

Navike korištenja društvenih medija kod osoba kasne zrele dobi

Šreng, Tessa

Master's thesis / Diplomski rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Croatian Studies / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet hrvatskih studija**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:111:478497>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-06-26**



Repository / Repozitorij:

[Repository of University of Zagreb, Centre for Croatian Studies](#)



Fakultet hrvatskih studija Sveučilišta u Zagrebu

Odjel za komunikologiju

NAVIKE KORIŠTENJA DRUŠTVENIH MEDIJA
KOD OSOBA KASNE ZRELE DOBI

Diplomski rad

Kandidat: Tessa Šreng

Mentor: doc. dr. sc. Lana Ciboci

Sažetak

Moderne tehnologije su u suvremenom društvu integrirane u svaki aspekt ljudskog života. Posljedično, digitalna pismenost postaje preduvjet sudjelovanja u društvu. Mogućnosti koje moderne tehnologije pružaju mogu unaprijediti i olakšati svakodnevni život. Tako raste popularnost društvenih medija koji zbog svoje praktičnosti i dostupnosti privlače mnoštvo korisnika. Društveni mediji omogućuju komunikaciju s drugim korisnicima, informiranje o raznim događajima, pretraživanje sadržaja od interesa, praćenje vijesti te kreiranje i dijeljenje vlastitog sadržaja. Starije osobe su se s modernom tehnologijom susrele u kasnijim stadijima života pa često ostaju digitalno isključene. Ipak, raste broj digitalno aktivnih osoba kasne zrele dobi. Stoga je cilj ovog istraživanja utvrditi navike korištenja društvenih medija kod osoba kasne zrele dobi, odnosno utvrditi razloge nekorištenja društvenih medija. Rezultati dobiveni anketom provedenom na uzorku od 194 ispitanika starijih od 64 godine pokazali su kako stariji korisnici društvene medije u najvećoj mjeri koriste za komunikaciju s obitelji i prijateljima, praćenje vijesti te pretraživanje sadržaja. Društvenim medijima najčešće pristupaju putem mobitela te u korištenju provode nekoliko sati tjedno. Dubinskim intervjuiranjem sedmero osoba starijih od 70 godina, uočeno je kako su najčešći razlozi nekorištenja društvenih medija nezainteresiranost, uvjerenje da je osoba prestara, strah od nepoznatog, nepovjerenje prema internetu i nedostatak odgovarajućeg edukatora.

Ključne riječi: društveni mediji, osobe kasne zrele dobi, društvene mreže, digitalna pismenost, informatička pismenost, medijska pismenost

Abstract

Modern technologies are integrated into every aspect of contemporary society. Consequently, digital literacy is becoming a prerequisite for participation in society. The possibilities that modern technologies offer can help in everyday life tasks. This has led to the growing popularity of social media, which attract numerous users due to their convenience and accessibility. Social media enables communication with other users, staying informed about various events, searching for content of interest, following news, and creating and sharing personal content. Older people encountered modern technology later in life, which often leaves them digitally excluded. However, there is an increasing number of elder social media users. Therefore, the aim of this research is to determine the usage habits of social media among the elderly and to identify the reasons for not using social media. The results obtained from a survey conducted on a sample of 194 participants over the age of 64 showed that older users primarily use social media for communicating with family and friends, following news, and searching for content. They mostly access social media via mobile phones and spend several hours per week using them. Through in-depth interviews with seven individuals over the age of 70, it was observed that the most common reasons for not using social media include disinterest, the person thinking that they are too old to learn, complexity, distrust of the internet, and the lack of suitable education.

Keywords: social media, the elderly, social networks, digital literacy, computer literacy, media literacy

Sadržaj

1. Uvod.....	5
2. Obilježja osoba starije životne dobi.....	7
3. Digitalizacija.....	10
4. Srebrni surferi.....	14
4.1. Pozitivni aspekti korištenja interneta.....	16
5. Razlozi nekorisćenja društvenih medija.....	19
6. Gerontogogija.....	22
6.1. Primjeri edukacija starijeg stanovništva digitalnim vještinama.....	24
7. Medijska pismenost osobe kasne zrele životne dobi.....	27
8. Metodološki aspekti istraživanja.....	31
9. Rezultati istraživanja.....	33
9.1. Navike korištenja društvenih medija.....	33
9.2. Obilježja i stavovi o nekorisćenju društvenih medija.....	45
9.2.1. Iskustvo i razlozi nekorisćenja interneta i društvenih medija.....	46
9.2.2. Predrasude o starim ljudima.....	48
9.2.3. Stav o internetu i društvenim medijima.....	48
9.2.4. Motivacija za korištenje društvenih medija.....	51
10. Ograničenja istraživanja.....	52
11. Zaključak.....	53
12. Popis literature.....	55
13. Dodatak.....	65
13.1. Upitnik.....	65

1. Uvod

Suvremena sveprisutnost digitalizacije i njen neprekidani razvitak neminovno transformiraju način ljudskoga života. Promjene su osobito vidljive u obavljanju svakodnevnih životnih obveza. Digitalna prisutnost i pismenost postale su imperativ. Tehnologija je toliko integrirana u sve sfere života da je teško razlučiti gdje prestaje humano, a počinje digitalno. Takve okolnosti osobe koje ne koriste internet guraju na margine društva. S obzirom na izloženost informacijsko-komunikacijskim tehnologijama u kasnijem razdoblju života, suvremene starije generacije se teže prilagođavaju i odlučuju na korištenje novih tehnologija.

Pojave pada nataliteta i duljeg životnog vijeka dovele su do demografskog trenda starenja stanovništva. Stariji ljudi mogu živjeti i do 40 godina nakon umirovljenja. Smanjuje se omjer radno sposobnog stanovništva i umirovljenika što rezultira velikim pritiskom na zdravstveni i ekonomski sustav. Korištenje interneta i digitalnih komunikacijskih alata bi omogućilo osobama treće životne dobi da ostanu dulje samostalni, neovisni i aktivni. Mnoge svjetske organizacije i zakoni štite prava starijih osoba na ispunjen i kvalitetan život. Ujedinjeni narodi i Svjetska zdravstvena organizacija izdaju smjernice za adekvatnu brigu o starijim ljudima njihovom integracijom u društvo te omogućavanjem primjerenih i potrebnih programa edukacije (Ujedinjeni narodi, n.p.; Svjetska zdravstvena organizacija, 2022). Vladajući tretiraju digitalnu nepismenost starijih kao zanemariv fenomen. Inicijativu pokazuju udruge, sveučilišta i privatne firme koje organiziraju tečajeve digitalnog opismenjavanja.

Ipak, postupno se povećava broj starijih osoba koje koriste internet i društvene medije te istraživanja pokazuju pozitivan učinak digitalne uključenosti na kvalitetu života starijih korisnika (Nekić, Junaković, Ambrosi-Randić, 2016; Boz, Karatas, 2015; Zhang, Kaufman, 2015). Postoje mnoga istraživanja utjecaja društvenih medija, no ona se većinom odnose na mlađe generacije ili radno stanovništvo. Postoji značajan broj stranih istraživanja koja se bave odnosima starijeg stanovništva i informacijsko-komunikacijskih tehnologija. Međutim, broj hrvatskih istraživanja ove tematike je poražavajuće malen.

Cilj ovog diplomskog rada je istražiti motivaciju korištenja društvenih medija kod osoba zrele životne dobi te njihov način korištenja društvenih medija. Svrha ovog rada je problematizirati potrebu za digitalnim i medijskim opismenjavanjem osoba starije životne dobi.

Prvi dio rada izložit će obilježja treće životne dobi i aktualno stanje uključenosti starijih ljudi u digitalni svijet. Drugi dio rada će opisati digitalnu aktivnost starijih korisnika društvenih

mreža te eventualne prepreke za korištenje digitalnih platformi. Nakon toga će biti predstavljen osvrt na edukativne programe informatičkog opismenjavanja umirovljenika kao i na razinu medijske pismenosti starijih korisnika društvenih medija. Nadalje, istraživački dio rada će se fokusirati na razloge i svojstva korištenja društvenih medija kod korisnika starijih od 65 godina. Također će biti razrađeni uzroci i argumenti za nekorištenje interneta od strane umirovljenika.

2. Obilježja osoba starije životne dobi

Starenje je neizbježan proces. Starije osobe se često doživljavaju u skladu s mnogim stereotipima. Mladi ljudi starije uglavnom kritiziraju kao dosadne i usporene, a odrasli od baka i djedova očekuju pomoć u čuvanju unuka te s pripremom hrane. Mnogi umirovljenici susreću se s neimaštinom i usamljenosti. Svaki čovjek ima pravo na dostojanstven život, a stariji ljudi zahvaljujući svom akumuliranom životnom iskustvu imaju štošta za pružiti zajednici i društvu.

Prema Svjetskoj zdravstvenoj organizaciji (Strandell, Wolf, 2019: 8) u razvijenim zemljama se starim ljudima, odnosno ljudima kasne zrele dobi¹, smatraju osobe starije od 65 godina. Demografska istraživanja zadnjih nekoliko desetljeća pokazuju visok porast staračkog stanovništva, a prema procjenama taj postotak nastavit će ubrzano rasti (Eurostat, 2023). Razlog tomu je pad nataliteta te produljenje životnog vijeka zahvaljujući napretku medicine, prelasku s fizički teškog rada na visokoškolske profesije te općenito boljih životnih uvjeta (Eurostat, 2020a).

Stanovništvo kasne zrele dobi 2022. godine je činilo 21,1% stanovništva Europske unije, koje je tada procijenjeno na 446.7 milijuna ljudi (Eurostat, 2023). Očekuje se da će udio starijih osoba u stanovništvu do 2100 godine doseći postotak od 31,3% (Eurostat, 2023) te da će do 2030. godine jedna od šest osoba biti starija od 60 godina (Svjetska zdravstvena organizacija, 2022). Jedna od zemalja s najvišim udjelom starog stanovništva je Hrvatska (Eurostat, 2023). Prema popisu stanovništva sredinom 2021. Republika Hrvatska imala je 3 878 981 stanovnika od čega je 22,45% stanovništva imalo 65 ili više godina (Državni zavod za statistiku, 2022a; 2022b). Možemo zaključiti da se time povećava i broj umirovljenika što utječe na ekonomiju države te njen socijalni i zdravstveni sustav. Nizak natalitet u kombinaciji s dužim životnim vijekom dovodi do velikog disbalansa u omjeru radnog stanovništva i umirovljenika (Eurostat, 2023). Eurostat je 2022. godine zabilježio omjer ovisnosti u starijoj dobi od 33% u državama članicama Europske unije (Eurostat, 2023). Slikovito prikazano, to su otprilike tri radno sposobna stanovnika na jednu osobu stariju od 65 godina (Eurostat, 2023).

Stare ljude učestalo se percipira kao slabe, nesamostalne i "teretom za društvo" (Svjetska zdravstvena organizacija, 2022). Nekadašnje patrijahalne obitelji jamčile su autoritet osoba treće životne dobi, dok se danas starije pojedince diskriminira zbog neprilagodbe na suvremene načine života (Špan, 2008: 3). Starije osobe su u hrvatskom društvu marginalizirane

¹ U daljnjem tekstu će se koristiti i termini osobe treće dobi, umirovljenici i starije osobe.

te društvo i mediji za njih pokazuju minimalni interes (Telebuh i sur., 2016: 201-202). Države će morati uvesti mjere za prilagodbu dugoročnom demografskom trendu starenja stanovništva, kako bi mnogobrojni stariji ljudi ostvarili svoje ljudsko pravo na zdrav život, a društvo iskoristilo vještine, iskustvo i znanje starijih (Telebuh i sur., 2016: 200-202; Svjetska zdravstvena organizacija, n.p.). Potrebu za zaštitom digniteta i ljudskih prava starijih osoba prepoznali su Ujedinjeni narodi koji su 1991. godine uveli „Načela Ujedinjenih naroda za starije osobe” (Ujedinjeni narodi, n.p.). Prepoznavši doprinos koji stariji daju svojoj zajednici te imajući na umu različite uvjete života starijih, Opća skupština donijela je načela kojima se osigurava neovisnost, pravilna skrb, samoizražavanje, dostojanstvo i socijalnu uključenost osoba u društvo (Ujedinjeni narodi, n.p.). Ovom rezolucijom nastoji se potaknuti vladajuće da uvrste preporučene odredbe u svoje jedinstvene nacionalne programe zbog „ogromne raznolikosti u situaciji starijih osoba, ne samo između zemalja, već unutar zemalja i između pojedinaca, što zahtijeva različite političke odgovore” (Ujedinjeni narodi, n.p.). Iako se starost povezuje s degradacijom imuniteta i zdravlja te većim životnim promjenama, poput preseljenja u adekvatniji stambeni prostor i smrću vršnjaka i voljenih osoba, Svjetska zdravstvena organizacija tvrdi kako ne postoji „tipična stara osoba” (Svjetska zdravstvena organizacija, 2022). Neke osobe starije od 80 godina mogu imati fizičke i mentalne kompetencije na razini 30-godišnjaka (Svjetska zdravstvena organizacija, 2022). Drugima se pak navedene sposobnosti mogu sniziti u puno mlađoj dobi (Svjetska zdravstvena organizacija, 2022). Ipak, osobe kasne zrele dobi se suočavaju s mnoštvom društvenih, financijskih, zdravstvenih i psiholoških izazova (Dhar, 2017: 39).

Treću životnu dob obilježava proces umirovljenja koji iz korijena mijenja strukturu čovjekova života. Službena dob za umirovljenje u Hrvatskoj je 65 godina uz minimalnih 15 godina radnog staža, međutim prema podacima Statistike (Fleck, 2023), prosječna dob umirovljenja Hrvata je 60 godina. Ipak, neki nakon ispunjenja uvjeta za umirovljenje ostaju u radnom odnosu iz ekonomskih ili socijalnih razloga. Istraživanje Eurostata (2020b) pokazuje da je manje od pet posto Hrvata starijih od 65 godina zaposleno, a polovina njih na pola radnog vremena. Prelazak iz radno aktivne u umirovljenu osobu je dinamičan proces koji obuhvaća pozitivne i negativne aspekte u kontekstu promjena načina života (Bara, Podgorelec, 2015: 64). Jane Myers (1992), Mohammad Alavinia i Alex Burdof (2008) umirovljenje određuju kao stresan period života i definiraju sljedeće negativne elemente umirovljenja: manji prihodi u odnosu na period zaposlenosti, smanjenje socijalnih kontakata, izmjene u obiteljskim vezama te redukcija samopoštovanja zbog gubitka radnog doprinosa (prema: Bara, Podgorelec, 2015:

64-66). Karijera pojedinaca određuje njihov društveni status, samopercepciju, utjecaj i resurse pa umirovljenje može biti krizno razdoblje (Bara, Podgorelec, 2015: 64-66). Starije osobe odjednom gube više uloga pa se umirovljenje nerijetko povezuje s pojavom depresije, zdravstvenih tegoba i padom kvalitete socijalnog života (Bara, Podgorelec, 2015: 64-66). Niskom samopoštovanju i depresiji pridonose i promjene obiteljske dinamike uslijed urbanizacije te visokog vrednovanja individualizma i materijalizma (Dhar, 2017: 39). Problem osamljenosti produbljuje se u starijoj dobi (Špan, 2008: 2-3). Demografska mjerenja pokazuju rast broja rastavljenih osoba, osoba bez potomstva te jednogeneracijskih domaćinstava (Špan, 2008: 2-3). Bill LaBauve i Chester Robinson (1999) vjeruju kako je moguće nadvladati negativne pojave procesa umirovljenja većom angažiranošću obitelji, volontiranjem i komunikacijom s prijateljima (prema Bara, Podgorelec, 2015: 64-66). Pozitivni aspekti prelaska u mirovinu su: više slobodnog vremena, lišenost definiranog rasporeda obveza te mogućnosti za posvetu životnim željama potisnutim zbog predanosti poslu ili brige oko djece (Philipson, 1998 prema Bara, Podgorelec, 2015: 64-66). Aktivna starost široko je zastupljen fenomen. Pojedinci starost provode kreativno koristeći svoje slobodno vrijeme uključivanjem na razne tečajeve, edukacije, pronalazeći hobije, baveći se sportom te u interakciji s vršnjacima (Špan, 2008: 2).

Sve je rjeđa pojava da u jednom kućanstvu živi patrijarhalna obitelj s više generacija (Špan, 2008: 1). Bake i djedovi više ne dijele krov s unucima, a unuci pak idu u vrtić (Špan, 2008: 3). Tako da starijima njega unučadi više nije primarna aktivnost (Špan, 2008: 3). Sada se bake i djedovi uključuju u udruge s organiziranim druženjima i aktivnostima, obilaze kulturna događanja i surfaju internetom (Špan, 2008: 2-3). Mnoge osobe treće životne dobi koriste računalo kako bi se dopisivali s djecom i unucima koji stanuju u drugoj državi ili gradu (2008: 3). Štoviše, mnoge bake i djedovi koriste internet, pametne telefone i koriste društvene medije, zbog čega će sljedeće poglavlje objasniti utjecaj i raširenost digitalizacije.

3. Digitalizacija

Digitalizacija uvjetuje promjenu načina života. Kao najvišu vrijednost postavlja brzinu, efikasnost, jednostavnost i dostupnost. Malo je stvari koje se danas ne mogu obaviti *online*. Tako se digitalnim putem obavlja kupnja, bankarstvo, rezerviraju putovanja, razgovara s nekim na drugom kontinentu i slično. Došlo je do pojave novih zanimanja poput virtualnih asistenata, *copywritera* i *content creatora*. Prilagodbe su velike. Djeca informatiku izučavaju od prvog razreda, svaka ugledna tvrtka ima svoju internetsku stranicu te odvaja veliki budžet na profesionalno stvaranje sadržaja za društvene mreže. Jedino se čini da stariji, oni koji nisu odrasli uz tehnologiju, ostaju sa strane i isključeni od tog digitalnog svijeta.

Reutersov *Digital News Report* (Newman i sur., 2022: 71) za 2022. godinu, pokazuje kako se 87% Hrvata primarno informira putem društvenih medija. Njih 82% vijesti prati na mobitelu, 47% na laptopu i 13% na tabletu. Stručnjaci nerijetko izjednačuju društvene medije i društvene mreže, no riječ je o terminima različitog značenja. Naime, društveni mediji su širi pojam od društvenih mreža (Kunić, Zgrabljic Rotar, 2020: 182). Prema Andreasu Kaplanu i Michaelu Haenleinu (2010: 61) riječ je o zbiru aplikacija kreiranih na ideološkim i tehničkim osnovama Weba 2.0 koji korisnicima pruža mogućnost kreiranja i distribucije sadržaja (Kunić, Zgrabljic Rotar, 2020: 182). U fokusu društvenih medija je sadržaj, dok su društvene mreže centrirane oko ljudi (Kumpel, Karnowski, Keyling, 2015 prema Kunić, Zgrabljic Rotar, 2020: 182). Društvene mreže su sustav za stvaranje osobne mreže te subjektu omogućava samoprezentaciju i oblikovanje sadržaja (Kunić, Zgrabljic Rotar, 2020: 181). Ipak, dijele neke zajedničke karakteristike poput multimedijalnosti i dinamičnosti sadržaja, dostupnost podataka bez obzira na vrijeme, aktivnu ulogu publike, izobilje informacija te brzinu obavještanja i komuniciranja (Kunić, Zgrabljic Rotar, 2020: 162-164; Zgrabljic Rotar, 2020: 22-29). Ipak, navedena brzina utječe na kvalitetu novih medija, slabu kompetenciju i stručnost, a u pitanje dolazi pouzdanost i preciznost izvještaja, vjerodostojnost izvora i temeljitost analize. Zato medijska pismenost veliku važnost ima i u digitalnoj sferi.

Proces digitalizacije ima veći učinak na medije od interneta. Prema Nadi Zgrabljic Rotar (2020: 23), taj utjecaj se dijeli na tri glavne vrste promjena: „ekonomske i organizacijske promjene, promjene medijskog sadržaja i promjene publike”. Rastuća popularnost društvenih mreža dovela je do drugačije dinamike portala i društvenih mreža. Kako bi ostali relevantni, portali sadržaj dijele na društvenim mrežama, a učestalo upravo njih koriste kao izvor informacija za novu vijest (Kunić, Zgrabljic Rotar, 2020: 162). Čitatelje se ohrabruje da portalima šalju svoje audiovizualne materijale koji se zatim koriste kao popratni format tekstu

(Kunić, Zgrabljic Rotar, 2020: 162). Budući da internetski portali nisu limitirani vremenom i prostorom, pogodni su za pisanje dugih izvještaja s ukomponiranim odgovarajućim video-isječcima (Kunić, Zgrabljic Rotar, 2020: 164). Mark Deuze (2003) definira četiri kategorije *online* novinarstva (prema Kunić, Zgrabljic Rotar, 2020: 164). Najbrojniji su *mainstream* portali čiji sadržaj odabire, nadzire i moderira uredništvo (Kunić, Zgrabljic Rotar, 2020: 164). Glavnina informativnih portala spada u ovu skupinu poput portala hrvatskih dnevnih tiskovina Jutarnji list, 24sata i televizijske kuće RTL (Kunić, Zgrabljic Rotar, 2020: 164). U velikoj mjeri su zastupljeni i portali sadržaja i kategorije koji su često vezani uz pojedine tražilice (Kunić, Zgrabljic Rotar, 2020: 164). Primjerice, Google tražilica nudi Google News gdje se nalaze poveznice na internetske stranice s novinskim člancima (Kunić, Zgrabljic Rotar, 2020: 164). Mark Deuze navodi još meta-portale, odnosno komentatorske portale i portale za dijeljenje i diskusiju (prema Kunić, Zgrabljic Rotar, 2020: 164). Potonji se odnose na mrežne stranice gdje korisnici međusobno izmjenjuju informacije i mišljenja (Kunić, Zgrabljic Rotar, 2020: 164). Posebno su popularni internetski forumi kao što je hrvatski Forum.hr (Kunić, Zgrabljic Rotar, 2020: 165).

