

Anna Jaroszewska

Internetowe fora dyskusyjne : nowa przestrzeń aktywności i źródło poznania polskich seniorów z perspektywy badań glottodydaktycznych

Acta Neophilologica 14/2, 21-34

2012

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Anna Jaroszevska

Zakład Glottodydaktyki

Instytut Germanistyki Uniwersytetu Warszawskiego

INTERNETOWE FORA DYSKUSYJNE: NOWA PRZESTRZEŃ AKTYWNOŚCI I ŹRÓDŁO POZNANIA POLSKICH SENIORÓW Z PERSPEKTYWY BADAŃ GLOTTODYDAKTYCZNYCH*

Key words: Internet, discussion fora, geragotics, foreign language teaching, research

1. Wprowadzenie

Historia Internetu sięga lat 60. 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: 7n.; Banks 2008: 1n.; Green 2010: 20n.]. Stricte naukowe, a następnie komercyjne wykorzystanie Internetu, już jako ogólnoswiatowej sieci działającej w standardzie WWW (World Wide Web), nastąpiło w latach późniejszych – w Europie Zachodniej i w USA na początku lat 90. 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 embarga 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: 17n.].

* Główne myśli artykułu zostały wygłoszone na VII Konferencji Naukowej z cyklu Zakopiańskich Konferencji Andragogicznych, zorganizowanej w Zakopanem od 14 do 15 kwietnia 2011 roku.

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 oraz przystąpienia Polski do Unii Europejskiej i wzrostu jej znaczenia na arenie międzynarodowej, w dalszym ciągu jednak rynek ten cechuje się ilościowym oraz technologicznym zapóźnieniem. Zaś to przekłada się na stopień rozpowszechnienia dostępu do Internetu. W 2010 roku poziom penetracji Internetu wyniósł w Polsce 58,4%, co uplasowało nasz kraj na 21 pozycji w UE – o ile w najbardziej zapóźnionej Rumunii wskaźnik ten wyniósł 35,5%, to w przodującej Szwecji aż 92,5% [za: Internet World Stats]. Zatem choć Polska ma jeszcze wiele do nadrobienia, to dziś także i tu Internet może uchodzić za wynalazek na miarę druku Gutenberga [zob. Briggs, Burke 2009]. Zrewolucjonizował on bowiem niemalże wszystkie sfery życia. Konsekwencją jego upowszechniania stały się między innymi społeczno-kulturowe transformacje, niepozostające 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 są włączane także dane o udziale w cyberprzestrzeni polskich seniorów. Podstawowym źródłem tych danych 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 Eurobarometru¹ (http://ec.europa.eu/public_opinion/index_en.htm). Ogólne trendy rozwojowe w polskich mediach, w tym w Internecie, są analizowane 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), 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

¹ Eurobarometr – międzynarodowy program regularnego badania opinii społecznej realizowany na zlecenie Komisji Europejskiej od 1973 roku.

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 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>), 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. Wspecjalizowane narzędzia pomiarowe pozwalają na prowadzenie analiz ilościowych, jakościowych oraz mieszanych. Stopień kompleksowości pomiarów i analiz zależy 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 Internet-Stats.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. 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, przesądza o tym, że można dziś z wielkim powodzeniem prowadzić dotyczące go najrozmaitsze badania z różnych dziedzin wiedzy. W kontekście transformacji społeczno-kulturowych, do których przyczynił się między innymi właśnie Internet, badania

