

A. Klimczuk, *Ludzie starzy o swoim wizerunku w mediach (Older People About Their Media Image)*, [in:] P. Gliński, I. Sadowski, A. Zawistowska (eds.), *Kulturowe aspekty struktury społecznej. Fundamenty. Konstrukcje. Fasady*, Wydawnictwo IFiS PAN and Wydział Historyczno-Socjologiczny Uniwersytetu w Białymstoku, Warszawa 2010, pp. 383-395.

Andrzej Klimczuk

Ludzie starzy o swoim wizerunku w mediach (na przykładzie mieszkańców Białegostoku)

Wprowadzenie

Obecność środków komunikowania masowego uznaje się za jedną z głównych cech społeczeństw nowoczesnych. Znacznie oddziałują na dynamikę zmian, innowacje, wzory konsumpcji, nowe style życia oraz wiedzę o wydarzeniach w wymiarze lokalnym i globalnym. Nadmiar informacji sprawia jednak, iż ich odbiorcy obojętnieją na doniesienia, opierają się przeciwko nim, bądź też tracą orientację w rzeczywistości i odczuwają niepewność co do stałości i spójności świata.

W społeczeństwach przedindustrialnych, zanim modernizacja doprowadziła m.in. do pojawienia się nowych zawodów, rozwoju powszechnej oświaty i *mass* mediów, zasoby i wiedzę kontrolowali ludzie starzy. Starsze pokolenia przekazywały młodszemu pokoleniu dorobek przodków. Sędziwy wiek wiązał się z prestiżem, doświadczeniem, mądrością, kontaktem z siłami nadprzyrodzonymi i władzą. Wypieranie tradycji mówionej przez pismo i druk oraz tworzenie nowoczesnych demokracji przeciwstawnych systemom hierarchicznym i autokratycznym, prowadziło do obniżenia pozycji społecznej ludzi starych. Jednocześnie nowoczesność ukształtowała powszechną służbę zdrowia oraz system zabezpieczenia starości w formie rent i emerytur co poprawiło stan zdrowia ludności i doprowadziło do wzrostu udziału ludzi starych w populacji. Interesująca staje się zatem próba analizy jak ludzie starzy jako segment struktury społecznej postrzegają docierające do nich za pośrednictwem prasy, radia i telewizji prezentacje medialne obejmujące ich wizerunek, problemy i interesy. Ważne jest też zwrócenie uwagi na oczekiwania seniorów wobec działalności mediów i podejmowane próby ich zmiany. Analiza dotyczy osób starszych z miasta Białystok.

Założenia teoretyczne

W artykule tym ludzi starych¹ określa się jako kategorię społeczną - zbiór osób podobnych do siebie pod względem społecznie istotnych cech (jak wiek, role społeczne i

¹ Według badaczy zjawiska dyskryminacji ze względu na wiek już samo powszechne używanie słów „stary” i „starzy” sprzyja podziałom - przywołują skojarzenia z ubóstwem, niemocą i zależnością od innych.

A. Klimczuk, *Ludzie starzy o swoim wizerunku w mediach (Older People About Their Media Image)*, [in:] P. Gliński, I. Sadowski, A. Zawistowska (eds.), *Kulturowe aspekty struktury społecznej. Fundamenty. Konstrukcje. Fasady*, Wydawnictwo IFiS PAN and Wydział Historyczno-Socjologiczny Uniwersytetu w Białymstoku, Warszawa 2010, pp. 383-395.

korzystanie ze świadczeń społecznych), którzy są świadomi tego podobieństwa i swojej odrębności od innych, przy czym niekoniecznie muszą utrzymywać bezpośrednie kontakty i interakcje z podobnymi do siebie, gdyż zachodzą one dopiero w grupach społecznych np. w klubie seniora (Sztompka 2002: 193 i 197). Za kryterium starości przyjmuje się za ekspertami Światowej Organizacji Zdrowia (Raport... 1999: 7) przekroczenie 60. roku życia.