Analiza Datareportala pokazuje da su 2022. godine najtraženiji pojmovi Hrvata na Google pretraživaču bili: portal Indeks.hr, dnevnik, 24sata portal, vremenska prognoza, društvena mreža Facebook, portal Jutarnjeg lista, društvena mreža YouTube, portal Slobodne Dalmacije, platforma za prevođenje, oglasnik Njuškalo i portali Večernjeg lista te Net.hr (Datareportal.com, 2022). Stoga možemo zaključiti da su pretraživanje informacija i čitanje vijesti jedne od najčešćih internetskih aktivnosti hrvatskih korisnika. Tu učestalost potvrđuje pronalazak Srđana Lukačevića, Dine Radmilovića i Kornelije Balog (2018: 142) u čijem su testiranju stariji ljudi s minimalnim iskustvom korištenja informacijsko-komunikacijskih tehnologija prije digitalnog opismenjavanja računalo najviše koristili za traženje informacija na internetu (80,8%), a nešto manje ispitanika za čitanje vijesti (61,6%) i razmjenu e-pošte (49,6%). Računalo su još koristili za zapisivanje u programu za obradu teksta Microsoft Word, posjećivanje društvenih mreža i komuniciranje putem Skypea (Lukačević, Radmilović, Balog, 2018: 142). Nakon završenog tečaja povećao se postotak ispitanika koji koriste navedene platforme uz pojavu dodatnih aktivnosti stvaranja mapa na radnoj površini i drugih aktivnosti vezanih uz osobni hobi ili posao (Lukačević, Radmilović, Balog, 2018: 142). Treba spomenuti internetske portale i stranice specijalizirane za umirovljenike. Primjer takvog portala je Mirovina.hr čije rubrike vijesti sadrže tematiku blisku umirovljenim osobama: „novosti, mirovine, priče, zdravlje, foto dana” (Mirovina.hr, n.p.).

S druge strane, digitalizacija uz sebe vuče veliki društveni problem digitalne podjele, odnosno informacijsku diskriminaciju pojedinaca, socijalnih skupina ili kompletnih društava (Vrkić Dimić, 2013: 1). Karakteriziraju je nejednake šanse za pristup modernoj informacijsko-komunikacijskoj tehnologiji (Vrkić Dimić, 2013: 1). Razlozi digitalnog jaza mogu biti ekonomski, manjak potrebnih vještina i obrazovanja te tjelesno i dobno ograničenom pristupu tehnologiji (Vrkić Dimić, 2013: 1). Primjer jasnog ocrtavanja digitalne podjele može se vidjeti pri usporedbi informatičke pismenosti mladih generacija i ljudi kasne zrele dobi, odnosno kako Mark Prensky (2010: 3) to naziva, između digitalnih urođenika i digitalnih imigranata. Mlađe generacije tehnologiju koriste od malih nogu, danas u školi od prvog razreda izučavaju predmet informatike te se kasnije na radnom mjestu uvelike koriste tehnologijom ili im je upravo ona centar profesije. S druge strane, stare generacije su se s modernom tehnologijom susrele tek pri završetku karijere. Većini nisu bile uvjet za obavljanje posla, a i mnogi umirovljenici žive u siromaštvu.

Prema mjerenjima Eurostata 2022. godine, internet je koristilo 98% stanovnika Europske unije u dobi od 16 do 24 godine, u odnosu na 61% stanovnika u dobi od 65 do 74 godine. Hrvatska bilježi postotak od 28% ljudi u dobi od 65 do 74 godine koji su koristili internet što ju plasira među tri države s najnižim udjelom digitalno aktivnog starijeg stanovništva (Eurostat, 2022). Demokratski sustav uvjetuje mogućnost građana da prime dovoljno informacija kako bi mogli kvalitetno i svrsishodno djelovati u društvenim zajednicama (Vrkić, Dimić, 2013:430). Zato Jasmina Vrkić Dimić (2013: 430) ističe da „u digitalnom svijetu informacijska pismenost predstavlja temeljno ljudsko pravo koje osnažuje pojedince na putu ostvarivanja svojih osobnih, socijalnih, radnih i obrazovnih ciljeva”. Colin Sparks (2013) tvrdi da je socijalni život pod sve većim utjecajem interneta koji pridonosi oblikovanju društvenih struktura (prema Vrkić Dimić, 2013: 426). Tatiana Dmitrenko (2005) pak govori o uzajamnom odnosu razine informatičke pismenosti i socijalnog statusa pojedinca. Naime, rastom vještina digitalne pismenosti povećava se i socijalni status, što ukazuje na višedimenzionalnu povezanost fenomena digitalne i društvene podjele (prema Vrkić Dimić, 2013: 426).

Sposobnost upotrebe informacijsko-komunikacijskih tehnologija je osnovni kriterij informacijskog društva (Boz, Karatas, 2015: 183). Međutim, eliminacija svakog oblika digitalne podjele je nemoguća. Kada bi sve osobe imale jednaku razinu motivacije i želje za korištenjem suvremene tehnologije i dalje bi postojala nejednakost u radu na računalu koja se očituje u „brzini, lokaciji, kvaliteti i podršci tehnologiji” (Jenkins i sur., 2007 prema Vrkić

Dimić, 2013: 429). Potrebna je pravovremena reakcija jer će ljudi koji već doživljavaju društvene ili ekonomske nepogode zbog onemogućenog pristupa internetu u budućnosti iskusiti još veće poteškoće (Attewell i sur., 2003 prema Vrkić Dimić, 2013: 425). Ipak, nije dovoljno ljudima osigurati samo fizički pristup tehnologiji, nego ih treba obrazovati za kvalitetno korištenje iste (Vrkić Dimić, 2013: 425).

Iako u digitalnoj sferi prevladavaju mlađe generacije, povećava se broj starijih korisnika koji se odabirom platformi i načinom korištenja društvenih medija uvelike razlikuju od mlađih korisnika. Sljedeće poglavlje analizira svojstva korištenja interneta i društvenih medija od strane starijih građana.

4. Srebrni surferi

Unuci danas svoje bake i djedove osim uživo, gledaju u virtualnom svijetu, čitaju njihove objave, odgovaraju na njihove komentare. Mnoge bake i djedovi se aktivno služe internetom, prisutni su na društvenim mrežama te video-pozivom komuniciraju s članovima obitelji. Srebrni surferi je općeprihvaćen naziv za pojedince starije životne dobi koji barataju informatičko-komunikacijskim tehnologijama (Nekić, Tucak Junaković, Ambrosi-Randić, 2016: 180). Eurostat je 2020. godine zabilježio 61% korisnika interneta u dobi od 65 do 74 godine (Eurostat, 2020b). Najviši postotak starijih korisnika uočen je u Danskoj gdje je čak 94% stanovnika starije dobi digitalno aktivno (Eurostat, 2020b). Hrvatska je s postotkom od 28% druga država po redu s najmanjim postotkom starijih korisnika (Eurostat, 2020b).

Internet ima značajnu ulogu u povezivanju starijih osoba s vladinim uslugama, saznanjima o novim događajima u svijetu, zdravstvenim informacijama i načinima za ostvarenje društvene potpore (Zhang, Kaufman, 2015: 1). Prema Irene Coulson (2000), digitalna sfera omogućava starijima da održavaju kontakt s obitelji i prijateljima te da se povežu s vršnjacima (prema Zhang, Kaufman, 2015: 1). Testiranje Eurostata 2020. godine pokazuje nizak postotak od 22% osoba u dobi od 65 do 74 godine koji su koristili društvene mreže (Eurostat, 2021). Hrvatskih srebrnih surfera aktivnih na društvenim mrežama ima 10% (Eurostat, 2021). Ipak, postoji razlika u društvenim mrežama koje starije generacije preferiraju u odnosu na mlađe korisnike. Istraživanje Kaje Fietkiewicz (2017: 11-22) nad 372 korisnika društvenih mreža i foruma iz Njemačke, Poljske, Švicarske, Sjedinjenih Američkih Država i Austrije, pokazalo je kako srebrni surferi najviše koriste Facebook i Youtube, dok mlađi korisnici radije biraju Instagram i Pinterest. Facebook je u travnju 2023. godine imao 2.989 milijardi aktivnih korisnika, od čega 123.3 milijuna korisnika s navršениh 65 godina naviše (Datareportal.com, 2023a). Najmanje je zastupljena starosno najmlađa grupa korisnika u dobi od 13 do 17 godina (Datareportal.com, 2023a). Njih je registrirano 109.4 milijuna (Datareportal.com, 2023a).

Osim po vrstama platformi koje koriste, starije i mlađe generacije se razlikuju i u motivaciji njihova korištenja. Stariji korisnici više vrednuju sam čin povezivanja s drugima, posebice s obitelji i prijateljima te razmjenu mišljenja (Fietkiewicz, 2017: 16). Mlade generacije naglasak stavljaju na *lajkove*, komentare i broj pratitelja (Fietkiewicz, 2017: 16-20). Istraživanje je također otkrilo da stariji korisnici favoriziraju platforme na kojima prevladavaju tekstualni sadržaj, a mlađi korisnici mreže s mnoštvom vizualnog materijala (Fietkiewicz, 2017: 22).

Osim društvenih mreža, aktivnosti kojima se srebrni surferi Europske unije bave jesu: razmjena elektroničke pošte (44%), pretraživanje zdravstvenih informacija (34%), video pozivi (24%) te internet bankarstvo (31%) (Eurostat, 2020a). Također, sve veći broj starijih osoba obavlja *online* kupovinu. Na razini Europske unije 2019. godine bilo je 18%, a u Hrvatskoj 10% starijih kupaca (Eurostat, 2022). Nešto ranija ispitivanja Eurostata pokazuju da se najviše kupovala odjeća i sportski proizvodi te programi putovanja i odmora, dok je u Hrvatskoj naglasak bio na nabavi ulaznica za razne događaje (Eurostat, 2015). Istraživanje provedeno na hrvatskom i belgijskom uzorku starije populacije pokazalo je da su stariji Hrvati više opremljeni mobitelima (80%) i u velikoj mjeri koriste internetski pretraživač (57,1%) (Peterlin, Bućan, Garbin Praničević, 2017: 151). Belgijska populacija nije toliko digitalno aktivna na mobitelima, ali ima bolje vještine korištenja informacijsko-komunikacijskih tehnologija (Peterlin, Bućan, Garbin Praničević, 2017: 151). Možemo zaključiti da je Hrvatska u kontekstu digitalne prisutnosti, u odnosu na ostale zemlje Europske unije pri samom dnu, a velik jaz vidi se i u usporedbi sa Sjedinjenim Američkim Državama. Većina Amerikanaca kasne zrele dobi koristi i (75%) i posjeduje pametni telefon (61%), a velik dio koristi društvene mreže (45%) (Reisenwitz i sur., 2007: 411). Prema mjeranju Tima Reisenwita, Rajesha Iyera, Davida Kuhlemeiera i Jacqueline Eastman (2007: 411), 52,8% američkih srebrnih surfera provodilo je u prosjeku manje od 5 sati tjedno *online*, dok je 15% ispitanika *online* provodilo više od 10h tjedno.

Iako se istraživanja utjecaja i načina korištenja društvenih medija većinski odnose na mlađe generacije koje se smatra najzastupljenijom grupom korisnika, zadnjih godina raste zanimanje za starije korisnike interneta (Boz, Karatas, 2015: 183). Štoviše, srebrni surferi ne zanimaju samo medijske stručnjake, već i ekonomiste. Oxford Economics je izmjerio da u Sjedinjenim Američkim Državama stanovnici stariji od 50 godina doprinose 7.6 triliona godišnje domaće potrošnje (Yeung, 2019). Procjenjuje se da će Amerikanci stariji od 60 godina između 2015. i 2030. godine prinijeti 40% domaće potrošnje na zabavu, prometovanje, prehranu i alkohol (Yeung, 2019). Reklamne kampanje čija su ciljana publika osobe kasne zrele dobi u kanale promidžbe uključuju tradicionalne medije i društvene mreže koje, istraživanjima potvrđeno, koriste stariji potrošači (Yeung, 2019). Primjer takvog načina reklamiranja je kampanja modnog brenda Helmut Lang naziva Žene Walesa, koja je prikazivala modele kasne zrele dobi poručujući kako je moda namijenjena svima, bez obzira na dob (Yeung, 2019). *Brand* je reklame postavio na Twitter i Instagram, a količinski više na Facebook i Youtube koje u većoj mjeri koriste starije osobe (Yeung, 2019). Proizvodi su se također oglašavali u

tradicionalnim medijima (Yeung, 2019). Ipsos je izmjerio da je objava Helmut Langa imala više pozitivnih reakcija (23%), nego na sami brend (17%) (Yeung, 2019).

S druge strane, ne postoji ciljana publika kada je riječ o političkim institucijama i objavama važnim za javnost, već je cilj vijest prenijeti je što većem broju ljudi (Syntesio.com, 2023). Mnogi političari i ministarstva imaju profile na društvenim mrežama. Ministarstva obavijesti dijele na svojim službenim internetskim stranicama. Bran Knowles i Vicki L. Hanson (2018: 72) se stoga pitaju nije li logično pretpostaviti da će nemogućnost starijih osoba da pristupe isključivo digitalnim vladinim uslugama u budućnosti postati odlučujući čimbenik za slanje starijeg pojedinca u dom za brigu i njegu. Vlasti i ostali dioničari bi trebali uložiti u digitalnu edukaciju starijih ljudi i omogućiti da svi u društvu imaju šansu usvojiti digitalne vještine (Why are digital skills critical for older persons, 2018: 1). Između ostalog i zato što bi time omogućili starijim stanovnicima socijalnu uključenost i dostupnost informacija. Dokazani su brojni benefiti korištenja interneta na kvalitetu života umirovljenika te će biti detaljno prezentirani u sljedećem odlomku.

4.1. Pozitivni aspekti korištenja interneta

Mnoga istraživanja potvrđuju pozitivne učinke korištenja interneta i društvenih medija koje primjećuju i sami stariji korisnici. Prema istraživanju Marine Nekić, Ivane Junaković i Neale Ambrosi-Randić (2016: 189), stariji korisnici interneta procjenjuju se „zadovoljniji, produktivnijim, socijalno uključenim te procjenjuju da uspješno stare”. Osim toga, istraživanja pokazuju kako korištenje interneta starijim osobama pomaže u reduciranju osjećaja izoliranosti i samoće, otkrivanju novih zanimacija i hobija, stvara dojam socijalne potpore, pozitivno utječe na percepciju vlastitih mogućnosti i neovisnost te doprinosi njihovoj integraciji u društvo (Boz, Karatas, 2015: 189).

Demografska istraživanja pokazuju povećanje broja osoba bez potomstva te broja razvedenih (Eurostat 2020a). Došlo je do promjena strukture obitelji, u suvremenim društvima mnogo starijih stanovnika živi samostalno ili na velikoj udaljenosti od obitelji i rodbine (Eurostat, 2020a). U takvim okolnostima kontakt s ljudima i širom zajednicom postaje važniji (Eurostat, 2020a). Christian Siegel i Thomas Dorner (2017) zagovaraju ključnu ulogu IKT-a u pomoći sa socijalnom izolacijom, depresijom i usamljenošću kod starijih ljudi (prema Garbin Praničević, Peterlin, Bućan, 2017: 149). Kroz uporabu društvenih medija, starije osobe mogu dobiti socijalnu potporu te učestalo komunicirati s obitelji i prijateljima bez obzira na

geografsku udaljenost (Garbin Praničević, Peterlin, Bućan, 2017: 150). Socijalna uključenost i očuvanje interpersonalnih odnosa pomaže održavanju dobrog tjelesnog i mentalnog zdravlja, kognitivnih funkcija (URMC, 2014 prema Zhang, Kaufman, 2015: 4) te čini glavni preduvjet uspješnom starenju (Reichstad i sur., 2010 prema Zhang, Kaufman, 2015: 3). Istraživanje socijalnog i emocionalnog utjecaja interneta na starije osobe pokazalo je da je prakticiranje društvene aktivnosti u digitalnoj sferi pozitivno povezano s osjećajem pripadnosti i samopouzdanja, uz preduvjet fizičkog zdravlja i financijske sigurnosti (Zhang, Kaufman, 2015: 4). Stoga ne čudi da su Nicole Wagner, Khaled Hassanein i Milena Head (2010) u analizi 151 članka o korištenju interneta među starijim ljudima otkrili kako je najčešći razlog korištenja računala i interneta upravo komunikacija i društvena podrška (prema Zhang, Kaufman, 2015: 2).

Nadalje, dokazano je da ljudi koji koriste internet i društvene medije imaju veću kvalitetu života. Svjetska zdravstvena organizacija (1998) uspješno starenje definira kao predodžbu osobe o svojem položaju u životu u odnosu na svoje planove, standarde i probleme te kulturu i sustav vrijednosti koji prakticira (Boz, Karatas, 2015: 183). Drugim riječima, uspješno starenje je sposobnost „održavanja neovisnog, pozitivnog, zdravog i značajnog načina života” od kojeg profitiraju subjekti starenja, ali i cjelokupna društva zbog posljedično reduciranog troška njege i zbrinuća starijih osoba (Kaufman, 2013 prema Zhang, Kaufman, 2015: 2). Projekt Care OnLine opremio je 50 starijih osoba tehnologijom i znanjima potrebnim za korištenje interneta i društvenih medija (Osman, Poulson, Nicolle, 2005 prema Boz, Karatas, 2015: 185). Polaznici su nakon tečaja izrazili povoljan utjecaj novostečenih vještina korištenja digitalnih platformi na kvalitetu života, a računalo okarakterizirali kao „*prozor u vanjski svijet*” (Boz, Karatas, 2015: 185). Štoviše, upotreba elektroničke pošte je unaprijedila njihovu društvenu interakciju i smanjila izoliranost (Boz, Karatas, 2015: 185). Srebrni surferi koji učestalo koriste internet imaju veći dojam samo-učinkovitosti od vršnjaka koji slabo koriste internet ili ga ne koriste uopće (Erikson, Johnson, 2011 prema Boz, Karatas, 2015: 187).

Budući da korištenje digitalnih platformi zahtjeva više mentalnog nego fizičkog kapaciteta, njihova upotreba može biti praktično rješenje ljudima ograničene mobilnosti. Starija dob povezuje se s tjelesnim oboljenjima i reduciranom pokretljivošću (Boz, Karatas, 2015: 186). Usluge poput *online* kupovine, bankarstva, materijala za učenje mogu olakšati suočavanje sa zdravstvenim teškoćama i doprinijeti samostalnosti i neovisnosti starijih osoba (Shapira, Barak, Gal, 2007; Henke, 1999 prema Boz, Karatas, 2015: 186). Primjerice, Hrvatski zavod za zdravstveno osiguranje je u suradnji s Ministarstvom zdravlja u sklopu platforme

Vlade Republike Hrvatske e-Građani otvorio Portal zdravlja. Riječ je o elektroničkoj usluzi koja omogućava hrvatskim građanima pregled nalaza, otpusnih pisama, dosad izdanih recepata i elektroničkih uputnica (Hzzo.hr, n.p.). Korištenjem Osobnog korisničkog pretinca, zdravstveni osiguranik može primiti podsjetnik o narudžbi za određeni zdravstveni postupak. Navedene usluge bi omogućile slabo pokretnim starijim ljudima manje čekanja i obilazaka bolnica. Također, Hrvatski zavod za javno zdravstvo 2020. godine uveo je "eUputnice, eNalaze, eOtpusno pismo i eNaručivanje" (Hzzo.hr, n.p.). Navedene opcije omogućuju pacijentima da se za medicinski pregled naručuju online, a sve nalaze mogu pogledati na platformi e-građanin što čini osnovne dokumente lako dostupnima i štede vrijeme, međutim takva digitalizacija ima suprotan učinak ako je starije osobe ne razumiju i ne znaju koristiti.

5. Razlozi nekorištenja društvenih medija

Mnoge starije osobe nikad nisu koristile tehnologiju ili ju odbijaju koristiti. Neke bi pak starije osobe željele koristiti informacijsko-komunikacijsku tehnologiju, ali nemaju sredstava ili opcija za izobrazbu. Postoje mnogi izazovi korištenja modernih tehnologija koji korijen imaju u demografskim karakteristikama poput niskih primanja, obrazovanja, zemljopisne lokacije, zdravstvenih problema i složenosti suvremenih tehnologija. Gotovo tri četvrtine osoba u Hrvatskoj u dobi od 65 do 74 godina nikad nije koristilo računalo (Eurostat, 2020a).

Moderna tehnologija nije jeftina pa siromašnim obiteljima pristup internetu nije opcija. Nizak iznos mirovine uz inflaciju, uvelike otežava mogućnost opuštenog života visoke kvalitete. Mnogi ljudi žive na rubu siromaštva. Starije osobe su društvena skupina u najvećem riziku od siromaštva. Prema podacima Državnog zavoda za statistiku, 2022. godine stopa rizika od siromaštva za građane u dobi od 65 godina i više dosegla je 32,4%, dok je za umirovljenike iznosila 29,2% (Državni zavod za statistiku, 2023). Najviši rizik od siromaštva, 56,5%, pada na jednočlana kućanstva koja čine osobe u dobi od 65 ili više godina (Državni zavod za statistiku, 2023).

