cieszy się największą popularnością wśród seniorów (94%), chociaż częściej sięgają po niego panie (97%) niż panowie (89%). Co ciekawe, deklarują to wszyscy respondenci z wykształceniem podstawowym, ale z wyższym już nieco mniej, bo 92%. Drugi w kolejności jest Instagram, po którego sięga 30% badanych, ponownie więcej kobiet niż mężczyzn (33% vs 26%). Platforma cieszy się największym powodzeniem wśród osób o wykształceniu podstawowym (38%), zaś najmniejszym - wśród najlepiej wykształconych (29%). Na trzecim miejscu znajduje się TikTok, na korzystanie z którego wskazuje 19% badanych (18% seniorek i 21 seniorów). Także i w tym przypadku sięgają po niego osoby najslabiej wykształcone, a najrzadziej - te najlepiej wyedukowane (63% vs 18%). Na czwartym miejscu znajduje X (który wskazuje 18% respondentów, w tym co czwarty pan i co siódma pani) i Pinterest (16%, w tym co piąta seniorka i co dziesiąty senior). LinkedIn zyskał jedynie 11% odpowiedzi (od 9% kobiet i 14% mężczyzn), zaś zakres użytkowania platform takich jak Snapchat, Twitch czy Discord oscyluje między 1 a 3% (wśród użytkowników dominuje panowie). Warto zaznaczyć, że osoby o podstawowym wykształceniu nie wybierają platform spoza podium. Korzystania z X, Pinteresta, LinkedIna, Snapchata, Twitcha i Discorda nie zadeklarował nikt ze wspomnianej grupy badanych, w przeciwieństwie do tych najlepszej wyedukowanych. Tu po X, Pinteresta czy LinkedIna sięga od 15 do 18%.

Można zatem zauważyć, że najpopularniejsze platformy agregują największe zainteresowanie osób starszych, a szczególnie tych z najniższym wykształceniem. Ci, którzy mają wykształcenie wyższe, korzystają chętniej z wyspecjalizowanych mediów społecznościowych.

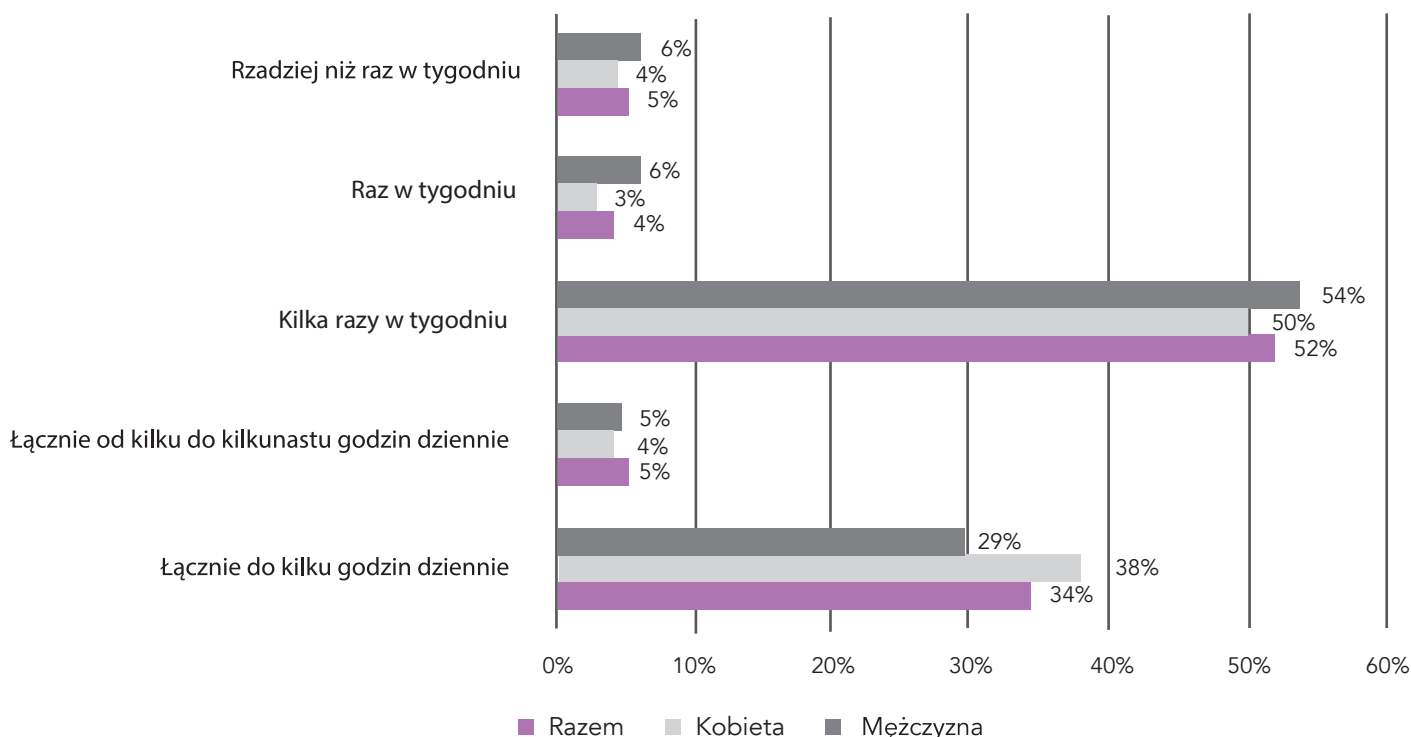
2.2 Zaangażowanie w prowadzenie mediów społecznościowych

Naszych respondentów spytaliśmy również o nawyki korzystania z platform społecznościowych (Rysunek 1). Jak się okazuje, osoby starsze są zazwyczaj użytkownikami pasywnymi (niemal $\frac{3}{4}$ odpowiedzi, tak w ujęciu ogólnym, jak i w kontekście płci). Seniorzy względnie często angażują się także w prowadzenie pojedynczych profili (45%), zaś najrzadziej - w prowadzenie kilku profili (12%). O obu tych przypadkach nieco częściej aktywności te podejmują panowie niż panie.