Rozwój społeczno-ekonomiczny Białegostoku - największego miasta północno-wschodniej Polski, stanowiącego stolicę województwa podlaskiego wymaga większego zainteresowania tematem starzenia się społeczeństwa (zob. World... 2004; Gruescu 2007). W 1988 roku osoby po 60. roku życia stanowiły blisko 12% mieszkańców miasta - przekroczony został próg starości demograficznej, świadczący o obciążeniu ludności w wieku produkcyjnym ludnością w wieku poprodukcyjnym (Podstawowe informacje... 2003: 29-31). W 2008 ludzie starzy stanowili już 17,8% mieszkańców (Bank Danych Regionalnych 2009). W 2030 roku ludzie starsi mogą stanowić już 31% tej populacji, a co za tym idzie, obciążenie ekonomiczne osobami w wieku nieprodukcyjnym wzrośnie o jedną piątą (Prognoza... 2004). Poza wzrostem wydatków publicznych na utrzymanie ludzi starych skutkami tego procesu będą m.in. feminizacja populacji, wzrost zapotrzebowania na usługi opieki społecznej i sektora zdrowia oraz zmiany struktur rodzin, społeczności lokalnych, konsumpcji, inwestycji, innowacyjności i produktywności pracy, preferencji politycznych i edukacji (Szatur-Jaworska, Błędowski, Dzięgielewska 2006: 241-266). Przemiany te uzasadniają poszukiwanie rozwiązań, które pozwolą na wydłużanie aktywności zawodowej seniorów, wzrost ich uczestnictwa społecznego, obniżenie kosztów ich utrzymania oraz kształtowanie pozytywnych postaw wobec starości i otwartości kulturowej. Przy poszukiwaniach tych należy uwzględnić wskazane przez B. Synaka (2000: 12-13) cztery powody deprywacji społecznej ludzi starych w Polsce po 1989 roku: (1) zachwianie pamięcią zbiorową stwarzające problemy tożsamościowe, negacja przed młodych rzeczywistości Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej; (2) obecność obniżających poczucie bezpieczeństwa nowych zjawisk kulturowych i zagrożeń - upowszechnianie wiedzy o nich przez *mass media*; (3) wzrost tendencji technokratycznych i przejawów ageizmu (dyskryminacji ze względu na wiek) ujawniających się głównie na rynku pracy; oraz (4) obniżanie wieku przechodzenia na

Przeciwdziałaniu uprzedzeniom i stereotypom mogą sprzyjać zmiany językowe. Rzeczywistość lepiej oddają zwroty „starszy” i „starsi”, które wskazują na relatywizm wieku. Określenia te jednak jako jednostki analityczne są mniej użyteczne (Szukalski 2004:13-14).

A. Klimczuk, *Ludzie starzy o swoim wizerunku w mediach (Older People About Their Media Image)*, [in:] P. Gliński, I. Sadowski, A. Zawistowska (eds.), *Kulturowe aspekty struktury społecznej. Fundamenty. Konstrukcje. Fasady*, Wydawnictwo IFiS PAN and Wydział Historyczno-Socjologiczny Uniwersytetu w Białymstoku, Warszawa 2010, pp. 383-395.

emeryturę przy jednoczesnym wydłużaniu dalszego trwania życia i braku przyjętych w poprzednich latach życia wzorów aktywnego spędzania czasu wolnego.