Hrvatska pučka pravobraniteljica Tena Šimonović Einwalter je 2020. godine u obraćanju UN-ovoj otvorenoj radnoj skupini za starenje, istaknula tešku situaciju osoba poodmakle dobi koje žive u neimaštini u udaljenim, ruralnim mjestima (Pučka pravobraniteljica, 2022). Shivan Meymo i Kenn Nystrom (2017: 11) su u intervjuima s osobama u dobi od 80 ili više godina primijetili kako umirovljenici s niskim dohotkom novac radije troše na nužna zdravstvena pomagala poput naočala ili proteze. Ispitanici su također naglasili kako bi tehnologija trebala biti cjenovno pristupačnija njihovom budžetu (Meymo, Nystrom, 2017: 15). Praktično rješenje moglo bi biti razvitak tehnički jednostavnije i cjenovno povoljnije tehnologije namijenjene starijim potrošačima. Postoje primjeri prilagodbe tehnologije starijim korisnicima, kao što su opcija povećanja slova na mobitelu ili jednostavniji mobiteli s većim tipkama.

S druge strane, nije dovoljno ljude opremiti aktualnom tehnologijom i očekivati da će istu koristiti i postati digitalno vješti (Vrkić Dimić, 2014: 425). Nekim bakama i djedovima unuci ili djeca pokazuju kako koristiti pojedine digitalne usluge, no mjerenja Eurostata pokazuju kako 7,4% starijih u dobi od 65 do 75 godina nemaju koga pitati za pomoć (Eurostat, 2020b). Bez ikoga za razgovor o osobnim problemima živi čak 8,2% starijih (Eurostat, 2020b). Istraživanje provedeno nad nasumično odabranim staračkim domovima u Kolkati pokazalo je

kako svi analizirani domovi posjeduju potrebnu tehnologiju i pristup internetu, ali nemaju instruktore koji bi štíćenike učili digitalnim vještinama (Dhar, 2017: 40-41). Pojedine stanare domova je obitelj opremila laptopom kako bi mogli komunicirati s njima na daljinu (Dhar, 2017: 40). Ostali stanari su pokazali želju za korištenjem i razumijevanjem važnosti informacijsko-komunikacijskih tehnologija (Dhar, 2017: 41). No, pri edukaciji starijih generacija ne može ih se tretirati kao homogenu skupinu s obzirom na to da se razlikuju u razini motoričkih i kognitivnih sposobnosti te generalnog zdravstvenog statusa. Michael Cody, Deborah Dunn, Shari Hoppin i Pamela Wendt (1999: 274-283) su na temelju svog proučavanja zaključili kako se programi edukacije starijih osoba moraju fokusirati na redukciju tjeskobe i građenju efikasnosti. U okviru njihovog istraživanja regrutirano je 292 starijih ljudi prosječne dobi od 80 godina koji su uz nepostojeće ili minimalno prijašnje iskustvo nastojali naučiti surfati internetom te koristiti društvene medije. Ispitanici su različito reagirali na istu tehnologiju. Velik dio od 48% testiranih je zbog težine ili manjka vremena odustao u prvih šest tjedana (Cody i sur., 1999: 281). Oni koji su završili obuku iskazali su veliko zadovoljstvo te nastavili koristiti nove *online* alate (1999: 281). Stoga Cody i suradnici, ističu da je potreban drugačiji pristup pri edukaciji raznih skupina starijih osoba te naglašavaju važnost interpersonalnih kompetencija i kooperativnog načina učenja (1999: 281-283).

Neizostavn čimbenik koji utječe na sposobnost korištenja društvenih medija kod osoba kasne zrele dobi je manjak iskustva. Naime, suvremene starije generacije su provele većinski dio života bez doticaja s tehnologijom pa teže uviđaju benefite njihovog korištenja u mirovini i poodmakloj dobi (Reifova, Fiserova, 2012., prema: Dhar, 2017: 40). Osim toga, današnji umirovljenici su navikli tražiti pomoć stručnjaka za obaveze koje se danas obavljaju digitalnim putem u nekoliko klikova (Knowles, Hanson, 2018: 73-75). Primjerice, za transakciju novaca i podizanje kredita bi otišli kod bankovnog stručnjaka, a za rezervaciju putovanja bi posjetili turističku agenciju. Stoga im je danas nelagodno preuzeti odgovornost da sami barataju štednjom ili organiziraju putovanje, osobito ako su sumnjičavi prema novih tehnologijama i nisu u potpunosti upoznati s aplikacijom ili medijem (Knowles, Hanson, 2018: 75).

Stariji ljudi odluku da ne koriste tehnologiju smatraju racionalnom (Knowles, Hanson, 2018: 75). Imaju snažan osjećaj socijalne odgovornosti te vjeruju da kada bi kupovinu učestalo obavljali digitalnim putem, lokalni dućani i njihovi zaposlenici bi ostali bez posla (Knowles, Hanson, 2018: 75). Ne treba zanemariti i esencijalan socijalni aspekt fizičkog obavljanja svakodnevnih obaveza umjesto putem digitalnih usluga i platformi. Odlazak u trgovinu, banku, servis ili tržnicu je umirovljenicima važan način socijalizacije (2018: 75). Bran Knowles i Vicki

Hanson (2018: 73) su u istraživačkom razgovoru s umirovljenicima u dobi od 65 do 86 godina primijetili da ispitanici smatraju kako digitalne aktivnosti troše vrijeme te osuđuju one koji ogroman dio vremena provode na mobitelu te smatraju da te osobe propuštaju život. Istraživanje koje su provele Judita Peterlin, Jela Bučan i Daniela Praničević (2017: 153) otkriva kako 54,3% starijih hrvatskih građana vjeruje kako njihova obitelj provodi previše vremena online. No, ispitanici su potvrdili korisnost informatičko-komunikacijskih tehnologija (80%), a posebice u okviru obrazovanja (88,6%) (Peterlin, Bučan, Praničević, 2017: 153).

Osobito je zanimljiv pronalazak Brana Knowlesa i Vicki Hanson (2018: 75) da stariji ljudi kao razlog nekorisćenja informacijsko-komunikacijskih tehnologija koriste uvriježena kulturna očekivanja, odnosno predrasude o njima samima. Tako kao razlog često navode da su prestari za učenje korištenja tehnologija (Knowles, Hanson, 2018: 75). Uzroke negativnog stava prema starenju vidimo u svakodnevnom životu, od popularnosti estetskih operacija, kako bi ljudi izgledali mlađe, do negativnih prikaza starijih osoba u medijima (Vickers, 2007: 102-104). Masovni mediji vrve slikama mladih, vitalnih osoba i šalju poruku kako su najbolje godine života upravo vrijeme mladosti (Vickers, 2007: 102-104). Istraživanje provedeno na uzorku ispitanika u dobi od 60 do 92 godine je dokazalo proporcionalan odnos učestalosti gledanja televizijskog programa i negativnog stava prema starenju (Sabo, 2005 prema Vickers, 2007: 103).

Sve u svemu, mnogo je validnih razloga zbog kojih se stariji ljudi odlučuju kloniti tehnologije, no najčešće je u pitanju nerazumijevanje i strah od nepoznatog. Zato je pri edukaciji digitalnog opismenjavanja osoba treće životne dobi izuzetno važno jednako se posvetiti otklanjanju tjeskobe pri korištenju tehnologije te podučavanju tehničkih aspekata korištenja informacijsko-komunikacijskih tehnologija prilagođavanjem jedinstvenim obilježjima starijih učenika. Naredni odlomak objašnjava smjernice za obučavanje osoba kasne zrele dobi iz perspektive stručnjaka s dugogodišnjim iskustvom u toj branši.

6. Gerontogogija

Umirovljenje sa sobom nosi višak slobodnog vremena i priliku za povratak starim hobijima i stjecanjem novih vještina. Postojanje škola i tečajeva za osobe treće životne dobi potvrđuje potrebu za cjeloživotnim učenjem. Prakticiranje učenja i usavršavanja u svim stadijima života potiče aktivniji i ispunjeniji način života (Eurostat, 2020a.). Prema mjerenjima Eurostata (2020a), raste broj osoba treće životne dobi koje pohađaju edukativne tečajeve ili upisuju studij. Demografski trend starenja stanovništva potaknuo je razvoj gerontologije, grane znanosti koja se bavi konceptom obrazovanja starijih osoba (Špan, 1994 prema Čurin, 2010: 73). S tim ciljem su osnovane institucije specijalizirane za edukaciju starijeg stanovništva (Čurin, 2010: 73).

Prva škola namijenjena isključivo seniorima otvorena je 1973. godine u Toulousu u Francuskoj (Čurin, 2010: 74). Danas je dostupno mnoštvo takvih programa diljem Europe i svijeta, a prvi programi za treću dob u Hrvatskoj otvoreni su 1992. godine u Zagrebu na Pučkom otvorenom učilištu (2010: 74). Danas ta škola godišnje upisuje oko 1000 korisnika (Čurin, 2018: 29) što pokazuje da su osobe kasne zrele dobi željne daljnjeg obrazovanja i smatraju to poželjnim načinom za provođenje slobodnog vremena. Sveučilište pruža kreativne i praktične tečajeve poput tečaja stranih jezika i tečaja informatike, a moguće je pohađati i besplatne radionice (2018: 29). Obrazovni programi za treću dob postoje i na Sveučilištu u Rijeci.

Ipak, podučavanje starijih osoba razlikuje se od podučavanja djece i mladih. Jasna Čurin (2010: 73-80) navodi karakteristike seniora iz osobnog iskustva njihovog podučavanja. Tako tvrdi kako se nastavnici trebaju prilagoditi fizičkim, senzornim, intelektualnim i psihičkim mogućnostima koje su ograničene starosnom dobi (Čurin, 2010: 74). Kao primjer navodi da starije osobe mogu slabije čuti, vidjeti i pamtiti pa je potrebno ploču ispisivati čitko i velikim slovima, razgovjetno i glasno predavati te mnogo puta ponoviti gradivo (Čurin, 2010: 74-75). Također, potrebno je što manje mijenjati strukturu rada jer su se stariji polaznici pokazali osjetljivima na promjene. Uz navedeno, primjetne su prenaplašena kritičnost, usamljenost, senzitivnost te nisko samopouzdanje jer sami sebe doživljavaju u skladu s radnim predrasudama o dosadnim "penzićima" (Čurin, 2010: 77-78). Edukativni programi za osobe treće dobi moraju biti "otvoreni za slobodan izbor, za učenje bez krutih pravila i prisile, za zadovoljavanje intrinzičnih motiva učenja" (Čurin, 2018: 28).

Neke starije osobe osjećaju tjeskobu pri korištenju ili savladavanju rada na infomatičko-komunikacijskim tehnologijama (Abad Alcala, 2019: 3). Riječ je o dokazanoj psihološkoj barijeri tehnološke anksioznosti koja sprječava osobe da iskoriste benefite digitalnog opismenjavanja (Abad Alcala, 2019: 3). Takva tjeskoba može kulminirati napuštanjem edukativnog tečaja (Cody i sur., 2014: 281). Zato je važno lekcije formirati i predavati na ohrabrujući i optimistični način (2019: 3). Leopoldo Abad Alcala (2019: 4) ističe kako uspješnost programa educiranja osoba kasne zrele dobi više ovisi o strukturi i provedbi programa, nego dobi i sposobnosti starijih osoba. Christopher Mayhorn, Aideen Stronge, Anne McLaughlin i Wendy Rogers, (2004) kao smjernice koje bi programi medijskog opismenjavanja za starije osobe trebali ukomponirati (Abad Alcala, 2019: 4) navode organizaciju polaznika u manje razrede u koje su podijeljeni prema razini iskustva i znanja, jasno strukturirane popratne materijale bez prevelikog broja informacija te prilagođenost popratnih materijala reduciranim motoričkim i kognitivnim sposobnostima osoba treće životne dobi. Također ističu važnost kreiranja ugodne, obiteljske atmosfere uz poticanje postavljanja pitanja te izbjegavanje korištenja stručnog ili nerazumljivog žargona. Kod gradiva je bitna jasna povezanost između predloženih ciljeva i ostvarenih dostignuća te poticanje na vježbu kod kuće osiguravanjem alata za ponavljanje naučenog na predavanju. Motiviranost i proaktivnost polaznika može se potaknuti prikazom uspješnih priča o iskustvima ostalih polaznika (Mayhorn i sur., 2004 prema Abad Alcala, 2019: 4).

Iako je pohađanje tečajeva način da si umirovljenici ispune slobodno vrijeme te da se socijaliziraju s vršnjacima, istraživanje pokazuje kako je primarni motiv polaznika tečaja upravo želja za učenjem i usavršavanjem (Čurin, 2018: 29-31). Naime, Pučko otvoreno učilište provelo je istraživanje o motivaciji polaznika za uključivanjem na programe (Čurin, 2018: 29). Testiranje je pokazalo kako je želja za interakcijom glavna motivacija tek 8% polaznika. Dugogodišnjim polaznicima je velika motivacija želja za novim vještinama. S druge strane, za 41,6% ispitanih polaznika se s godinama pohađanja tečajeva važnost učenja i socijalizacije izjednačila (2018: 30-31). Navedeno pokazuje kako je, za razliku od formalnog obrazovanja, društveni aspekt edukacije u podučavanju treće dobi itekako bitan. Čurin (2018: 32) objašnjava kako odnosi i veze između polaznika tečaja i mentora mogu prerasti u „emotivne veze koje nalazimo kod primarnih skupina npr. obitelji”. Tumači da iz tog razloga seniori ne reaguju dobro na promjene nastavnika (Čurin, 2010: 76). Budući da voditelji pojedinih razreda imaju toliko važnu ulogu u edukaciji osoba kasne zrele dobi, dva puta godišnje pohađaju obuku kako bi savladali psihologiju starijih osoba i metodiku nastavnog rada s njima (Čurin, 2018: 31).

Također, kako bi se oplemenio socijalni aspekt tečaja, za sudionike se često organizira terenska nastava, putovanja te izleti u skladu s temom tečaja, priređuju se izložbe, koncertne izvedbe i predavanja čiji su kreatori upravo korisnici (Čurin, 2018: 32-33).

Stanovništvo stari, ali postaje i obrazovanije. Istraživanja pokazuju da je u starosnoj skupini ljudi od 60 do 70 godina dva puta više srednje i visoko obrazovanih ljudi nego 20 godina unazad, a suvremeni 40 i 50 godišnjaci će za 20 godina biti još školovaniji (Ambrosi-Randić, Plavšić, 2008 prema Čurin, 2018). Empirijski argumenti sistematično potvrđuju da osobe boljeg obrazovanja spremnije usvajaju principe modernih tehnologija (Nguyen, 2012 prema Vrkić Dimić, 2013: 427). Uz obrazovanje, istraživanja otkrivaju niz društvenih odrednica koje pospješuju medijsko opismenjavanje starijih građana poput socioekonomskog statusa, odnosno proporcionalne veze pozitivnog financijskog stanja s višom razinom medijske pismenosti (Abad Alcala, 2019: 3). Treba istaknuti i značaj obiteljske situacije jer obitelji u kojima unuci, djeca, rodbina i supružnici imaju iznadprosječnu razinu pismenosti će neminovno utjecati na razvitak pismenosti kod starijih pripadnika. Razinu sposobnosti korištenja informacijsko-komunikacijskih tehnologija u starosnoj dobi uvelike određuje prošlo poslovno iskustvo (Abad Alcala, 2019: 3). Drugim riječima, osobe koje su u poslu koristile novu tehnologiju lakše će savladati digitalnu i medijsku pismenost.

Može se zaključiti da će potreba za edukacijama osoba treće dobi samo rasti (Čurin, 2018: 36). Umirovljenici imaju malu platežnu moć, a traže visoko kvalitetnu nastavu (Čurin, 2018: 36). Kako bi im se olakšao proces pronalaska i upisa na slične edukacije trebali bi se uključiti vlast i mediji te kroz javne kampanje promovirati obrazovanje osoba kasne zrele dobi, a ne širiti predrasude o „otpisanoj generaciji” (Čurin, 2018: 36). Veliku ulogu u medijskom i informatičkom opismenjavanju imaju upravo knjižnice kao ustanove s ciljem socijalne i informacijske inkluzije osoba svih dobnih razina. Primjeri nekih edukativnih inicijativa bit će opisani u sljedećem odlomku.

6.1. Primjeri edukacija starijeg stanovništva digitalnim vještinama

Mlađe generacije digitalne vještine usvajaju u školi na satu informatike, dok starije generacije za dobivanje takvih znanja moraju pohađati tečajevе. Izbor edukativnih programa za usvajanje vještina upravljanja društvenim medijima u Hrvatskoj nije bogat. Dostupni su besplatni, odnosno sufinancirani tečajevi, te tečajevi na učilištima za koje se plaća članarina.

Važnu ulogu u digitalnoj naobrazbi starijih osoba imaju knjižnice. Međunarodno udruženje knjižničarskih društava i ustanova propisuje obavezu knjižnica da pružaju starijim osobama usluge koje podupiru koncept cjeloživotnog obrazovanja te da im osiguraju pristup neophodnim socijalnim, kulturnim i medicinskim informacijama (Ercegovac, Šolc, Tuzlanić, 2018: 203). Knjižnice grada Zagreba u sklopu projekta „65 plus” organiziraju i od 2008. godine provode radionice i programe različitih tematika (Panella, 2009 prema Ercegovac, Šolc, Tuzlanić, 2018: 201). Među najposjećenijim programima je „Sat informacijske pismenosti” koji se sastoji od radionica za „informatičko i informacijsko opismenjavanje osoba treće životne dobi” (Ercegovac, Šolc, Tuzlanić, 2018: 211-212). Traženost radionice potvrđuju i brojke polaznika. Naime, do kraja 2017. održano je 4974 ciklusa programa sa 7296 polaznika te je u prvoj polovini 2018. godine provedeno 569 ciklusa s 809 polaznika (Ercegovac, Šolc, Tuzlanić, 2018: 212). Voditelji radionica su volonteri ili djelatnici knjižnica. Sadržaj programa varira ovisno o knjižnici, ali u globalu obuhvaća širok raspon vještina poput: surfanja internetom i slanja elektroničke pošte na računalo, pregledavanja fotografija i čitanja elektroničkih knjiga na tabletu te korištenja društvenih medija, aplikacija za komunikaciju i servisnih platformi (Ercegovac, Šolc, Tuzlanić, 2018: 211) .

Sličan projekt s istim ciljem redukcije socijalne isključenosti starijih osoba te njihove inkluzije u digitalnu sferu, organizira Gradska i sveučilišna knjižnica Osijek (Lukačević, Radmilović, Balog, 2018: 124). Projekt „Ukorak s vremenom – osnove rada na računalo” se provodi od 2016. godine. Veliku potražnju za informatičkim znanjima potvrđuje lista čekanja za upis na tečaj. Cjeline koje se obrađuju na seminaru su služenje Windows programskim paketom, stvaranje i pohranjivanje dokumenata te ostale osnovne aktivnosti na internetu i društvenim medijima. Koristan dodatak je edukacija polaznika o načinima zaštite od opasnosti na internetu. Budući da tečaj upisuju osobe bez digitalnog iskustva i osobe s minimalnim iskustvom, tečaj je prilagođen na grupnoj, a nerijetko i na individualnoj razini (Lukačević, Radmilović, Balog, 2018: 133). Srđan Lukačević, Dino Radmilović i Kornelija Balog (2018: 124) proveli su istraživanje kako bi utvrdili razliku u digitalnim kompetencijama polaznika prije i nakon tečaja. Anketu samoprocjene je ispunilo 227 polaznika. Rezultati su pokazali porast srednje ocjene uzorka s niskih 1,9 na 3.6. Također, prije radionica je najviše polaznika svoju informatičku pismenost procijenilo ocjenom nedovoljan (41,4%) te dovoljan (35,7%), dok je nakon tečaja prevladavala ocjena dobar (39,6%), vrlo dobar (42,7%). Porastao je i broj odlično ocjenjenih s 2,20% na samouvjerenih 12,9%.

Programe informatičke izobrazbe za umirovljenike provode i Gradska knjižnica Zadar, Gradska knjižnica Marka Marulića u Splitu i Gradska knjižnica i čitaonica Ante Jagar u Novskoj (Lukačević, Radmilović, Balog, 2018: 130). Povremene seminare drže Gradska knjižnica i čitaonica Vinkovci, Američki kutak Gradske knjižnice Vukovar, Hrvatska narodna knjižnica i čitaonica Našice i Gradska knjižnica Slavka Kolara Čazme (Lukačević, Radmilović, Balog, 2018: 130).

Razvija se i mnoštvo jednokratnih projekata digitalnog opismenjavanja starijih osoba. Agencija za elektroničke medije sufinancirala je projekt „Srebrne surfere vodimo kroz nove medije” (Dalmacija, 2023). Cilj programa je informiranje starijih osoba o opasnostima na internetu poput prijevara, lažnih oglasa i vrijeđanju na društvenim mrežama. Još jedan primjer projekta digitalnog opismenjavanja osoba kasne zrele dobi je projekt „Boomer” u organizaciji privatne tvrtke Hrvatski Telekom u suradnji sa Sveučilištem u Dubrovniku i partnerima iz Italije, Njemačke, Belgije i Španjolske, a u kojem će kroz niz radionica i predavanja osobe treće životne dobi naučiti upravljati digitalnim alatima koji će im podići kvalitetu svakodnevnog života (Dalmacija, 2023).

Mnogi tečajevi gradivo centriraju oko tehničkih kompetencija korištenja interneta i društvenih medija te zanemaruju vještine koje omogućuju seniorima da se osjećaju sigurno dok koriste digitalne alate. Idući dio rada elaborirat će važnost usvajanja vještina medijske pismenosti kod starijih korisnika društvenih medija.