Rysunek 1. Pasywne i aktywne korzystanie z social mediów przez seniorów (N=625)
Źródła własne

Badani odpowiadali także na pytanie o częstotliwość korzystania z platform społecznościowych (Rysunek 2). Wyraźnie widać, że seniorzy wybierają najczęściej dwie odpowiedzi, wskazując na intensywne (do kilku godzin dziennie, głównie panie) i umiarkowane (kilka razy w tygodniu, raczej panowie) do użytkowanie social mediów. Można zaobserwować, że zachowania graniczne są najrzadsze, chociaż tendencje do nadmiarowego (tzn. częstszego) użytkowania platform mają seniorki (ale także i osoby najslabiej wykształcone, np. kilkugodzinne użytkowanie deklaruje 38% takich osób, zaś kilka razy w tygodniu - 63%).



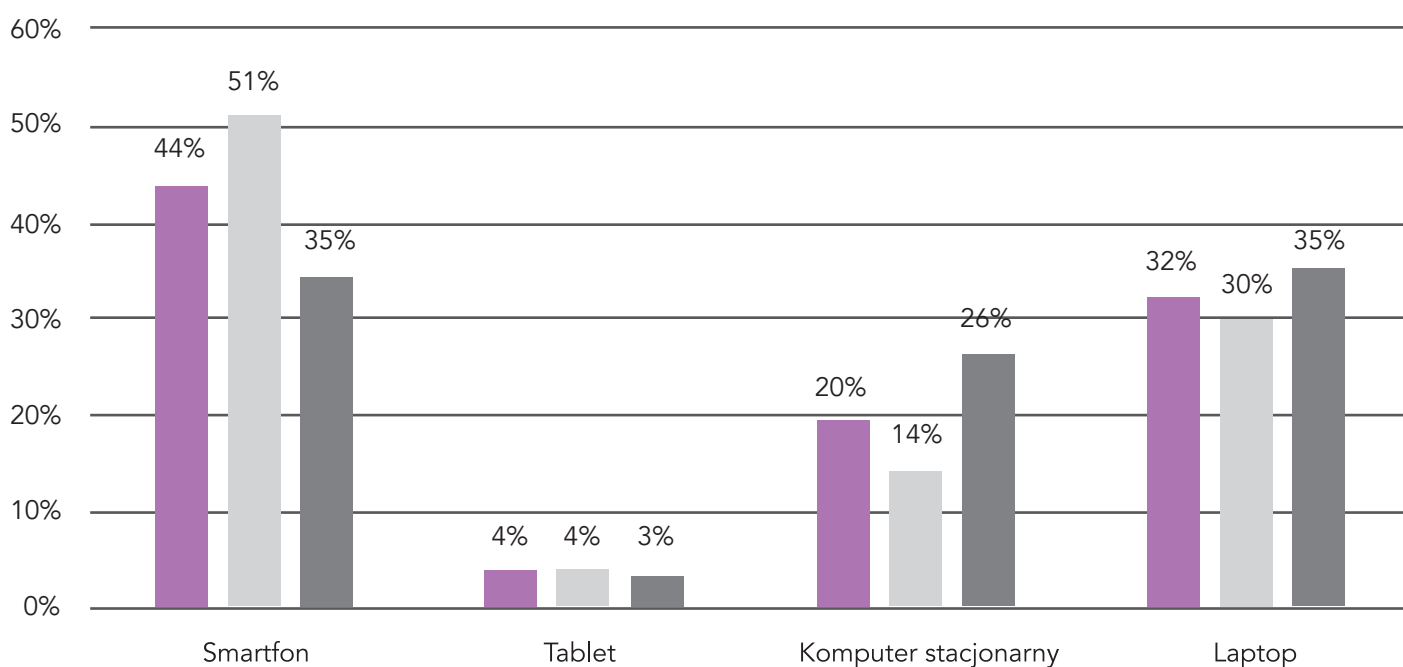
Rysunek 2. Częstotliwość korzystania z social mediów przez seniorów (N=625)
Źródło: badania własne

2.3 Urządzenia ICT a seniorzy

Zapytaliśmy również o urządzenie, za pomocą którego seniorzy korzystają z mediów społecznościowych (Rysunek 3). Zgodnie z przewidywaniami, smartfon jest tu najpopularniejszy - szczególnie wśród kobiet (różnica między odpowiedziami pań i panów wynosi aż 16 p. proc.).

Drugie miejsce zajmuje laptop (z nieco większą częstotliwością wskazań przez seniorów), a trzecie - tradycyjny komputer (zdecydowanie chętniej wybierany przez mężczyzn). Tablet to urządzenie zdecydowanie najmniej popularne wśród osób starszych.

Ciekawe, że smartfona - a więc ogólnie najczęściej używanego nośnika mediów cyfrowych - wybierają osoby o wykształceniu podstawowym (63%), zaś najrzadziej - o wyższym (42%). Widać tu jeszcze pewną zależność, tzn. wzrastającą, wraz ze stopniem wyedukowania, dywersyfikację narzędzi służących do łączenia się z social mediami. I tak na przykład 25% z nich korzysta z laptopa, 13% z komputera stacjonarnego i 0% z tableta (adekwatnie robi to 35%, 18% i 5% osób z wykształceniem wyższym).