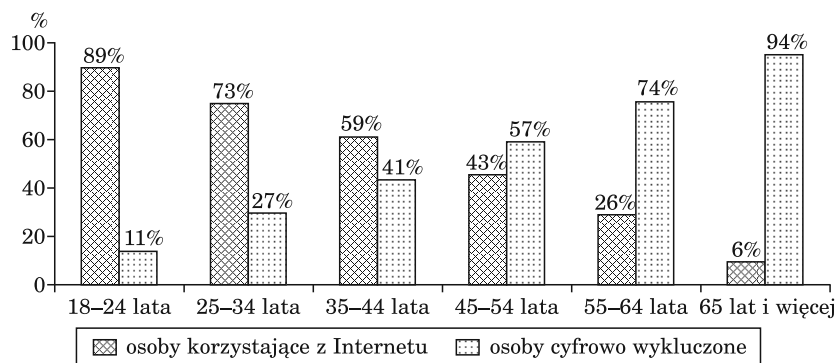
społeczności internetowych zyskują na znaczeniu. Podejmowane na gruncie tych badań problemy stały się współcześnie ważne zarówno w obrębie gospodarki i polityki, jak i codziennych relacji oraz zachowań społecznych w świecie rzeczywistym. Nie może zatem dziwić wzrost zainteresowania tym medium także przedstawicieli 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 poznania tej grupy społecznej. 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, jak i w zakresie oferowanych usług. Obniżenie kosztów dostępu do Internetu przekłada się przy tym na liczbę jego użytkowników². W ostatnich latach tendencja ta stała się bardzo wyraźna również w Polsce. Z badania Net Track³ prowadzonego przez Instytut Millward Brown SMG/KRC wynika, że w okresie ostatnich dziesięciu lat następuje coroczny przyrost polskich internautów. O ile w 2001 roku odsetek takich osób wynosił 12%, to w 2010 roku 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 wprowadzić 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 zobrazowano w formie wykresu (rys. 1) [por. Czapiński, Panek 2009: 289n.; World Internet Project Poland 2010: 17n.; Pliszka 2010: 17–18].

² Nie bez znaczenia jest popularyzacja technologii IT, przejawiająca się nie tylko w powszechnym dostępie do coraz nowocześniejszego hardware'u i software'u, lecz również we wzroście kompetencji w zakresie nowych technologii, które współcześnie są zaliczane do kompetencji kluczowych [zob. Parlament Europejski i Rada Unii Europejskiej 2006].

³ 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 między innymi na temat struktury demograficznej oraz społeczno-zawodowej użytkowników Internetu. Próba badawcza obejmuje 48 tysięcy respondentów w wieku 15–75 lat w skali roku, por. [online] <http://www.millwardbrown.com/Locations/Poland/Uslugi/Badania_Syndykatowe/Net_Track.aspx>, dostęp: 8.11.2012. Podobny charakter ma badanie Megapanel, prowadzone przez firmę badawczą Polskie Badania Internetu, por. [online] <<http://pbi.org.pl/index.php/ida/7/>>, dostęp: 8.11.2012.



Rys. 1. Aktywność Polaków w Internecie według kryterium wieku (przełom lat 2008 i 2009)
 Źródło: opracowanie własne na podstawie raportu *Portret internauty*
 [Wenzel, Feliksiak, Toczyski 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 jest widoczna również w grupie osób w wieku 50+ [Batorski i in. 2010: 18n.; por. Matecka 2010: 19n.]. Te same czynniki przesadzają jednocześnie o motywach oraz o sposobach korzystania z Internetu. Wpływają także na postawy Polaków wobec tego medium, postawy charakteryzujące się stosunkowo wysoką niejednorodnością [zob. World Internet Project Poland 2010: 26n.].

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]:

- 1) bariery finansowe; mogą się one objawiać brakiem komputera i/lub brakiem dostępu do Internetu ze względu na koszt abonamentu dostępowego;
- 2) bariery zasięgu, niezależne od potencjalnego internauty, wyrażające się brakiem technicznych możliwości dostarczenia Internetu przez usługodawcę;
- 3) 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;

