

Anna Jaroszevska

Instytut Germanistyki Uniwersytetu Warszawskiego

Zakład Glottodydaktyki

Internetowe fora dyskusyjne: nowa przestrzeń aktywności i źródło poznania polskich seniorów. Z perspektywy badań glottodydaktycznych¹

Keywords: Internet, discussion fora, geragotics, foreign language teaching, research

1. Wprowadzenie

Historia Internetu sięga lat 60-tych XX wieku, kiedy w Stanach Zjednoczonych podjęto eksperymentalne próby zawiązania międzyuniwersyteckiej sieci komputerowej. Jak w przypadku wielu innych przełomowych odkryć technologicznych, tak i w tym w pierwszych latach prac naukowo-badawczych nad rozwojem tego medium ważący okazał się czynnik militarny (Beck, 2006: 7-n.; Banks, 2008: 1-n.; Green, 2010: 20-n.). Stricte naukowe, a następnie komercyjne wykorzystanie Internetu, już jako ogólnoświatowej sieci działającej w standardzie WWW (World Wide Web), nastąpiło w latach późniejszych. W Europie Zachodniej i w USA na początku lat 90-tych ubiegłego wieku. W Polsce z racji uwarunkowań politycznych kilka lat później. Co prawda pierwsze działania polskich ośrodków naukowo-badawczych na rzecz przyłączenia Polski do światowych zasobów Internetu miały miejsce już w 1991 roku, wraz ze zniesieniem technologicznego embargo nałożonego na Polskę przez USA. Jednak dopiero w latach 1995-1996 powstały w Polsce pierwsze portale internetowe, do których dostęp stał się możliwy dla szerszego grona użytkowników dzięki połączeniom modemowym oferowanym przez Telekomunikację Polską, w tym czasie monopolistę w zakresie sieciowych połączeń teleinformatycznych (Gołaczyński, 2007: 17-n.).

Od tego czasu rynek usług internetowych w Polsce przeszedł głęboką metamorfozę, głównie na skutek komercjalizacji oraz rozwoju technologicznego. Pomimo upływu lat, umocnienia systemu demokratycznego i gospodarki wolnorynkowej czy przystąpienia Polski do Unii Europejskiej i wzrostu jej znaczenia na arenie międzynarodowej, w dalszym ciągu jednak rynek ten cechuje się ilościowym oraz technologicznym zapóźnieniem. To zaś przekłada się na stopień rozpowszechnienia dostępu do Internetu. W roku 2010 poziom penetracji Internetu wyniósł w Polsce 58,4%, co uplasowało nasz kraj na 21 pozycji w UE. O ile w najbardziej zapóźnionej Rumuni wskaźnik ten wyniósł

¹ Główne myśli artykułu zostały wygłoszone na VII konferencji naukowej z cyklu Zakopiańskich Konferencji Andragogicznych zorganizowanej w Zakopanem w dniach 14-15 kwietnia 2011 roku.

35,5%, to w przodującej Szwecji aż 92,5% (za: Internet World Stats). Polska ma zatem jeszcze wiele do nadrobienia. Niemniej, dziś także i tu Internet może uchodzić za wynalazek na miarę druku Gutenberga (zob. Briggs, Burke, 2009). Zrewolucjonizował bowiem niemalże wszystkie sfery życia. Konsekwencją jego upowszechniania stały się m.in. społeczno-kulturowe transformacje, nie pozostające bez wpływu również na jakość i sposób życia polskich seniorów (zob. Krejtz, Nowak, 2009: 7).

2. Źródła wiedzy o „polskim” Internecie i jego użytkownikach

Istnieje wiele źródeł informacji na temat aktywności Polaków w globalnej sieci. Coraz częściej w zakres tych informacji włączane są także dane o udziale polskich seniorów w cyberprzestrzeni. Źródłem podstawowym są cykliczne analizy statystyczne prowadzone przez Główny Urząd Statystyczny (<http://www.stat.gov.pl/gus>), Europejski Urząd Statystyczny (<http://epp.eurostat.ec.europa.eu>) oraz w ramach Eurobarometru² (http://ec.europa.eu/public_opinion/index_en.htm). Ogólne trendy rozwojowe w polskich mediach, w tym w Internecie, analizowane są także przez Urząd Komunikacji Elektronicznej (<http://www.uke.gov.pl>). Źródłem wiedzy na temat aktywności Polaków w cyberprzestrzeni są też wyspecjalizowane ośrodki badania opinii społecznej, jak: CBOS (<http://www.cbos.pl>), TNS OBOP (<http://www.tnsglobal.pl>), Instytut Millward Brown SMG/KRC (<http://www.millwardbrown.com/Locations/Poland>), Homo Homini – Instytut Badania Opinii (www.homohomini.com.pl) czy Instytut GfK Polonia (<http://www.gfk.pl>) i wiele innych. Diagnozy tych instytucji w głównej mierze opierają się na szeroko rozumianych badaniach sondażowych, wykorzystujących tak metodę bezpośredniego kontaktu ankietera z respondentem, jak i różnorodne narzędzia teleinformatyczne. Katalog wykorzystywanych przez nie metod, technik i narzędzi badawczych nie ogranicza się przy tym do metodologii ilościowej, lecz obejmuje również pogłębione badania jakościowe. Źródłem pozwalającym na ocenę aktywności Polaków, w tym seniorów, w Internecie są ponadto wewnętrzne pomiary portali, serwisów czy wyszukiwarek internetowych. Mają one przede wszystkim charakter ilościowy i obejmują takie kategorie poznawcze, jak: domeny, odsłony witryn, rejestracje, zalogowania, zapytania, uploady/downloady, transakcje i inne działania.