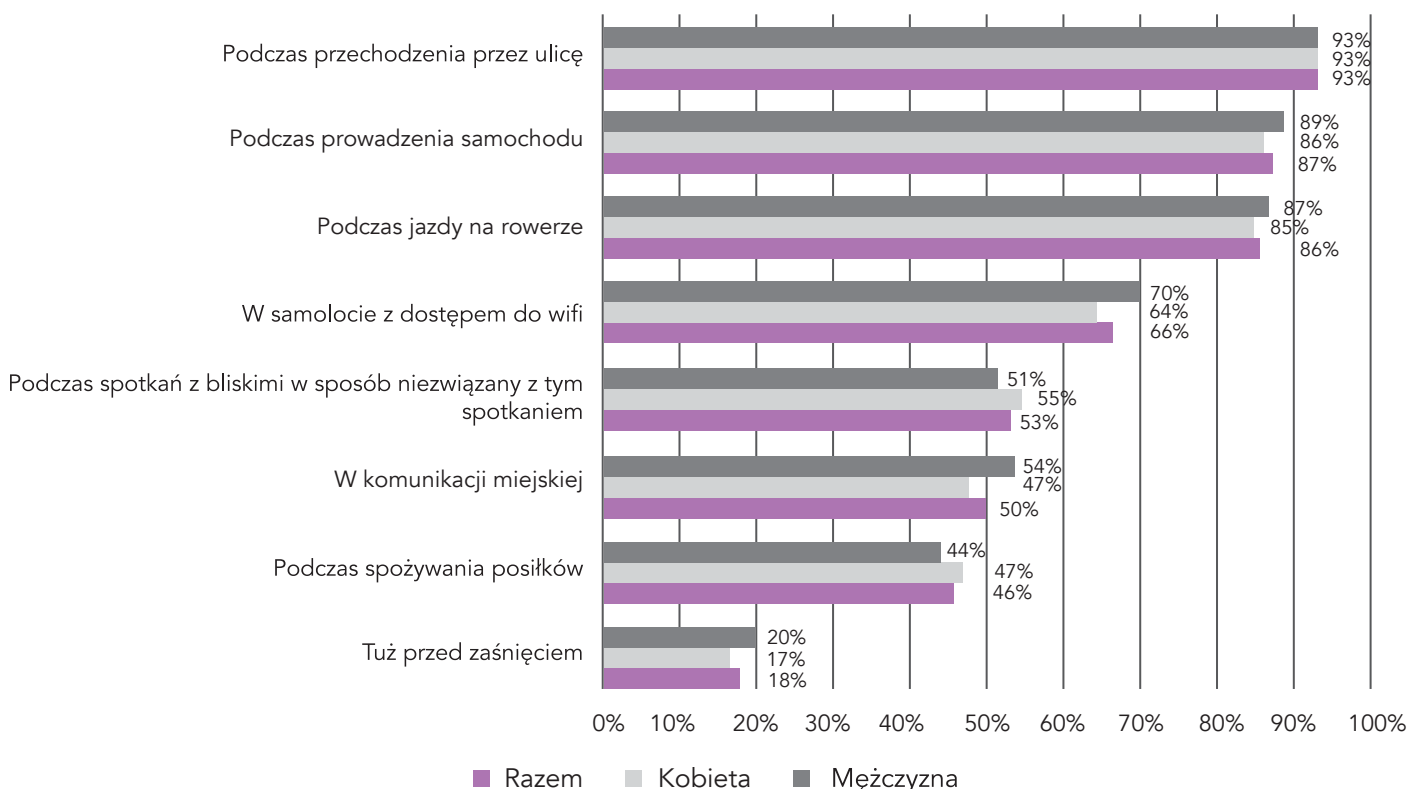


Rysunek 3. Najczęściej wybierane narzędzia do korzystania z social mediów (N=625)

Źródło: badania własne

2.4. Okoliczności korzystania z mediów społecznościowych

Warto także wskazać na sytuacje, w których respondenci sięgają po platformy społecznościowe. Z rysunku 4 wynika, że płeć w niewielkim stopniu różnicuje udzielane odpowiedzi (szczególnie te najczęściej wskazywane). Interesujące, że osoby starsze mogą stanowić realne zagrożenie dla bezpieczeństwa ruchu drogowego, nie tylko dla siebie, ale i innych jego uczestników. Jak się okazuje, seniorzy korzystają z social mediów podczas przechodzenia ulicę, prowadzenia samochodu, jazdy na rowerze, a nawet lotu samolotem. To zachowania alarmujące i wysoce niepokojące, z całą pewnością wymagające zintensyfikowanej akcji edukacyjnej odnośnie konsekwencji takich zachowań. Co ciekawe, osoby o wyższym wykształceniu zdecydowanie częściej niż osoby z wykształceniem podstawowym deklarują takie zachowania (przechodzenie przez ulicę: 95% vs 57%; prowadzenie samochodu: 92% vs 57%; jazda na rowerze: 88% vs 43%; podróż w samolocie: 63% vs 43%). Widać również, że platformy społecznościowe przyciągają uwagę seniorów podczas spędzania wolnego czasu z bliskimi i spożywania posiłków. Nieco częściej robią to kobiety, a także osoby najlepiej wykształcone: adekwatnie czyni to 60% (vs 43% wykształconych najsłabiej) oraz 47% badanych (vs 29% wykształconych najsłabiej). Może to sugerować, że respondenci, którzy zakończyli edukację na podstawowym poziomie, najmocniej cenią sobie tradycyjne wartości (w tym normy „dobrego zachowania” obowiązujące przy np. stole), ale i najczęściej potrafią dopasować się do obowiązujących zasad wspólnego życia społecznego (tzn. rzadsze sprawianie zagrożenia dla siebie i innych).



Rysunek 4. Sytuacje, w których seniorzy najczęściej korzystają z social mediów (N=625)
Źródło: opracowanie własne

2.5 Zagrożenia związane z użytkowaniem mediów społecznościowych

Wyniki dla tej części raportu przedstawia Rysunek 5. Analiza danych dostarcza wielu interesujących informacji.

Po pierwsze, wyraźnie zauważalny jest poziom nieznajomości większości zagrożeń (i/lub ich nazw). Dotyczy to szczególnie słów pochodzenia angielskiego, ale należy podkreślić, że w ankiecie podano ich znaczenie i definicje. Poza tym, o ile grooming faktycznie może wydawać się pojęciem niepojawiającym się regularnie w debacie publicznej (w porównaniu do np. oszustw finansowych czy mowy hejtu), o tyle o zjawiskach takich jak np. cyberbullying, patostreaming, deep fake i sexting dyskutuje się już otwarcie. Widać również, że seniorzy częściej rozpoznają zagrożenia związane z informacjami (wyłudzeniem ich, kreowaniem i dystrybuowaniem) oraz mową nienawiści - co także może się wiązać z popularyzacją tych terminów.