7. Medijska pismenost osobe kasne zrele životne dobi

Internet korisnicima omogućuje anonimnost i mogućnost obraćanja velikom broju ljudi pa čini plodno tlo za razne oblike prevara i manipulacija. Prema istraživanju Garbin Praničević, Peterlin i Bućan (2017: 153), gotovo 60% Hrvata treće dobi vjeruje da je krađa osobnih podataka posredstvom interneta velika mogućnost. Medijska pismenost je izuzetno važan preduvjet korištenja društvenih medija. Medijsko i informacijsko opismenjavanje osiguravaju optimalno korištenje digitalnih platformi bez negativnih posljedica.

Digitalizacija medija je dovela do promjene publike. Tako su se konzumenti iz pasivne publike tradicionalnih medija formirali u aktivnu publiku koja sama odabire sadržaj koji će konzumirati i prema tom sadržaju se odnosi kritički (McQuail, 2005 prema Zgrabljic Rotar, 2020: 29). Medijska pismenost ključna je za sve sudionike komunikacije putem društvenih medija te se odnosi i na profesionalce i na amatere (Zgrabljic Rotar, 2020: 29). Takva vrsta pismenosti podrazumijeva odgovornu konzumaciju i distribuciju medijskog sadržaja, razumijevanje konteksta, kritičko promišljanje o svojem načinu komuniciranja s moralnog stajališta te socijalno sudjelovanje preko komunikacijskih radnji kreacije i javnog ili privatnog dijeljenja sadržaja (Hobbs, 2010 prema Abad Alcala, 2019). Usavršavanje tih vještina omogućuje implementaciju interaktivne javne komunikacije u kontekstu obrazovanja, kulture, politike i javne uprave (Zgrabljic Rotar, 2020: 25). Drugim riječima, medijska pismenost omogućava medijskim korisnicima da pridonese kvaliteti sadržaja novih medija na način da prakticiraju kritičnost i kreativnost pri sudjelovanju u javnoj komunikaciji (Zgrabljic Rotar, 2020: 25). Ana Martinoli (2019: 2) digitalnu pismenost smatra produžetkom medijske pismenosti te ističe:

„Pojam medijske pismenosti proširuje se pojmom digitalne pismenosti koja podrazumijeva sposobnost kritičke analize sadržaja, a koji do nas dolazi putem brojnih digitalnih platformi, od društvenih mreža do mobilnih aplikacija, online servisa i digitalnih uređaja, zatim sposobnost kreativnog izražavanja i komuniciranja u takvom okruženju, sposobnost učenja i korištenja uređaja, servisa i usluga zasnovanih na digitalnim tehnologijama te sposobnost suradnje i sudjelovanja u digitalnom društvu.”

S obzirom na značaj medijske pismenosti u digitalnom dobu nužna je uloga državnih vlasti u donošenju odluke za uvođenjem edukacije medijskog opismenjavanja od vrtića do cjeloživotnog obrazovanja (Zgrabljic Rotar, 2020: 25). Zakon o Hrvatskoj radioteleviziji (NN 137/10, 76/12, 78/16, 46/17, 73/17, 94/18, 114/22, 20/23) propisuje potrebu javnih medija za poticanjem medijske pismenosti. Tako bi programi javnih medija trebali informirati građane o njihovim komunikacijskim mogućnostima i načinu djelovanja nove tehnologije. Problem se

javlja kod percepcije vlasti i javnih institucija o potrebi i načinu obrazovanja osoba treće životne dobi za korištenje informacijsko-komunikacijskih tehnologija (Abad Alcalá, 2019: 1). Naime, primarni cilj je kvantiteta, a ne kvaliteta, odnosno prioritizira se pristup i upotreba digitalnih medija od njihovog optimalnog korištenja i kritičnog promišljanja (Abad Alcalá, 2019: 1).

Posljednjih godina se uvelike raspravlja o opasnosti dezinformacija, a u suvremenom kontekstu se osobito koriste u političkim i gospodarskim strategijama borbe za vlast ili gospodarsku moć (Levak, Zekić Eberhard, 2022: 15). Dezinformacije ostavljaju teške i opasne posljedice kada se javljaju u području zdravlja i sigurnosnih pitanja. Primjerice, mnoge osobe su za vrijeme pandemije COVID-19 oboljele ili preminule zbog nasjedanja na dezinformacije o načinima borbe protiv koronavirusa (Levak, Zekić Eberhard, 2022: 16). Problematiku širenja dezinformacija popularizirali su važni politički događaji: Brexit, odnosno izlazak Ujedinjenog Kraljevstva iz Europske unije 2016. godine, pobjeda Donalda Trumpa na američkim predsjedničkim izborima iste godine te kriza između Rusije i Ukrajine koja je eskalirala 2022. godine (2022: 20). Europska komisija dezinformaciju definira kao neprovjerenu i netočnu informaciju koja je kreirana i distribuirana s ciljem ekonomske dobiti ili namjernog obmanjivanja javnosti (Europska komisija, 2019 prema Levak, Zekić Eberhard, 2022: 21). Stariji ljudi mogu zamijeniti satiričan sadržaj za pravu vijest jer su navikli satiru konzumirati u posebno izdvojenim okolnostima. Stoga je bitno provjeriti radi li se o članku sa satiričnog portala ili prema analizom jezičnog izražavanja zaključiti da je šala (Levak, Zekić Eberhard, 2022: 24). Dezinformacije često šire internetski trolovi, odnosno zlonamjerne osobe koje dezinformacije šire s ciljem uznemiravanja, provokacije ili privlačenja pozornosti. Starije osobe koje su tek krenule s korištenjem društvenih medija vjerojatno bi teže prepoznale ovu vrstu prevare te bi se upustile u raspravu i prepustile nervozi. Međutim, trolovi često djeluju pod pseudonimom pa ih je na taj način lakše uočiti (Levak, Zekić Eberhard, 2022: 24).

Istraživanja o razini medijske pismenosti potrebne za kritičko sagledavanje informacija na internetu se uglavnom bave mlađim generacijama, no rezultati sljedećeg istraživanja ukazuju na potrebu da se fokus prebaci na starije generacije. Andrew Guess, Jonathan Nagler i Joshua Tucker (2019: 1) su za vrijeme američkih predsjedničkih izbora 2016. godine proveli istraživanje s ciljem utvrđivanja populacije koja je za vrijeme izbora širila najveći broj dezinformacija. Analizirali su sadržaj koji su ispitanici dijelili na svojim Facebook profilima s naglaskom na poveznice sa sumnjivih domena. Rezultati su pokazali da su osobe od 65 ili više godina dijelile sedam puta više članaka s lažnih portala nego najmlađa dobna skupina (Guess,

Negler, Tucker, 2019: 1). Razlog tomu mogu biti smanjene kognitivne sposobnosti kod starijih osoba (Brashier, Schacter, 2020: 1). Novi mediji iziskuju sposobnost multitaskinga koja ovisi upravo o neuralnim mrežama i kognitivnom djelovanju koje je kod starijih osoba reducirano (Ziegler, Mishra, Gazzaley, 2015 prema Abad Alcala, 2019: 3). Svi ljudi koriste mentalne prečice pri procjeni istinitosti informacija (Brashier, Marsh, 2020 prema Brashier, Schacter, 2020: 1). S obzirom na veći trud koji kod starijih osoba iziskuje kognitivno djelovanje, oni se oslanjaju na druge načine zaključivanja (Hess, Smith, Sharifian, 2016 prema Brashier, Schacter, 2020: 1). Zato više vjeruju, a samim time i dijele, vijesti koje se ponavljaju, odnosno stalno iskaču na ekranu (Brashier, Schacter, 2020: 1). Takvo uvjeravanje repetitivom je vidljivo kod *viralnih* vijesti koje pune društvene mreže. Istraživanja potvrđuju kako stariji ljudi s vremenom zaboravljaju gdje su vidjeli određenu vijest, ali pamte sadržaj dezinformacije (Mitchell, Johnson, 2009 prema Brashier, Schacter, 2020: 2). Kada ponovno ugledaju određenu vijest, povećava se povjerenje u istinitost te vijesti zbog sjećanja da su je već vidjeli (Pennycook, Cannon, Rand, 2018 prema Brashier, Schacter, 2020: 2). Još jedan od razloga mogao bi biti jako interpersonalno povjerenje. Stariji ljudi imaju veći stupanj povjerenja u obitelj i prijatelje, pa čak i poznanike i strance te vjeruju kako im oni ne bi svjesno prenosili dezinformacije (Poulin, Haase, 2015; Li, Fung, 2013 prema Brashier, Schacter, 2020: 3). Posljedica tog visokog stupnja povjerenja kod starijih korisnika može biti praćenje većeg broja lažnih ili sumnjivih osoba i stranica, što ih čini izloženijima. Osim toga, suvremene starije generacije imaju manje iskustva i godina staža u digitalnom svijetu, stoga se još privikavaju na *clickbait* naslove i opasnosti od virtualnih prevara (Brashier, Schacter, 2020: 5). Prema istraživanju Michelle Amazeen i Bartosz Wojdyskija (2018) starije osobe pokazuju manju težnju svjesnoj distribuciji dezinformacija. Ipak, njihovo ponašanje je u kontrastu s tim nalazima (Brashier, Schacter, 2020: 5). Ipak, u istraživanju koje su proveli Gordon Pennycook, Adam Bear, Evan Collins i David Rand (2020: 6) starije osobe su prema samoprocjeni pokazale manju želju i namjeru dijeljenja dezinformacija od mlađih osoba, što je u kontrastu s njihovim virtualnim ponašanjem.

Internetska prevara obuhvaća različite metode prevare putem elektroničke pošte, internetskih stranica i soba za razgovor (Lekić, Zekić Eberhard, 2022: 15). Primjeri internetskih prevara su: „krađa identiteta, osobnih podataka ili lozinki, prevara u internetskom bankarstvu, lažni računi, krivotvorene internetske stranice banaka” (Levak, Zekić Eberhard, 2022: 15). Lažni oglasi su primjer osobito opasne prevare jer mogu rezultirati financijskim gubitkom. Očituje se u neistinitim navodima koji privlače korisnika da posjeti određenu internetsku

stranicu ili kupi neki proizvod ili uslugu (Levak, Zekić Eberhard, 2022: 16). Prema izvještaju Europske komisije za 2020. godinu, Hrvatska je bila među zemljama s najmanjim postotkom žrtava internetskih prevara (Survey on “scams and fraud experienced by consumers”, 2020: 13). Izvještaj je također pokazao kako su stanovnici Europske unije stari 65 ili više godina starosna skupina s najmanjim postotkom žrtava internetskih prevara (2020: 23-25).

S druge strane, sposobnost razlikovanja sponzoriranog članka od regularnih vijesti opada s godinama (Brashier, Schacter, 2020: 5). Posljednjih godina raste učestalost pisanja *native* oglasa (Levak, Zekić Eberhard, 2022: 17). Ta vrsta sponzoriranog oglasa je oblikovana na način da izgleda kao regularni članak određenog portala. Zakonska obaveza je takve članke jasno označiti s navodom „Promo” ili „Sponzorirani članak”. Međutim, nerijetko *native* članci nisu označeni kao takvi (Levak, Zekić Eberhard, 2022: 17). Prema članku 20. Zakona o medijima (NN 59/04, 84/11, 81/13, 114/22), oglasni sadržaj ne smije biti oblikovan i prikazan na način da konzumenti pomisle kako je riječ o programskom sadržaju medija. Prikriveno oglašavanje je još jedan oblik promoviranja proizvoda kroz razne novinarske i medijske oblike poput članka, priloga, emisija, serija i fotografija (Levak, Zekić Eberhard, 2022: 16). Veliki nesporazum stvaraju manipulirane fotografije koje prate dezinformacije (Brashier, Schacter, 2020: 5). Manipulirane fotografije i videosnimke se koriste u političkim propagandama. Prvi primjeri montiranih audio-vizualnih sadržaja zamijećeni su još za vrijeme Prvog i Drugog svjetskog rata kada je cilj takve radnje bio stvoriti određeno raspoloženje javnosti (Levak, Zekić Eberhard, 2022: 22-23). Zahvaljujući brojnim naprednim mobilnim aplikacijama za fotomontažu, današnje montirane fotografije postaju sve uvjerljivije. Sposobnost razlikovanja vjerodostojnih od manipuliranih fotografija se smanjuje s povećanjem dobi (Brashier, Schacter, 2020: 5). Osobe kasne zrele dobi ne primjećuju dodane ili zamagljene objekte, izobličene kutove ili sjene na pogrešnom mjestu (Nightingale, Wade, Watson, 2019 prema Brashier, Schacter, 2020: 5). Mala je vjerojatnost da će stariji korisnici koristiti alate za obrnuto pretraživanje fotografija poput Google Reverse Image (Brashier, Schacter, 2020: 5). Fotografije, slike i video-isječci imaju veliku moć pri uvjeravanju i buđenju interesa kod ljudi. Zato novinari pažljivo biraju naslovne fotografije članka. Fotografije povećavaju želju korisnika za dijeljenjem sadržaja na društvenim mrežama, neovisno o tome je li sadržaj istinit ili ne (Fenn i sur., 2019 prema Brashier, Schacter, 2020: 5).

8. Metodološki aspekti istraživanja

Digitalizacija se širi u sve sfere života te postaje imperativ, a istovremeno se povećava broj starijeg stanovništva. Predviđa se da će se udio starijeg stanovništva udvostručiti te 2050. obuhvaćati 2.1 milijardi ljudi (Why are digital skills critical for older persons, 2018: 1). Velik broj istraživanja se bavi digitalnom uključenosti i internetskim aktivnostima mladih ljudi i radnog stanovništva, dok su studije *online* navika starijih korisnika interneta malobrojna. Istraživanja koja se bave odnosom starijeg stanovništva i interneta uglavnom se fokusiraju na sposobnost umirovljenika za provedbu osnovnih radnji na računalu i pretraživanje sadržaja na internetu. Društveni mediji su zanemarena stavka te se rijetko povezuju sa starijim korisnicima. Zato je predmet ovog istraživanja bio ustanoviti navike i obilježja korištenja društvenih medija kod osoba kasne zrele dobi.

Polazeći od toga, kao ciljevi istraživanja definirani su sljedeći:

1. Odrediti aktivnosti na društvenim mrežama osoba kasne zrele dobi.
2. Istražiti motivaciju za korištenje društvenih medija kod osoba kasne zrele dobi.
3. Istražiti stajališta osoba kasne zrele dobi o važnosti digitalne i medijske pismenosti za kvalitetu svakodnevnog života.
4. Istražiti razloge nekorištenja društvenih medija kod osoba kasne zrele dobi.
5. Istražiti poteškoće s kojima se osobe kasne zrele dobi susreću zbog nekorištenja društvenih medija.

Sukladno navedenom postavljene su sljedeće istraživačke hipoteze:

- H1. Osobe kasne zrele dobi društvenim medijima najčešće pristupaju putem pametnog telefona.
- H2. Osobe kasne zrele dobi kao najvažniji aspekt društvenih medija vrednuju mogućnost komunikacije s obitelji i prijateljima.
- H3. Osobe kasne zrele dobi imaju pozitivan stav prema društvenim medijima.
- H4. Osobe kasne zrele dobi nisu svjesne opasnosti od dijeljenja dezinformacija putem društvenih medija.

Istraživački dio rada podijeljen je na dva dijela. Prvi dio će biti interpretacija rezultata ankete, dok će drugi dio rada prikazati nalaze intervjua. Istraživačka metoda ankete je pogodna za

ispitivanje učestalosti korištenja pojedinih društvenih medija, utvrđivanje aktivnosti na društvenim medijima i stavova o društvenim medijima te digitalizaciji. Mjerni instrument bio je upitnik napravljen pomoću Google obrasca. Ispitanici su regrutirani po principu snježne grude pozivima za sudjelovanje putem samih društvenih medija. Na taj način je obuhvaćena populacija osoba u dobi od 65 ili više godina koje koriste društvene medije. Upitnik se sastojao od četiri dijela. Prvi dio se odnosio na sociodemografska obilježja, a drugi dio je bio usredotočen na iskustva ispitanika pri korištenju društvenih medija i samom načinu korištenja. Treći dio upitnika ispitivao je motivaciju za korištenje društvenih medija, dok se četvrti dio bavio povjerenjem u medije i medijskom pismenošću starijih korisnika. Sva pitanja su zatvorenog tipa radi lakše analize kvantitativnih podataka.

Osobe kasne zrele dobi koje ne koriste društvene medije obuhvaćene su istraživačkom metodom polustrukturiranog dubinskog intervjua koja je pogodna za ispitivanje motivacije za ne korištenjem te utvrđivanje što je utjecalo na razvoj određenih stavova o novim tehnologijama.

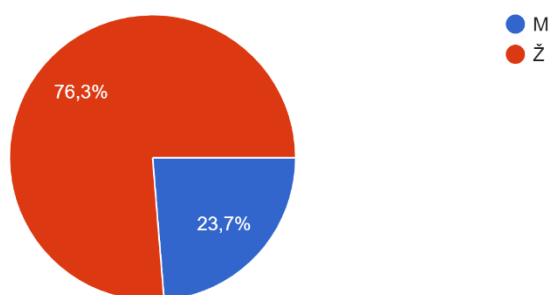
Istraživanje je provedeno u srpnju i kolovozu 2023. godine. Uzorak ispitanika bio je prigodan te su u anketnom istraživanju sudjelovale 194 osobe. Metodom polustrukturiranog dubinskog intervjua razgovor je proveden sa sedam osoba.

9. Rezultati istraživanja

9.1. Navike korištenja društvenih medija

Upitnik je ispunilo 194 ispitanika, od čega 148 žena (76,3%) i 46 muškaraca (23,7%). Dakle, u spolnoj strukturi anketiranog uzorka prevladavaju ispitanice (grafikon 1).

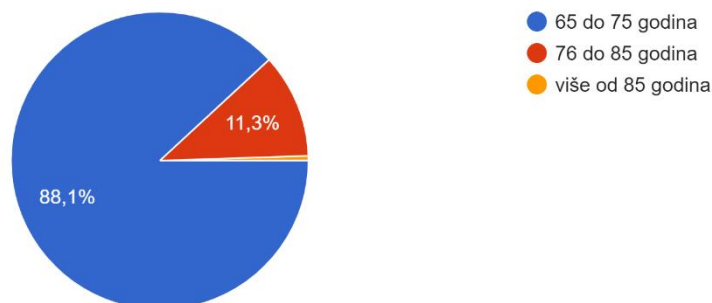
SPOL
194 odgovora



Grafikon 1. Podjela ispitanika prema spolu (N=194)

Dobna struktura uzorka pokazuje prevlast mlađih umirovljenika. Naime, u istraživanju je sudjelovala 171 osoba u dobi od 65 do 75 godina (88,1%), 22 osobe u dobi od 76 do 85 godina (11,3%) te samo jedna osoba starosti 86 ili više godina (0,5%).

Kojoj dobnoj skupini pripadate?
194 odgovora



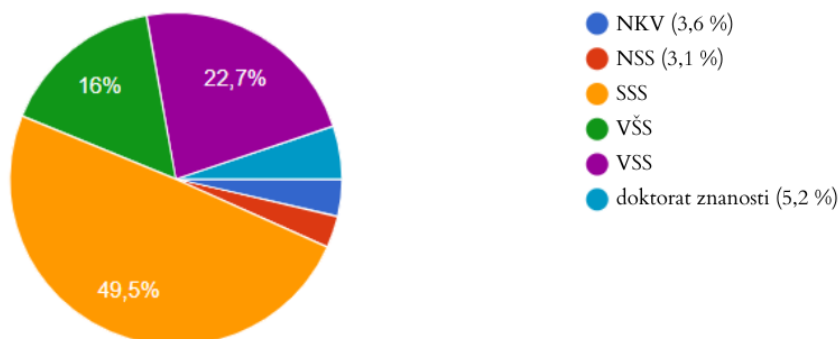
Grafikon 2. Podjela ispitanika prema dobi (N=194)

Empirijski nalazi pokazuju kako bolje obrazovane osobe spremnije usvajaju nove tehnologije (Nguyen, 2012 prema Vekić Dimić, 2014: 427). Na Grafikonu 3. je vidljivo kako velik dio

ispitanih seniora ima višu stručnu spremu (16%) i visoku stručnu spremu (22,7%) te doktorat znanosti (5,2%). Ipak, najveći udio ispitanika ima srednju stručnu spremu (49,5%).

Stručna sprema:

194 odgovora



Grafikon 3. Podjela ispitanika prema stručnoj spremi (N=194)

Očekivano, manji je postotak ispitanika koji imaju završeno osnovnoškolsko obrazovanje (3,1%) ili nezavršenu osnovnu školu (3,6%).

U kojem od navedenih tipova kućanstava živite?

194 odgovora



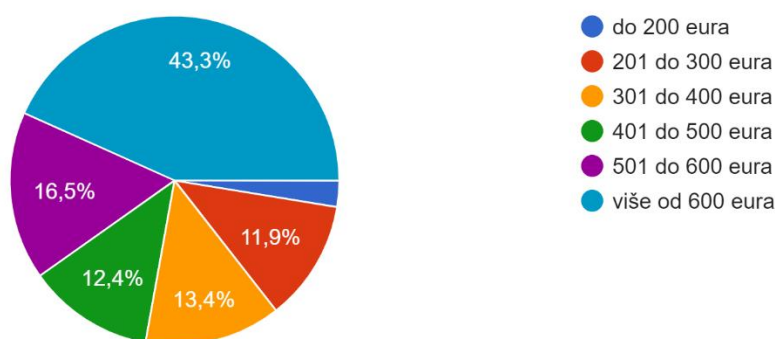
Grafikon 4. Podjela ispitanika prema tipu kućanstva u kojem prebivaju (N=194)

Grafikon 4. nam pokazuje da gotovo pola ispitanika živi sa supružnikom (40,2%). S obzirom na to da je većina ispitanika starosne dobi do 75 godina, ne čudi da veliki broj njih živi samostalno (27,3%). Gotovo jednak postotak ispitanika živi s djecom (26,8%). Najmanji broj ispitanika živi s obitelji svoga djeteta (4,1%) ili su štićenici doma za starije osobe (1,5%). Moglo bi se zaključiti da su osobe kasne zrele dobi koje žive samostalno ili sa supružnikom

samostalnije. S druge strane, seniori koji žive sa svojom djecom ili u domu za njegu starijih osoba uglavnom trebaju asistenciju. Stoga bi se iz Grafikona 4. moglo iščitati kako samostalnije i neovisne osobe kasne zrele dobi više koriste društvene medije.

