

SeniorVlog AND EMPOWERING SENIORS

INSPIROWANIE I BUDOWANIE KOMPETENCJI SENIORÓW
DO VLOGOWANIA I PODBOJU INTERNETU

Autor
Data 04/01/2023



Raport porównawczy z uwzględnieniem analizy mediów społecznościowych



SENIOR VLOG

Dokument ten odzwierciedla jedynie stanowisko autora i Narodowa Agencja oraz Komisja Europejska nie ponoszą odpowiedzialności za jakiegokolwiek wykorzystanie zawartych w nim informacji.

SPIS TREŚCI

WPROWADZENIE.....	4
Założenia projektu i zakładane rezultaty	4
Cel raportu.....	6
Pytania Badawcze.....	7
Ograniczenia badań	7
ANALIZA SYTUACJI ZASTANEJ	9
Przegląd literatury	9
Przegląd oferty szkoleniowej.....	12
Przegląd krajowych sprawozdań dotyczących mediów społecznościowych	15
BADANIA TERENOWE	23
Szczegóły warsztatów krajowych i wywiadów	25
ZALECENIA	27
ZAŁĄCZNIK I RAMY STRUKTURALNE DLA BADAŃ	30

WPROWADZENIE

ZAŁOŻENIA PROJEKTU I ZAKŁADANE REZULTATY

Dla młodych ludzi korzystanie z Internetu jest naturalne i zdarza się na co dzień, zaś znaczny odsetek populacji seniorów w UE-27 nie korzystał z Internetu w ciągu ostatnich 3 miesięcy od przeprowadzenia badania (2019). Tabela 1 poniżej przedstawia informacje liczbowe wskazujące na odchylenia w korzystaniu z Internetu, wykonywanych czynnościach online oraz obecności w mediach społecznościowych dla grup wiekowych 55-64 i 65-74 lata.

Table 1. UE-27 informacja o luce wiekowej w korzystaniu z Internetu i wydajność cyfrowa

UE-27	65-74	55-64
Nie korzystanie z Internetu ¹	43%	21%
Działania dla osób korzystających z Internetu ²	65-74	55-64
Wysyłanie e-maili	44%	62%
Poszukiwanie informacji na temat zdrowia	34%	47%
Bankowość Internetowa	31%	46%
Połączenia telefoniczne/video	24%	38%
obecność w mediach społecznościowych	65-74	17-64
	18%	54%

Mimo, że cyfrowa przepaść między pokoleniami jest niwelowana przez angażowanie się przez starsze pokolenia, nadal zmiany są dość powolne w przyjmowaniu nowych technologii przez osoby starsze. Ta luka w mediach społecznościowych jest jeszcze bardziej widoczna w przypadku krajów Partnerstwa (Polska, Włochy, Portugalia, Cypr i Grecja) zaangażowanych w projekt SeniorVlog.

W celu wsparcia działań zmierzających do zwiększenia aktywności seniorów w Internecie i mediach społecznościowych, istnieje pilna potrzeba, aby seniorzy nabyli określony zestaw umiejętności i kompetencji cyfrowych

¹ Badanie wspólnotowe dotyczące korzystania z ICT, EUROSTAT, 2019

² EUROSTAT, 2019

związanych z nadzorem nad mediami społecznościowymi, a w szczególności z prowadzeniem vlogów.

Cele szczegółowe projektu SeniorVlog obejmują:

- ▶ zwiększenie wiedzy na temat dostępnych inicjatyw/kanałów vlogowania seniorów i ich obecności w mediach społecznościowych w każdym kraju partnerskim
 - ▶ stworzenie innowacyjnego Programu Szkoleniowo-Mentoringowy SeniorVlog z elementami grywalizacji, skoncentrowanego na budowaniu umiejętności i kompetencji seniorów w zakresie vlogowania oraz oferującego dopasowane do potrzeb wsparcie dla seniorów, aby szybko przyswoili i zaczęli wykorzystywać nowe umiejętności cyfrowe
 - ▶ opracowanie i wydanie Poradnika Mentoringu oraz rekomendacji dotyczących wsparcia vlogujących seniorów
 - ▶ wyprodukowanie interaktywny samokształceniowy uproszczony program szkoleniowy online "Poradnik Senior Vlogging", aby promować proaktywne przygotowywanie przez Seniorów wartościowych treści online i dać im do tego narzędzia
- ▶ rozwijanie umiejętności i kompetencji edukatorów dorosłych seniorów w zakresie nauczania osób starszych i wspierania
 - ▶ wsparcie profesjonalnego mentora w proaktywnych działaniach w mediach społecznościowych, aby zachęcić i zainspirować seniorów do tworzenia vlogów i treści online
 - ▶ zwiększenie powszechności i popularności seniorów-vlogerów w mediach społecznościowych przez wyposażenie starszych internautów w umiejętności i narzędzia pozwalające im na sprawne tworzenie treści i satysfakcjonujące vlogowanie
 - ▶ poprawa standardów życia i dobrobytu użytkowników końcowych starszych obywateli korzystających z Internetu, poprzez wyposażenie ich w konkretne umiejętności cyfrowe, pomoc w zrozumieniu współczesnego świata i młodego pokolenia, budowanie pewności siebie w społeczności Internetowej
 - ▶ podniesienie świadomości na temat znaczenia obecności w mediach społecznościowych dla seniorów z UE
 - ▶ uaktualnienie portfolio edukatorów osób starszych, organizacji pozarządowych i innych podmiotów wspierających seniorów w zdobywaniu umiejętności ICT poprzez wykorzystanie innowacyjnego programu szkoleniowego SeniorVlog.

W ramach projektu SeniorVLog oczekuje się następujących rezultatów:

- ▶ Innowacyjne badanie porównawcze i raport na temat obecności w mediach społecznościowych Senior Vloggers Projekt
- ▶ Program szkoleniowy SeniorVlog
- ▶ Poradnik Mentoringu i rekomendacje dotyczące wsparcia vlogujących seniorów
- ▶ "Poradnik Senior Vlogging" – wersja online. Innowacyjne interaktywne szkolenie samokształceniowe online dla szerszej grupy odbiorców

CEL RAPORTU

Raport z analizą porównawczą ma na celu głębsze spojrzenie na zjawisko vlogowania przez seniorów. Co ważniejsze, próbuje porównać to zjawisko wśród krajów partnerskich i przyjrzeć się podobieństwom i różnicom prowadzącym do pewnych wniosków, które zostaną wykorzystane później w wydarzeniach zaplanowanych w projekcie (kwiecień-maj 2024).

Niniejszy raport jest wynikiem Rezultatu 1 i składa się z syntezy ustaleń z badań pierwotnych i wtórnych przeprowadzonych przez wszystkich partnerów w okresie luty 2022 – październik 2022.

Badania były koordynowane przez EXELIA (Grecja), która kierowała partnerstwem przy tworzeniu raportu. Zgodnie ze szczegółowymi wytycznymi opracowanymi przez Koordynatora Rezultatu i przy udziale wszystkich partnerów, badania zostały przeprowadzone w Polsce, Włoszech, Portugalii, na Cyprze i w Grecji.

Ten raport z badań porównawczych ma na celu podsumowanie charakterystyki obecnej sytuacji w pięciu krajach wymienionych powyżej, wraz z możliwymi podobieństwami i różnicami w odniesieniu do obecności i uczestnictwa seniorów w mediach społecznościowych, oferty szkoleniowej dla seniorów chcących nagrywać video, wyników warsztatów i kluczowych cech z istniejących badań.

W raporcie przedstawiono wyniki dotyczące:

- ▶ Analiza sytuacji zastanej: Przegląd literatury na temat obecności osób starszych w mediach społecznościowych

- ▶ Analiza sytuacji zastanej: Oferta szkoleniowa dotycząca prowadzenia vloga oraz dostępnych kursów ICT dla seniorów
- ▶ Analiza sytuacji zastanej: Krajowy raport krajowy z analizą stanu obecnego w zakresie obecności seniorów i młodzieży w mediach społecznościowych
- ▶ Badania terenowe: Wnioski z warsztatów z seniorami i trenerami/profesjonalistami ICT przeprowadzonych w krajach konsorcjum

PYTANIA BADAWCZE

Nadrzędnym celem działań badawczych R1 jest lepsze zrozumienie i pozyskanie większej ilości informacji na temat zjawiska vlogowania przez seniorów w krajach partnerskich, poprawa inteligencji w tej dziedzinie (która obecnie ogranicza się głównie do ogólnego wykorzystania Internetu i obecności w mediach społecznościowych) oraz zapewnienie świadomej podstawy dla odpowiedniego rozwoju OER.