Szczegółowych danych na temat podejmowanych aktywności, przyzwyczajzeń, preferencji konsumenckich, statusu ekonomicznego, ale także poszukiwanych treści czy chociażby stopnia zaawansowania kompetencyjnego użytkowników Internetu

² Eurobarometr – międzynarodowy program regularnego badania opinii społecznej realizowany na zlecenie Komisji Europejskiej od 1973 roku.

dostarczają raporty przygotowywane przez firmy specjalizujące się w badaniach Internetu, np.: Gemius S.A. (<http://www.gemius.pl>), PBI – Polskie Badania Internetu Sp. z o.o. (<http://www.pbi.org.pl>) czy IIBR – Interaktywny Instytut Badań Rynkowych (<http://iibr.pl>) i inne. Badania prowadzone przez te firmy są najczęściej badaniami zleconymi, odpłatnymi i z założenia ukierunkowanymi na konkretną grupę społeczną, bądź konkretny rynek usług. Wyspecjalizowane narzędzia pomiarowe pozwalają na prowadzenie analiz ilościowych, jakościowych oraz mieszanych. Stopień kompleksowości pomiarów i analiz uzależniony jest wyłącznie od środków przeznaczonych na badanie oraz od obecności podmiotu badania w Sieci (zob. Möhring, Schlütz, 2003; Jacob, Schoen, Zerback, 2009; Kita, 2010; Poynter, 2010).

Bogatym źródłem danych statystycznych oraz wyników badań na temat korzystania z Internetu w Polsce jest ogólnodostępny serwis internetowy InternetStats.pl (www.internetstats.pl). Jego odpowiednikiem w skali globalnej jest serwis Internet World Stats (www.internetworldstats.com). Informacji na temat aktywności Polaków w Sieci dostarczają także pogłębione studia naukowe poświęcone społecznym konsekwencjom fenomenu, jakim w tak krótkim czasie stał się Internet. Również w Polsce badań i publikacji na ten temat jest coraz więcej (Krejtz, Nowak, 2009: 11-12).

Internet stanowi przestrzeń rozległą, a jednocześnie niezwykle dynamiczną, co utrudnia jej badanie. Planując rozbudowany projekt badawczy warto zatem rozważyć skorzystanie z usług instytutów/firm badawczych dysponujących nie tylko specjalistycznymi narzędziami, ale i dużym doświadczeniem na tym gruncie. Outsourcing w zakresie badań Internetu jest jednak kosztowny. Dla wielu badaczy osobiste zaangażowanie w proces badawczy jest więc koniecznością. Badania własne nie wykluczają przy tym korzystania z wymienionych powyżej źródeł ogólnodostępnych. Pomimo, że źródła te nie dostarczą odpowiedzi na wszystkie nurtujące badacza pytania, to mogą być punktem wyjścia do pogłębionych badań własnych ukierunkowanych na analizę konkretnego zjawiska bądź problemu.

Niezależnie od przyjętej metodologii badawczej oraz wykorzystanych źródeł informacji można przyjąć, że współczesny Internet charakteryzuje się szczególnym, a przy tym stale wzrastającym potencjałem badawczym. Jego rozwój, popularność i coraz bardziej powszechny do niego dostęp, także w Polsce, przesądzają o tym, że można dziś z wielkim powodzeniem prowadzić na nim najrozmaitsze badania z różnych dziedzin wiedzy. W kontekście transformacji społeczno-kulturowych, do których przyczynił się m.in. właśnie Internet, badania społeczności internetowych zyskują zatem na znaczeniu.

Problemy, jakie są na ich gruncie podejmowane stały się współcześnie ważne zarówno dla gospodarki i polityki, jak i dla codziennych relacji oraz zachowań społecznych w świecie rzeczywistym. Nie może zatem dziwić wzrost zainteresowania tym medium także nauk humanistycznych. Przejawem tego zainteresowania jest dynamiczny rozwój zupełnie nowej subdyscypliny, jaką jest wirtualna etnografia (zob. Hine, 2003; Kozinets, 2010). Dyscyplinarna specjalizacja nie zamyka jednak dostępu do Internetu innym, nieco starszym dyscyplinom, jak choćby geragogice i glottodydaktyce. Jeżeli internetowe fora dyskusyjne stanowią nową przestrzeń aktywności polskich seniorów, także w zakresie uczenia się języków obcych, to zapewne mogą być też bogatym źródłem ich poznania. Dotarcie do tego źródła wymaga jedynie przeformułowania stosowanych dotychczas metod badawczych.

3. Polscy seniorzy jako użytkownicy Internetu

Sieć internetowa podlega ciągłym transformacjom. Jej rozrost następuje zarówno w rozumieniu przestrzennym oraz w zakresie oferowanych usług. Obniżenie kosztów dostępu do Internetu przekłada się przy tym na liczbę jego użytkowników.³ W ostatnich latach tendencja ta bardzo wyraźna stała się również w Polsce. Z badania Net Track⁴ prowadzonego przez Instytut Millward Brown SMG/KRC wynika, że w okresie ostatnich dziesięciu lat następuje coroczny przyrost polskich internautów. O ile w roku 2001 odsetek takich osób wynosił 12%, to w roku 2010 osiągnął już poziom 52% (za: InternetStats.pl). Zmiany te w głównej mierze dotyczą młodego pokolenia Polaków. W przypadku generacji seniorów bądź osób znajdujących się na progu metrykalnej starości należy wprawdzie odnotować wzrost w tym zakresie, jednak poziom ich aktywności w cyberprzestrzeni w dalszym ciągu pozostaje bardzo niski (por. Fabiś, Wąsiński, 2008: 64-65). Wraz z wiekiem wzrasta natomiast poziom wykluczenia cyfrowego Polaków. Zjawisko to przedstawiono na poniższym wykresie (por. Diagnoza Społeczna, 2009: 289-n.; *World Internet Project Poland*, 2010: 17-n.; Pliszka, 2010: 17-18).