Koliki su Vaši mjesečni prihodi?

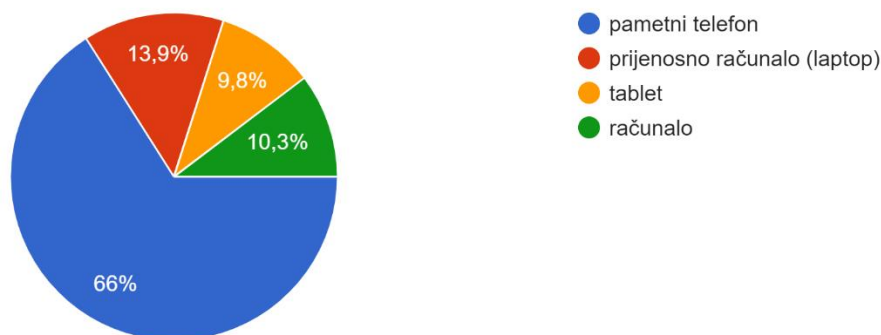
194 odgovora



Grafikon 5. Podjela ispitanika prema mjesečnim prihodima (N=194)

Utvrđivanjem mjesečnih prihoda ispitanika nastojala se provjeriti teza opisana u poglavlju 5. prema kojoj mnogo umirovljenika vodi borbu sa siromaštvom te su nove tehnologije izvan cjenovnog ranga umirovljenika. Iz Grafikona 5. je vidljivo kako su mjesečna primanja najvećeg broja ispitanika (43,3%) viša od 600 eura. Tek 2,6% ispitanih srebrnih surfera ima prihode do 200 eura mjesečno. Ostali ispitanici imaju prihode od 201 do 300 eura (11,9%), 301 do 400 eura (13,4%), 401 do 500 eura (12,4%) te 501 do 600 eura (16,5%). Razlog ovakve raspodjele može biti nalaz da najveći broj ispitanika internetu i društvenim medijima pristupa s prijenosnog računala i pametnog telefona koji cijenom i potrebom ne spadaju u osnovne životne troškove.

Koju od navedenih tehnologija najviše koristite za pristup internetu i društvenim medijima?
194 odgovora

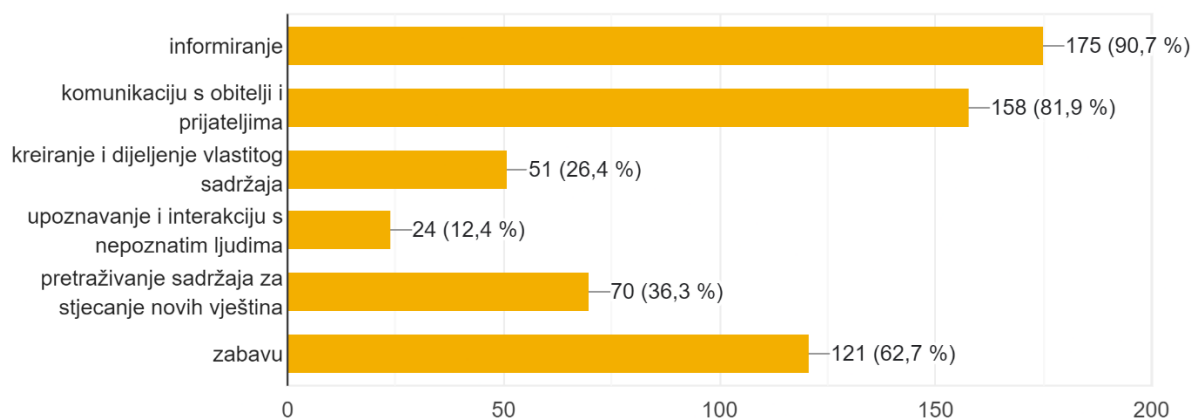


Grafikon 6. Podjela ispitanika prema tehnologiji korištenoj za pristup internetu i društvenim medijima (N=194)

Iz Grafikona 6. je vidljivo kako više od polovine ispitanika internetu i društvenim medijima pristupa s pametnog telefona (66%), zatim prijenosnog računala (13,9%), računala (10,3%) i tableta (9,8%). Ovaj nalaz je u skladu s domaćim i stranim istraživanjima. Prema Pew Research Centeru (Faverio, 2022), od 75% Amerikanaca u dobi od 65 ili više godina koji koriste internet, 61% njih koristi pametni telefon, dok 44% koristi tablet. Rezultati istraživanja Nekić, Tucak Junaković i Ambrosi-Randić (2016: 184) na hrvatskom uzorku također pokazuju kako najveći broj srebrnih surfera internetu pristupa s pametnog telefona i prijenosnog računala (96,6%), a značajno manji broj s računala ili tableta (3,4%). Ovim nalazima potvrđena je hipoteza broj 5 koja predviđa kako najveći broj starijih korisnika društvenim mrežama pristupa s mobilnog telefona.

Društvene medije koristim za:

193 odgovora

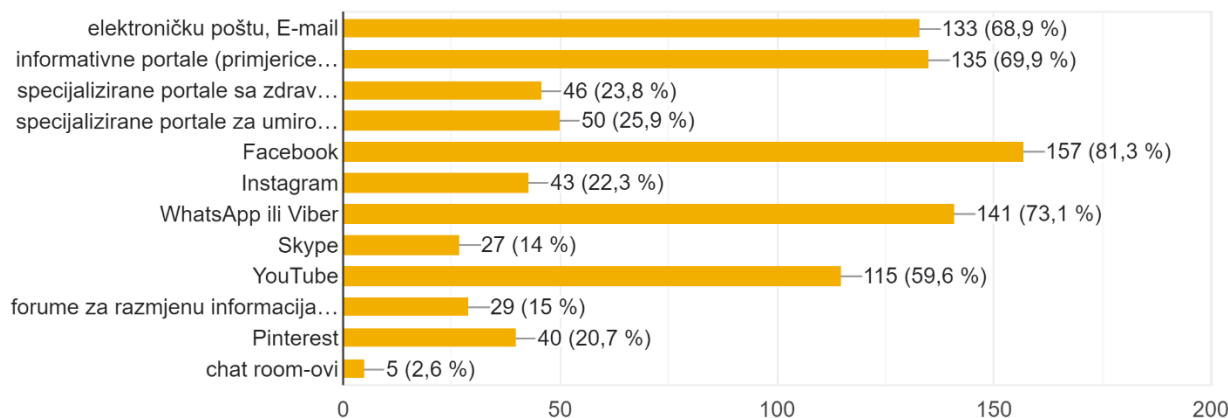


Grafikon 7. Ciljevi korištenja društvenih medija (N=193)

Dobiveni rezultati pokazuju kako najveći broj ispitanika društvene medije koristi za informiranje (90,7%) i komunikaciju s obitelji i prijateljima (81,9%). SOM Institut na Sveučilištu u Gothenburgu (Bergström, 2020: 170) je dokazao kako digitalni izvori vijesti privlače veliki broj srebrnih surfera. Osim toga, istraživanje Instituta otkriva kako dobná skupina umirovljenika starosne dobi između 66 i 75 godina, dakle prevladavajuća dobná skupina uzorka ovog istraživanja, u kontekstu konzumiranja vijesti tradicionalne medije zamjenjuje novim medijima (2020: 171). *Online* vijesti postaju sve više integrirane u svakodnevne navike starijih korisnika (2020: 173). Ono što je zanimljivo, ali ne začuđujuće, je da veliki broj seniora društvene medije koristi za zabavu (62,7%). Prema Anji Leist (2013: 381), glavna motivacija korištenja društvenih mreža kod starijih korisnika jesu zabava, socijalna interakcija i potpora. Štoviše, sadržajnom analizom *online* zajednice starijih korisnika dokazano je kako je najznačajnija tema bila „zabava” (*fun*) (Nimrod, 2010 prema Leist, 2013: 381). Ako društvene mreže koriste učestalo, javlja se osjećaj zadovoljstva i užitka (2013: 381). Grafikon 7. pokazuje veliki postotak seniora koji društvene medije koriste za pretraživanje sadržaja za stjecanje novih vještina (36,3%) te kreiranje i dijeljenje vlastitog sadržaja (26,4%). Najmanji postotak ispitanika društvene medije koristi za interakciju s nepoznatim ljudima (12,4%).

Koji od navedenih društvenih medija koristite? Primjeri služe za bolje razumijevanje, a ne da koristite taj portal.

193 odgovora



Grafikon 8. Korištenje određenih društvenih medija (N=193)

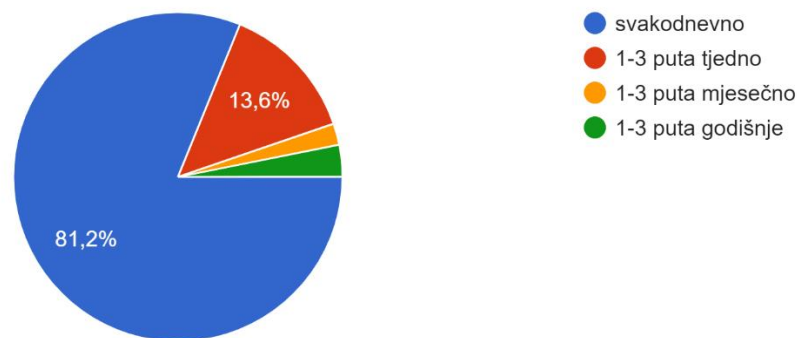
Zanimalo nas je koje društvene medije osobe kasne zrele dobi najviše koriste. Temeljem istraživanja predstavljenih u teorijskom dijelu rada, odabran je ograničen broj društvenih medija dokazano korištenih od strane osoba kasne zrele dobi. Prema Grafikonu 8. može se utvrditi kako ispitanici najviše koriste društvene mreže Facebook (81,3%) i WhatsApp (73,1%). Društvena mreža YouTube je također popularna među ispitanicima te ju koristi njih 59,6%. Analiza Datareportala najpopularnijih društvenih mreža (Datareportal.com, n.p.) pokazuje kako su upravo Facebook, WhatsApp i YouTube bile najkorištenije društvene mreže u siječnju 2023. godine. YouTube je 2023. godine imao 227.7 milijuna korisnika u dobi od 65 ili više godina, odnosno 9% ukupnih YouTube korisnika (Datareportal, 2023b). Andrea Rosales i Mireia Fernández-Ardévol (2019) navode da starije osobe vole koristiti WhatsApp jer imaju veću kontrolu nad odabirom publike kojoj žele podijeliti sadržaj, a financijski je isplativije od slanja SMS poruka. S obzirom na to da je za osobe kasne zrele dobi jedan od glavnih ciljeva korištenja društvenih medija komunikacija s obitelji i prijateljima (vidi Grafikon 7.), ne čudi što je društvena mreža Facebook utvrđena kao najkorišteniji društveni medij među ispitanicima. Facebook unaprjeđuje sposobnost ljudi da se povežu s drugima te ostvare pozitivne i kvalitetne odnose (Diaz, Evans, Gallanger, 2017 prema Joo, Teng, 2017: 34). Prema istraživanju Tang-Mui Joo i Chan-Eang Tenga (2017: 41), 92% ispitanika je procijenilo da je bolje upoznalo svoju obitelj zbog korištenja Facebooka te češće komuniciralo s članovima obitelji. Između ostalog, društveni mediji su dizajnirani na način da povezuju pojedinca s prijateljima, obitelji i

poznanicima i omogućće sklapanje novih poznanstava (Burke, Kraut, Marlow, 2011 prema Joo, Teng, 2017: 32).

Grafikon 8. pokazuje da su među ispitanim seniorima popularni i informativni portali (69,9%) i elektronička pošta (68,9%). Značajno manji postotak ispitanika koristi specijalizirane portale sa zdravstvenim informacijama (23,8%) te specijalizirane portale za umirovljenike (25,9%). Još manji postotak ispitanika koristi društvene mreže Instagram (22,3%) i Pinterest (20,7%). Ispitanici najmanje pak koriste Skype (14%) i chat room-ove (2,6%).

Koliko često provjeravate novosti na društvenim mrežama?

191 odgovor



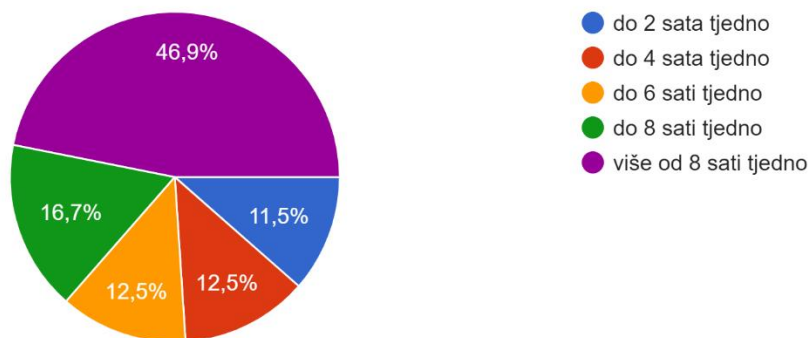
Grafikon 9. Učestalost provjeravanja novosti na društvenim mrežama (N=191)

S obzirom na to da je izmjereno kako ispitanici od društvenih medija najviše koriste određene društvene mreže (vidi Grafikon 8.), smisleno je provjeriti koliko često provjeravaju novosti na njima. Naime, izloženi sadržaj društvenih mreža mijenja se sa svakom prijavom na svoj račun na pojedinoj društvenoj mreži. Dakle, pri svakom posjetu korisnika dočekaju svježije informacije. Grafikon 9. slikovito prikazuje visoku aktivnost starijih korisnika na društvenim mrežama. Čak 81,2% ispitanika svakodnevno provjerava novosti na društvenim mrežama. Tek 13,6% ispitanih društvene mreže posjećuje 1 do 3 puta tjedno. Nekoliko ispitanih seniora društvene mreže posjećuje 1 do 3 puta mjesečno (2,1%) ili 1 do 3 puta godišnje (3,1%).

Ipak, vrlo je vjerojatno kako dio srebrnih surfera društvene mreže posjećuju nekoliko puta dnevno. Rosales i Fernández-Ardévol (2019) objašnjavaju kako stariji korisnici društvenu mrežu WhatsApp provjeravaju u prosjeku 17 puta dnevno. Prema istraživanju Pew Research Centra (Faverio, 2022), 48% mladih korisnika u dobi od 18 do 29 godina priznaju da su stalno prisutni *online*, u odnosu na manji no značajan postotak od 8% korisnika u dobi od 65 ili više godina koji priznaju da su stalno na internetu.

Koliko vremena tjedno provodite koristeći ranije označene društvene medije?

192 odgovora

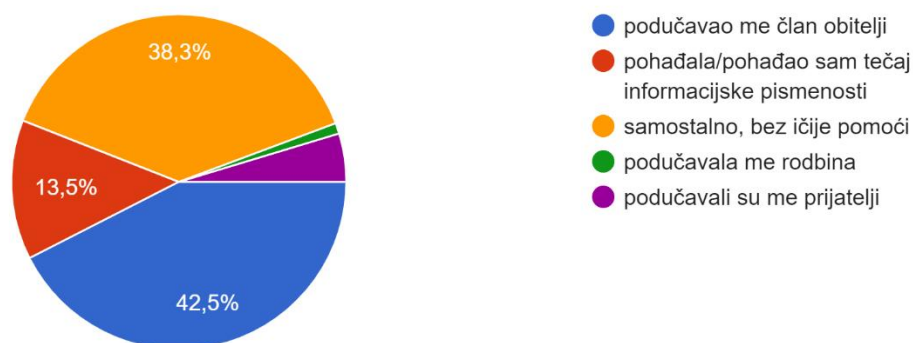


Grafikon 10. Količina vremena provedenog koristeći društvene medije na tjednoj bazi (N=192)

Što se tiče količine vremena provedenog u korištenju društvenih medija na tjednoj bazi, rezultati također pokazuju prevlast najintenzivnijeg ponuđenog načina korištenja. Naime, gotovo polovica ispitanika provodi više od 8 sati tjedno koristeći društvene medije. Do 8 sati tjedno društvene medije koristi 16,7% ispitanika. Ostali ispitanici društvene medije koriste do 2 sata tjedno (11,5%), do 4 sata tjedno (12,5%) i do 6 sati tjedno (12,5%).

Kako ste naučili koristiti internet i društvene medije?

193 odgovora

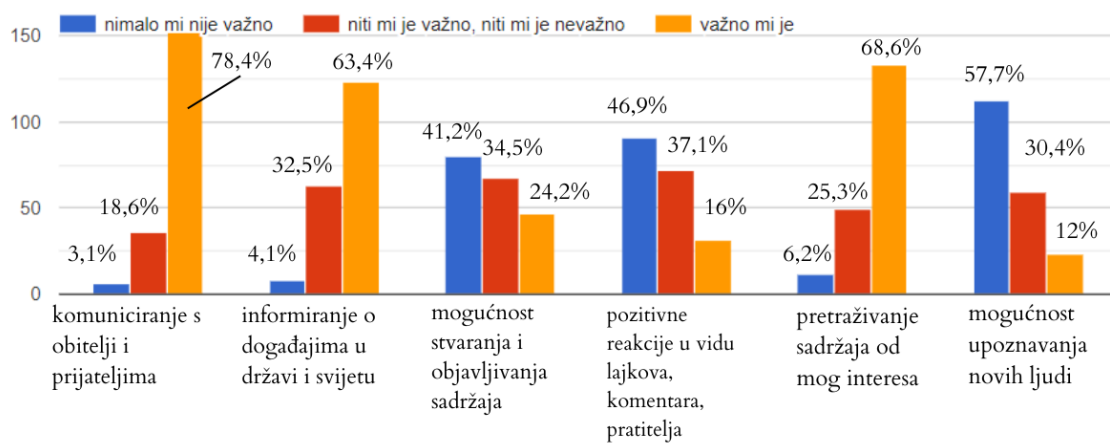


Grafikon 11. Način učenja korištenja društvenih medija (N=193)

U potpoglavlju 4.1. opisana je izmijenjena obiteljska struktura u kojoj suvremene obitelji nerijetko žive na velikoj geografskoj udaljenosti. Djeca nerijetko tehnološki opremaju svoje starije roditelje kako bi mogli ostati s njima u kontaktu. Očekivano, najveći postotak ispitanika društvene medije je naučio koristiti uz pomoć članova obitelji (42,5%). Nešto manji postotak

od 38,3% je korištenje društvenih medija savladao samostalno. Potpoglavlje 6.1. ilustrira dostupnost tečajeva digitalnog opismenjavanja starijih stanovnika. Sukladno tome, cilj je bio provjeriti koriste li osobe kasne zrele dobi priliku za digitalnom edukacijom. No, kao što možemo vidjeti na Grafikonu 11., samo 13,5% ispitanika je društvene medije naučio koristiti uz pomoć tečaja. Rodbina i prijatelji su podučavali svega 5,7% ispitanih korisnika.

Koliko su Vam važne sljedeće mogućnosti pri korištenju društvenih medija:



Grafikon 12. Procjena važnosti pojedinih aspekata društvenih medija (N=194)

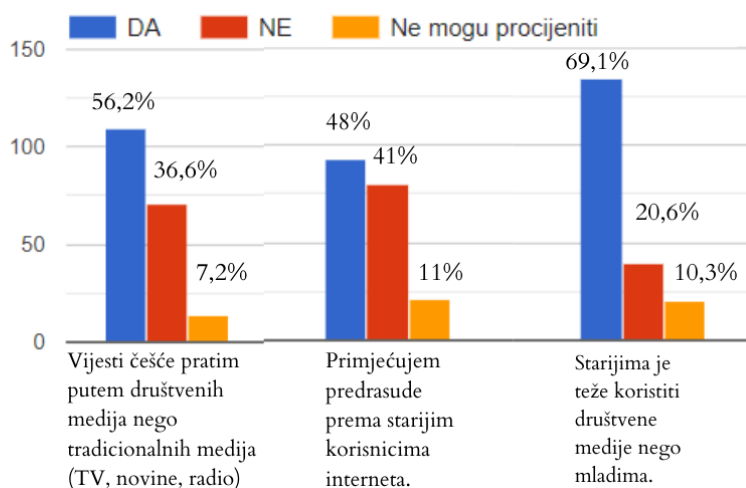
Grafikon 12. slikovito prikazuje koliko su pojedini aspekti društvenih medija ispitaniku značajni kod njihova korištenja. Iz Grafikona 12. je jasno vidljivo kako je najveći broj ispitanika (78,4%) ocijenio mogućnost komuniciranja s obitelji i prijateljima kao poželjnu mogućnost koju nude društveni mediji. Ovim nalazom se potvrđuje druga hipoteza koja predviđa kako osobe kasne zrele dobi kao najvažniji segment društvenih medija vrednuju mogućnost komunikacije s obitelji i prijateljima.

Više od dvije trećine ispitanika (68,6%) bitnim aspektom društvenih medija smatra opciju pretraživanja sadržaja od osobnog interesa, dok nešto manji broj od 63,4% ispitanika važnom mogućnošću smatra informiranje o događajima u državi i svijetu.