Badania miały na celu odpowiedzieć na następujące pytania:

- ▶ Jaki jest obecny wskaźnik korzystania z Internetu wśród starszych dorosłych (powyżej 60 roku życia)?

- ▶ Jaki jest obecny wskaźnik obecności w mediach społecznościowych wśród starszych dorosłych (powyżej 60 roku życia)?
- ▶ Jak popularne jest vlogowanie i jakie są najpopularniejsze filmy (i kategoria filmów) wśród starszych osób (powyżej 60 roku życia)?
- ▶ Jak popularne jest vlogowanie i jakie są najpopularniejsze filmiki (i kategoria filmików) wśród młodszych (7-13 lat)?
- ▶ Czy dostępne są oferty szkoleń na temat tego, jak prowadzić vloga? Czy te kursy są odpowiednie dla seniorów? Jakiego typu umiejętności obejmują po szkoleniu?
- ▶ Jakie są główne obszary, w których seniorzy powinni się szkolić, aby podnieść swoje kompetencje cyfrowe i nabyć umiejętności vlogowania? Jaki jest optymalny tryb/model prowadzenia szkoleń dla osób starszych?

OGRANICZENIA BADAŃ

Należy pamiętać o dwóch głównych ograniczeniach naszego badania, w szczególności przy porównywaniu danych w raportach krajowych analiz.

Z jednej strony, badanie ma dane oraz ograniczenia statystyczne w wypełnianiu raportów krajowych prezentujących stan obecności seniorów i młodzieży w mediach społecznościowych na Cyprze i w Portugalii. Chociaż zebrano surowe dane dotyczące obecności seniorów i młodzieży w zakresie użytkowania Internetu, nie zajęto się popularnymi kategoriami vlogowania seniorów i młodzieży oraz listami popularnych twórców vlogów wśród seniorów i młodzieży. Tym samym, kompletne raporty z analizy krajowej zostały zebrane z Polski, Włoch i Grecji. Stąd też niniejszy raport w powyższym aspekcie kategorii i twórców opracowuje ustalenia tylko z tych trzech krajów.

Z drugiej strony, dostęp do danych umożliwiających sformułowanie list popularnych vlogów w podziale na grupy wiekowe zarówno w kanałach YouTube, jak i TikTok (sekcje 3.2.2 do 3.3.2 ram strukturalnych badań R1-T1, załącznik I) był ograniczony ze względu na trudności w rozróżnieniu i/lub potwierdzeniu autentyczności i wiarygodności wieku twórców vlogów. Partnerzy przedstawili więc przybliżone szacunki oparte na subiektywnych spostrzeżeniach i założeniach.

O obu tych aspektach należy pamiętać analizując dane przedstawione w niniejszym raporcie porównawczym.

ANALIZA SYTUACJI ZASTANEJ

Zgodnie z ramami strukturalnymi badań (Załącznik I), 3 metody zbierania danych zostały zastosowane przez wszystkich partnerów w ramach badań typu desktop research w celu:

- a) zdobycia zrozumienia istniejących badań i debat istotnych dla vlogowania seniorów i zaangażowania seniorów w Internecie, aby przedstawić tę wiedzę w formie pisemnej,
- b) zebrania dowodów na temat istniejącej oferty szkoleniowej w formalnych i nieformalnych instytucjach edukacyjnych w zakresie vlogowania oraz dostępnych kursów ICT dla seniorów,
- c) gromadzenie statystyk i śledzenie trendów dotyczących korzystania z mediów społecznościowych i uczestnictwa w nich seniorów w krajach partnerskich.

PRZEGLĄD LITERATURY

Cypryjski Uniwersytet Techniczny dokonał przeglądu odpowiedniej literatury z zastosowaniem podejścia narracyjnego w celu ustalenia, czy inne badania lub inicjatywy dotyczące wspierania osób starszych są realizowane w ramach

projektu, czy istnieją osoby posiadające kluczowe umiejętności i kompetencje cyfrowe, które pozwoliłyby im na większą aktywność w mediach społecznościowych.

Zbadano i odpowiedziano na następujące pytania badawcze:

- ▶ Czy istnieją inne badania/inicjatywy wspierające osoby starsze w zakresie umiejętności cyfrowych pozwalających im na aktywność w mediach społecznościowych?
- ▶ Jakie czynniki wpływają na utrzymywanie przez seniorów dystansu do korzystania z mediów społecznościowych?
- ▶ Jakie są umiejętności i kompetencje cyfrowe, które posiadają osoby starsze, aby być aktywnymi w mediach społecznościowych?
- ▶ Jakie są aktywności osób starszych w mediach społecznościowych?

Ponad 40 artykułów zostało przejranych i stanowiło potężne źródło informacji dla partnerów projektu, którzy szukali najbardziej nowoczesnych wskaźników, aby kierować się przy podejmowaniu decyzji dotyczących badania aktywności seniorów i ich postaw wobec mediów społecznościowych.

Dokładniej rzecz ujmując, wszystkie pytania badawcze zostały uwzględnione, a poniżej przedstawiamy główne ustalenia dotyczące każdego z badanych pytań.

Czy istnieją inne badania/inicjatywy wspierające osoby starsze w zdobywaniu umiejętności cyfrowych pozwalających im na aktywność w mediach społecznościowych?

12 zidentyfikowanych artykułów odnosiło się do:

- ▶ zapewniło wgląd w przyjęcie technologii ekranów dotykowych z rozrywkowymi grami wideo jako narzędzia wspierającego nabywanie umiejętności cyfrowych w ramach alfabetyzacji cyfrowej dla populacji osób starszych *Blažič & Blažič, 2020 r.*
- ▶ przetestowano sieć społeczną składającą się z wielu aplikacji z nawigacją liniową jako metodę alfabetyzacji cyfrowej dla osób starszych na obszarach wiejskich. *Castilla i in., 2018r.*
- ▶ przedstawiono bariery i czynniki wspierające, które pojawiły się podczas wdrażania w praktyce zaprojektowanej interwencji edukacyjnej. *Rojas, 2021 r.*
- ▶ zebrał dowody na wartość specjalnie zaprojektowanego systemu komputerowego dla starszych dorosłych, systemu Personal Reminder Information and Social Management

(PRISM), który obejmował aplikację oraz solidny system wsparcia ze szkoleniami i instruktażem. *Czaja, 2018 r.*

- ▶ określono, czy technologia iPad poprawiła życie starszych dorosłych uczestników na wiele sposobów, takich jak zwiększona wiedza, bliższe więzi rodzinne i większy związek ze społeczeństwem, *Delello & McWhorter, 2017 r.*
- ▶ opowiedziano o tym, jak podstawowe umiejętności komputerowe poprawiły zdolność seniorów do technologicznego kontaktu z przyjaciółmi i rodziną w wiejskim Ontario, *Dunlop, 2020 r.*
- ▶ badano strategie udanego korzystania z tabletów cyfrowych przez starszych dorosłych, którzy nie mieli wcześniejszego doświadczenia, *Fletcher-Watson, 2016 r.*
- ▶ zidentyfikowano doświadczenia starszych dorosłych korzystających ze szkoleń z zakresu obsługi komputera i Internetu, *Goodwin, 2013 r.*
- ▶ przedstawiono wkład prezentujący i zatwierdzający listę kontrolną wytycznych łączącą wszystkie istotne wymagania dotyczące projektowania prostych i dostępnych interfejsów dla włączenia cyfrowego osób starszych, *Marcelino, 2015 r.*
- ▶ zbadano, czy łączność Internetowa i szkolenie w zakresie jej wykorzystania do celów społecznych mogą wspierać dobre

samopoczucie starszych dorosłych otrzymujących opiekę,
Morton i in., 2018 r.