Warto dodać, że:

-  Kobiety częściej niż mężczyźni deklarują nieznajomość takich terminów jak sexting (52% vs 40%), patostreaming (59% vs 53%), deep fakes (62% vs 52%), grooming (76% vs 70%) i cyberbullying (68% vs 63%);
-  Mężczyźni częściej niż kobiety przyznają się do nieznajomości zjawiska stalkingu (13% vs 5%), mowy nienawiści (5% vs 1%), a także ataków hakerskich (5% vs 2%) i oszustw finansowych (5% vs 1%);
-  Osoby o wykształceniu podstawowym częściej niż osoby o wykształceniu wyższym nie wiedzą, co to sexting (50% vs 42%), fake news (38% vs 5%), deep fakes (63% vs 49%) i mowa nienawiści (13% vs 2%);
-  Osoby o wykształceniu wyższym częściej niż osoby o wykształceniu podstawowym deklarują nieznajomość patostreamingu (50% vs 38%), groomingu (69% vs 63%) i cyberbullyingu (64% vs 50%).

Respondenci deklarują również znajomość większości zagrożeń, chociaż w różnej skali. Na przykład niemal wszyscy badani wiedzą, czym są ataki hakerskie, oszustwa finansowe i hejt (po 97%, gdyby zsumować odpowiedzi pozytywne). Jednocześnie część z tych osób potwierdza, że miewa styczność z tymi zjawiskami - rzadko niemal co czwarty respondent, zaś regularnie: od 2% do 4% badanych. Ponad 90% seniorów wie, co to są fake newsy, przy czym niemal co dziesiąty ma z nimi styczność systematycznie, a mniej więcej co trzeci - sporadycznie. Można ostrożnie założyć, że osoby starsze potrafią rozpoznawać manipulowanie informacjami. Warto byłoby jednak zbadać, czy regularność kontaktów z nimi oznacza jednocześnie poddawanie się im czy ich unikanie. Innymi słowy: należy w przyszłości odpowiedzieć na pytanie, na

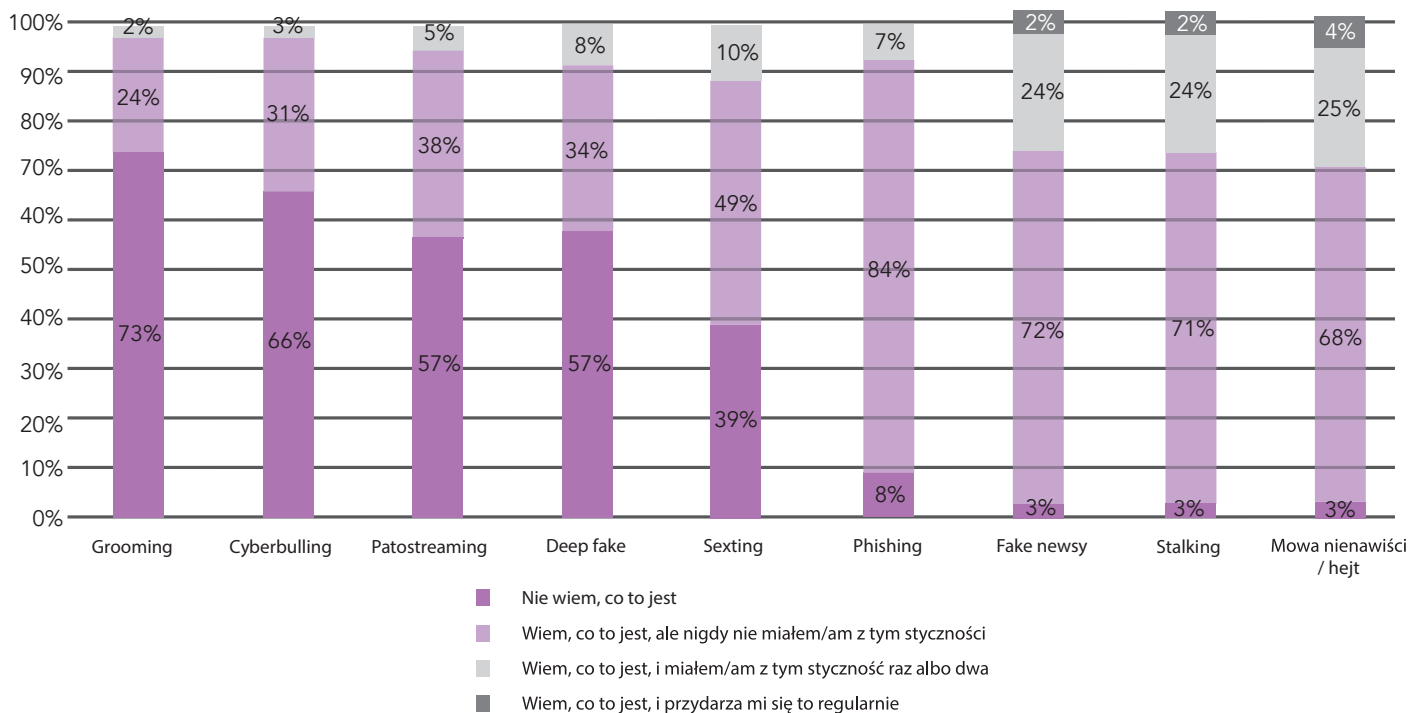
ile wiedza o omawianych zjawiskach przekłada się na faktyczne przeciwdziałanie im. W większości pozostałych przypadków wiedza seniorów o zagrożeniach (bez doświadczania ich) przewyższa wiedzę z ich doświadczaniem tych zagrożeń. Warto tu wskazać na deep fakes, ponieważ styczność z nimi deklaruje już 8% osób, co przy umiarkowanej rozpoznawalności terminu może generować pewne obawy o umiejętność rozpoznawania tego typu działań (tym bardziej, że w wyniku rozwoju AI takich zagrożeń będzie coraz więcej). Interesujące jest również to, że cyberbullying agreguje względnie niewielką rozpoznawalność szczególnie w porównaniu do hejtu (wszak cyberbullying może zawierać elementy mowy nienawiści).