- 4) brak umiejętności korzystania z nowych technologii, powiązany z niechęcią, obawą bądź ograniczeniami psychofizycznymi w zakresie rozwoju takich umiejętności;
- 5) brak interesujących usług i treści, które wypełniałyby potrzeby i oczekiwania osób starszych względem medium, jakim jest Internet;
- 6) brak wiedzy o ofercie przeznaczonej dla starszych użytkowników Internetu lub o sposobach czy też możliwościach wykorzystania tego medium dla własnych potrzeb;
- 7) bariery psychologiczne, powiązane z silnie zakorzenionym negatywnym stereotypem na temat Internetu i urządzeń zapewniających do niego dostęp (na przykład Internet jako medium silnie uzależniające, źródło wirusów komputerowych, medium demoralizujące najmłodszych członków rodziny; komputer jako źródło hałasu, urządzenie generujące wysokie rachunki za prąd; monitor jako źródło promieniowania niszczącego wzrok itd.);
- 8) autowykluczanie się ze świata nowoczesnych technologii i świadome pozostawanie poza trendami mody, wynikające z nieznamomości tego świata oraz z przywiązania do tradycji i dotychczasowego stylu życia, bądź też autowykluczanie się spowodowane chęcią powrotu do życia w zgodzie z naturą;
- 9) 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 są uwarunkowane wymienionymi powyżej czynnikami (wykształceniem, statusem społecznym, postawą życiową itd.). Co więcej, o poziomie nasilenia tych barier przesądza bardzo niski w skali europejskiej indeks kapitału intelektualnego⁴ 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*: 124n.]. 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 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. Por. [online] <http://www.nauka.gov.pl/fileadmin/user_upload/ministerstwo/Aktualnosci/20100825_Kapital_Intelektualny_dla_zrownowazonego_wzrostu>, dostęp: 8.11.2012.

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

Internet jest medium zróżnicowanym w zakresie możliwości, które 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 poszukiwania nie tylko określonych informacji, ale i podejmowania szeregu innych złożonych działań, którym przyświeca określony cel. W raporcie *Diagnoza Internetu 2009*, będącym analizą tego medium w polskim kontekście społeczno-kulturowym, wśród podstawowych celów korzystania z Internetu wyróżniono następujące cele: 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 jest ukierunkowanych 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: 41n.].

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, które się toczą na forum⁵.

⁵ Zasady użytkowania internetowego forum dyskusyjnego reguluje zazwyczaj regulamin forum. To on określa warunki, które musi spełnić użytkownik, aby móc przeglądać poszczególne wątki tematyczne forum bądź aktywnie w nich uczestniczyć. Zróżnicowanie tych warunków implikuje rodzajowy podział na fora: anonimowe, półanonimowe, restrykcyjne oraz prywatne (nie dostępne 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. Por. [online] <http://pl.wikipedia.org/wiki/Forum_dyskusyjne>, dostęp: 8.11.2012; Thiedeke [2003].

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, 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 na przykład przyczyniać się do jego społeczno-kulturowego rozwoju; rozwój ten może pobudzać z kolei motywację 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 na przykładzie serwisu www.senior.pl

Jak wspomniano powyżej, stale powiększa się liczba portali i serwisów internetowych poświęconych w dużej części bądź wyłącznie seniorom⁶. Na wielu z nich znajdują się fora dyskusyjne. Do serwisów cieszących się największą popularnością wśród starszych użytkowników Internetu należy serwis www.senior.pl. W jego obrębie funkcjonuje jedno z bardziej rozbudowanych forów dyskusyjnych⁷. To właśnie ten serwis i to forum będą przedmiotem dalszych rozważań. Warto postawić dwa zasadnicze pytania, które zapewne stawiają sobie również niezdecydowani użytkownicy Internetu oraz ostrożni i przywiązani do tradycyjnych metod badawczych przedstawiciele świata nauki: Jakim potencjałem może charaktery-

⁶ 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/>.

⁷ Z danych telemetrycznych na dzień 30 marca 2011 roku wynika, że na forum założono dotychczas 6999 wątków i napisano 890 338 postów. Na forum jest zarejestrowanych 14 639 użytkowników.

zować się serwis internetowy w dużej części tworzony przez seniorów i dla seniorów? Jakie wartości wnosi w sferę ich życia oraz w sferę nauki funkcjonujące w nim forum dyskusyjne?