- ▶ porównano skuteczność i efektywność podpowiedzi wideo i instrukcji tekstowych w zakresie nabywania umiejętności związanych z Internetem i ICT przez uczących się starszych dorosłych, *Pachis & Zonneveld, 2019 r.*
- ▶ zbadano szereg czynników, które mogą wpływać na zaprzestanie: 1) korzystanie z ICT, 2) wyszukiwanie informacji o zdrowiu oraz 3) wyszukiwanie informacji ogólnych w czasie wśród rezydentów społeczności emeryckiej, *Rikard, 2018 r.*

Jakie czynniki wpływają na zachowanie przez seniorów dystansu do korzystania z mediów społecznościowych?

Zidentyfikowano 28 artykułów, które wniosły wgląd w następujące czynniki i wyzwania:

- ▶ zmniejszona szybkość uczenia się,
- ▶ trudności z pamięcią,
- ▶ konieczność specjalnego dostosowania programów szkoleniowych i złożoność materiałów szkoleniowych,
- ▶ trenerzy ICT wydają się być niewystarczająco, promują szybkie tempo nauki, wykazują postawy oceniające,

- ▶ fałszywe przekonanie o niskiej własnej skuteczności wśród seniorów,
- ▶ brak zaufania seniorów do działań w sieci,
- ▶ obawy związane z chęcią zachowania bezpieczeństwa danych osobowych,
- ▶ kwestie bezpieczeństwa i prywatności,
- ▶ trudności w obsłudze funkcji lub konstrukcji technologii,
- ▶ słabość w użyteczności aktualizacji, haseł, wifi, w umiejętnościach potrzebnych do zarządzania urządzeniami i aplikacjami,
- ▶ postrzeganie siebie/stereotypy, np. że "starzy ludzie" i "media cyfrowe to dwa różne światy",
- ▶ postrzeganie, że technologie społecznościowe są używane, gdy inne sposoby komunikacji nie są możliwe.

Jakie umiejętności i kompetencje cyfrowe posiadają osoby starsze, aby być aktywnym w mediach społecznościowych?

Zidentyfikowano 3 artykuły, które wyjaśniały:

- ▶ starsi dorośli, którzy byli bardziej zaangażowani poznawczo, częściej korzystali z Internetu, ale nie z telewizji czy radia, *Arthanat, 2021 r.*

- ▶ 50% osób w wieku 60-80 lat używało swoich komputerów do różnorodnych zadań: porównywania cen; poszukiwania informacji o hobby/zainteresowaniach i sposobach spędzania wolnego czasu; cyfrowe przechowywanie zdjęć; poszukiwanie porad związanych ze zdrowiem; poszukiwanie informacji o pogodzie; poszukiwanie informacji związanych z podróżami; komunikowanie się za pomocą poczty elektronicznej, *Boontasri & Temdee, 2020 r.*
- ▶ szkolenie specjalnie ukierunkowane na wykorzystanie komputerów jako narzędzi społecznych, oprócz zapewnienia podstawowych umiejętności, *Damodaran i in., 2014 r.*

Jakie są aktywności osób starszych w mediach społecznościowych?

13 artykułów zostało zidentyfikowanych, ponieważ wyjaśniały one, że seniorzy:

- ▶ wzmocnić relacje społeczne,
- ▶ wzbogacić kontakty społeczne,

- ▶ utrzymują bardziej aktywne więzi społeczne, rodzinne i wspólnotowe poprzez dzielenie się informacjami i obrazami,
- ▶ media społecznościowe są używane w celach rozrywkowych,
- ▶ korzystają z aplikacji takich jak g-maps, Facebook, Paypal, platformy zakupowe, poczta elektroniczna,
- ▶ korzystają z prasy w formie online,
- ▶ komentują posty w mediach społecznościowych,
- ▶ udostępniają zdjęcia, filmy znajomym i rodzinie,
- ▶ przeglądać profile innych osób, które mają takie same zainteresowania,
- ▶ utrzymują kontakt i poznają ludzi w tym samym wieku.

PRZEGLĄD OFERTY SZKOLENIOWEJ

W sumie zebrano od wszystkich partnerów 25 referencji szkoleniowych dotyczących vlogowania i nauki ICT dla dorosłych. Celem zbadania oferty szkoleniowej w 5 krajach było zidentyfikowanie aktualnych trendów w ofercie kursów w odniesieniu do innowacyjnych procesów w zakresie praktyk

vlogowania i kursów ICT (płatnych lub bezpłatnych, formalnych lub nieformalnych). Tabele 2a i 2b prezentują wyniki badań konsorcjum z podziałem na poszczególne kraje, co pozwala na zlokalizowanie podobieństw i różnic.

Bardziej szczegółowo można zauważyć w tabeli 2a, że spośród 25 programów szkoleniowych:

- ▶ w zakresie kwalifikacji: 8 dostarcza świadectwo uczestnictwa, 4 dostarcza certyfikat na poziomie krajowym lub EQF (EUROPEAN QUALITY CERTIFICATE – europejski certyfikat jakości), 1 działa w systemie otwartego potwierdzenia udziału,
- ▶ Pod względem statusu prawnego dostawców: 9 jest prywatnych, 4 są publiczne i 4 są nieformalne,
- ▶ Pod względem rodzaju uczenia się: 8 to szkolenia online, 5 to warsztaty/elementy grywalizacji, a 4 to szkolenia nieformalne,

TABELA 2A Oferta szkoleniowa

01 QUALIFICATIONS



- 8 Świadectwo uczestnictwa
- 3 Certyfikaty na poziomie krajowym
- 1 certyfikat na poziomie EQF 3

02 STATUS PRAWNY

- 9 Prywatnych
- 4 Publicznych
- 4 nie dotyczy

03 RODZAJ NAUKI



- 5 Warsztaty / Gamifikacja
- 8 Online
- 4 Nieformalne

04 TRYB SZKOLENIA

- 7 Stacjonarny
- 6 Zdalny
- 4 Nieformalny



05 CZAS TRWANIA



średnia długość - 35 godzin

06 ODBIORCY

- 4 dla seniorów
- 6 dla osób rozpoczynających naukę
- 4 dla słuchaczy
- 2 dla absolwentów/dorosłych





DOWIEDZENIE SIĘ JAK

Tabela 2b



ZAPOZNANIE SIĘ Z

Tabela 2b



POZYSKANIE WIEDZY



- ▶ jeśli chodzi o tryb studiów: 7 to studia stacjonarne oparte, 6 to kształcenie na odległość, a 6 to kształcenie nieformalne
- ▶ pod względem liczby godzin nauczania: szacujemy, że średnio 35 godzin, gdzie informacje były dostępne (w 7 referencjach).
- ▶ w zakresie grupy docelowej: 6 jest skierowanych do przyszłych twórców, 4 do seniorów, a 6 jest otwartych dla wszystkich dorosłych.

Tabela 2b pokazuje dane zebrane dla dwóch istotnych czynników oferty edukacyjnej, zbieranej przez partnerów w zakresie: tematy/moduły i wiedza/umiejętności/kompetencje. W odniesieniu do tematów/modułów, najwyraźniej programy szkoleniowe poruszają podstawowe i wstępne tematy związane z ICT, platformami mediów społecznościowych, użytkowaniem sprzętu, programami i operacjami, technikami komunikacji itp. Ponadto, tematy te są oznaczone w formie pytań, tak aby przyciągnąć uwagę uczestników i mają bezpośredni wpływ na instynktowne pytania uczniów dotyczące tego, czego chcą się nauczyć. Nie ma rozróżnienia na grupę docelową, co oznacza, że tematy/moduły są takie same niezależnie od tego, czy są kierowane do seniorów, czy amatorów/aspirujących twórców. Argumentem, który można podać na poparcie powyższej uwagi

jest nowość programu edukacyjnego oraz fakt, że aktywność i zaangażowanie w mediach społecznościowych jest nowopowstałym trendem charakteryzującym się w ostatnim czasie dużą popularnością.

Jeśli chodzi o wiedzę/umiejętności/kompetencje, stwierdzenia zebrane z referencji szkoleniowych odzwierciedlają to, co uczący się będzie wiedział, rozumiał i potrafił zrobić po zakończeniu procesu uczenia się. Dokładnie efekty uczenia się wskazane w tabeli 2b odpowiadają niższym poziomom taksonomii Blooma - wiedzy i zrozumieniu - oraz, że są to umiejętności, które można wykorzystać w procesie uczenia się.