Ono što je najmanje važno većini ispitanika je mogućnost upoznavanja novih ljudi. Tu opciju je kao važnu označilo samo 12% ispitanika. U poglavlju 4. su objašnjeni dokazi kako mladi korisnici kod društvenih medija fokus stavljaju na *lajkove*, broj pratitelja i *online* prijatelje te generalno dobivanje afirmativnih reakcija na sadržaj koji objavljuju. S druge strane, zabilježeno je kako stariji korisnici motivaciju nalaze u povezivanju s obitelji i prijateljima.

Stoga ne čudi da je 47% ispitanika aspekt pozitivnih reakcija u vidu lajkova, komentara i pratitelja ocijenio kao nevažan. Niti važnim niti nevažnim ovaj aspekt smatra 37% ispitanika. Osim toga, mogućnost stvaranja i objavljivanja sadržaja nebitnim segmentom društvenih medija smatra 41% ispitanika, dok ga 34,5% ispitanika procjenjuje kao niti bitnom niti nebitnom opcijom. Ipak, 24% ispitanika navedenu opciju smatra važnom za njihovo korištenje društvenih medija. Iz Grafikona 12. možemo iščitati kako je upravo aspekt mogućnosti stvaranja i objavljivanja sadržaja izazvao najveću podjelu mišljenja među ispitanicima. Anja Leist (2013: 380) objašnjava kako je korištenje društvenih medija srebrnih surfera većinski istraživano u kontekstu sudjelovanja u raspravama na digitalnim platformama te razmjenu izravnih poruka. Tek mali broj starijih korisnika kreira vlastite sadržaje (Leist, 2013: 380).

Slazete li se sa sljedećim tvrdnjama



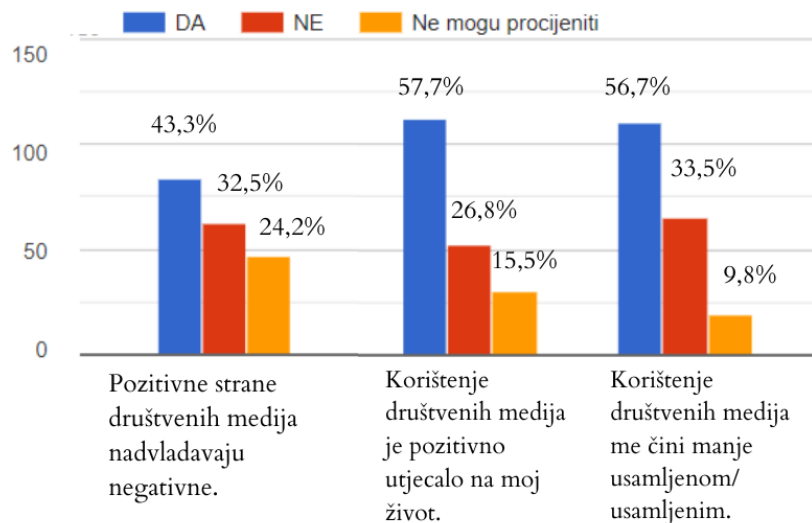
Grafikon 13. Stavovi ispitanika o korištenju medija osoba starije životne dobi (N=194)

Ispitanici primjećuju razliku u korištenju društvenih medija kada su u pitanju mlađi u odnosu na starije korisnike. Više od dvije trećine ispitanika se slaže s tvrdnjom da je Starijima teže koristiti društvene medije nego mladima. Nadalje, 48% ispitanika je potvrdilo kako primjećuje predrasude prema starijim korisnicima interneta. S druge strane, čak 41% ispitanika se ne slaže s navedenom tvrdnjom.

Prema ranijim rezultatima mogli smo zaključiti kako stariji korisnici društvene medije uvelike koriste za generalno informiranje i konzumaciju vijesti. Stoga je smisljena brojka od 55,2% ispitanika koji se slažu s tvrdnjom da vijesti češće prate putem društvenih medija, nego

tradicionalnih medija poput televizije, tiska ili radija. Razlog tomu može biti „brzina objavljivanja informacija i dostupnost” digitalnih medija (Zgrabljic Rotar, 2020: 25).

Slazete li se sa sljedećim tvrdnjama



Grafikon 14. Stavovi ispitanika o dobrobiti korištenja interneta (N=194)

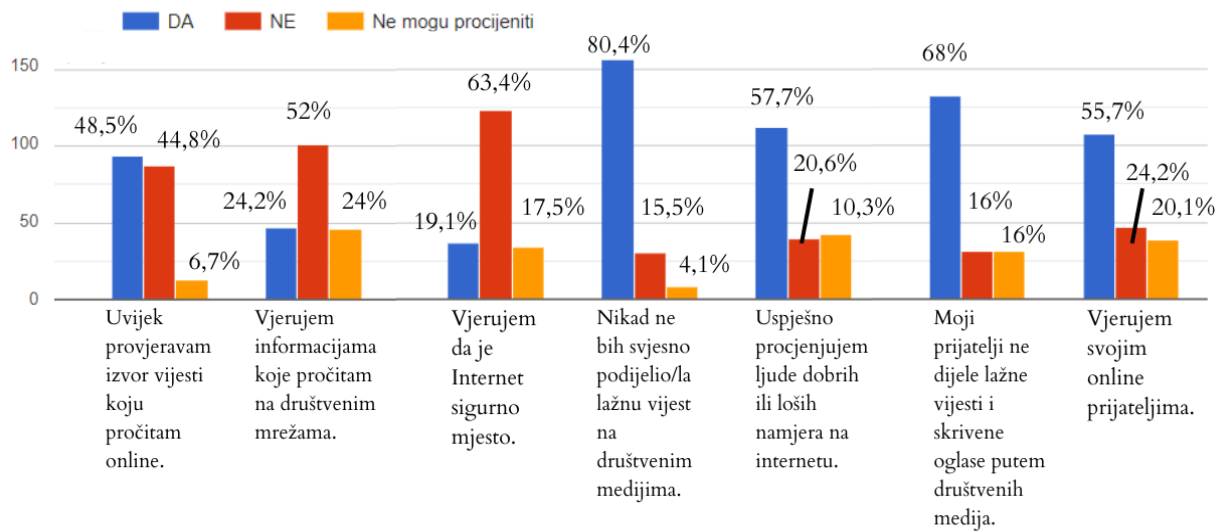
Tvrdnjama navedenim u Grafikonu 14. se namjeravao provjeriti stav korisnika društvenih medija o pozitivnom ili negativnom utjecaju korištenja društvenih medija na njihov svakodnevni život. Gotovo polovina ispitanika (43,3%) se slaže s tvrdnjom da pozitivne strane društvenih medija nadvladavaju negativne. No, 32,5% ispitanika se ne slaže s navedenom tvrdnjom, a 24,2% ispitanika priznaje kako ne može procijeniti je li za njih tvrdnja točna.

Ipak, prevladavajući broj ispitanika (57,7%) se slaže s tvrdnjom da je korištenje društvenih medija pozitivno utjecalo na njihov život. Tek 26,8% ispitanika se ne slaže s tom konstatacijom, uz 15,5% ispitanika koji ne mogu procijeniti slažu li se ili ne slažu s tvrdnjom.

Sličan rezultat dobiven je kod provjere čini li korištenje društvenih medija ispitanike manje usamljenima. Tvrdnju je potvrdilo 56,7% ispitanika, dok se s njom ne slaže tek 33,5% ispitanika. Istinitost tvrdnje procijeniti ne može 9,8% ispitanika.

Sukladno nalazu da se sa svim trima tvrdnjama slaže značajno veći broj ispitanika, nego broj ispitanika koji se ne slaže ili ostaje suzdržan, možemo zaključiti kako ispitanici imaju pozitivan stav prema korištenju društvenih medija. Time se potvrđuje treća hipoteza kojom se predviđa kako osobe kasne zrele dobi imaju pozitivan stav prema društvenim medijima.

Slazete li se sa sljedećim tvrdnjama



Grafikon 15. Stavovi ispitanika o sigurnosti na internetu (N=194)

U poglavlju 7. je objašnjena važnost medijske pismenosti pri korištenju društvenih medija kako bi se izbjegle internetske prevare te distribucija i nasjedanje na dezinformacije. Shodno tome, cilj je bio provjeriti jesu li stariji korisnici svjesni opasnosti od prevara na internetu i rizika od dijeljenja dezinformacija na društvenim mrežama. Ispitanici su podijeljenog mišljenja o tezi da uvijek provjeravaju izvor vijesti koju pročitaju *online*. Naime, 48,5% ispitanika se slaže s tvrdnjom, dok se 44,8% ispitanika ne slaže. Svega 6,7% ispitanika ne može procijeniti valjanost tvrdnje. Unatoč velikom broju ispitanika koji ne provjeravaju izvor *online* vijesti, sljedeći nalazi su pokazali kako značajan broj ispitanika ne vjeruje informacijama koje pročita na društvenim mrežama. Dakle, samo 24,2% ispitanika se slaže s tvrdnjom da vjeruje informacijama koje pročita na društvenim mrežama, u kontrastu sa 52,1% ispitanika koji se ne slažu s navedenom tezom. Vjeruju li ili ne vjeruju informacijama koje pročitaju na društvenim medijima ne može procijeniti 23,7% ispitanika. Kada je riječ o sveukupnoj sigurnosti na internetu, većina ispitanika nema pozitivno mišljenje. Nesigurnim mjestom internet smatra 63,4% ispitanika. Samo 19,1% ispitanika se slaže s konstatacijom da je internet sigurno mjesto, a suzdržano je 17,5% ispitanika. Nadalje, prevladavajućih 80,4% ispitanika se slaže s tezom kako nikad ne bi svjesno podijelili dezinformacije na društvenim medijima. Tek 15,5% ispitanika se ne slaže s tvrdnjom, uz 4,1% ispitanika koji ne mogu procijeniti bi li ili ne bi podijelili dezinformacije. Između ostalog, medijska pismenost je važna kako bi korisnik mogao procijeniti vjerodostojnost određenih osoba i korisničkih računa, osobito onih koji se skrivaju pod

pseudonimom. Na taj način se korisnik može zaštititi od loših namjera trolova i virtualnog zlostavljanja. Zanimljivo je da većina ispitanika (57,7%) smatra kako uspješno procjenjuje ljude dobrih ili loših namjera na internetu. Tek 20,6% ispitanika ne vjeruje kako uspješno procjenjuje ljude na internetu. Imaju li sposobnost učinkovite procjene ljudi dobrih ili loših namjera u digitalnom svijetu ne može procijeniti 21,6% ispitanika.

Većina ispitanika ima povjerenje u svoje *online* prijatelje. Odnosno, 55,7% ispitanika se slaže s tvrdnjom da vjeruje svojim *online* prijateljima. Svojim virtualnim prijateljima ne vjeruje 24,2% ispitanika, a procijeniti ne može 20,1% ispitanika. S druge strane, više od dvije trećine ispitanika (68%) vjeruje kako njihovi prijatelji ne dijele dezinformacije i skrivene oglase putem društvenih medija. Tezu negira 16% ispitanika, a isti postotak ispitanika ne može procijeniti dijele li njihovi prijatelji dezinformacije na društvenim medijima ili ne.

Ukratko, kada sagledamo izmjerene stavove ispitanika o opasnostima od internetskih prevara i širenja dezinformacija, možemo uočiti nekolicinu kontrastnih stavova. Primjerice, više od dvije trećine ispitanika je označilo kako nikada ne bi svjesno podijelili dezinformacije na društvenim medijima, ali je gotovo polovica ispitanika označila kako ne provjerava izvore vijesti na internetu. Također, većina ispitanika se izjasnila da ne vjeruje informacijama koje pročitaju na društvenim mrežama i ne smatraju internet sigurnim mjestom, ali vjeruju svojim *online* prijateljima i da njihovi prijatelji ne dijele dezinformacije i skrivene oglase putem društvenih medija. Također, nezanimljiv udio ispitanika nije siguran u svoju sposobnost prosudbe pozitivnih ili štetnih namjera ljudi na internetu. S obzirom na navedene kontradikcije možemo zaključiti da ispitanici nisu svjesni opasnosti od dijeljenja lažnih vijesti putem društvenih medija. Time je potvrđena četvrta hipoteza ovog istraživanja.

9.2. Obilježja i stavovi o nekorištenju društvenih medija

U drugom dijelu istraživanje proveden je polustrukturirani dubinski intervju sa šest ispitanica i jednim ispitanikom. Dvoje ispitanika živi samostalno u vlastitom stanu, jedna ispitanica živi u višečlanom kućanstvu, a ostale četiri ispitanice žive u staračkom domu. Kontrastno prevladavajućoj dobi od 65 do 75 godina u anketi, prevladavajuća dob intervjuiranih ispitanika je od 73 do 91 godine. Dakle, anketom je obuhvaćena mlađa skupina umirovljenika, a intervjuom starija grupa umirovljenika. Takva raspodjela nije namjerna. Zanimljiv je podatak kako je većina potencijalnih ispitanika do 75 godina starosti koristila barem jedan društveni medij, a da toga nije ni bila svjesna. Stoga je nekoliko ispitanika prilikom analize eliminirano, budući da se tijekom intervjua otkrilo kako koriste „portale sadržaja i kategorije” (Zgrabljic

Rotar, 2020: 165) poput Google news-a, koje ne prepoznaju kao digitalnu platformu zbog opcije pametnih telefona da takve platforme integriraju u sam zaslon uređaja. Također, koristili su društvene medije namijenjene slanju instant poruka kojima ih je obitelj opremila kako bi mogli komunicirati te se čak čuti preko video poziva.

9.2.1. Iskustvo i razlozi nekorisćenja interneta i društvenih medija

Ispitivanje je pokazalo kako je glavni razlog nekorisćenja društvenih medija nezainteresiranost. Naime, većina ispitanih tvrdi kako nema potrebu za korištenjem digitalnih alata. Ipak, daljnjim razgovorom i pitanjima koja traže detaljniji osvrt, otkriva se kako bi mnogi željeli koristiti društvene medije, no boje se da je za njih prekasno te da bi im bilo prezahtjevno naučiti. Primjerice, 86-godišnja štíćenica doma za starije, Ispitanica 03 unatoč tehnološkoj opremljenosti, društvene medije ne koristi jer kako navodi „preslabo se snalazim u novoj tehnologiji...da imam 20 godina manje onda bi sve poduzela da se uključim, jer mi baš to jako fali što nemam tu čime se zabaviti. Kad me nešto zanima zovnem sina i onda on u sekundi to pronade. Tako da mi jako fali, a oni mi pomažu samo tako što mi naprave ono što mi treba.”. Priznaje kako osjeća veliku tjeskobu prilikom korištenja mobitela, posebice kada ne uspije obaviti naučenu radnju točno kako je zapamtila. Isto priznaje i Ispitanica 02 koja živi samostalno. Ona ima iskustva s pohađanjem tečajeva digitalne pismenosti te je čak uzimala privatne sate kako bi naučila koristiti računalo i internet. Međutim, izražava frustriranost cijenom privatnih instrukcija i lošom strukturom tečajeva. Pokazala je veliku želju i interes za korištenjem društvenih medija, no s obzirom na propale pokušaje vjeruje kako je sada prekasno da korištenje istih usvoji. Između ostalog objašnjava zašto se javlja tjeskoba prilikom korištenja tehnologija: „Instruktor je došao kod mene doma, ja sam inzistirala da me nauči manje stvari, evo tri radnje; ali kako ja to dugo ne ponavljam, sve zaboravim i kada ponovno probam zabunim se, više ne znam na koji klik otvoriti internet i krenem samo panično stiskati”. Njenim iskustvom potvrđuju se smjernice Jasne Čurin (vidi poglavlje 6.) kako je pri podučavanju osoba kasne zrele dobi potrebno puno ponavljanja. Također, Ispitanica 02 ističe kako joj je osnovni tečaj koji je pohađala bio zamoran i dosadan jer obrađuje osnove poput „što je tipkovnica”, a za napredni tečaj nije spremna jer nije toliko spretna u radu s tehnologijom.

Još jedan učestali razlog za nekorisćenje društvenih medija ispitanika je konstatacija da su „prestari” te da je prekasno da nauče koristiti digitalne platforme. Također, kao veliku prepreku korištenja društvenih medija ističu slabije motoričke i kognitivne sposobnosti. Većina

ispitanih ima problema sa slabim vidom i sluhom. Ispitanica 3 dobro sažima ove dvije stavke: „većina umirovljenika misli da im je prekasno sada početi, ja samo kažem - ti barem vidiš, ja bi na tvom mjestu barem pokušala, ali neće. Možda imaju svoje zdravstvene razloge. Meni mrena postaje sve gora i onemogućuje mi suživot sa svijetom.” Ispitanica 4 naglašava probleme s pamćenjem zbog kojih vjeruje da ne bi mogla uspješno koristiti nove medije: „ne bih mogla sad naučiti zbog pameti, često se ne mogu sjetiti po što sam došla. Stalno zaboravljam.” Ispitanik 1 kritizira premalu veličinu slova na mobitelu. Ispitanici čija djeca i obitelji žive u blizini, priznaju kako se za sva zanimanja i radnje koje bi se potencijalno mogle obaviti *online* oslanjaju na svoje bližnje. Shodno tome, moglo bi se zaključiti kako je upravo to jedan od razloga što ne osjećaju potrebu za korištenjem društvenih medija. S druge strane, ispitanici čije obitelji ne žive u blizini ili žive izvan granica Hrvatske pokazuju veliku želju za korištenjem društvenih medija kako bi bili bolje upućeni u njihove živote te mogli češće s njima razgovarati.

Ispitanici dijele mišljenje kako su nove tehnologije preskupe što korištenje društvenih medija čini još nedostižnijim. Naime, od mirovine moraju izdvojiti za režije, hranu i lijekove, a štíćenici domova za plaćanje stanarine u domu. Stoga im malo novaca ostaje sa strane koji oprezno troše na apsolutno potrebne stvari. U starijoj dobi nema rastrošnog ponašanja. Visoke troškove objašnjava Ispitanik 1: „sigurno da je skupo za čovjeka koji ima relativno nisku mirovinu. Pitanje robe to nije jer to možete na neki način jeftinije nabaviti i smanjene su potrebe, ali prehrana je strahovito otišla cijenom gore i režije, da vam ne nabrajam sad ima hrpu toga.” Uz navedeno, plaćaju pretplatu za televiziju, nekolicina plaća i pakete poput Maxtv-a te bonove za mobitel. Plaćanje tarife za bežični internet na mobitelu bi bio dodatan trošak.

Mobitel je najkorišteniji tehnološki uređaj među ispitanicima, a učili su ga koristiti samostalno ili ih je podučio član obitelji. Priznaju kako postupak učenja nije bio jednostavan. Takvo iskustvo dobro sažima Ispitanica 1: „sin mi je pokazao di, kaj, kak i da ne bum nešto zaribala. Bilo mi je jako teško naučiti kad sam dobila prvi mobitel, ali onda mi je bilo još teže kad sam ga razbila. Navikla sam se imati ga uz sebe.” Mobiteli koje oni koriste su stariji modeli, odnosno nisu pametni mobiteli koji podržavaju napredne internetske postavke te novije aplikacije. Koriste ih isključivo za pozive i slanje SMS poruka. S druge strane, ističu važnost tradicionalnih medija u njihovom životu, osobito televizije koju navode kao glavni izvor informacija i zabave. Gledanje televizijskog sadržaja im je glavni način ispunjavanja slobodnog vremena i praćenja što se događa u svijetu oko njih. Važnost koju pridaju televiziji slikovito

predočava Ispitanica 5 koja živi u staračkom domu: „pa ja bi poludjela da nemam televizor, kao drvo bi bila”.

9.2.2. Predrasude o starim ljudima

S obzirom na to da ispitanici svakodnevno gledaju televizijski sadržaj, upitani su kakva je njihova percepcija starijih ljudi u medijima. Samo je jedna ispitanica rekla da su starije osobe dosta zastupljene u televizijskom programu te da su pozitivno prikazane. Ispitanik 1 je istaknuo kako su „stariji ljudi malo prikazani, ni pozitivno ni negativno. Zastupljeni su samo u reportažnom smislu, da se pokaže ili način života ili stav o nekim problemima.” Dvije ispitanice vjeruju kako mediji imaju snažan utjecaj na stavove ljudi te da uvelike utječu na oblikovanje predrasuda mladih prema starijim osobama. Ispitanica 1 zaključuje kako novi mediji osobito oblikuju mišljenje mladih ljudi: „istina je da mladi više ne poštuju starije. Društvene mreže i internet isto utječu na to sve skupa. Previše vremena provode na tome i to gledaju pa svi mladi hoće samo da im je brz auto i puno novaca.” Predrasude prema starijima primjećuje i Ispitanica 6 te ističe:

„Mislim da stariji nisu poštivani i nisu vrednovani koliko bi trebalo, svi misle da smo bedasti pa ko da nismo živjeli, i to često puta i vrijeđa čovjeka. Jer stari čovjek je vrijedan, jer on zna i ovo što ovi mladi ne znaju samo što. Mogli bi puno naučiti iz znanja stečenog iskustvom. Mislim da općenito stari su danas zapostavljeni. Mediji jako imaju ulogu u tome, u svakom pogledu. I tu nismo baš na razini, a to nepoštovanje vuče sve ostalo. Pa čujete i sami, ne priča se dobro o starim ljudima.”

Dakle, sami umirovljenici su svjesni negativne percepcije i predrasuda o njima samima u društvu. Zanimljivo je što to, prema rezultatima ankete, primjećuju i stariji korisnici interneta u digitalnom okruženju. Možemo zaključiti da takve predrasude i nepoštovanje kod starijih uzrokuju nesigurnost zbog kojih se ustručavaju priključiti digitalnom svijetu jer se on smatra domenom mladih ljudi.