3 Nie bez znaczenia jest popularyzacja technologii IT, przejawiająca się nie tylko w powszechnym dostępie do coraz nowocześniejszego sprzętu i oprogramowania, lecz również we wzroście kompetencji w zakresie nowych technologii, które współcześnie zaliczane są do kompetencji kluczowych (zob. Parlament Europejski i Rada Unii Europejskiej, 2006).

4 Net Track jest badaniem ciągłym prowadzonym od 2000 roku. Polega na comiesięcznym monitorowaniu rozwoju zasięgu Internetu w Polsce oraz zmian w sposobie korzystania z tego medium. Dostarcza informacji m.in. na temat struktury demograficznej oraz społeczno-zawodowej użytkowników Internetu. Próba badawcza obejmuje 48 tys. respondentów w skali roku w wieku 15-75 lat (http://www.millwardbrown.com/Locations/Poland/Uslugi/Badania_Syndykatowe/Net_Track.aspx). Podobny charakter ma badanie Megapanel prowadzone przez firmę badawczą Polskie Badania Internetu (<http://pbi.org.pl/index.php/ida/7/>).

Źródło: Opracowanie własne na podstawie raportu "Portret internauty" (2009: 10).

Jednak nie tylko wiek różnicuje Polaków w zakresie ich internetowej aktywności. Do katalogu innych istotnych w tym względzie czynników włączyć należy także: czynnik geograficzny i związany z nim stopień rozwoju infrastruktury teleinformatycznej, bez której dostęp do Internetu jest niemożliwy lub ograniczony, wykształcenie, w tym kompetencje w zakresie korzystania z nowych technologii, status społeczno-zawodowy oraz preferowany styl życia. Upraszczając można przyjąć, że im bardziej wykształcony jest człowiek, im bardziej aktywny tryb życia prowadzi bądź prowadził i im wyższy jest jego status społeczny, w tym ekonomiczny, tym częściej i w stopniu bardziej urozmaiconym korzysta z Internetu. Tendencja ta widoczna jest również w grupie osób w wieku 50+ (Batorski i in., 2010: 18-n.; por. Matecka, 2010: 19-n.). Te same czynniki przesądzają jednocześnie o motywach oraz o sposobach korzystania z Internetu. Wpływają także na postawy Polaków wobec tego medium, które charakteryzuje stosunkowo wysoka niejednorodność (zob. *World Internet Project Poland*, 2010: 26-n.).

W raporcie „Dojrzałość w sieci”, w którym podjęto problem wykluczenia cyfrowego generacji 50+, wyróżniono dziewięć podstawowych kategorii barier utrudniających bądź uniemożliwiających korzystanie z Internetu przez starsze pokolenia Polaków. Są to (za: Batorski i in., 2010: 25; por. Krejtz, Nowak, 2009: 8-9):

- *bariery finansowe*, które mogą objawiać się brakiem komputera i/lub brakiem dostępu do Internetu ze względu na koszt abonamentu dostępowego;
- *bariery zasięgu*, niezależne od potencjalnego internauty, wyrażające się w braku technicznych możliwości dostarczenia Internetu przez usługodawcę;
- *bariery sprzętowe* w rozumieniu niedostosowania hardware i software bądź to do możliwości/ograniczeń percepcyjnych oraz fizycznych potencjalnego internauty, bądź też do poziomu jego kompetencji w zakresie korzystania z technologii IT;
- *brak umiejętności korzystania* z nowych technologii, powiązany z niechęcią, obawą bądź ograniczeniami psychofizycznymi w zakresie rozwoju takich umiejętności;
- *brak interesujących usług i treści*, które wypełniałyby potrzeby i oczekiwania osób starszych względem medium, jakim jest Internet;
- *brak wiedzy* o ofercie przeznaczonej dla starszych użytkowników Internetu lub o sposobach czy też możliwościach wykorzystania tego medium dla własnych potrzeb;
- *bariery psychologiczne* powiązane z silnie zakorzenionym negatywnym stereotypem na temat Internetu i urządzeń zapewniających do niego dostęp (np. Internet jako medium silnie uzależniające, Internet jako źródło wirusów komputerowych, Internet jako medium demoralizujące najmłodszych członków rodziny, komputer jako źródło

hałas; komputer jako urządzenie generujące wysokie rachunki za prąd; monitor jako źródło promieniowania niszczące wzrok itd.);

- *autowykluczanie się* ze świata nowoczesnych technologii i świadome pozostawanie poza trendami mody, wynikające z nieznaności tego świata oraz z przywiązania do tradycji i dotychczasowego stylu życia, bądź też *autowykluczanie się* spowodowane chęcią powrotu do życia w zgodzie z naturą;
- *brak potrzeby korzystania* z Internetu, co może wiązać się z preferowanym stylem aktywności życiowej lub z dominacją innych potrzeb wewnętrznych.

Bariery te w głównej mierze uwarunkowane są wymienionymi powyżej czynnikami (wysztalceniem, statusem społecznym, życiową postawą itd.). Co więcej, o poziomie nasilenia tychże barier przesądza bardzo niski w skali europejskiej indeks kapitału intelektualnego⁵ polskich seniorów. Większość Polaków w wieku 50+ po prostu charakteryzuje bierność i alienacja: zawodowa, edukacyjna oraz społeczno-kulturalna (zob. *Raport o Kapitale Intelektualnym Polski*, 2008: 124-n.). Większości tej trudno jest więc nadążyć za tempem rozwoju technologicznego oraz społecznego. A Internet niewątpliwie kumuluje w sobie te dwa zjawiska czy też trendy współczesności.

Mając na względzie wagę tego problemu, a zatem i konieczność podjęcia szeroko zakrojonych działań na rzecz wielowymiarowej aktywizacji seniorów, nie można jednak zapominać o jakże ważnej mniejszości. O tych wszystkich, których cechuje wyjątkowa aktywność, postawy prospołeczne i prorozwojowe, a także kompetencje umożliwiające korzystanie z Internetu z jednej strony, z drugiej zaś różnorodne czynniki wzmagające potrzebę obecności w Sieci (zob. Fabiś, Wąsiński, 2008: 63-64; Krzyżanowska, Danielewicz, 2010).