PRZEGLĄD KRAJOWYCH SPRAWOZDAŃ DOTYCZĄCYCH MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH

Zgodnie z wytycznymi zawartymi w strukturalnych ramach badawczych (R1-T1) (załącznik I), od wszystkich krajów uczestniczących oczekiwano wypełnienia sprawozdania krajowego opartego na wtórnych badaniach, lokalizujące zasoby krajowe i gromadzenie surowych danych istotnych dla:

- *Udział Internetu, YouTube i TikTok w populacji ogółem oraz w grupach wiekowych: 7-13 lat i 60+ lat,*
- *Lista 10 popularnych kategorii w kanałach YouTube i TikTok skierowanych do seniorów,*

- *Lista 10 popularnych vlogów w kanałach YouTube i TikTok skierowanych do seniorów i młodzieży,*
- *Lista 10 popularnych vlogów w kanałach YouTube i TikTok produkowanych przez seniorów i do młodzieży.*

Z powodu ograniczonego dostępu do zasobów krajowych Portugalia i Cypr nie zdołały jednak dostarczyć w pełni wypełnionych sprawozdań krajowych. Dlatego też uwagi i wnioski porównawcze nie są reprezentatywne, a poniższe wyniki skupiają się na trzech krajach: Polsce, Grecji i częściowo na Włoszech.

W związku z tym w tej części przedstawiono wyniki i uwagi porównawcze (o ile są dostępne) dotyczące:

- *Udział Internetu, YouTube i Tik Tok w populacji ogółem, w wieku 7-13 lat i 60+ lat dla wszystkich krajów projektu SeniorVlog (Tabela 3)*

- *Lista 10 popularnych kategorii w kanałach YouTube i TikTok wśród starszych widzów w Polsce, Grecji i Włoszech (Infografika 4)*
- *Lista 10 popularnych kategorii na kontach YouTube w podziale na seniorów i młodzież (Tabela 6)*
- *Lista 10 popularnych kont w YouTube i kanałów TikTok skierowanych do seniorów w Polsce, Grecji i we Włoszech, (Tabela 7)*
- *Lista 10 popularnych kont w YouTube i kanałów TikTok tworzonych przez seniorów w Polsce i Grecji (Tabela 8)*

Dwie ostatnie tabele zostały umieszczone w raporcie jako załączniki wyłącznie w celach informacyjnych; ze względu na brak wiedzy na temat zawartości kont społecznościowych nie można było zastosować porównań.

Udział w korzystaniu z Internetu, YouTube i TikTok

Tabela 3. Udział Internetu, YouTube i Tik Tok w populacji ogółem oraz w grupach wiekowych 7-13 lat, 60+ lat we wszystkich krajach partnerstwa

	Udział w korzystaniu z Internetu			Udział w korzystaniu z YouTube			Udział w korzystaniu z TikTok		
	Total	7-13 lat	60+ lat	total	7-13 lat	60+ lat	total	7-13 lat.	60+ lat
Polska	84%	98% (16-19 lat)	61% (65-74 lat)	98%	4% (13-17 lat)	58% (65+)	28,6%	25% (10-19 lat.)	11% (50+)
Wochy	81,27%	93% (6-14 lat)	50%	67%	19% (6-24 lat)	39% (45+)	8%	41% (16-24 lat)	5% (35+)
Portugalia	85%	-	48% (65-74 lat)	84%	27%	-	3 m	18%	-
Cypr	86%	-	58% (64+)	2,47%	-	-	7%	-	0,6% (55+)
Grecja	80%	-	74%	74%	-	18% (55+)	3%	-	90.000

Badając udział korzystania z Internetu w całej populacji we wszystkich krajach uczestniczących w badaniu, Polska osiąga najwyższe odsetki udziału w niemal wszystkich grupach wiekowych i kategoriach mediów społecznościowych. Polska osiąga:

- 98% udziału w korzystaniu z Internetu dla grupy wiekowej 16-19 lat,
- 98% udział kanału YouTube dla ogółu populacji,
- 58% udziału w YouTube dla grupy wiekowej 60+ lat oraz
- 29% udział w TikTok dla całej populacji kraju.

Włochy zajmują jednak pierwsze miejsce w udziale korzystania z TikTok w populacji młodzieży (41%). Następnie Portugalia zajmuje pierwsze miejsce pod względem udziału YouTube w populacji młodzieży (27%), a Grecja zajmuje pierwsze miejsce pod względem udziału w Internecie w grupie wiekowej 60+ lat (74%). Wreszcie, Cypr zajmuje pierwsze miejsce wśród

partnerów z najwyższym udziałem korzystania z Internetu w całej populacji (86%).

10 popularnych kategorii wśród seniorów w zestawieniu YouTube vs TikTok

Druga część raportu krajowego dotyczyła udokumentowania top 10 kategorii w kanałach YouTube i TikTok wśród populacji seniorów. Wyniki przedstawione na poniższych infografikach wskazują, że wśród trzech badanych krajów:

- Tylko jedna kategoria pojawia się na tej samej pozycji w rankingu w tym samym kraju i w obu kanałach social media: *gotowanie, Grecja*
- Tylko jedna kategoria pojawia się na tej samej pozycji w rankingu w tym samym kanale mediów społecznościowych w dwóch krajach: *poradnik, YouTube, Grecja i Włochy*

Infografika: 10 popularnych kategorii w kanałach YouTube vs TikTok wśród starszych widzów w Polsce, Grecji i Włoszech



Zagłębiając się bardziej, można zauważyć, że niektóre kategorie pojawiają się więcej niż raz. Tabela 5 poniżej przedstawia:






- a) podgrupy utworzone na podstawie wspólnych cech/kategorii,
- b) kraje, w których są one rejestrowane lub nie oraz
- c) kanały mediów społecznościowych, w których ich obecność była śledzona.

Podsumowując, podgrupy kategorii o najwyższej częstotliwości preferencji, tj. największą liczbą subskrybentów i wyświetlenia dotyczą spraw bieżących, tj. muzyki i tańca oraz gotowania, niezależnie od platform mediów społecznościowych, które wybierają widzowie. Ponadto widać, że wszystkie podkategorie są dostępne za pośrednictwem platformy społecznościowej YouTube, podczas gdy podgrupy zdrowie i fitness, religia i poradniki odnotowały mniejszą liczbę subskrybentów i wyświetleń za pośrednictwem platformy TikTok.

10 popularnych kategorii na kontach YouTube oglądanych przez seniorów vs. nastolatków

Oprócz porównania obecności seniorów w mediach społecznościowych w różnych krajach i na różnych platformach społecznościowych, raport ten próbuje również zdefiniować związek vlogowaniem przez seniorów z vlogowaniem przez młodzież w wielopokoleniowej rozmowie na temat vlogowania. Z tego powodu, odpowiednie dane zebrane z Polski i Grecji (nieosiągalne dla

Table 5 Sub categories

Sub-groups	# appearances					
information/news/infotainment/politics/journalism	5	✓	✓	✓	✓	✓
music & dance	5	✓	✓	✗	✓	✓
cooking	5	✓	✓	✓	✓	✓
fashion/beauty routine lifestyle/cosmetics	4	✓	✓	✓	✓	✓
travel	3	✓	✓	✓	✓	✓
sports	3	✓	✓	✓	✓	✓
health & fitness	2	✓	✓	✗	✓	✓
religion	2	✓	✓	✗	✓	✓
comedy	2	✓	✓	✗	✓	✓
entertainment	2	✓	✗	✓	✓	✓
tutorial	2	✗	✓	✓	✓	✗

innych krajów uczestniczących w projekcie), prowadzą do pewnych orientacyjnych i wstępnych uwag. Sugerowane są dalsze badania międzynarodowe w tej kwestii.