9.2.3. Stav o internetu i društvenim medijima

Prvi korak zaštite od internetskih prevara je biti svjestan da one postoje. Osoba zrele životne dobi svjesne su opasnosti interneta te raspravljajući o njima shvaćaju kako je upravo strah od prevare jedan od razloga što ne koriste društvene medije i internet. Ispitanice 4 i 5 naglašavaju

kako se mladi znaju zaštititi od toga, dok je za starije vrlo riskantno biti prisutan na internetu. Ispitanica 4 tvrdi kako o takvim prevarama gleda na televiziji i čuje od vršnjaka: „Vidim na televiziji da ima dosta, onda se baš ne usuđujem imati to u ovim godinama. Mladi se snađu, njih da i netko prevari, oni to isprave i opet dobro.” Svoj oprez priznaje i ispitanica 6: „Malo zazirem od toga da, trebaš biti jako pametan, nije to baš jednostavno. Ali svaka stvar ima svojih dobrih i loših strana pa čak i osobni kontakt.” Ispitanik 1 pak ističe prisutnost štetnih informacija i podataka na internetu: „kad gledam šta se događa, internet je pun lažnih informacija, provokacija, kojekakvih gluposti. Može svatko napisati što god hoće. Informacije kad bi se moglo provjeriti s više strana pa donijeti svoj sud, onda bi to nešto bilo.” Zanimljivo je da se korisnici (vidi Grafikon 13.) i oni koji ne koriste internet slažu oko njegove nesigurnosti. Neke digitalne platforme su imale negativnu reklamu u medijima zbog problema s curenjem privatnih informacija korisnika što može odbiti potencijalne korisnike (Xie i sur., 2012 prema Leist, 2013: 380). Novi korisnici se boje povrede privatnosti (Leist, 2013: 380). Primjer nepovjerenja u sigurnost podataka na internetu primjećujemo kod Ispitanika 1 koji objašnjava kako sve dokumente printa te pohranjuje u fizičkom obliku: „Sva žive dokumente imam u fasciklima, ne bi imao na mobitelu jer mi na mobitel može ući tko god hoće, a tamo imam sve.” Još jedan primjer daje Ispitanica 1 argumentirajući kako bi radije potrošila više vremena fizički obavljajući obavezu, nego putem *online* servisa jer je tako sigurnija u kvalitetu obavljenog posla, a cijeni i socijalni aspekt osobnog fizičkog obavljanja obaveza. Sukladno tome, objašnjava:

„Moja susjeda preko se razumije u to, njezin muž se ne koristi time pa svo plaćanje ona obavlja preko internet bankarstva. Ja nekak ne znam, ja kad dobim onaj odrezak da sam platila i kad mi u Fini poštambilja ja znam da je to to. Isto ko kak idu tu plaćati na kiosk pa dobe kobasicu računa za 50 centi i ako to izgubiš pa daj ti dokaži da si to platil. Tak je on njoj rekao isto ako ti izgubiš mobitel daj ti dokaži da si platila preko interneta. Sutra isto idem po potvrdu za gradsko stambeno. Već su me 5 puta slali na različite lokacije jer se na toj ne može predati i ja sve to lijepo obiđem. Sigurnije je meni obaviti fizički to makar duže traje, al se prošećem malo, nešto i vidim.”

Dubinskim intervjuiranjem otkriveno je kako osobe kasne zrele dobi koje ne koriste internet imaju pozitivan stav prema novoj tehnologiji i društvenim medijima, posebice za mlade te u obrazovanju ili poslovanju. Ipak, čini se da internet smatraju pozitivnim za druge ljude, ali ne uviđaju benefite koje bi korištenje društvenih medija moglo pružiti njima. Primjerice, Ispitanica 3 navodi kako „internet ima pozitivan učinak na život jer se jednostavno može doći do svega i obaviti sve na daljinu”. S tim se slaže i Ispitanica 5 koja odlučno tvrdi da ne želi koristiti internet i društvene medije, ali uviđa njegovu dobrobit kod vršnjaka čija obitelj živi izvan Hrvatske: „koji daleko imaju rodbinu mislim da im koristi. Jer ja znam ovu jednu ima

preko granice sina i kćer i unuka, ona fort gleda taj mobitel. Ja mislim da njoj koristi jer kako bi ona vidla sve to". Primjer digitalno aktivne vršnjakinje koja živi s njom u domu za starije navodi i Ispitanica 4: „Zorica što sa mnom sjedi ona stalno s obitelji razgovara i vidi ih na kameri i meni pokaže sliku. Ali ona je i mlađa od mene, ona to lakše koristi". Unatoč kritici o pretjeranom trošenju vremena na korištenje nove tehnologije, Ispitanik 1 priznaje pozitivan aspekt velike integriranosti digitalnih alata u životima njegovih unuka: „Unuci su dečki od 12 i 10 godina, oni su stalno na tome, ili na igricama ili sa svojim kompićima razgovaraju. Mislim da su zbog toga u nekim pravcima nazadovali, ali u nekim puno napredovali. Jer evo jedan i drugi jako dobro vladaju engleskim jezikom, tako su ga naučili jer dosta tih sadržaja i igara je na engleskom. Tako da ih ne mogu uhvatiti na krive noge, ali previše je to vremena." Objašnjava kako su internet i društveni mediji koristan alat, ali „pitanje je korištenja i interpretacije tih podataka. Prvo, za što koriste točno, to bi trebalo vidjeti i pratiti i onda na koji način sebi protumače ili da li žele sa starijima to malo prodiskutirati da vide što je, a što nije. To je pitanje kod korisnosti interneta. Mora biti uvijek pod nekim ograničenjima, ili u pogledu sadržaja ili ograničenja za pojedine stvari koje se događaju." Istu zamisao ima i Ispitanica 6. Ona vjeruje kako su internet i društveni mediji izuzetno pozitivna pomagala, ako ih se koristi na adekvatan način. Navodi primjer svoje prijateljice vršnjakinje koja je zbog intenzivnog korištenja društvenih mreža zanemarila stvaran život:

„To je dobro, ali možda malo i otuđuje čovjeka od drugih ljudi. Imam ja prijateljicu s kojom sam jako dobra, ona se jako isto razumije u to sve i kaže ona meni znaš ja ti uopće ne trebam više prijatelja ja imam na Facebooku 150 prijatelja, moje je mišljenje da jedan osobni kontakt ne može to zamijeniti. Ali tehnika ide naprijed, to se ne može zaustaviti. Neki ljudi pretjeraju. Vidim da je njezin interes za društvo koje je imala smanjen, jer ona se tim zabavi. Kakvi su to prijatelji? Opet je poslije sama. Onda čovjek izgubi uopće pojam o bilo čemu drugom i sav se u tome utopi. Ako se ti i samo s 20 tih ljudi dopisuješ to te zaokupi i nemaš vremena za drugo. Koliko je dobro i nije dobro. Internet je pozitivan samo što ga ljudi izvrnu i stvore negativnost. Isključe se iz stvarnog života.”

Na pitanje osjećaju li se izolirano jer nisu dio digitalne sfere, ispitanici još jednom potvrđuju stav kako su društveni mediji korisni mlađim generacijama, a starijima nepotrebni. Konkretnije, Ispitanik 1 objašnjava kako „kad dođete u tu dob onda vam više ništa nije važno, vi ste sve prošli, važno vam je da se dobro osjećate, da ste relativno zdravi. Meni je dosta komunikacije za cijeli život. Ne samo meni, većini starijih od 80 nije uopće do komunikacije više.”

S druge strane, ispitanici primjećuju kako mlađe generacije, djeca i mlađi članovi obitelji, previše vremena troše koristeći novu tehnologiju. Ipak, slažu se kako korištenje novih tehnologija i digitalnih alata u suvremenom životu postaje preduvjet društvenom sudjelovanju. Ispitanice 4 i 5 primjerice navode kako je mladima obavezno i nezaobilazno danas koristiti

tehnologiju i društvene medije, ali one su sretne da su to izbjegle i da ne moraju koristiti digitalne platforme. Takav stav dijeli i Ispitanica 6 te objašnjava: „to je dobro i mora se razvijati. Kao što smo mi morali izučavati baratati s pisaćom mašinom, ali tehnika mora ići naprijed i čovjek se mora mijenjati prema tome, no sve u određenoj granici. Za moga radnog vijeka isto su na računalima radili, ali ja nisam morala.” Na pitanje bi li koristila da je morala na poslu, odgovara kako bi onda naučila.

9.2.4. Motivacija za korištenje društvenih medija

Motivacije intervjuiranih ispitanika za korištenjem digitalnih platformi su u skladu s aktivnostima koje su u upitniku stariji korisnici društvenih medija označili kao njima bitne. Na pitanje za što bi koristili društvene medije, intervjuirani ispitanici naveli su aktivnosti poput praćenja vijesti, pretraživanja zabavnog sadržaja poput glazbe ili serija, komunikaciju s obitelji preko granice, pretraživanje sadržaja o poznanicima te informiranje o raznim događajima.

10. Ograničenja istraživanja

Unatoč tome što rezultati istraživanja potvrđuju nalaze i argumentaciju navedene u teorijskom djelu rada, zbog prigodnog uzorka nije moguće donositi generalne zaključke. Kako bi se dobila vjerodostojna predodžba o načinu i navikama korištenja društvenih medija kod osoba kasne zrele dobi bilo bi dobro koristiti probabilističke uzorke na većem broju stanovnika u dobi od 65 i više godina u Hrvatskoj. Također, važno je napomenuti kako je upitnik anonimno ispunjavan te se odgovori ispitanika temelje na samoprocjeni pa mogu biti nerealni. Ipak, ovakvo istraživanje je korisna smjernica za daljnja istraživanja.

11. Zaključak

Tehnologija se neprestano razvija i širi u sve sfere ljudskoga života. Oni koji ne savladaju njeno korištenje, nerijetko su marginalizirani. Pred starije osobe je stavljen veliki izazov prilagođavanja današnjem dinamičnom načinu života koji uključuje korištenje tehnologije za obavljanje svakodnevnih obaveza. Stariji se često zbog nepoznatosti i kompleksnosti novih tehnologija odlučuju na život bez njihova korištenja. No, korištenje interneta i društvenih medija ima mnoštvo benefita, osobito za starije osobe. Uporabom društvenih medija osobe kasne zrele dobi mogu dobiti socijalnu potporu i reducirati osjećaj usamljenosti, upoznati osobe sličnih iskustava, pretraživati potrebne informacije te u slučaju ograničene mobilnosti, lakše obavljati svakodnevne obaveze. Navedene benefite prepoznaju i sami seniori te se povećava broj srebrnih surfera, odnosno starijih korisnika društvenih medija.

Cilj ovog istraživanja bio je utvrditi na koji način osobe kasne zrele dobi koriste društvene medije, kao i ispitati razloge njihova nekorisćenja. U istraživanju je sudjelovalo 194 ispitanika, od kojih 148 žena (76,3%) i 46 muškaraca (23,7%). Većina ispitanika je starosne dobi od 65 do 75 godina (88,1%), srednje stručne sprema (49,5%) te živi sa supružnikom (40,2%). Izmjereno je kako ispitanici društvenim medijima najčešće pristupaju s pametnog telefona (66%), a u korištenju društvenih medija 46,9% ispitanika provodi više od 8 sati tjedno. Također, novosti na društvenim mrežama svakodnevno provjerava 81,2% ispitanika. Društvene medije ispitanici najviše koriste kako bi se informirali (90,7%), komunicirali s obitelji i prijateljima (81,9%) te zabavili (62,7%). Kao najvažniji aspekt društvenih medija 78,4% ispitanika ističe mogućnost komunikacije s obitelji i prijateljima. Većina ispitanika primjećuje benefite poput smanjenog osjećaja usamljenosti, ali priznaje kako je starijima teže koristiti internet nego mlađima. Ispitanici pokazuju visoku razinu povjerenja u svoje *online* prijatelje, no procjenjuju kako internet nije sigurno mjesto. Ukratko, osobe kasne zrele dobi od korištenja društvenih medija očekuju socijalizaciju, rasonodu i korisne informacije.

Dubinskim intervjuiranjem sedmero ispitanika, kao razloge nekorisćenja društvenih medija utvrdili smo nezainteresiranost, uvjerenje da su nove tehnologije zbog svoje kompleksnosti nesavladive u kasnim zrelim godinama, strah od krađa i prevara na internetskim stranicama te nedostatak osobe koja bi ispitanika mogla educirati. Ipak, ispitanici koji ne koriste društvene medije imaju pozitivan stav o njima, osobito kada je riječ o mladima i obrazovanju. Kao motivaciju za korištenje društvenih medija navode iste aktivnosti koje su rezultati ankete pokazali kao najčešće među ispitanim korisnicima društvenih medija. Dakle, informiranje, zabavljanje i rasonodu te komunikaciju s članovima obitelji.

Osobe kasne zrele dobi u korištenju društvenih medija zadovoljno provode značajan dio vremena, dok oni koji ih ne koriste, unatoč otporu, pokazuju simpatije i zanimanje za društvene medije. S obzirom na demografski trend starenja stanovništva koji za sobom povlači i veći broj digitalno aktivnih osoba kasne zrele dobi bilo bi korisno u budućim istraživanjima ispitati razinu medijske pismenosti kod starijih korisnika te razliku u ponašanju i žargonu mlađih korisnika društvenih medija u odnosu na starije, kao i na koji način sadržajem i organizacijom postavki učiniti društvene medije pristupačnijima i zanimljivijima za osobe kasne zrele dobi.

12. Popis literature

- Alavinia, Mohammad S., Burdorf, A. (2008.) Unemployment and Retirement and Ill Health. A Cross-sectional Analysis across European Countries. *International Archives of Occupational and Environmental Health*, 82 (1): 39–45.
- Alcalá, A. (2019.) *Media Literacy among the Elderly*. Universidad San Pablo.
- Amazeen, M. A., Wojdyski, B. W. (2018.) The effects of disclosure format on native advertising recognition and audience perceptions of legacy and online news publishers. *Journalism*, 21 (12), np.
- Attewell, P., Suazo-Garcia, B., Battle, J. (2003.) Computers and Young Children: Social Benefit or Social Problem? *Social Forces*, 82 (1): 277-296.
- Bara, M., Podgorelec, S. (2015.) Društvene teorije umirovljenja i produktivnog starenja. *Etnološka tribina*, 45 (38): 58-71.
- Bergström, A. (2020.) Exploring digital divides in older adults' news consumption. *Nordicom Review*, 41 (2): 163-177.
- Boz, H., Karatas, S. E. (2015.) A review on internet use and quality of life of the elderly. *Cypriot Journal of Educational Science*, 10 (3): 182.-191.
- Brashier, N. M., Marsh, E. J. (2020.) Judging truth. *Annual Review of Psychology*, 71: 499–515.
- Brashier, N. M., Schacter, D. L. (2020.) Aging in an Era of Fake News. *Current Directions in Psychological Science*, 29 (3): 316–323.
- Burke, M., Kraut, R., Marlow, C. (2011.) Social capital on Facebook: Differentiating uses and users. *In Proceedings of the SIGCHI conference on human factors in computing systems*. ACM: 571-580.
- Choudrie, J., Grey, S., Tsitsianis, N. (2008.) Evaluating the Digital Divide: The Silver Surfer's Perspective”, GlobDev, preuzeto s: <http://aisel.aisnet.org/globdev2008/1>, pristupljeno 25. kolovoza 2023.
- Cody, M., Dunn, D., Hoppin, S., Wendt, P. (1999.) Silver surfers: Training and evaluating internet use among older adult learners. *Communication Education*, 48 (4): 269-286.

- Coulson, I. (2000.) Introduction: Technological challenges for gerontologists in the 21st century. *Educational Gerontology*, 26 (4): 307-315.
- Čurin, J. (2010.) Specifičnosti poučavanja osoba treće životne dobi: podsjetnik za nastavnike. *Andragoški glasnik*, 14 (1 (24)): 73-79.
- Čurin, J. (2018.) Sveučilište za treću životnu dob pučkog otvorenog učilišta Zagreb: 26 godina kontinuiteta u obrazovanju seniora u Hrvatskoj. *Andragoški glasnik*, 22, 1 (37): 27-38.
- Dalmacija, M. (2023.) Projekt BOOMER: U sljedeće dvije godine jačat će digitalnu pismenost starijih osoba. *Mirovina.hr*, dostupno na: <https://www.mirovina.hr/novosti/projekt-boomer-u-sljedece-dvije-godine-jacat-ce-digitalnu-pismenost-starijih-osoba/>, pristupljeno 20. ožujka 2023.
- Dalmacija, M. (2023.) Srebrni surferi mogu učiti o medijskoj pismenosti: Pokrenut je još jedan hvalevrijedan projekt. *Mirovina.hr*, dostupno na: <https://www.mirovina.hr/novosti/srebrni-surferi-mogu-uciti-o-medijskoj-pismenosti-pokrenut-je-jos-jedan-hvalevrijedan-projekt/>, pristupljeno 10. travnja 2023.
- Datareportal (2023a.) Global social media statistics. *Datareportal.com*. Dostupno na: <https://datareportal.com/social-media-users>, pristupljeno 10. kolovoza 2023.
- Datareportal (2023b.) Youtube users, stats, data & trends. *Datareportal.com*. Dostupno na: <https://datareportal.com/essential-youtube-stats>, pristupljeno 11. svibnja 2023.
- Deuze, M. (2003.) The Web and its Journalisms: Considering the Consequences of Different Types of Newsmedia Online. *New Media & Society*, 5 (2): 203–230.
- Dhar, D. (2017.) New Media use in Everyday Life of Aged People: A Study in Kolkata. *Journal of Content, Community & Communication*, 3 (5): 38-42.
- Diaz, Y., Evans, L., Gallagher, R. (2011.) Anti Social Networking: how do texting social media affect our children. Dostupno na: http://www.aboutourkids.org/articles/antisocial_networking_how_do_texting_social_media_affect_our_children_panel_discussion_csc, pristupljeno 11. svibnja 2023.
- Dmitrenko, T. A. (2005.) Educational Technologies in the System of Higher Education. *Russian Education and Society*, 47 (6): 73-82.

- Državni zavod za statistiku (2022a.) *Objavljeni konačni rezultati Popisa 2021. Dzs.hr.* Dostupno na: <https://dzs.gov.hr/vijesti/objavljeni-konacni-rezultati-popisa-2021/1270>, pristupljeno 10. srpnja 2023.
- Državni zavod za statistiku (2022b.) Procjena stanovništva republike hrvatske u 2021. *Dzs.hr.* Dostupno na: <https://podaci.dzs.hr/2022/hr/29032>, pristupljeno 10. srpnja 2023.
- Državni zavod za statistiku (2023.) Pokazatelji siromaštva i socijalne isključenosti u 2022. *Dzs.hr.* Dostupno na: <https://podaci.dzs.hr/2023/hr/58287>, pristupljeno 28. travnja 2023.
- Ercegovac, S., Šolc, V., Tuzlančić, I. (2018.) Program za budućnost: deset godina projekta „65 plus“ u knjižnicama grada zagreba. *Vjesnik bibliotekara Hrvatske*, 61 (2): 199-220.
- Eurostat (2015.) E-commerce by individuals: 1 out of 2 persons in the EU purchased online in 2015. *Eurostat newsrelease.* Dostupno na: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/7103356/4-11122015-AP-EN.pdf/276b6a7c-69a6-45ce-b6bf-488e975a8f5d>, pristupljeno 28. travnja 2023.
- Eurostat (2020.) Struktura i starenje stanovništva. *Ec.europa.eu.* Dostupno na: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Population_structure_and_ageing/hr, pristupljeno 10. srpnja 2023.
- Eurostat (2020a.) Ageing Europe - statistics on social life and opinions. *Ec.europa.eu.* Dostupno na: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Ageing_Europe_-_statistics_on_social_life_and_opinions#Education_and_digital_society_among_older_people, pristupljeno 10. srpnja 2023.
- Eurostat (2020b.) Ageing Europe - statistics on pensions, income and expenditure. *Ec.europa.eu.* Dostupno na: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Ageing_Europe_-_statistics_on_pensions,_income_and_expenditure#The_risk_of_poverty_among_older_people, pristupljeno 10. srpnja 2023.

- Eurostat (2021.) Do you participate in social networks? *Ec.europa.eu*. Dostupno na: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/edn-20210630-1>, pristupljeno 10. srpnja 2023.
- Eurostat (2021.) How popular is internet use among older people? *Ec.europa.eu*. Dostupno na: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/edn-20210517-1>, pristupljeno 10. srpnja 2023.
- Eurostat (2022.) Digital economy and society statistics - households and individuals. *Ec.europa.eu*. Dostupno na: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Digital_economy_and_society_statistics_-_households_and_individuals#Use_of_internet, pristupljeno 10. srpnja 2023.
- Eurostat (2023.) Population structure and ageing. *Ec.europa.eu*. Dostupno na: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Population_structure_and_ageing#The_share_of_elderly_people_continues_to_increase, pristupljeno 10. srpnja 2023.
- Faverio, M. (2022.) Share of those 65 and older who are tech users has grown in the past decade, *Pew research centre* - [pewresearch.org](https://www.pewresearch.org). Dostupno na: <https://www.pewresearch.org/short-reads/2022/01/13/share-of-those-65-and-older-who-are-tech-users-has-grown-in-the-past-decade/>, pristupljeno 10. kolovoza 2023.
- Fenn, E., Ramsay, N., Kantner, J., Pezdek, K., Abed, E. (2019.) Nonprobative photos increase truth, like, and share judgments in a simulated social media environment. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 8: 131–138.
- Fietkiewitz, K. (2017.) Jumping the digital divide: How do “silver surfers” and “digital immigrants” use social media. *Networking knowledge*, 10 (1): 5-26.
- Fleck, A. (2023.) Where Do People Retire The Earliest (And Latest)? *Statista.com*. Dostupno na: <https://www.statista.com/chart/29570/european-average-effective-labor-market-exit-ages/>, pristupljeno 24. ožujka 2023.
- Garbin Praničević, D., Peterlin, J., Bućan, M.J. (2017.) Do older people benefit from digital services? *Diem*, 3 (1): 145-160.