Ciekawe jest, że:

- Seniorzy, zauważalnie częściej niż seniorki, deklarują wiedzę i styczność z sextingiem (adekwatnie 53% vs 44%; 7% vs 4%) i deep fakes (adekwatnie 38% vs 31%; 11% vs 7%)
- Panie, zauważalnie częściej niż panowie, deklarują wiedzę - ale rzadszą styczność - z fake newsami (adekwatnie 53% vs 43%; 38% vs 47%), atakami hakerskimi (adekwatnie 78% vs 63%; 20% vs 32%), oszustwami finansowymi (adekwatnie 78% vs 62%; 21% vs 34%), stalkingiem (adekwatnie 88% vs 78%; 6% vs 9%) i hejtem (adekwatnie 75% vs 59%; 24% vs 37%);
- Osoby o wykształceniu podstawowym częściej niż te o wykształceniu wyższym deklarują wiedzę o patostreamingu (63% vs 43%), atakach hakerskich (100% vs 67%), oszustwach finansowych (88% vs 80%), groomingu (38% vs 28%), stalkingu (100% vs 86%), cyberbullyingu (38% vs 33%) oraz mowie nienawiści (88% vs 77%), za to osoby o wykształceniu wyższym częściej niż te o wykształceniu podstawowym deklarują wiedzę o sextingu (53% vs 50%); fake newsach (47% vs 38%);
- Respondenci z wykształceniem podstawowym, mimo deklarowanej znajomości terminów, wskazują całkowity brak kontaktu z analizowanymi zjawiskami (zarówno regularnie, jak i sporadycznie). W tej grupie nikt nie zgłosił styczności z: sextingiem, patostreamingiem, deepfake'ami, atakami hakerskimi, groomingiem, stalkingiem ani hejtem. Tym samym potwierdzenia kontaktu z tymi zagrożeniami dotyczą wyłącznie osób z wykształceniem wyższym.
- Osoby o wykształceniu podstawowym deklarujące znajomość wskazanych terminów doświadczyły fake newsów (25% vs 48% badanych z wykształceniem wyższym), oszustw finansowych (13% vs 16%) oraz cyberbullyingu (13% vs 2%).

Biorąc pod uwagę pozyskane dane, wydaje się niezbędne kontynuowanie działań edukacyjnych skierowanych do seniorów, szczególnie dotyczących tematów, w obszarze których deklarowali oni niewiedzę lub brak styczności z zagrożeniami (niewykluczone, że np. przy zmiennej wykształcenia respondenci twierdzili, że znają dane zjawisko,

ale nie umieli go rozpoznać, by potwierdzić, że się z nim zetknęli). **Można bowiem założyć, że dotychczasowe działania odnoszące się do fake newsów czy oszustw w sieci - np. kampanie społeczne, uświadamiająca aktywność mediów - przyniosły efekty, takie jak rozpoznawalność tych zjawisk, a następnie unikanie ich i przeciwdziałanie im.**



Rysunek 5. Seniorzy a zagrożenia związane z użytkowaniem social mediów (N=625)
Źródło: opracowanie własne

2.6 Higiena cyfrowa

Na pytanie o to, czy higiena cyfrowa jest ważna, 95% badanych odpowiada „tak” (szczególnie potwierdzają to osoby z wyższym wykształceniem - 98% deklaracji, przy 88% w przypadku osób o wykształceniu podstawowym). Większość respondentów (74%) twierdzi, że nie potrzebuje pomocy w utrzymaniu higieny cyfrowej. Częściej uważają tak panie (76%) niż panowie (71%). Blisko jedna trzecia seniorów nie wprowadza jednak zasad higieny cyfrowej w życie - są to kobiety (36% vs 29% mężczyzn) i osoby o podstawowym wykształceniu (50% vs 27% o wykształceniu wyższym). Niestety, jedynie co trzecia osoba dostrzega (zawsze lub często) zagrożenia dla własnej higieny cyfrowej lub własnej rodziny (tu 37%). W obu sytuacjach częściej są to seniorki (adekwatnie 33% i 40%) niż seniorzy (adekwatnie 26% i 32%), co wskazuje na prorodzinną postawę pań, tradycyjnie dbających o ognisko domowe. Z tego względu kobiety mogą także wzmacniać przekazy potencjalnych kampanii społecznych budujących cyfrową świadomość osób starszych (w tym dystrybuować je pośród najbliższych).

3

DZIAŁANIA WARSZTATOWE: PRZEBIEG, MATERIAŁY, EFEKTY

3.1 Przebieg warsztatów

W ramach projektu „Social Senior” **dr Martyna Dudziak-Kisio i mgr Ksenia Wróblewska** przeprowadziły warsztaty dla trzech grup seniorów-internautów, działających w Fundacji Wolności w Lublinie oraz Centrum Aktywności Międzypokoleniowej w Warszawie. Łącznie wzięło w nich udział 45 osób. Miały one na celu rozwijanie kompetencji cyfrowych, budowanie świadomości zagrożeń online oraz promowanie idei cyfrowego dobrostanu. Były również doskonałą okazją do popularyzacji wyników badań, opisanych w rozdziale drugim. Zajęcia zostały zorganizowane w czerwcu 2025 roku przez zespół ekspertek z Uniwersytetu Warszawskiego i sfinansowane ze środków VI edycji konkursu III.3.2. „Promocja badań naukowych” w ramach Programu „Inicjatywa Doskonałości - Uczelnia Badawcza”.

Warsztaty miały charakter interaktywny i praktyczny.

Uczestnicy:

- zdobywali umiejętności bezpiecznego korzystania z internetu i mediów społecznościowych,
- poznawali zasady higieny cyfrowej, takie jak zarządzanie czasem spędzanym w sieci, świadome korzystanie z urządzeń cyfrowych oraz ochrona prywatności,
- dyskutowali o emocjonalnych aspektach aktywności online i wpływie technologii na codzienne życie,
- brali udział w przygotowaniu podcastu na temat bezpiecznego korzystania z internetu.