Tabela 6 wyświetla, które kategorie były śledzone na platformie YouTube z najwyższymi #subskrybentami i #wyświetleniami wśród dwóch różnych populacji wiekowych: 60+ lat oraz 7-13 lat

Tabela 6.10 popularne kategorie na kontach YouTube w podziale na seniorów i młodzież

SENIORZY	MŁODZIEŻ	SENIORZY	MŁODZIEŻ
Polska		Grecja	
Komedia	Gra	Zdrowie i kondycja	Rozrywka
Religia	Styl życia	Gotowanie	Gaming
Zdrowie i kondycja	Komedia	Wiadomości i polityka	Ludzie i Blogi
Informacje/wiadomości	Prank	Sport	Nauka
Nauka	Muzyka	Jak to zrobić i styl	Komedia
Gotowanie	Nauka	Ludzie i blogi	Jak to
Podróże	Przegląd	Religia	Komentarz
Muzyka i taniec	Uroda	Komedia	Wyzwanie
DIY	Sport	Muzyka i taniec	Życie szkolne
Polityka	Nauka	Nauka Technologia	Rzemiosła

W Polsce seniorzy i młodzi widzowie YouTube mają wspólne preferencje w kategoriach komedii i muzyki, podczas gdy w Grecji sprawy bieżące, ludzie i blogi, nauka, komedia to kategorie przypisane obu populacjom wiekowym. Najwyraźniej w YouTube istnieje dialog między tymi dwiema grupami wiekowymi, skupiony głównie na kategoriach wymienionych powyżej, choć nie jest oczywiste, która grupa wiekowa wywołuje tę dwukierunkową relację.

10 popularnych kont skierowanych do seniorów - YouTube VS TikTok

10 popularnych kont skierowanych do seniorów - YouTube VS TikTok

YouTube	TikTok	YouTube	TikTok
Polska		Grecja	
Małgorzata Kospin	igwi.tv	Health Academy	Nataliapietri
Aktywny Senior	katmelcher	Mr.Gnosi2go	Fotiboecher
Głos Seniora TV	koliberek369	MagiaCookTv	Ilias Psinakis
Dom bez nudy	coolbabciia	Αντε Γειά Official	DimitrisLikotrafitis
YouTube	TikTok	YouTube	TikTok
Polska		Grecja	
Telewizja Pokolenia	taneczny_lech	CuzinaGias συνταγές	Annavissiofficial
Centrum Zdrowego i Aktywnego Seniora, Łódź	malgorzatakospin	Agnes Alice Mariakaki	Lakisgavalasofficial
Telewizja Senior	bibliotekamlodzieszyn	Iosif Papadopoulos	Akadimia_ygeias
Pora na seniora	nataliadeja	Savvas Kalanderides	Vaggelisfousteris
Seniorfit Ula Stanowska gimnastyka dla Seniora	mok_wys_maz	Taste and economy	Agnes.mariakaki
życie i podróże na emeryturze	e_misja	Lousy Apostolopoulou	Stefanoskogias

10 popularnych kont założonych przez seniorów - YouTube VS TikTok

Tabela 8.10 popularnych kont założonych przez seniorów - YouTube VS TikTok

YouTube	TikTok	YouTube	TikTok	YouTube	TikTok
Polska		Grecja		Włochy	
BaskaTiVi	waciaborkowska323	MagiaCookTv	Nataliapietri	Pasta Grannies	NA
Tomasz Raczek	kajtenlotos	Αντε Γειά Official	Fotiboecherer	Casa Surace	NA
Dziarski dziadek Antoni Huczyński	dziadek_kozak	Cuzina Gias σουντραγές	Ilias Psinakis	Ricette delle nonne	NA
Hiob, the eVANGel (Religion)	extra babcia	Agnes Alice Mariakaki	Annavissiofficial	NA	NA
Bogusława Spryszyńska (Make-up)	koliberek369	Iosif Papadopoulos	Lakisgavalasofficial	NA	NA
ŻYCZENIA POZDROWIENIA EDUKACJA (Kazimierz Surma)	mariuszpujszo	Savvas Kalanderides	Vaggelisfousteris	NA	NA
Kamper 4x4 (Travel)	babcia ela	Taste and economy	Agnes.mariakaki	NA	NA
Dom bez nudy (DIY)	babciadanutkaodmic hala	Lousy Apostolopoulou	Stefanoskogias	NA	NA
Pan Kazimierz (Comedy)	jola1328	Ilias Psinakis	Takisppamatthaiou	NA	NA
Janusz Górski (Nature, agriculture, interesting facts)	taneczny_lech	Socrates Creations	CuzinaGias	NA	NA

BADANIA TERENOWE

Ostatni etap badań SeniorVlog na potrzeby stworzenia raportu z analizy porównawczej Rezultatu 1 obejmował realizację 5 warsztatów w krajach objętych programem SeniorVlog. Sesje robocze były adresowane do seniorów, trenerów ICT i/lub specjalistów terenowych, a ich celem było przedstawienie pierwszych wyników badań, skonsultowanie rezultatów oraz

zbadanie ogólnej sytuacji dotyczącej obecności seniorów w mediach społecznościowych i zjawiska nagrywania filmów przez seniorów w postrzeganiu uczestników spotkań. Opracowano przewodnik zawierający kluczowe zagadnienia do dyskusji, podany w strukturalnych ramach badań (Aneks I). Każdy kraj partnerski był odpowiedzialny za rekrutację 12 uczestników na sesję roboczą. Po zakończeniu sesji/wywiadów, każdy z partnerów wypełnił formularze

sprawozdawcze ułatwiające przeprowadzenie elementarnej analizy treści w późniejszej fazie.

W sumie udało się dotrzeć do 85 uczestników, którzy wzięli udział w 8 sesjach roboczych i 5 wywiadach osobistych w 5 krajach partnerstwa projektu SeniorVlog. Program spotkań był wspólny dla wszystkich krajów i skupiał się na:

- Krótkiej prezentacji założeń projektu
- Prezentacji metodologii i raportu z analizy krajowej

- Dyskusji z udziałem wszystkich uczestników, prowadzonej zgodnie z przewodnikiem dyskusji, moderowanej przez dwóch przedstawicieli partnerów
- Prezentacji zarysu Rezultatu 2 i koncepcji Rezultatu 3 projektu SeniorVlog

SZCZEGÓŁY WARSZTATÓW KRAJOWYCH I WYWIADÓW

Ogólne zrozumienie obecności seniorów w mediach społecznościowych i pojęcia vlogujących seniorów

Seniorzy deklarowali swoją obecność w mediach społecznościowych i w Internecie. Poziom uczestnictwa i zaangażowania wraz z rodzajem aktywności zależy od osobowości, zainteresowań i doświadczeń nieformalnych lub pozaformalnych, jakie posiada senior. W opinii osób uczestniczących nie obowiązują żadne zasady czy ograniczenia w poruszaniu się w Internecie czy mediach społecznościowych.

Jednocześnie czują się niepewnie w kwestii swoich umiejętności cyfrowych, co jednak nie zniechęca ich do podejmowania prób i wyciągania wniosków z porażek.

Umiejętności

Seniorzy odpowiedzieli, że żadne umiejętności nie są wymagane do poruszania się po Internecie. Jednakże, po głębszym zastanowieniu i kontrargumentach, seniorzy przyznali, że umiejętności cyfrowe są podstawowym warunkiem wstępnym wraz z dobrą znajomością języka angielskiego. W tym miejscu należy podkreślić, że seniorzy promują osobistą motywację i chęć do nauki jako główne "umiejętności" dla

aktywnej obecności w mediach społecznościowych, które pokonują brak umiejętności cyfrowych.

Ponadto seniorzy wspominali, że ważne są następujące umiejętności: znajomość urządzeń/sprzętu, umiejętności komunikacyjne.

Korzyści/trudności/wyzwania związane z obecnością, aktywnością i zaangażowaniem seniorów w mediach społecznościowych i vlogowaniem seniorów

Na początek seniorzy wymienili, że największą korzyścią jest możliwość bycia w kontakcie. Inne korzyści to możliwość wyrażenia siebie samego, przekazywanie wiedzy i doświadczeń życiowych nowym pokoleniom, hobby, zyski ekonomiczne itp.

Jeśli chodzi o trudności i wyzwania, seniorzy przywołali, oprócz braku umiejętności cyfrowych, argumenty skupiające się głównie na vlogowaniu seniorów. Dokładniej mówiąc, dyskutowali o tym, że umiejętności pamięciowe (przypominania sobie) zaczynają słabnąć, powodując trudności w zarządzaniu aplikacjami. Wspomnieli również, że szkolenia z zakresu ICT lub vlogowania seniorów nie są łatwo dostępne, a na dodatek kosztują. Co więcej, wyrazili swoje obawy dotyczące ochrony ich danych osobowych i możliwości zarządzania nimi w procesie vlogowania.