4. Forum dyskusyjne: przestrzeń aktywności i źródło poznania polskich seniorów

Internet jest medium zróżnicowanym w zakresie możliwości, jakie oferuje. O stopniu wykorzystania tych możliwości przesądzają przede wszystkim potrzeby użytkowników Internetu oraz określony zasób ich kompetencji cyfrowych. Te zaś w przypadku polskich seniorów pozostają w dalszym ciągu niewielkie. Uwaga ta dotyczy jednak całej populacji. Jeśli zawęzić pole rozważań do grupy aktywnych użytkowników Internetu, to okazuje się, że wielu spośród nich posiada wystarczające umiejętności, a jednocześnie jest na tyle świadoma swoich potrzeb, aby cyberświat stał się dla nich miejscem ciekawym i użytecznym. Miejscem, w którym poszukuje się nie tylko określonych informacji, lecz podejmuje się szereg innych złożonych działań, którym

⁵ Kapitał intelektualny to inaczej ogół niematerialnych aktywów ludzi, przedsiębiorstw, społeczności, regionów i instytucji, określony potencjał, który właściwie wykorzystany, może być źródłem obecnego oraz przyszłego dobrostanu kraju (zob. <http://www.innowacyjnosc.gpw.pl/kip/index.php>).

przyświeca określony cel. W raporcie „*Diagnoza Internetu 2009*” będącym analizą tego medium w polskim kontekście społeczno-kulturowym, wśród podstawowych celów korzystania z Internetu wyróżniono cele następujące: praktyczny, społeczny, komputerowy, kreatywny, finansowy oraz informacyjny (Krejtz, Cypryańska, 2009: 64-65). O dyslokacji tych celów na mapie potrzeb polskich internautów świadczą nie tylko wyniki przytoczonej tu *Diagnozy Internetu 2009*, lecz także wyniki innego, znacznie szerszego studium, jakim jest *Diagnoza Społeczna 2009* (Batorski i in., 2010: 62). Badania te potwierdzają przy tym, że wiele z działań podejmowanych przez starszych wiekiem internautów ukierunkowanych jest na różnego typu kontakty interpersonalne. Jednym ze sposobów nawiązywania i utrzymywania takich kontaktów jest uczestnictwo w internetowych forach i grupach dyskusyjnych (por. Krejtz, Cypryańska, 2009: 61; *World Internet Project Poland* (2010: 41-n.)).

Fora dyskusyjne są jedną z wielu aktywności internetowych. W grupie starszych użytkowników Internetu nie są przy tym najpopularniejsze. Dużo bardziej popularne okazują się portale społecznościowe, oferujące znacznie szersze spektrum możliwości realizowania swoich potrzeb w Sieci (zob. Wenzel, 2009; Wądołowska, 2010). Jednak i na portalach społecznościowych, a także na większości serwisów informacyjnych i instytucjonalnych znajdują się fora dyskusyjne. To, co różnicuje fora dyskusyjne od innych form komunikowania się za pośrednictwem Internetu, to zazwyczaj powszechny do nich dostęp. Często możliwy także dla tych, którzy nie są zarejestrowanymi użytkownikami forum, a jednak mają cel w przeglądaniu bądź uczestniczeniu w dyskusjach, jakie na forum się toczą.⁶ I ta właśnie cecha nadaje internetowemu forum dyskusyjnemu szczególny walor poznawczy. Tym bardziej, że jest to nie tylko wirtualna przestrzeń, w której spotykają się ludzie, w tym coraz częściej i liczniej najaktywniejsi seniorzy. Internetowe forum dyskusyjne jest czy też raczej może być także bogatym źródłem poznania jego uczestników: ich biografii, wiedzy i doświadczeń, problemów, dolegliwości, smutków i radości, potrzeb, zainteresowań, pasji, życiowych celów, poglądów, opinii, postaw, pomysłów, preferowanych aktywności, stylów życia,

⁶ Zasady użytkowania internetowego forum dyskusyjnego reguluje zazwyczaj regulamin forum. To on określa warunki, jakie musi spełnić użytkownik, aby móc przeglądać poszczególne wątki tematyczne forum bądź, aby aktywnie w nich uczestniczyć. Zróżnicowanie tych warunków implikuje rodzajowy podział na fora: anonimowe, pół-anonimowe, restrykcyjne oraz prywatne (niedostępne dla osób postronnych). Fora internetowe mogą mieć ponadto charakter płaski (bez wyodrębnienia tematycznej struktury) oraz ustrukturalizowany. Zakres tematów omawianych na forum przesądza także o tym, czy jest to forum ogólnotematyczne, wielotematyczne czy też specjalistyczne, poświęcone określonej dziedzinie wiedzy czy zjawisku (http://pl.wikipedia.org/wiki/Forum_dyskusyjne; por. Thiedeke, 2003).

stosowanych przez nich rozwiązań i przepisów (nie tylko kulinarnych), sposobów komunikowania, prowadzenia dialogu, itd. Biorąc pod uwagę stopień społeczno-kulturowej alienacji polskich seniorów, źródło takie uznać należy za szczególnie cenne także dla przedstawicieli świata nauki, którzy w swoich pracach badawczych podejmują problemy starości i starzenia się, a także wszelkiej aktywności w tym okresie życia. Forum dyskusyjne stanowi zatem pewnego rodzaju interaktywny dziennik zapewniający dostęp do bardzo szczegółowej wiedzy. Poza funkcjami podstawowymi, jak utrzymywanie kontaktów interpersonalnych i wymiana informacji, może pełnić także szereg innych funkcji. Z perspektywy seniora może np. przyczyniać się do jego społeczno-kulturowego rozwoju. Rozwój taki może być wynikiem pobudzenia motywacji do szeroko rozumianej aktywności zarówno w cyberprzestrzeni, jak i w świecie realnym. Aktywność ta może wyrażać się w konkretnych działaniach o charakterze edukacyjnym. Z perspektywy badacza forum internetowe może stanowić natomiast nie tylko przedmiot badań, lecz może być wykorzystane jako narzędzie do prowadzenia pogłębionych studiów o życiu, w tym o edukacyjnej aktywności seniorów.