- Guess, A., Nagler, J., Tucker, J. (2019.) Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook. *Science Advances.*, 5 (1): 1-8.
- Hermida, A., Fletcher, F., Korell, D., Logan, D. (2012.) Share, like, recommend: Decoding the social media news consumer. *Journalism Studies*, 13 (5-6): 1-10.
- Hess, T. M., Smith, B. T., Sharifian, N. (2016.) Aging and effort expenditure: The impact of subjective perceptions of task demands. *Psychology and Aging*, 31: 653–660.
- Hobbs, R. (2010.) *Digital and media literacy: A plan of action*. Washington, DC: The Aspen Institute & Knight Foundation.
- Hrvatski zavod za zdravstveno osiguranje (2020.) e-Uputnice zamijenile papirnate uputnice. *Hzzo.hr*. Dostupno na: <https://hzzo.hr/poslovni-subjekti/novosti/e-uputnice-zamijenile-papirnate-uputnice>, pristupljeno 10. srpnja 2023.
- Hrvatski zavod za zdravstveno osiguranje (2023.) HZZO za e-Građane. *Hzzo.hr*. Dostupno na: <https://hzzo.hr/e-gradani/hzzo-za-e-gradane>, pristupljeno 10. srpnja 2023.
- IFLA, UNESCO (2011.) *IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice, 2. hrvatsko izdanje (prema 2. izmijenjenom izdanju izvornika)*, Zagreb: Hrvatsko knjižničarsko društvo.
- Jenkins, H., Clinton, K., Purushotma, R., Robison, A. J., Weigel, M. (2007.) *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. Chicago: The MacArthur Foundation.
- Joo, T. M., Teng, C. E. (2017.) Impacts of Social Media (Facebook) on Human Communication and Relationships: A View on Behavioral Change and Social Unity. *International Journal of Knowledge Content Development and Technology*, 7: 27-50.
- Kaplan, A. M., Haenlein, M. (2010) Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media, *Business Horizons*, 53, 59-68.
- Kemp, S. (2022.) Digital 2022: Croatia. *Datareportal.com*. Dostupno na: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-croatia>, pristupljeno 10. kolovoza 2023.
- Kim, Y. S. (2008.) Reviewing and critiquing computer learning and usage among older adults. *Educational Gerontology*, 34, 709-735.
- Knowles, B., Hanson, V. (2018.) The wisdom of older technology (non)users. *Communications of the ACM*, 61 (3): 72-77.

- Kumpel, A. S., Karnowski, V., Keyling, T. (2015.) News Sharing in Social Media: A Review of Current Research on News Sharing Users, Content, and Networks. *Social Media + Society*, 1 (2).
- Kunić, T., Zgrabljic Rotar, N. (2020.) Informativni portali, str. 160-189. U: N. Zgrabljic Rotar (ur.) *Digitalno doba : masovni mediji i digitalna kultura*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.
- Kuzma, D., Zovko A., Vrclj, S. (2018.) Kvaliteta života osoba treće životne dobi, str. 379 - 391. U: Ličen, N., Mezgec, M. (ur.) *Sodobne paradigme raziskovanja izobraževanja in učenja odraslih*. Ljubljana: Znanstvena založba Filozofske fakultete Univerze v Ljubljani.
- LaBauve, B., Robinson, C. (1999.) Adjusting to Retirement. Considerations for Counselors. *Adultspan Journal*, 1 (1): 2–12.
- Leist, A. K. (2013.) Social media use of older adults: a mini-review. *Gerontology*, 59 (4): 378-384.
- Levak, T., Zekić Eberhard, N. (2022.) *Vodič za srebrne surfere: Priručnik o internetu i društvenim mrežama za treću životnu dob*. Zagreb: Agencija za elektroničke medije.
- Li, T., Fung, H. H. (2013.) Age differences in trust: An investigation across 38 countries. *The Journals of Gerontology B*, 68: 347–355.
- Lukačević, S., Radmilović, D., Balog, K. (2018.) Digitalne kompetencije i treća životna dob : analiza programa informatičkog i informacijskog opismenjavanja korisnika treće životne dobi Gradske i sveučilišne knjižnice Osijek. *Vjesnik bibliotekara Hrvatske*, 61 (2), 123-153.
- Martinoli, A. (2019.) Ususret izazovima obrazovanja za medije i kulturu 21. stoljeća: Nova znanja i vještine za digitalno, interaktivno i participativno okruženje. *Medijska istraživanja*, 25 (2): 5-28.
- Mayhorn, C. B., Stronge, A., McLaughlin, A. C, Rogers, W. A. (2004.) Older adults, computers training, and the systems approach: A formula for success. *Educational Gerontology*, 30 (3): 185–203.
- Meymo, S., Nyström, K. (2017.) *Why do elderly not use social media?* Universitet Umea, Department of informatics.

- Mirovina.hr (2023.) *O nama*. Dostupno na: <https://www.mirovina.hr/o-nama/>, pristupljeno 10. srpnja 2022.
- Mitchell, K. J., Johnson, M. K. (2009.) Source monitoring 15 years later: What have we learned from fMRI about the neural mechanisms of source memory? *Psychological Bulletin*, 135: 638–677.
- Myers, J. (1992). Career and Retirement Counseling for Older Workers, str. 279–293. U: D. Montross, C. Shinkman (ur.), *Career Development. & Theory and Practice*. Springfield, IL: Thomas.
- Nekić, M., Junaković, I. T., Ambrosi-Randić, N. (2016.) Korištenje interneta u starijoj dobi: je li važno za uspješno starenje? *Suvremena psihologija*, 19 (2): 179-193.
- Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Eddy, K., Kleis Nielsen, R. (2022.) Reuters Institute Digital News Report 2022. Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford. Dostupno na: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital_News-Report_2022.pdf, pristupljeno 10. kolovoza 2023.
- Nguyen, A. (2012.) The digital divide versus the „digital delay“: Implications from a forecasting model of online news adoption and use. *International Journal of Media & Cultural Politics*, 8 (2-3): 251-268.
- Nightingale, S. J., Wade, K. A., Watson, D. G. (2017.) Can people identify original and manipulated photos of real-world scenes? *Cognitive Research: Principles and Implications*, 2 (10).
- Nimrod, G. (2010.) Seniors' online communities: a quantitative content analysis. *Gerontologist*, 50: 382–392.
- Panella, N. (2009.) Smjernice za knjižnične usluge za bolničke pacijente, starije osobe i osobe s posebnim potrebama u ustanovama za trajnu skrb i smještaj. Zagreb: Hrvatsko knjižničarsko društvo.
- Pennycook, G., Bear, A., Collins, E. T., Rand, D. G. (2020.) The implied truth effect: Attaching warnings to a subset of fake news headlines increases perceived accuracy of headlines without warnings. Dostupno na: <https://dspace.mit.edu/bitstream/handle/1721.1/130380/mnsc.2019.3478.pdf?sequence=2&isAllowed=y>, pristupljeno 10. kolovoza 2023.

- Pennycook, G., Cannon, T. D., Rand, D. G. (2018.) Prior exposure increases perceived accuracy of fake news but has no effect on entirely implausible statements. *Journal of Experimental Psychology: General*, 147: 1865–1880.
- Phillipson, C. (1998.) *Reconstructing Old Age. New Agendas in Social Theory and Practice*. London: Sage
- Poulin, M. J., Haase, C. M. (2015.) Growing to trust: Evidence that trust increases and sustains well-being across the life span. *Social Psychological and Personality Science*, 6: 614–621.
- Prensky, M. (2001.) Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 9 (5):1-6.
- Pučka pravobraniteljica (2022.) Continuing the Efforts to Advocate for the Rights of Older Persons in Croatia through the UN Framework. *Ombudsman.hr*. Dostupno na: <https://www.ombudsman.hr/en/continuing-the-efforts-to-advocate-for-the-rights-of-older-persons-in-croatia-through-the-un-framework/>, pristupljeno 10. kolovoza 2023.
- Reichstadt, J., Sengupta, G., Depp, C., Palinkas, L. A., Jeste, D. V. (2010.) Older adults' perspectives on successful aging: Qualitative interviews. *American Journal for Geriatric Psychiatry*, 18 (7): 567-575.
- Reifova, I. C., Fiserova, S. (2012.) Ageing online in risk society: Elderly people managing the new risks via new media in the context of decreasing ontological security. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 6 (2).
- Reisenwitz, T., Iyer, R., Kuhlmeier, D., Eastman, J. (2007.) The elderly's internet usage: an updated look. *Journal of Consumer Marketing*, 24 (7): 406 – 418.
- Rosales, A., Fernández-Ardévol, M., Sánchez-Juárez, A. (2019.) Over 65s check WhatsApp, their application of choice, 17 times a day. Uoc.edu. Dostupno na: <https://www.uoc.edu/portal/en/news/actualitat/2019/043-whatsapp-older-people.html>, pristupljeno 10. kolovoza 2023.
- Roupa, Z., Nikas, M., Gerasimou, E., Zafeiri, V., Giasyrani, V., Kazitori, E., Sotiropoulou, P. (2010.) The use of technology by the elderly. *Health science journal*, 4 (2): 118-126.
- Siegel, C., Dorner, T. E. (2017.) Information technologies for active and assisted living— Influences to the quality of life of an ageing society. *International Journal of Medical Informatics*, 100: 32-45.

- Sparks, C. (2013.). What is the „Digital Divide“ and why is it important?. *Javnost – The Public*, 20 (2): 27-46.
- Strandell, H., Wolf, P. (2019.) Ageing Europe: Looking at the lives of older people in the EU. *Eurostat*. Dostupno na: https://www.age-platform.eu/sites/default/files/Ageing_Europe-Eurostat_report_2019.pdf, pristupljeno 10. kolovoza 2023.
- Survey on "scams and fraud experienced by consumers (2020.) Directorate-General for Justice and Consumers, EU Consumer Programme. *Europska komisija*. Dostupno na: https://commission.europa.eu/system/files/2020-01/survey_on_scams_and_fraud_experienced_by_consumers_-_final_report.pdf, pristupljeno 10. kolovoza 2023.
- Svjetska zdravstvena organizacija (2022.) Ageing and health. *Who.int*. Dostupno na: <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/ageing-and-health>, pristupljeno 10. kolovoza 2023.
- Svjetska zdravstvena organizacija (2023.) Ageing. *Who.int*. Dostupno na: https://www.who.int/health-topics/ageing#tab=tab_1, pristupljeno 10. kolovoza 2023.
- Špan, M. (1994.) *Treća životna dob - priručnik za obrazovanje starijih ljudi*. Zagreb: Otvoreno sveučilište Zagreb.
- Špan, M. (2008). Treća životna dob danas. *Dijete, vrtić, obitelj*, 14 (52), 12-14.
- Telebuh, M., Bertić, Ž., Znika, M., Poljak, D. (2016.) Učestalost korištenja interneta osoba starije životne dobi. *Media, culture and public relations*, 7 (2): 200-203.
- Ujedinjeni narodi (1991.) *United Nations Principles for Older Persons*. Dostupno na: <https://www.ohchr.org/en/instruments-mechanisms/instruments/united-nations-principles-older-persons>, pristupljeno 10. srpnja 2023.
- Ujedinjeni narodi (2021.) Madrid Plan of Action and its Implementation. *Un.org*. Dostupno na: <https://www.un.org/development/desa/ageing/madrid-plan-of-action-and-its-implementation.html>, pristupljeno 10. kolovoza 2023.
- University of Rochester Medical Center (URMC, 2014.) *Older Adults and the Importance of Social Interaction*. Dostupno na:

<http://www.urmc.rochester.edu/encyclopedia/content.aspx?ContentTypeID=1&ContentID=4513>, pristupljeno 10. kolovoza 2023.

- Vickers, K. (2007). Aging and the Media: Yesterday, Today, and Tomorrow. *Californian Journal of Health Promotion*, 5 (3), 100-105.
- Vlada Republike Hrvatske (2023.) Sve što vam treba, na jednom je mjestu. Dobrodošli na novi portal e-Građani! *Vlada.gov.hr*. Dostupno na: <https://vlada.gov.hr/vijesti/sve-sto-vam-treba-na-jednom-je-mjestu-dobrodosli-na-novi-portal-e-gradjani/32026>, pristupljeno 10. srpnja 2023
- Vrkić Dimić, J. (2014). Problem digitalne podjele. *Napredak*, 154 (4), 419-433.
- Wagner, N., Hassanein, K., Head, M. (2010.) Computer use by older adults: A multi-disciplinary review. *Computer in Human behaviour*, 26: 870-882.
- Xie, B., Watkins, I., Golbeck, J., Huang, M. (2012.) Understanding and changing older adults' perceptions and learning of social media. *EducGerontol*, 38: 282.
- Yeung, C. (2019.) Social Media Usage Statistics By Age: Marketing to Adults Aged 50+. *Synthesio*. Dostupno na: <https://www.synthesio.com/blog/social-media-usage-statistics-by-age/>, pristupljeno 10. kolovoza 2023.
- Zakon o Hrvatskoj radioteleviziji (NN 137/10, 76/12, 78/16, 46/17, 73/17, 94/18, 114/22, 20/23)
- Zakon o medijima (NN 59/04, 84/11, 81/13)
- Zgrabljčić Rotar, N. (2020.) Masovni mediji i digitalna kultura. U: N. Zgrabljčić Rotar (ur.), *Digitalno doba: Masovni mediji i digitalna kultura*, Zagreb: Jesenski i Turk.
- Zhang, F., Kaufman, D. (2015.) Social and emotional impacts of Internet use on older adults. *European scientific journal*, 17 (11): 1-15.
- Ziegler, D. A., Mishra, J., Gazzaley, A. (2015.) The acute and chronic impact of technology on our brain. *Psychology, technology and society*, 3–19.

13. Dodatak

13.1. Upitnik

Navike korištenja društvenih medija kod osoba kasne zrele dobi.

Poštovani, molim Vas za nekoliko minuta Vašeg vremena kako biste ispunili upitnik i tako pridonijeli istraživanju zanemarene teme u Hrvatskoj. Anketa se provodi u svrhu izrade diplomskog rada. Cilj je istražiti način na koji osobe u dobi od 65 ili više godina koriste društvene medije. Vaši odgovori su anonimni te neće nigdje biti objavljeni. Unaprijed Vam zahvaljujem.
Tessa Šreng

*DRUŠTVENI MEDIJI obuhvaćaju sve internetske i mobilne aplikacije koje pojedincima omogućuju da stvaraju, mijenjaju i dijele svoje i tuđe sadržaje digitalnim putem (primjerice, razni blogovi, forumi, web stranice i portali, e-pošta i društvene mreže kao Facebook).

Spol: a. Ž b. M

1. Kojoj dobnoj skupini pripadate?
 - a. 65 do 75 godina
 - b. 76 do 85 godina
 - c. Više od 86 godina

2. Stručna sprema:
 - a. NKV
 - b. NSS
 - c. SSS
 - d. VŠS
 - e. VSS
 - f. Znanstveni doktorat

3. U kojem od navedenih tipova kućanstava živite?
 - a. Jednočlano kućanstvo
 - b. Sa supružnikom
 - c. S obitelji djeteta
 - d. Kućanstvo s jednom ili više odraslih osoba
 - e. U domu za starije

4. Koliki su Vaši mjesečni prihodi?
 - a. Do 200 eura
 - b. 201 do 300 eura
 - c. 301 do 400 eura
 - d. 401 do 500 eura
 - e. 501 do 600 eura
 - f. Više od 600 eura

5. Koju od navedenih tehnologija najviše koristite za pristup internetu i društvenim medijima?
 - a. Pametni telefon
 - b. Prijenosno računalo (laptop)
 - c. Tablet
 - d. Računalo

6. Koji od navedenih društvenih medija koristite? Primjeri služe za bolje razumijevanje, a ne da koristite taj portal. Možete odabrati više odgovora.
 - a. Elektroničku poštu, E-mail
 - b. Informativne portale (primjerice, portal Jutarnjeg list, 24 sata, Dnevnik.hr)
 - c. Specijalizirane portale sa zdravstvenim informacijama (primjerice, najdoktor.com)
 - d. Specijalizirane portale za umirovljenike (primjerice, mirovina.hr)
 - e. Facebook
 - f. Instagram
 - g. WhatsApp
 - h. Skype
 - i. YouTube
 - j. Forume za razmjenu informacija (primjerice, Forum.hr)
 - k. Pinterest
 - l. Chat room-ovi

7. Koliko vremena tjedno provodite koristeći ranije označene društvene medije?
 - a. Do 2 sata tjedno
 - b. Do 4 sata tjedno
 - c. Do 6 sati tjedno
 - d. Do 8 sati tjedno
 - e. Više od 8 sati tjedno

8. Društvene medije koristim za (možete odabrati više odgovora):
 - a. Informiranje
 - b. Komunikaciju s obitelji i prijateljima
 - c. Kreiranje i dijeljenje vlastitog sadržaja
 - d. Upoznavanje i interakciju s nepoznatim ljudima
 - e. Pretraživanje sadržaja za stjecanje novih vještina
 - f. Zabavu

9. Kako ste naučili koristiti internet i društvene medije?
 - a. Podučavao me član obitelji
 - b. Pohađala/pohađao sam tečaj informatičke pismenosti
 - c. Samostalno, bez ičije pomoći
 - d. Podučavala me rodbina
 - e. Podučavali su me prijatelji

10. Koliko često provjeravate novosti na društvenim mrežama?
 - a. Svakodnevno
 - b. 1-3 puta tjedno
 - c. 1-3 puta mjesečno
 - d. 1-3 puta godišnje

11. Koliko su Vam važne sljedeće mogućnosti pri korištenju društvenih medija:

	Nimalo mi nije važno	Niti mi je važno niti mi je nevažno	Važno mi je
Komuniciranje s obitelji i prijateljima			
Informiranje o događajima u državi i svijetu			
Mogućnost stvaranja i objavljivanja sadržaja			
Pozitivne reakcije u vidu lajkova, komentara i pratitelja			
Pretraživanje sadržaja od mog interesa			
Mogućnost upoznavanja novih ljudi			

12. Slažete li se sa sljedećim tvrdnjama:

	DA	NE	Ne mogu procijeniti
Vijesti češće pratim putem društvenih medija nego tradicionalnih medija (TV, novine, radio).			
Pozitivne strane društvenih medija nadvladavaju negativne.			
Uvijek provjeravam izvor vijesti koju pročitam online.			
Vjerujem informacijama koje pročitam na društvenim mrežama.			
Korištenje društvenih medija je pozitivno utjecalo na moj svakodnevni život.			
Korištenje društvenih medija me čini manje usamljenom/usamljenim.			
Primjećujem predrasude prema starijim korisnicima interneta.			
Vjerujem da je internet sigurno mjesto.			
Nikad ne bih svjesno podijelila/podijelio lažnu vijest na društvenim medijima.			
Uspješno procjenjujem ljude dobrih ili loših namjera na internetu.			
Starijima je teže koristiti društvene medije nego mladima.			

Moji prijatelji ne dijele lažne vijesti i skrivene oglase putem društvenih medija.			
Vjerujem svojim online prijateljima.			

Hvala Vam na sudjelovanju!

**Vodič za dubinski intervju
Navike korištenja društvenih medija kod osoba kasne zrele dobi**

Podatci o intervjuiranom/noj

Spol:

Dob:

Stručna sprema:

Mjesečni prihodi:

PITANJA

Iskustvo i razlozi nekorisćenja interneta i društvenih medija

1. Koristite li internet i društvene medije? Zašto ne?
2. Imate li strah ili tjeskobu od korištenja tehnologija? Biste li se isto osjećali kada bi bili podučeni korištenju interneta i društvenih medija?
3. Smatrate li da je život teži bez digitalne uključenosti?
4. Koristite li mobitel, računalo, laptop ili tablet? Koji najčešće koristite i za što? Tko Vas je naučio koristiti taj uređaj?
5. Obzirom na prosječnu razinu penzije, mislite li da su tehnološke opcije preskupe za umirovljenike?
6. Smatrate li da bi modernu tehnologiju trebalo prilagoditi starijim korisnicima?
7. Osjećate li se ponekad izolirano ili kao da nešto propuštate jer ne koristite internet i društvene medije?
8. Smatrate li da bi Vam trenutna razina motoričkih sposobnosti otežavala učenje i korištenje interneta i društvenih medija?

Predrasude o starim ljudima

9. Koji je vaš stav o starenju?
10. Primjećujete li stereotipe ili predrasude o starijim ljudima u medijima?

Stav o internetu i društvenim medijima

11. Smatrate li da Vaša obitelj i mladi previše vremena provode online?
12. Smatrate li da digitalna prisutnost postaje imperativ?
13. Slažete li se s mišljenjem da su umirovljenici prestari za učenje korištenja interneta i društvenih medija?
14. Vjerujete li da je internet sigurno mjesto?

Motivacija za korištenje društvenih medija

15. Smatrate li društvene medije korisnima u kontekstu poslovanja i obrazovanja?
16. Kada bi u vašoj blizini bili organizirani besplatni tečajevi digitalnog opismenjavanja, biste li ih pohađali?
17. Kada biste htjeli koristiti internet i društvene medije, biste li ih samostalno pokušali naučiti koristiti, biste li pitali nekoga za pomoć ili upisali tečaj?
18. Koja bi bila Vaša motivacija za korištenjem društvenih mreža?