Szkolenia

Większość osób starszych uczestniczących w spotkaniach nie wiedziała, że istnieją programy szkoleniowe "szyte na miarę" w zakresie kursów ICT i vlogowania seniorów skierowane specjalnie do nich. Jednak ci, którzy wiedzieli o ich istnieniu, komentowali, że kosztują i to jest ich wada. Z drugiej strony, w sesjach, w których uczestniczyli profesjonalści z branży ICT,

podkreślali, że szkolenie seniorów jest wyzwaniem i jest czasochłonne, więc potrzebna jest empatia, cierpliwość, działanie w pełnej współpracy i praca w trybie mentorskim, a nie tradycyjne metody nauczania.

"Kurs SeniorVlog mógłby nosić nazwę: od samodzielności do profesjonalizmu"

"Informacje osobiste i przekazywanie danych jest problemem, bo na przykład mogą zrobić wideo i dzielić się osobistymi rzeczami, takimi jak ich prywatne życie lub informacje, które sprawiają, że są podatni na zagrożenia, bez zrozumienia tego...."

"Skąd wiemy, co jest prawdą, a co jest 'fake newsem' - w końcu jest to wykreowane?"

"Musimy ich zmotywować poprzez pasję, edukację i wsparcie w tym momencie, takie jak wsparcie techniczne, ustawienia sieci, wyjaśnienie dysku współdzielonego. Wielopokoleniowe wsparcie jest tu bardzo mile widziane. To po prostu działa."

" Nikt nie jest uzdolniony, ale szkolimy się. Najlepiej chyba zacząć od nauczania w małych grupach"

"Poprzez media społecznościowe możemy przekazać ideę pozytywnego starzenia się, wykrzyczeć światu, że starość to nie choroba!!! "

ZALECENIA

Wreszcie, ta część próbuje odpowiedzieć na pytania badawcze, a także dostarcza rekomendacji, tak aby program edukacyjny SeniorVlog uwzględniał cechy demograficzne, kulturowe i behawioralne populacji seniorów w krajach partnerskich.

Pytanie badawcze 1:

What is the current rate of Internet use among older adults (above 60)?

Odpowiedź:

W oparciu o wtórne dane krajowe z Polski, Włoch, Portugalii, Grecji i Cypru, poniżej przedstawiamy tendencje w korzystaniu z Internetu przez osoby starsze (60+ lat), wskaźniki i stopy

Polska	Włochy	Portugalia	Grecja	Cypr
6:10	5:10	4:10	8:10	6:10
61%	50%	48%	74%	58%

Rekomandacje:

Jest oczywiste, że we wszystkich krajach prawie połowa populacji seniorów korzysta z Internetu, co oznacza, że istnieje pole do dalszego wzrostu umiejętności cyfrowych, wzmocnienia i zaangażowania w tej strukturze wiekowej. W szczególności

dla projektu SeniorVlog, powyższy wniosek oznacza, że projekt jest skierowany do bardzo dużej grupy odbiorców, którzy mają potencjał i zainteresowanie, aby zaangażować się w świat mediów społecznościowych, odkrywając zalety vlogowania poprzez wykorzystanie programu edukacyjnego SeniorVlog, aby być społecznie zintegrowanym.

Pytanie badawcze nr 2:

Jakie popularne jest vlogowanie i jakie są najpopularniejsze filmiki (i kategoria filmików) wśród osób starszych (powyżej 60 roku życia)?

Odpowiedź:

Na podstawie badań pierwotnych przeprowadzonych w kanałach social media YouTube i TikTok, wyniki prowadzą do wniosku, że kategorie vlogowania i filmy wideo różnią się ze względu na różnice socjokulturowe, preferencje i postawy. Jednakże, w próbie ujednoczenia filmów, vlogerów i kategorii, następujące kategorie zostały odkryte z wysoką częstotliwością preferencji wśród starszej populacji partnerów i w obu kanałach: sprawy bieżące, muzyka i taniec, gotowanie, podróże, sport/fitness, moda/uroda.

Rekomendacje:

Zachęca się wykorzystać program edukacyjny SeniorVlog w celu zainspirowania seniorów uczących się do tworzenia vlogów w wyżej wymienionych dziedzinach zainteresowania oraz wspierania kadry edukacyjnej i mentorów w wykorzystywaniu takich tematów jako studiów przypadków w celu podkreślenia skutecznych technik tworzenia vlogów.

Pytanie Badawcze nr 3:

Jak popularne jest vlogowanie i jakie są najpopularniejsze filmiki (i kategorie filmików) wśród młodszych grup wiekowych (7-13 lat)?

Odpowiedź:

Według wyników naszych badań Włochy zajmują pierwsze miejsce w udziale korzystania z TikTok w populacji młodzieży (41%), Portugalia zajmuje pierwsze miejsce w udziale YouTube w populacji młodzieży (27%). W Polsce seniorzy i młodzi odbiorcy YouTube mają wspólne preferencje w kategoriach komedii i muzyki, podczas gdy w Grecji sprawy bieżące, ludzie i blogi, nauka, komedia to kategorie powszechnie identyfikowane w obu grupach wiekowych. Należy jednak zauważyć, że kategorie gier, komedii, życia szkolnego i nauki wydają się być preferowane przez młodych widzów

w porównaniu z seniorami, którzy nie nagrywali takich filmów w tych tematach.

Rekomendacje:

Działalność i dokonania młodych i seniorów w zakresie vlogowania to dwa równoległe światy, które współistnieją i są adresowane do odbiorców w każdym wieku. Program SeniorVlog mógłby to wykorzystać i promować ideę braku dyskryminacji ze względu na wiek we vlogowaniu.

Pytanie Badawcze nr 4:

Czy dostępne są oferty szkoleń na temat tego, jak prowadzić vloga? Czy te kursy są odpowiednie dla seniorów? Jakiego typu umiejętności obejmują?

Odpowiedź:

Analiza sytuacji zastanej zidentyfikowała 25 programów szkoleniowych istotnych dla vlogowania w krajach partnerskich. Wszystkie z nich oferują dobrze ugruntowaną strukturę edukacyjną kursów zaprojektowanych tak, aby zająć się zaangażowaniem uczniów w świat mediów społecznościowych, spełniając warunki szkolenia, takie jak kwalifikacje, tryb nauki, struktura programu nauczania, godziny nauki itp. Jednak z badań terenowych, a w szczególności z warsztatów, wynikają obawy, że nie wszystkie dostępne kursy są bezpłatne.

W odniesieniu do oferty szkoleniowej dostosowanej do populacji seniorów, okazało się, że niektóre z nich zostały zaprojektowane specjalnie dla tej grupy (szkolenia w Portugalii i Polsce), skupiając się na specyficznych potrzebach grupy wiekowej. Jeśli chodzi o zakres umiejętności, istniejące programy szkoleniowe odpowiadają niższym poziomom taksonomii Blooma - wiedza i rozumienie - i koncentrują się na umiejętnościach cyfrowych, a mniej na wsparciu bezpośrednim.

Zalecenie:

Program edukacyjny SeniorVlog może być inspirowany istniejącymi kursami i dalej rozwijać obszary, które umożliwią osobom starszym zaangażowanie się w vlogowanie, zapewniając jednocześnie atrakcyjne uczestnictwo oraz zwiększać ich kreatywność.

Pytanie badawcze nr 5:

Jakie są główne obszary, w których seniorzy powinni się szkolić, aby podnieść swoje kompetencje cyfrowe i nabyć umiejętności vlogowania? Jaki jest optymalny tryb/model realizacji szkoleń dla osób starszych?

Odpowiedź:

Na podstawie wyników naszych warsztatów i wniosków z przeglądu literatury stwierdzamy, że seniorom brakuje umiejętności cyfrowych istotnych dla procesu vlogowania; chociaż są zaznajomieni z kanałami w mediach społecznościowych. W szczególności seniorzy uważają podstawowe umiejętności cyfrowe i dobrą znajomość języka angielskiego za podstawowe obszary, nad którymi należy pracować. Ponadto, seniorzy wspomnieli o znajomości urządzeń/sprzętu, jak również umiejętności komunikacyjne jako istotne dla tego procesu. Jeśli chodzi o sposób prowadzenia szkoleń, zauważono, że od starszych uczniów oczekuje się specjalnego traktowania ze względu na fizyczne i psychiczne wyzwania, które pojawiają się wraz ze starzeniem się.