5. Potencjał forum dyskusyjnego z perspektywy badań glottodydaktycznych

Przełom naukowo techniczny oraz zmiany społeczno-kulturowe w polskim społeczeństwie w stosunkowo krótkim czasie przesądziły o dynamicznym rozwoju Internetu w Polsce. Towarzyszący tym zmianom czynnik demograficzny z jednej strony przyczynia się do wzrostu zainteresowania problemami ludzi starszych, z drugiej zaś przekłada się na większą aktywność samych seniorów. Konsekwencją takiego stanu rzeczy jest rozwój nowego rynku usług (komercyjnych oraz o charakterze non profit), w którym osoby starsze stają się już nie tyle potencjalną, co rzeczywistą grupą użytkowników, beneficjentów, klientów itd. Transformacje te zachodzą przy tym równoległe w świecie realnym oraz w cyberprzestrzeni. Nie może zatem dziwić stale powiększająca się liczba portali i serwisów internetowych, poświęconych w dużej części, bądź wyłącznie seniorom.⁷ Na wielu z nich znajdują się fora dyskusyjne. Do serwisów cieszących się największą popularnością wśród starszych użytkowników Internetu należy www.senior.pl. Na nim funkcjonuje też jedno z bardziej

7 Np.: <http://www.senior.pl>, <http://www.forum.senior.info.pl/>, <http://www.starszakiplus.pl/>, <http://www.kobieta50plus.pl/>, <http://www.filantropia.org.pl/>, <http://ksenior.pl/>, <http://www.seniorzy.pl/>, <http://www.bycseniorem.pl/>, <http://www.swiatemeryta.pl/>, <http://razem50plus.pl/>, <http://seniorwsieci.pl/>, <http://www.senior.fit.pl/>, <http://www.seniorzywakcji.pl/>.

rozbudowanych for dyskusyjnych⁸. To właśnie ten serwis i to forum będą przedmiotem dalszych rozważań.

Warto zatem postawić dwa zasadnicze pytania, jakie zapewne stawiają sobie również niezdecydowani użytkownicy Internetu oraz ostrożni i przywiązani do tradycyjnych metod badawczych przedstawiciele świata nauki. Jakim potencjałem może charakteryzować się serwis internetowy w dużej części tworzony przez seniorów i dla seniorów? Jakie wartości dla życia i dla nauki wnosi funkcjonujące w nim forum dyskusyjne? Odpowiedzi dostarcza krótka analiza wyznaczonego obszaru problemowego, a więc tegoż właśnie serwisu i forum.

Tak dla seniorów – użytkowników Internetu, jak i dla badaczy podejmujących badania zorientowane na analizę społeczno-kulturowego oraz edukacyjnego wymiaru życia ludzi starszych, serwis www.senior.pl okazuje się miejscem niezwykle interesującym z perspektywy realizacji potrzeb każdej z wymienionych tu grup. Układ strony startowej serwisu informuje przy tym, że jest to serwis wielotematyczny, podejmujący zagadnienia z niemalże każdej sfery życia seniorów. Dostęp do tych sfer następuje poprzez wybranie właściwej zakładki, która przekierowuje do kolejnych podkatalogów tematycznych. Korzystając z zakładek zarówno senior, jak i badacz mogą w łatwy i szybki sposób dotrzeć do interesujących ich treści. Narzędziem wspomagającym proces wyszukiwania informacji jest okno wyszukiwarki. Po zdefiniowaniu przez użytkownika słów-kluczy wyszukiwarka dokonuje przeszukań poszczególnych zbiorów tematycznych, całego serwisu lub zasobów globalnych. Za istotne uznać należy to, że dostęp do treści artykułów mają wszyscy użytkownicy Internetu. Funkcja *zarejestruj się i zaloguj* rozgranicza jedynie poziom ich aktywizacji. Ci bierni, ograniczający się do przeglądania treści z funkcji tej nie muszą korzystać.

Analiza strony tytułowej, ale także i kolejnych jej podstron pozwala stwierdzić, że poza merytorycznymi informacjami, jako medium w pewnym względzie komercyjne www.senior.pl konfrontuje swoich użytkowników z reklamami. Są to reklamy promujące produkty bądź usługi dedykowane dla seniorów. Informacja o nowych produktach, usługach czy trendach mody (w rozumieniu popularności tych produktów i usług) może być wartościowa nie tylko dla seniorów (np. w zakresie uświadamiania potrzeb, pobudzania do działania), lecz także dla badaczy. Zakres tematyczny prezentowanych reklam dostarcza informacji o kierunkach rozwoju rynku towarów i

⁸ Z danych telemetrycznych na dzień 30.03.2011r. wynika, że na forum założono dotychczas 6.999 wątków i napisano 890.338 Postów. Na forum zarejestrowanych jest 14.639 użytkowników.

usług dla osób starszych. Reklama taka na znaczeniu zyskuje zwłaszcza wtedy, gdy przedmiotem badań jest rynek usług edukacyjnych, np. oferta kursów językowych dla seniorów. O ile przeszukiwanie zasobów Internetu w tym zakresie często prowadzi do ofert nieaktualnych, a ponadto wymaga dużo więcej czasu, to zapytanie zamieszczone w wyszukiwarce www.senior.pl (lub innego serwisu) jest dużo bardziej efektywne. Zakres przedmiotowy oraz podmiotowy zapytania podlega bowiem ograniczeniu.