Elementem uzupełniającym zajęcia były indywidualne rozmowy **z red. Cezarym Jaszczykiem**, który rejestrował wypowiedzi chętnych uczestników i uczestniczek na temat ich doświadczeń cyfrowych. Nagrania te posłużyły do stworzenia słuchowiska poświęconego aktywności seniorów w sieci. Są one dostępne online: <https://socialsenior.wdib.uw.edu.pl/>

[Bezpieczni w sieci – najczęstsze zagrożenia i jak się chronić](#)

[Cyfrowy dobrostan w praktyce – higiena ekranu krok po kroku](#)

[Oswoić cyfrowy świat – zdrowe granice na co dzień](#)

Uczestnicy warsztatów docenili ich przystępny charakter, przyjazną atmosferę oraz możliwość zadawania pytań i dzielenia się osobistymi historiami. Spotkania przyczyniły się do wzmocnienia cyfrowej pewności siebie, a także budowania pozytywnego wizerunku seniorów jako aktywnych i świadomych użytkowników internetu.

3.2 Materiały

Efektem przeprowadzonych warsztatów jest również opracowanie scenariusza zajęć oraz materiałów edukacyjnych, które mogą być wykorzystywane przez wszystkie zainteresowane instytucje, organizacje i osoby pracujące z seniorami. Materiały te powstały w oparciu o doświadczenia zebrane podczas bezpośredniej pracy z uczestnikami warsztatów i zostały zaprojektowane tak, by były przystępne, praktyczne i gotowe do wdrożenia w różnych środowiskach edukacyjnych.

Udostępnienie scenariusza i materiałów w otwartym dostępie ma na celu wzmocnienie efektów projektu „Social Senior” poprzez umożliwienie ich replikacji i adaptacji w innych miejscach w Polsce. To także odpowiedź na rosnącą potrzebę wspierania kompetencji cyfrowych osób starszych w sposób systematyczny, empatyczny i dostosowany do ich realnych potrzeb.

Wierzimy, że dzielenie się sprawdzonymi narzędziami edukacyjnymi to ważny krok w kierunku budowania bardziej inkluzywnego społeczeństwa informacyjnego, w którym każdy - niezależnie od wieku - ma szansę uczestniczyć w przestrzeni cyfrowej w sposób bezpieczny, świadomy i satysfakcjonujący.

Poniżej znajdują się linki do materiałów edukacyjnych opracowanych w ramach projektu:

- [Scenariusz warsztatów „Social Senior”](#)
- Zestaw materiałów edukacyjnych dla prowadzących i uczestników:
 - [Kwestionariusz nawyków](#)
 - [One-pager informacyjny](#)
 - [Prezentacja](#)

Materiały te są dostępne do pobrania, modyfikacji i wykorzystywania zgodnie z zasadami otwartej edukacji. Zachęcamy do ich dalszego rozpowszechniania i wdrażania we własnych działaniach na rzecz cyfrowego włączenia seniorów.

3.3 Efekty

Warsztaty przeprowadzone w ramach projektu przyniosły wymierne efekty edukacyjne, czego potwierdzeniem są wyniki badania ewaluacyjnego. Każde spotkanie rozpoczynało się i kończyło wypełnieniem anonimowej ankiety samooceny, której celem było zbadanie poziomu wiedzy, umiejętności i poczucia pewności uczestników w zakresie higieny cyfrowej oraz rozpoznawania zagrożeń online.

Średnia ocen uzyskanych w ankiecie wstępnej (pre-test) wyniosła 2,9 w pięciopunktowej skali, co wskazywało na umiarkowaną pewność siebie i ograniczoną znajomość zasad bezpiecznego korzystania z internetu. Z kolei w ankiecie końcowej (post-test) średnia wzrosła do poziomu 4,2, co stanowi wyraźny dowód wzrostu kompetencji uczestników w kluczowych obszarach omawianych podczas zajęć.

Poprawę zaobserwowano zwłaszcza w następujących obszarach:

- świadomość zagrożeń cyfrowych,
- znajomość zasad higieny cyfrowej,
- umiejętność rozpoznawania podejrzanych sytuacji w sieci,
- wiedza o tym, gdzie szukać pomocy,
- pewność siebie w korzystaniu z narzędzi cyfrowych.

Moduł	Zawartość i działania
Rundka powitalna	<i>Prezentowanie uczestników, zapowiedź zajęć, kontrakt grupowy na flipcharcie, pytania wprowadzające („Jak mam na imię?”, „Co lubię robić w sieci?”)</i>
Ankieta wstępna	<i>Kwestionariusz samooceny</i>
Cyfrowy dobrostan	<i>Test nawyków cyfrowych (wersja drukowana), miniwykład z prezentacją, wymiana doświadczeń i przykładów w grupach</i>
Zagrożenia w sieci	<i>Lista zagrożeń tworzona wspólnie na flipcharcie, prezentacja z przykładami, rozmowa o sposobach ochrony i reagowania.</i>
Podsumowanie	<i>Rundka końcowa - uczestnicy dzielą się tym, co było dla nich najważniejsze.</i>

Wnioski z przeprowadzonej ewaluacji potwierdzają skuteczność zaproponowanego modelu warsztatów oraz potrzebę kontynuowania podobnych inicjatyw w przyszłości. Projekt „Social Senior” pokazał, że dobrze zaplanowana edukacja cyfrowa może być skuteczna, angażująca i wzmacniająca - również (a może zwłaszcza) wśród osób starszych.