Zalecenie:

Proponuje się, aby program edukacyjny SeniorVlog był zbudowany na trzech filarach: a) umiejętnościach technicznych związanych z procesem vlogowania, b) podstawowych kompetencjach cyfrowych związanych z infrastrukturą IT oraz c) praktycznych umiejętnościach tworzenia vlogów w działaniu. Kompetencje te mają być nabywane w ścisłej współpracy z trenerami ICT doświadczonymi w nauczaniu osób starszych. Dlatego też metoda mentoringu jest uważana za odpowiednią.

ZAŁĄCZNIK I RAMY STRUKTURALNE DLA BADAŃ

Wstęp

Projekt ten ma na celu poprawę życia osób starszych, poprzez lepsze przygotowanie ich do pełnego wykorzystania możliwości Internetu i stania się bardziej widocznym w mediach społecznościowych. Stworzenie innowacyjnego Programu Szkoleniowo-Mentoringowego SeniorVlog zaoferuje ustrukturyzowane podejście do przygotowania seniorów, a zarazem użytkowników Internetu w kluczowe kompetencje i umiejętności cyfrowe pozwalające im stać się Vlogerami widocznymi w społeczności Internetowej, tak by seniorzy stali się coraz bardziej widoczni w przestrzeni publicznej. Celem wsparcia mentorskiego będzie stworzenie bezpiecznego miejsca pracy i kontaktów interpersonalnych, gdzie luka pokoleniowa będzie miała szansę zmniejszyć się dzięki elementom gamifikacji, zachęcaniu do dialogu międzypokoleniowego.

Program da szansę na połączenie różnych stylów vlogowania, tematów oraz międzypokoleniowych i międzynarodowych

rozmów vlogerskich. Innowacyjny program szkoleniowo-mentoringowy SeniorVlog pomoże seniorom rozwijać się i dzielić swoją pasją, wiedzą, stać się bardziej pewnymi siebie jako twórcy treści i wiedzy. Kurs pomoże również w przypadku dość powszechnej sytuacji - braku osoby z najbliższej rodziny lub otoczenia, która znalazłaby czas i cierpliwość na wprowadzenie seniora w początkowo skomplikowany świat wirtualny.

Internetowa wersja poradnika "Senior Vloguje" ma na celu dotarcie do wielu dorosłych internautów chcących rozpocząć vlogowanie, bez ścisłych ograniczeń wiekowych. Włącza i aktywizuje seniorów do wzięcia odpowiedzialności za swoją przyszłość, tworzy i rozwija elastyczne oferty edukacyjne dostosowane do potrzeb edukacyjnych osób dorosłych znajdujących się w niekorzystnej sytuacji, które mogą być zagrożone dyskryminacją ze względu na wiek. Projekt promuje włączenie społeczne i oferuje nowe możliwości kształcenia dorosłych, w szczególności dla dorosłych seniorów o niższym poziomie umiejętności cyfrowych, wiedzy i kompetencji ICT oraz dla pracowników organizacji partnerskich – teraz z szansą na nową możliwość i innowacyjną rolę mentora/edukatora vlogowania.

Program SeniorVlog będzie sprzyjał rozwojowi kompetencji społecznych i kluczowych, oferował możliwości uczestnictwa w życiu społecznym i mediach społecznościowych. Zapewni wskazówki i strategie motywacyjne dla mentorów i edukatorów, jak również uczestników końcowych.

Pierwszy rezultat projektu zawiera zadania, które dotyczą zdefiniowania specyfikacji (podstawy) dla programu szkoleniowego SeniorVlog (O2). Ta dokumentacja jest strukturalną ramą dla działań badawczych wykonywanych przez wszystkich partnerów podczas pierwszego rezultatu, aby zakończyć się raportem porównawczym zawierającym analizę zawartości mediów społecznościowych.

Metodologia ta ma na celu dostarczenie odpowiednich narzędzi i instrukcji, aby usprawnić działania związane z gromadzeniem danych, a także wskazać partnerom SeniorVlog, jak udokumentować obecny i przyszły stan obecności seniorów (60+ lat) i młodzieży (7-13 lat) w mediach społecznościowych, jak również zidentyfikować dostępną ofertę szkoleniową na temat vlogowania skierowaną do starszych osób. W szczególności, pierwszy produkt projektu, raport porównawczy zawierający analizę zawartości mediów społecznościowych jest elementem składowym dla drugiego produktu projektu (O2), dostarczając niezbędnych podstaw do

rozwoju efektów kształcenia programu SeniorVlog. Dostarczy on partnerom instrukcje krok po kroku, jak przyczynić się do zbierania i dokumentowania dowodów, uwzględniając:

- Metody gromadzenia danych
- Działania badawcze
- Kryteria (jakości) gromadzenia danych
- Plany badań i etapy realizacji
- Narzędzia gromadzenia informacji i sprawozdawczości
- Słowa kluczowe wyszukiwania i źródła danych
- Grupy docelowe
- Cele gromadzenia danych
- Podział pracy i harmonogram

Metodologia zapewni również wytyczne, jak sporządzić sprawozdanie z analizy na poziomie kraju, służące jako punkt wyjścia do dyskusji z zainteresowanymi stronami i punkt odniesienia dla opracowania programu szkolenia; sprawdzające co osoba ucząca się już wie, rozumie i jest w stanie zrobić po ukończeniu nauki oraz jak powiązać efekty uczenia się z metodami i materiałami nauczania i oceny.

Raport został skonstruowany w następujący sposób. Sekcja 2 przedstawia podejście metodologiczne i definiuje pytania

badawcze. Sekcja 3 wyszczególnia plany badawcze dla każdego działania i metody zbierania danych. Sekcja 4 przedstawia plan działania i plan czasowy dla realizacji pierwszego wyjścia nakazuje badania. Sekcja 5 zawiera wskazówki, jak przygotować raport z analizy kraju do zbierania danych. Sekcja 6 zawiera wskazówki, jak sformułować efekty uczenia się. Wreszcie, sekcja 7 zawiera wszystkie narzędzia do zbierania danych, które partnerzy powinni wykorzystać do każdego działania badawczego. Są one przedstawione jako załączniki na końcu dokumentu.

PODEJŚCIE METODOLOGICZNE

Cel i pytania badawcze

Nadrzędnym celem działań badawczych O1 jest lepsze zrozumienie i pozyskanie większej ilości informacji na temat zjawiska vlogowania przez seniorów w krajach partnerskich i w całej UE, poprawa wiedzy w tej dziedzinie (która obecnie ogranicza się głównie do ogólnego wykorzystania Internetu i obecności w mediach społecznościowych) i zapewnienie świadomej podstawy dla odpowiedniego rozwoju OER.

W badaniach starano się odpowiedzieć na następujące pytania badawcze:

- Jaki jest obecny wskaźnik korzystania z Internetu wśród starszych dorosłych (powyżej 60 roku życia)?
- Jaki jest obecny wskaźnik obecności w mediach społecznościowych wśród starszych dorosłych (powyżej 60 roku życia)?
- Jak popularne jest vlogowanie i jakie są najpopularniejsze filmiki (i kategoria filmików) wśród starszych osób (powyżej 60 roku życia)?
- Jak popularny jest vlogging i jakie są najpopularniejsze filmiki (i kategoria filmików) wśród osób młodszych (7-13 lat)?
- Czy są dostępne oferty szkoleń na temat tego, jak prowadzić vloga? Czy te kursy są odpowiednie dla seniorów? Jakiego typu umiejętności obejmują?
- Jakie są główne obszary, w których seniorzy powinni być szkoleni, aby podnieść swoje kompetencje cyfrowe i nabyć umiejętności vlogowania? Jaki jest optymalny tryb/model realizacji szkoleń dla osób starszych?