Po wybraniu interesującej zakładki tak senior, jak i badacz zauważają, ale jednocześnie uszczegóławiają zakres informacji, z którymi chcą się zapoznać. Przejrzysty układ strony wspomagany przez systemy odsyłaczy, ramkowania, kolorowania czy boldingu, niewątpliwie ułatwia poszukiwanie i analizę wybranych treści. Pomocny może okazać się także sposób prezentacji wyników wyszukiwania, który zazwyczaj przyjmuje układ chronologiczny z adnotacją o dacie publikacji. Na podstronach serwisu, poza treścią o określonej, zdefiniowanej przez siebie tematyce, senior lub badacz natrafiają także na szereg informacji pobocznych. Od ich zainteresowania i postawy (biernej vs aktywnej) zależy, w jaki sposób informacje te wykorzystają. A mogą to być m.in. omówione już pokrótce informacje reklamowe, formularze ankietowe i sondy badawcze, a także wykaz odnośników do konkretnych grup narzędzi czy też miejsc w serwisie, które otwierają nowe, znacznie pogłębione możliwości zarówno w zakresie internetowej aktywności, jak i poszukiwań badawczych. Dopiero analiza wszystkich tych narzędzi/opcji daje pogląd, jak szeroki może być to wachlarz możliwości. Ich mnogość i zróżnicowanie przesądzają jednocześnie o odpowiednim przygotowaniu kompetencyjnym, którym powinien legitymować się tak użytkownik, jak i badacz. Jednym z takich narzędzi, a jednocześnie jedną z takich interpersonalnych przestrzeni jest *Klub Senior Cafe*.

„Klub Senior Cafe to więcej niż forum dyskusyjne, blog, serwis opinii czy galeria zdjęciowa, choć zawiera w sobie wszystkie te funkcje, a także wiele innych. To miejsce, w którym każdy może stworzyć swoją własną przestrzeń, takie "wirtualne mieszkanie", umeblować je najbardziej interesującymi treściami i zaprosić bliskich do podziwiania go i do dyskusji” (www.klub.senior.pl/faq.php?faq=klub_senior_cafe#faq_klub). Definicja ta, choć pozornie wąska, informuje czego można się spodziewać wybierając tą właśnie zakładkę (Klub Senior Cafe). Podobnie, jak w przypadku innych grup czy for dyskusyjnych, tak i w tym zasady użytkowania określa regulamin. Już na wstępie osoba zainteresowana jest informowana o tym, że „Klub Senior Cafe jest serwisem, w którym spotykają się ludzie zainteresowani tematyką dotyczącą Seniorów, ich problemów i

funkcjonowania w społeczeństwie. Nie oznacza to jednak, że Klub przeznaczony jest wyłącznie dla osób starszych. Zarejestrować się i aktywnie uczestniczyć w życiu społeczności może każdy użytkownik Internetu. Każdy użytkownik ma w Klub Senior takie same prawa, bez względu na "staż", liczbę napisanych postów, wiek, płeć i inne czynniki” (<http://www.klub.senior.pl/informacje/t-regulamin-klub-senior-cafe-487.html>). I ta informacja jest szczególnie ważna z perspektywy działań badawczych. Co prawda każdy badacz włączający się w społeczność forum jest zobligowany do przestrzegania określonych zasad. Nie jest jednak w żaden sposób dyskryminowany. Wiele postów zamieszczanych na forum jest przykładem na to, że coraz więcej jest w tej społeczności osób wywodzących się ze świata nauki. Poszukujących nowych obszarów badawczych, bądź po prostu upatrujących w forum szansy na dotarcie do interesującej grupy badawczej, co w świecie realnym, jest niekiedy bardzo trudne. W zamkniętej, ale jednocześnie ustrukturyzowanej przestrzeni forum, w stosunkowo krótkim czasie można dotrzeć do większych grup seniorów skonsolidowanych wokół interesujących zmiennych. Tym bardziej, że forum podzielone zostało na różnorodne działy (zob. Tabela 1).

Działy Forum	Sekcje w działach
O SERWISIE	informacje
GENERACJA 50PLUS	ogólny, eSenior, polityka, społeczeństwo, humor, zabawa, różności
ZDROWIE	ogólny, profilaktyka i zdrowy styl życia, choroby, badania, terapie, opieka, menopauza/andropauza, uzależnienia, dieta
URODA	ogólny, moda i styl, pielęgnacja, kosmetyki
KULTURA	muzyka, książki, literatura, poezja, film, teatr, sztuka i kulturoznawstwo
STYL ŻYCIA	kuchnia, kulinaria, podróże i turystyka, hobby, pasje, dom, wnętrza, ogród, wszystkie zwierzęta małe i duże, gry
RODZINA-BLISCY	ogólny, jestem babcią, jestem dziadkiem, rodzina bliższa i dalsza, miłość, przyjaźń, związki, samotność, prawo rodzinne
FINANSE	ogólny, zarządzanie finansami, senior w banku
PRACA	ogólny, seniorzy i praca, emerytura, renta, ZUS
EDUKACJA	ogólny, uniwersytety trzeciego wieku, nuka, problemy i pomysły społeczne
OGŁOSZENIA	zaproszenia, turystyczne, różne, „oddam, potrzebuję”, praca, wolontariat, kupię, sprzedam, zamienię
REGIONALNE	informacje z polski i innych rejonów świata

Tabela 1. Rozkład działów w *Klub Senior Cafe* z podziałem na sekcje. Stan na dzień 30.03.2011r.