4

ZNACZENIE DZIAŁAŃ ROZWOJOWYCH DLA DOBROSTANU PSYCHICZNEGO SENIORÓW

Aktywne uczestnictwo w życiu społecznym i kulturalnym, które dla wielu seniorów możliwe jest dzięki obecności w social mediach, pozwala im na twórcze i konstruktywne przepracowanie konfliktu pomiędzy integralnością a rozpaczą według teorii faz rozwojowych (Erikson, 2004). Sukcesem na tym etapie życia jest osiągnięcie poczucia integralności, czyli akceptacji przeżytych doświadczeń i zrozumienia dla swoich przeszłych wyborów i decyzji. Aktywność w mediach społecznościowych, jak również podnoszenie swoich kompetencji cyfrowych, mogą sprzyjać lepszemu rozumieniu siebie, swoich potrzeb i wartości, dzięki dzieleniu się swoimi przemyśleniami i refleksjami, a także otrzymywaniu informacji zwrotnych od innych użytkowników internetu. Warto nadmienić, że dla wielu seniorów, z uwagi na ich ograniczoną mobilność, social media mogą stać się główną platformą wymiany myśli z innymi ludźmi. W środowisku cyfrowym osoby starsze mogą doświadczyć swojej generatywności i sprawczości, gdyż nie tylko są konsumentami treści, ale sami tworzą wartościowy контент, zaspokajając tym samym potrzebę przynależności i sensu.

W myśl założeń logoterapii autorstwa Victora Frankla (2016), to właśnie poszukiwanie sensu życia, a w dalszej kolejności wzięcie za niego odpowiedzialności, jest fundamentalną motywacją człowieka. Proaktywna postawa w tym obszarze pełni funkcję profilaktyczną wobec zaburzeń depresyjnych, które to, według danych PolSenior, dotyczą co czwartą osobę w wieku 65-79 lat. Budowanie sieci wsparcia w ramach komunikatorów i mediów społecznościowych może kształtować w osobach starszych przekonanie, że są one potrzebne, ich przemyślenia są dla innych interesujące. Jak podkreślają gerontolodzy, udział w aktywnościach online może także zaspokajać potrzebę użyteczności i uznania, opartą na subiektywnej ocenie własnych możliwości i zdolności.

Obecność seniorów w środowisku onlinowym, rozwija także ich kapitał społeczny pomostowy, poprzez utrzymywanie relacji z innymi, spoza ich tradycyjnej grupy społecznej (Putnam, 2008). Media społecznościowe, smartphony i komunikatory są narzędziami do budowania autonomii i zwalczania cyfrowych podziałów. Mimo początkowych założeń, że platformy takie jak Facebook są głównie dla młodych, wyniki naszego badania, pokazują rosnące zainteresowanie nimi wśród seniorów, którzy korzystają z nich, aby utrzymać kontakt z rodziną i przyjaciółmi (głównie kobiety), a także nawiązywać nowe znajomości i radzić sobie z nudą (w przeważającej części mężczyźni).

Poprzez odejście od kultury tradycyjnej, gdzie dominował przekaz ustny, seniorzy przestali być traktowani jako istotny punkt odniesienia, a pełniona przez nich rola społeczna została zmarginalizowana. Ich aktywność w mediach społecznościowych może więc stać się sposobem na odbudowanie ich znaczenia i autorytetu w ramach dialogu międzypokoleniowego. Jak wiadomo, media są znaczącym nośnikiem transmisji kulturowej, gdzie głos starszego pokolenia może być usłyszany, a ich perspek-

ktywa zobaczona. Kluczowe jest jednak, jak pokazują wyniki naszego badania, wyposażenie osób starszych w narzędzia pozwalające im na bezpieczne i swobodne poruszanie się w świecie cyfrowym. Do nich należy m.in. znajomość zagrożeń pojawiających się w środowisku wirtualnym, takich jak np. phishing, sexting czy vishing. Ważne zdaje się być także rozwijanie u seniorów kompetencji cyfrowych, takich jak fact checking, dbanie o cyberbezpieczeństwo czy zdolność do rozróżniania i filtrowania informacji. Jak pokazały wyniki naszego badania, to właśnie ostatnia z wymienionych umiejętności jest istotna dla dobrostanu osób starszych, borykających się z wysokim poziomem stresu informacyjnego. Co więcej, odpowiednio ukierunkowana aktywność seniorów w świecie cyfrowym (obejmująca np. naukę nowych umiejętności czy gry logiczne) stymuluje procesy poznawcze i zapobiega pogłębianiu się chorób neurodegeneracyjnych, takich jak demencja. Regularna aktywność umysłowa nie tylko poprawia funkcje takie jak uwaga, pamięć czy spostrzegawczość, ale również zwiększa pewność siebie i pozwala uniknąć uczucia frustracji związanej z trudnościami w codziennym funkcjonowaniu.

Obserwacje z zakresu geragogiki, nauki zajmującej się procesem uczenia się osób starszych, pokazują, iż najskuteczniej przyswajają oni wiedzę w grupie rówieśniczej, w bezpiecznym i chronionym środowisku (Noichl, Schroeder; 2020). Informacja, jaka płynie z naszych badań, dotycząca wyzwań i trudności związanych z korzystaniem z nowych technologii przez seniorów, może posłużyć jako podstawa dla stworzenia programów przeciwdziałających cyfrowemu wykluczeniu, a także celowanych interwencji polegających na wspieraniu umiejętności miękkich niezbędnych do budowania relacji w sieci. Wsparcie w rozwój umiejętności cyfrowych seniorów jest więc nie tylko inwestycją w ich dobrostan psychiczny, ale także niezbędnym elementem potrzebnym do budowania dobrego obrazu siebie, gdyż każdy człowiek w pełni doświadcza i określa siebie poprzez relacje z innymi.