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 względnie komercyjnym, www.senior.pl konfrontuje swoich użytkowników z reklamami. Są to reklamy promujące produkty bądź usługi dedykowane seniorom. Informacje o nowych produktach, usługach czy trendach mody (w rozumieniu popularności tych produktów i usług) mogą być wartościowe 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 usług dla osób starszych. Reklama taka zyskuje na znaczeniu zwłaszcza wtedy, gdy przedmiotem badań jest rynek usług edukacyjnych, przykładowo oferta kursów językowych dla seniorów. O ile przeszukiwanie zasobów Internetu w tym zakresie często prowadzi do znajdowania 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 zawężają, 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 bądź aktywnej) zależy, w jaki sposób informacje te wykorzystają. A mogą to być – między innymi – 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 przesądza 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], dostęp: 8.11.2012].

Powyższa definicja, choć pozornie wąska, informuje, czego można się spodziewać, wybierając zakładkę Klub Senior Cafe. Podobnie jak w przypadku innych grup czy forów 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 Cafe 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>], dostęp: 8.11.2012].

Informacja powyższa 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 tego, 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 można w stosunkowo krótkim czasie dotrzeć do większych grup seniorów skonsolidowanych wokół interesujących zmiennych. Tym bardziej, że forum podzielono na różnorodne działy (tabela 1).

Tabela 1

Rozkład działów w Klub Senior Cafe z podziałem na sekcje.
Stan na 30 marca 2011 roku

Działy forum Klub Senior Cafe	Sekcje w działach
O serwisie	Informacje
Generacja 50plus	Ogólna, e-Senior, Polityka, Społeczeństwo, Humor, Zabawa, Różności
Zdrowie	Ogólna, Profilaktyka i zdrowy styl życia, Choroby, Badania, Terapie, Opieka, Menopauza/andropauza, Uzależnienia, Dieta
Uroda	Ogólna, 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	Ogólna, Jestem babcią, Jestem dziadkiem, Rodzina bliższa i dalsza, Miłość, Przyjaźń, Związki, Samotność, Prawo rodzinne
Finanse	Ogólna, Zarządzanie finansami, Senior w banku
Praca	Ogólna, Seniorzy i praca, Emerytura, Renta, ZUS
Edukacja	Ogólna, Uniwersytety Trzeciego Wieku, Nauka, Problemy i pomysły społeczne
Ogłoszenia	Zaproszenia, Turystyczne, Różne, Oddam – potrzebuję, Praca, Wolontariat, Kupię, sprzedam, zamienię
Regionalne	Informacje z Polski i innych rejonów świata

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 daje podstawy do tego, aby po uzyskaniu pełni praw użytkownika forum nawiązać kontakt z podmiotem badania. Kontakt taki umożliwi jeden z komponentów serwisu, mianowicie konto e-mailowe „Prive”. Dopiero po nawiązaniu kontaktu i uzyskaniu zgody na udział w badaniu można mówić o badaniach pogłębionych, ukierunkowanych na analizę konkretnego przypadku. Zakres takiej analizy będzie jednak zależał od przyjętej metodologii badań, aktywności podmiotu badania, w tym jego chęci i możliwości psychofizycznych, a w mniejszym stopniu od osoby badacza, choć niewątpliwie umiejętność poruszania się po forum, znajomość specyficznych dla tego miejsca zasad *savoir-vivre*'u oraz posiadanie szeregu kompetencji osobowościowych i merytorycznych może przesądzić o sukcesie bądź niepowodzeniu badania.