Pierwsze czynności glottodydaktyka zajmującego się badaniem procesów nauczania/uczenia się języków obcych w wieku senioralnym, powinny zmierzać do szczegółowej analizy działów takich, jak: *Generacja 50Plus*, *Kultura*, *Styl życia*, *Praca* oraz *Edukacja*. Tu bowiem o kształceniu językowym mówi się najczęściej i najobszerniej, a przy tym w różnych kontekstach sytuacyjnych. Warto jednak podkreślić, że badania prowadzone na forum dyskusyjnym nie muszą ograniczać się do analizy treści już zapisanych. Wytypowanie potencjalnej grupy docelowej dla badań daje podstawy do tego, aby po uzyskaniu pełni praw użytkownika forum nawiązać kontakt z podmiotem badania. Kontakt taki umożliwia jeden z komponentów serwisu, mianowicie konto e-mailowe: tzw. „Prive”. Po nawiązaniu takiego kontaktu i uzyskaniu zgodny na udział w badaniu dopiero wówczas można mówić o badaniach pogłębionych ukierunkowanych na analizę konkretnego przypadku. Zakres takiej analizy będzie jednak zależał od przyjętej metodologii badań, od aktywności podmiotu badania, w tym jego chęci i możliwości psychofizycznych. W mniejszym stopniu od osoby badacza, choć niewątpliwie umiejętność poruszania się po forum, znajomość specyficznych dla tego miejsca zasad *savoir vivre* oraz posiadanie szeregu kompetencji osobowościowych i merytorycznych może przesądzić o sukcesie bądź niepowodzeniu badania.

Podsumowując można przyjąć, że badania prowadzone na obszarze internetowego forum dyskusyjnego mogą mieć charakter wieloetapowy, a przy tym mogą odwoływać się do różnej metodologii badań i stosowanych w jej ramach metod i technik badawczych. Badania takie mogą ograniczać się do analizy treści na temat seniorów, ale nie koniecznie przez seniorów publikowanych. Mogą również koncentrować się na wypowiedziach czy twórczości seniorów, na relacjach między dyskutantami, na analizie wątków dyskusji, ich wiedzy, doświadczeń, problemów, postaw, pomysłów itd., a więc tego wszystkiego, co definiuje określoną postawę społeczną czy edukacyjną osoby starszej. Także w tym przypadku nie jest wymagany bezpośredni kontakt z podmiotem badania. Aby nadać badaniom wartość szczególną i indywidualną, m.in. poprzez umiejętne i celowe modelowanie procesu badawczego, postuluje się nawiązanie kontaktu z osobą badaną. Istotne jest, że elektroniczne medium, jakim jest Internet, umożliwia dystrybucję elektronicznych narzędzi badawczych (np. ankiet, sond), których skuteczność może znacznie wzrosnąć, jeżeli do typowania grupy badawczej wykorzystane zostanie forum dyskusyjne. Różnorodność możliwości dotarcia do informacji, jak również szeroki zakres tych informacji przesądza o szczególnym potencjale Internetu i funkcjonującego w jego ramach forum dyskusyjnego.

6. Zakończenie

Internetowe fora dyskusyjne, podobnie jak sam Internet w dalszym ciągu pozostają dla większości polskich seniorów nową i często bardzo odległą przestrzenią aktywności. Jest to jednak przestrzeń dynamiczna i należy spodziewać się jej szybkiego rozrostu. Choć jeszcze nie masowo, to już od kilku lat polscy seniorzy spotykają się w Internecie. Są to osoby najbardziej aktywne, o postawach prorozwojowych, skłonne do szeroko rozumianej interakcji, także na gruncie badawczym. Tą otwartość na nowe technologie i potrzebę rozwijania swoich kompetencji (nie tylko cyfrowych) dostrzec można analizując dyskusje prowadzone przez seniorów właśnie za pośrednictwem forum internetowego. Miejsca tego typu, pomimo że wirtualne, nacechowane są dużym potencjałem badawczym. Konsolidują bowiem określoną grupę ludzi, charakteryzujących się ponadprzeciętnymi potrzebami i możliwościami, jeśli odnieść się do całej populacji polskich seniorów. Czy warto zatem objąć badaniami również i ten obszar ludzkiej egzystencji? Niniejszy artykuł w pewnym zakresie udziela odpowiedzi na to pytanie. Niestety z racji redakcyjnych ograniczeń nie podejmuje on wszystkich wątków, nie wyjaśnia też wszystkich niewiadomych. Być może ta niedoskonałość stanie się jednak przyczynkiem do rozbudzenia dyskusji na ten temat.

Bibliografia:

- Banks M.A. (2008), *On the way to the web: the secret history of the internet and its founders*. Nowy York: Springer Verlag.
- Batorski D., Czerniawska D., Fenrich W., Kowalik W., Kubicki P., Olcoń-Kubicka M., Zajac J.M., Żychlińska M. (2010), *Raport Otwarcia Koalicji „Dojrz@łość w sieci”. Między alienacją a adaptacją. Polacy w wieku 50+ wobec internetu*. (Źródło elektroniczne: www.dojrzaloscwsieci.pl/tl_files/pliki/Raport.pdf, dostęp 23.03.2011).
- Beck K. (2006), *Computervermittelte Kommunikation im Internet. Lehr- und Handbücher der Kommunikationswissenschaft*. Monachium: Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH.
- Briggs A., Burke P. (2009), *Social history of the media: from Gutenberg to the Internet*. Cambridge-Malden: Polity Press.
- Diagnoza Społeczna* (2009): Czapiński J., Panek T. (red.) (2009), „*Diagnoza Społeczna 2009. Warunki i jakość życia Polaków. Raport*“, Warszawa: Rada Monitoringu Społecznego (Źródło elektroniczne: www.diagnoza.com, dostęp 23.03.2011).