Bibliografia:

- ARC Rynek i Opinia. (2023). Dojrzaali konsumenci w Polsce.
- Czarnecka, M., Kelm, M., & Koczur, W. (2023). Wykluczenie cyfrowe seniorów w zakresie korzystania z usług publicznych w Polsce w dobie demograficznego starzenia się ludności. *Optimum. Economic Studies*, 1(111).
- Czerski, M. W. (2020). Wykluczenie cyfrowe jako jeden z problemów edukacji doby cyfrowej. *Rozprawy Społeczne*, 14(3), 67.
- Erikson, E.H. (2004). *Tożsamość a cykl życia*. Poznań: Zys i S-ka.
- Eurostat. (2022). *Digital Economy and Society Index (DESI) 2022*, p. 14.
- European Commission. (2021). *2030 Digital Compass: The European way for the Digital Decade*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52021DC0118>
- Frankl, V. E. (2016). *Człowiek w poszukiwaniu sensu*. Wydawnictwo Czarna Owca.
- Garwol, K. (2019). Stopień umiejętności korzystania z technologii cyfrowych a wykluczenie społeczne na przykładzie osób niepełnosprawnych, starszych i ubogich. *Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy*, 58(2), 51-52.
- Gemius, & IAB Polska. (2024). Druga edycja raportu „Social Media” już dostępna. https://gemius.com/documents/77/Raport_Social_Media_2025.pdf
- Jasiński, A. M., & Bąkowska, A. (2021). Czy seniorzy są wykluczeni cyfrowo? Analiza potrzeb osób starszych w zakresie wsparcia informacyjnego. *Rozprawy Społeczne*, 15(1), 48-59.
- Kujawski, J. (2018). Wykluczenie cyfrowe jako forma wykluczenia społecznego. Przypadek Polski. *Media i Społeczeństwo*, 253-254.
- Noichl, S., & Schroeder, U. (2020). How to Foster Digital Inclusion of Seniors in Times of Social Distancing. In *Mensch und Computer 2020-Workshopband* (pp. 10-18420). Gesellschaft für Informatik eV.
- Phang, J. K., Kwan, Y. H., Yoon, S., Goh, H., Yee, W. Q., Tan, C. S., & Low, L. L. (2023). Digital intergenerational programs to reduce loneliness and social isolation among older adults: A realist review. *JMIR Aging*, 6, e39848. <https://doi.org/10.2196/39848>
- Pilch, T. (2023). Nierówności społeczne: geneza - struktura - walory moralne. *Forum Nauk Społecznych*, (1), 27-42. <https://doi.org/10.31648/fns.8835>
- Putnam, R. D. (2008). *Samotna gra w kręgle: upadek i odrodzenie wspólnot lokalnych w Stanach Zjednoczonych*. Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Roberts, J., Roberts, L., & Reed, A. (2024). Supporting the digital autonomy of elders through LLM assistance. *Proceedings of the AAAI Symposium Series*, 4(1), 182-186.
- Statistics Poland. (2024). *Demographic Yearbook of Poland 2024*. <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/roczniki-statystyczne/roczniki-statystyczne/rocznik-demograficzny-2024,3,18.html>
- Synak, B. (2002). *Polska starość*. Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego.
- World Health Organization. (2024). *Ageing and health*. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/ageing-and-health>
- Wyszowska, D., Gabińska, M., & Rimańska, S. (2024). Sytuacja osób starszych w Polsce w 2023 r. Główny Urząd Statystyczny. https://stat.gov.pl/files/gfx/portalinformacyjny/pl/defaultaktualnosci/6002/2/6/1/sytuacja_osob_starszych_w_polsce_w_2023_r.pdf

4

NOTA METODOLOGICZNA

Prace metodologiczne objęły:

1. Przeprowadzenie trzech wywiadów fokusowych (po siedem osób w każdej grupie) z seniorami powyżej 60 roku życia. Uczestników rekrutowano za pośrednictwem zaproszeń e-mailowych wysyłanych do instytucji zrzeszających osoby starsze, takich jak centra aktywności seniorów, kluby seniora, uniwersytety trzeciego wieku, koła gospodyń wiejskich, wspólnoty parafialne oraz dzielnicowe i gminne rady seniorów. Uczestnikom zapewniono rekompensatę finansową. Wywiady fokusowe przeprowadzono w okresie od 25 maja do 14 czerwca 2024 r. w instytucjach, w których uczestniczący seniorzy regularnie się spotykają. Każda sesja trwała maksymalnie 120 minut. Wywiady zostały nagrane, przepisane oraz poddane analizie jakościowej. Przewodnik dyskusji w grupach fokusowych obejmował pięć głównych obszarów tematycznych: znajomość terminologii związanej z mediami społecznościowymi; refleksje dotyczące pierwszych doświadczeń z mediami społecznościowymi i napotkanych trudności; motywacje do korzystania z mediów społecznościowych i platform komunikacyjnych; rodzaje podejmowanych aktywności oraz postrzeganie korzyści i zagrożeń; dobrostan cyfrowy, w tym ocenę czasu spędzanego w sieci w kontekście osobistych nawyków oraz porównań międzypokoleniowych.

2. Realizację badań CAWI na reprezentatywnej próbie polskich seniorów-internautów, dotyczącej korzystania z mediów społecznościowych we współpracy z ogólnipolskim panelem badawczym Ariadna. W badaniu ilościowym zastosowaliśmy narzędzie ankietowe składające się z 74 pytań zamkniętych jednokrotnego wyboru oraz jednego pytania wielokrotnego wyboru. Pytania te zostały pogrupowane w dziewięć bloków tematycznych. Badanie zostało przeprowadzone w języku polskim. W celu zapewnienia poprawności tłumaczenia anglojęzycznych narzędzi skorzystano z usług profesjonalnego tłumacza. Następnie ostateczna wersja kwestionariusza została przekazana do Ogólnopolskiego Panelu Badawczego Ariadna w celu realizacji badania. Panel Ariadna był odpowiedzialny za techniczną realizację ankiety, w tym zapewnienie anonimowości respondentów, dobór reprezentatywnej próby seniorów, integrację badania z systemem oraz przygotowanie wersji „beta” do testów pilotażowych. Po otrzymaniu linku do ankiety i sprawdzeniu jego poprawności przystąpiliśmy do pretestu. Przeprowadzono go w dwóch turach (8 maja i 26 maja 2024 r.) z udziałem czterech osób (dwóch kobiet i dwóch mężczyzn), wszystkich w wieku 60 lat lub więcej. Badanie właściwe, uwzględniające konieczne poprawki, odbyło się w dniach od 28 maja do 6 czerwca 2024 r. z wykorzystaniem techniki CAWI (Computer-Assisted Web Interview) na ogólnopolskiej próbie seniorów w wieku 60 lat i więcej (N=625: kobiety = 357 (57%), mężczyźni = 268 (43%)).