Można przyjąć, że badania nad internetowym forum dyskusyjnym 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 tekstów dotyczących seniorów, ale niekoniecznie przez seniorów publikowanych. Mogą również koncentrować się na wypowiedziach czy twórczości seniorów, na relacjach między dyskutantami, na analizie wątków dyskusji, wiedzy osób biorących w niej udział, ich 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, między innymi 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 (na przykład ankiet, sond), których skuteczność może znacznie wzrosnąć, jeżeli do typowania grupy badawczej zostanie wykorzystane forum dyskusyjne. Różnorodność możliwości dotarcia do informacji, jak również szeroki zakres tych informacji, przesądzają 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. Tę otwartość na nowe technologie i potrzebę rozwijania swoich kompetencji (nie tylko cyfrowych) można dostrzec, analizując dyskusje prowadzone przez seniorów właśnie za pośrednictwem forum internetowego. Miejsca tego typu, pomimo że wirtualne, są nacechowane 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. et al. (2010). *Raport otwarcia koalicji „Dojrz@łość w sieci”. Między alienacją a adaptacją. Polacy w wieku 50+ wobec Internetu*. [Online] <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.
- Czapiński J., Panek T. (red.) (2009). *Diagnoza Społeczna 2009. Warunki i jakość życia Polaków. Raport*, Warszawa, Rada Monitoringu Społecznego. [Online] <www.diagnoza.com>, dostęp: 23.03.2011.
- Fabiś A., Wąsiński A. (2008). *Aktywność seniorów w Internecie*. W: *Biblioteka Gerontologii Społecznej*. T. 1: A. Fabiś (red.). *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.
- InternetStats.pl. [Online] <<http://www.internetstats.pl>>, dostęp: 23.11.2011.
- Internet World Stats. [Online] <<http://www.internetworldstats.com/>>, dostęp: 8.11.2012.
- 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: A. Wąłta (red.). *Raport strategiczny IAB Polska. Internet 2009. Polska – Europa – Świat*. Warszawa, VFP Communications Sp. z o.o., s. 78–80. [Online] <<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: K. Krejtz (red.). *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: K. Krejtz (red.). *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. [Online] <<http://projektmobilnosc.pl/>>, dostęp: 25.03.2011.
- Matecka I. (2010). *Konsumenci online*. W: A. Wąłta (red.). *Raport strategiczny IAB Polska. Internet 2009. Polska – Europa – Świat*. Warszawa, VFP Communications Sp. z o.o., s. 19–22. [Online] <<http://www.iabpolska.pl/20100609395/raport-strategiczny-iab-polska-internet-2009.html>>, dostęp: 25.03.2011.
- Möhring W., Schlüt 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 2006/962/WE z dnia 18 grudnia 2006 r. w sprawie kompetencji kluczowych w procesie uczenia się przez całe życie [Dz. Urz. UE nr L 394 z dnia 30.12.2006, s. 10–18].
- Pliszka S. (2010). *Dostęp do internetu*. W: A. Wąłła (red.). *Raport strategiczny IAB Polska. Internet 2009. Polska – Europa – Świat*. Warszawa, VFP Communications Sp. z o.o., s. 16–19. [Online] <<http://www.iabpolska.pl/20100609395/raport-strategiczny-iab-polska-internet-2009.html>>, dostęp: 25.03.2011.
- Poynter R. (2010). *The Handbook of Online and Social Media Research: Tools and Techniques for Market Researchers*. West Sussex, John Wiley and Sons Ltd.
- Raport o kapitale intelektualnym Polski* (2008). Warszawa, Zespół Doradców Strategicznych Prezesa Rady Ministrów. [Online] <http://pliki.innowacyjnosc.gpw.pl/Kapital_Intelektualny_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 Badań Opinii Społecznej. [Online] <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 Badań Opinii Społecznej. [Online] <http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2009/K_096_09.PDF>, dostęp: 28.03.2011.
- Wenzel M., Feliksiak M., Toczyski P. (red.) (2009). *Portret internauty*. CBOS, Gazeta.pl. [Online] <<http://badania.gazeta.pl/pr/115297/portret-internauty-raport-cbos-i-gazeta-pl?changeLocale=PL>>, dostęp: 23.03.2011.
- World Internet Project Poland (2010). Warszawa: Agora S.A. i Grupa TP, [Online] <www.uke.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.