- Fabiś A., Wąsiński A. (2008), *Aktywność seniorów w Internecie* (w) *Biblioteka Gerontologii Społecznej*. Tom 1 pod redakcją A. Fabisia pt.: „Aktywność społeczna, kulturalna i oświatowa seniorów.” Bielsko-Biała” Wyższa Szkoła Administracji w Bielsku-Białej, s. 61-71.
- Gołaczyński J. (2007), *Umowy elektroniczne w prawie prywatnym międzynarodowym*. Sandomierz: Wolters Kluwer Polska.
- Green L. (2010), *The internet: an introduction to new media*. Oxford-New York: Berg Publishers.
- Hine C. (2003), *Virtual ethnography*. Londyn-Thousand Oaks-New Delhi: SAGE Publications Ltd.
- Jacob N., Schoen H., Zerback T. (red.) (2009), *Sozialforschung im Internet: Methodologie und Praxis der Online-Befragung. Lehrbuch*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, GWV Fachverlage GmbH.
- Kita R. (2010), *Metody pomiaru oglądalności witryn internetowych*. (w) Wąłta A. (red.) (2010), *Raport strategiczny IAB Polska. Internet 2009. Polska-Europa-Świat*. Warszawa: VFP Communications Sp. z o.o., s. 78-80 (Źródło elektroniczne: <http://www.iabpolska.pl/20100609395/raport-strategiczny-iab-polska-internet-2009.html>, dostęp 25.03.2011).
- Kozinets R.V. (2010), *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. Londyn-Thousand Oaks-New Delhi: SAGE Publications Ltd.
- Krejtz K., Cypryańska M. (2009), *Dlaczego korzystamy z internetu? Determinanty psychologiczne i społeczne* (w) Krejtz K. (red.) (2009), *Diagnoza Internetu 2009*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, s. 58-86.
- Krejtz K., Nowak A. (2009), *Znaczenie internetu dla funkcjonowania jednostki w społeczeństwie informacyjnym* (w) Krejtz K. (red.) (2009), *Diagnoza Internetu 2009*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, s. 7-16.
- Krzyżanowska Ł., Danielewicz M. (2010), *Mobilny Internet 50+. Nowe media w rękach starszych użytkowników. Raport badawczy*. iPlus ThinkTank: Projekt Mobilność, (Źródło elektroniczne: <http://projektmobilnosc.pl/>, dostęp 25.03.2011).
- Matecka I. (2010), *Konsumenci online*. (w) Wąłta A. (red.) (2010), *Raport strategiczny IAB Polska. Internet 2009. Polska-Europa-Świat*. Warszawa: VFP Communications Sp. z o.o., s. 19-22 (Źródło elektroniczne: <http://www.iabpolska.pl/20100609395/raport-strategiczny-iab-polska-internet-2009.html>, dostęp 25.03.2011).
- Möhring W., Schlütz D. (2003), *Die Befragung in der Medien- und Kommunikationswissenschaft: eine praxisorientierte Einführung*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, GWV Fachverlage GmbH.
- Parlament Europejski i Rada Unii Europejskiej (2006), *Zalecenie Parlamentu Europejskiego i Rady Unii Europejskiej z dnia 18 grudnia 2006 r. w sprawie kompetencji kluczowych w procesie uczenia się przez całe życie* (2006/962/WE) (w) *Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej* nr L 394 z dnia 30.12.2006, s. 10-18.
- Pliszka S. (2010), *Dostęp do internetu*. (w) Wąłta A. (red.) (2010), *Raport strategiczny IAB Polska. Internet 2009. Polska-Europa-Świat*. Warszawa: VFP Communications Sp. z o.o., s. 16-19 (Źródło elektroniczne:

<http://www.iabpolska.pl/20100609395/raport-strategiczny-iab-polska-internet-2009.html>, dostęp 25.03.2011).

- Portret internauty. Raport* (2009): Wenzel M., Feliksiak M., Toczyski P. (red.) (2009), *Portret internauty*. CBOS, Gazeta.pl (Źródło elektroniczne: <http://badania.gazeta.pl/pr/115297/portret-internauty-raport-cbos-i-gazeta-pl?changeLocale=PL>, dostęp 23.03.2011).
- Poynter R. (2010), *The Handbook of Online and Social Media Research: Tools and Techniques for Market Researchers*. West Sussex: John Wiley & Sons Ltd.
- Raport o Kapitale Intelktualnym Polski* (2008), Warszawa: Zespół Doradców Strategicznych Prezesa Rady Ministrów, (Źródło elektroniczne: http://pliki.innowacyjnosc.gpw.pl/Kapital_Intelktualny_Polski.pdf, dostęp 25.03.2011).
- Thiedeke U. (red.) (2003), *Virtuelle Gruppen: Charakteristika und Problemdimensionen*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, GWV Fachverlage GmbH.
- Wądołowska K. (2010), *Społeczności wirtualne*. Komunikat z badań BS/58/2010. Warszawa: Centrum Badania Opinii Społecznej (Źródło elektroniczne: http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2010/K_058_10.PDF, dostęp 28.03.2011).
- Wenzel M. (2009), *Korzystanie z Internetu*. Komunikat z badań BS/96/2009. Warszawa: Centrum Badania Opinii Społecznej (Źródło elektroniczne: http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2009/K_096_09.PDF, dostęp 28.03.2011).
- World Internet Project Poland* (2010), Warszawa: Agora S.A. i Grupa TP, (Źródło elektroniczne: www.uk.gov.pl/gALLERY/36/25/36256/Raport_World_Internet_Project.pdf, dostęp 23.03.2011).

Summary

Internet discussion fora: a new sphere of activity and a source of cognition of Polish elderly. From the perspective of foreign language teaching and research

Although the Internet originated in the late 1960's, the actual popularization of this medium took place in the 1990's. In Poland this process was initiated, and still continues, with a few years' delay in comparison with West European countries or the United States. However, the Internet services market has changed significantly also in Poland ever since. The Internet has revolutionized almost all realms of life. It is becoming an increasingly popular sphere of activity among not only young people but also the elderly. This, in turn, creates new opportunities to learn about the elderly and the way of their individual and social functioning. This article presents sources of knowledge of Polish Internet websites and their users. The Polish elderly as Internet users have been described here as well. The Internet discussion forum serving as a new sphere of activity and a source of cognition of the Polish elderly has been discussed. Finally, an attempt has been made to define research potential of the aforementioned sphere in terms of language education studies.