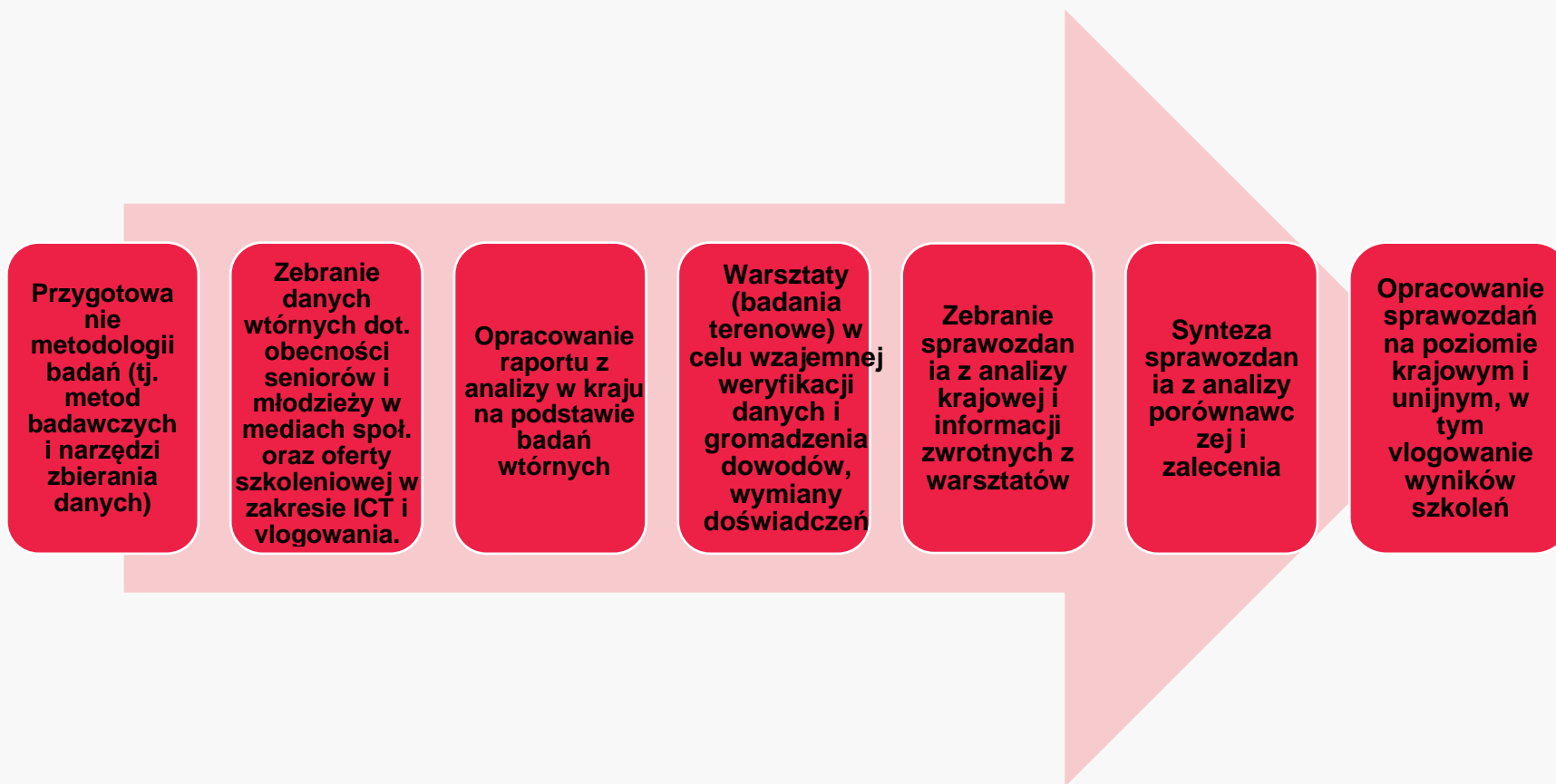
Metodyka badań

Gromadzenie informacji będzie połączeniem badań w ramach analizy sytuacji zastanej i badań terenowych.

1. **Analiza sytuacji zastanej:** zostanie przeprowadzona w celu zebrania informacji na temat istniejącego wykorzystania i obecności seniorów i młodzieży w mediów społecznościowych. Ponadto, zebrane zostaną istniejące oferty szkoleniowe dotyczące vlogowania, jako sposób na zidentyfikowanie aktualnych trendów w dostępnych kursach w odniesieniu do innowacyjnych procesów do praktyk vlogowania oraz kursów ICT (płatnych lub bezpłatnych, formalnych lub nieformalnych) skierowanych do seniorów. Działanie to pomoże określić obecny poziom vlogowania wśród seniorów i młodzieży. Formularze sprawozdawcze analizy sytuacji zastanej zostaną wykorzystane w celu sprawnego zebrania dowodów i stworzenia raportu z analizy krajowej.
2. **Badania terenowe:** skupiające się na vlogowaniu wśród seniorów będą prowadzone z wykorzystaniem warsztatów/sesji roboczych, które mają się odbyć w szóstym miesiącu realizacji projektu. W szczególności 12 przedstawicieli dostawców usług edukacyjnych dla dorosłych, ekspertów terenowych i specjalistów w dziedzinie ICT, edukacji dorosłych i ekspertów w dziedzinie vlogowania będzie

uczestniczyć w celu wzajemnego przeglądu raportów z analizy krajów opracowanych na podstawie analizy danych zastanych, a jednocześnie zbierać wkład od profesjonalistów i seniorów w odniesieniu do dostępnych zasobów edukacyjnych ICT i sposobu vlogowania. Wnioski z warsztatów przyczynią się do wdrożenia rezultatów 2 i 3 (program szkolenia SeniorVlog, Przewodnik Mentoringu oraz rekomendacje dotyczące wsparcia dla vlogujących seniorów). Jeśli zostanie to uznane za konieczne, mogą zostać przeprowadzone osobiste wywiady, aby zapewnić wgląd w sytuację, gdyby warsztaty nie przyniosły oczekiwanych rezultatów.

RYSUNEK 1: PROGRES ZADAŃ PROWADZĄCYCH DO WYTWORZENIA PIERWSZEGO PRODUKTU INTELEKTUALNEGO



PLANY BADAŃ

Ta sekcja zawiera przegląd działań badawczych, które będą prowadzone przez partnerów w celu uzyskania lepszego obrazu obecności seniorów w mediach społecznościowych, ze szczególnym uwzględnieniem aktywności w postaci vlogów. Szczegółowe instrukcje zostaną dostarczone w formie planów badawczych dla każdego działania badawczego, określając również zaangażowanie partnerów i oczekiwany wkład.

Zakres	Nazwa działalności badawczej	POZIOM NARODOWY	POZIOM EUROPEJSKI
VLOGUJĄCY SENIORZY	3.1 Zbieranie danych surowych dotyczących obecności seniorów w mediach społecznościowych	WSZYSCY PARTNERZY	PCG
	3.2. Seniorskie vlogowanie: Analiza stanu obecnego	WSZYSCY PARTNERZY	ANS
	3.2.1 Popularne kategorie kanałów YouTube, TikTok (vlogi) skierowane do seniorów	WSZYSCY PARTNERZY	APX
	3.2.2 Lista z popularnymi vlogami, kanałami YouTube, TikTok wśród seniorów	WSZYSCY PARTNERZY	CUT
	3.2.3 Lista z popularnymi vlogami, kanałami YouTube, TikTok produkowanymi przez seniorów	WSZYSCY PARTNERZY	EXELIA
VLOGUJĄCA MŁODZIEŻ	3.3.1 Młodzieżowe vlogowanie: Analiza stanu obecnego Popularne kategorie kanałów YouTube (vlogów), TikTok adresowanych do dzieci/młodzieży	WSZYSCY PARTNERZY	PCG

Zakres	Nazwa działalności badawczej	POZIOM NARODOWY	POZIOM EUROPEJSKI
	3.3.2 Lista z popularnymi vlogami, kanałami YouTube, TikTok wśród dzieci/młodzieży	WSZYSCY PARTNERZY	ANS
	3.3.3 Lista z popularnymi vlogami, kanałami YouTube, TikTok tworzonymi przez dzieci/młodzież	WSZYSCY PARTNERZY	APX
OFERTA EDUKACYJNA	3.4 Identyfikacja istniejących szkoleń (kursów, wykładów wideo) dla seniorów z zakresu vlogowania i produkcji treści wideo	WSZYSCY PARTNERZY	EXELIA
PRZEGLĄD LITERATURY	3.5 Identyfikacja i przegląd prac naukowych na temat obecności osób starszych w mediach społecznościowych	N/A	CUT
WARSZTATY	3.6 Warsztaty (zbieranie informacji od profesjonalistów i seniorów w odniesieniu do dostępnych zasobów edukacyjnych ICT oraz sposobu prowadzenia vlogów)	WSZYSCY PARTNERZY	N/A