Pod pojęciem wizerunku za P. Sztompką rozumie się „sumę wszystkich zewnętrznych cech, które dadzą się zaobserwować, a które mogą świadczyć o wiarygodności partnera” (Sztompka 2007: 226). Bezpośrednio obserwowalne cechy poszczególnych osób to: ich wygląd, zachowanie i otoczenie. Tak rozumiany wizerunek obok reputacji i aktualnych osiągnięć jednostki stanowi kryterium na podstawie którego ludzie decydują o obdarzeniu innych zaufaniem. Zaufanie jest „najcenniejszą odmianą kapitału społecznego” (tamże: 224), czyli potencjału współdziałania osadzonego w powiązaniach międzyludzkich i normach społecznych zdolnego do przynoszenia korzyści osobom, grupom i społeczeństwom. Zaufanie to rodzaj zakładu (przekonania i opartego na nim działania) podejmowanego przez jednostkę na temat niepewnych przyszłych działań innych ludzi (tamże: 69-72). W zakładzie tym aktor społeczny szacuje na ile działania pozostałych będą dla niego korzystne. Zaufanie daje poczucie przewidywalności zachowań innych osób. Nieufność polega zaś na szacowaniu potencjalnych szkód, a brak zaufania to sytuacja neutralna kiedy aktorzy społeczni nie mają zdania na temat pozostałych - nie okazują ani zaufania, ani nieufności (tamże: 73). Określenie wizerunek jest zbieżne z koncepcją fasad, którą E. Goffman sformułował w teorii dramaturgicznej służącej do analizy różnych sytuacji, spotkań i zgromadzeń w życiu codziennym (Goffman 1981: 156-195). Fasady świadczą o cechach grupy wiekowej i klasy społecznej do której należy ich posiadacz. Fasadami można manipulować by wywołać na innych określone wrażenie. Autentyczne cechy jednostki można poznać tylko podglądając ją gdy znajduje się za kulisami - w sferze prywatności i anonimowości, gdzie odpoczywa i przygotowuje się do dalszego odgrywania ról społecznych, w sferze którą stara się ukryć przed pozostałymi. Nie wszyscy skutecznie manipulują fasadami - posiadają jedynie zasoby kulturowe, o których być może nie wiedzą, nie potrafią lub nie chcą się nimi posłużyć, aby aktywnie kształtować swój los. Dopiero zakomunikowanie innym posiadanych cech, umiejętności i kompetencji sprawia, że zasoby te stają się kapitałem kulturowym otwierającym dostęp do określania i realizacji pragnień oraz konwersji tych zasobów na inne jak np. znajomości, władza, pieniądze, style życia (Bourdieu, Wacquant 2001: 104).

Z wizerunkiem wiąże się zagadnienie ageizmu, który według R. Butlera, twórcy tego określenia, odnosi się do „procesu systematycznego tworzenia stereotypów i dyskryminowania ludzi z powodu tego, iż są starzy” (Palmore 1990: 4). W szerszej definicji

A. Klimczuk, *Ludzie starzy o swoim wizerunku w mediach (Older People About Their Media Image)*, [in:] P. Gliński, I. Sadowski, A. Zawistowska (eds.), *Kulturowe aspekty struktury społecznej. Fundamenty. Konstrukcje. Fasady*, Wydawnictwo IFiS PAN and Wydział Historyczno-Socjologiczny Uniwersytetu w Białymstoku, Warszawa 2010, pp. 383-395.

P. Szukalskiego wskazującej na możliwość występowania tego zjawiska też w odniesieniu do innych grup wiekowych zakłada się, iż ageizm to „zestaw przekonań, uprzedzeń i stereotypów mających swe podstawy w biologicznym zróżnicowaniu ludzi, związanym z procesem starzenia się, które dotyczą kompetencji i potrzeb osób w zależności od ich chronologicznego wieku” (2004: 11). Przyjmuje się, że wiek kalendarzowy wraz z takimi cechami, jak stan zdrowia, stan emocjonalno-intelektualny i poziom życia może stanowić podstawę do wyodrębniania grup, które są dyskryminowane na skutek kontroli dostępu do różnorodnych zasobów. Na inne aspekty zwraca uwagę definicja E. Thorpe’a zgodnie z którą do ageizmu dochodzi „gdy uprzedzenia związane z wiekiem zostają zinstytucjonalizowane, czy to wprost poprzez przepisy i uregulowania prawne, czy też w sposób mniej czytelny, przejawiający się w zwyczajach i praktyce życia społecznego. Dyskryminacja ze względu na wiek dotyka ludzi w różnym wieku, choć w sposób szczególny doświadczana jest przez osoby starsze, przez co przyczynia się do wykluczania ich ze społeczeństwa” (2004: 51).

Ageizm może zachodzić w trzech formach: bezpośredniej, pośredniej i zwielokrotnionej (tamże). W pierwszym przypadku wiek wpływa na mniej przychylnie traktowanie osoby w określonej sytuacji niż pozostałych w porównywalnych warunkach. W drugim wobec wszystkich stosowane są pozornie neutralne warunki, kryteria lub praktyki, lecz konkretną grupę wiekową dotykają w sposób szczególny i nie mogą zostać obiektywnie uzasadnione. Dyskryminacja zwielokrotniona zachodzi zaś, gdy jednocześnie nakładają się na siebie różne przyczyny dyskryminacji np. wiek, płeć, orientacja seksualna, niepełnosprawność, rasa, pochodzenie etniczne. Ageizm zachodzi głównie w takich obszarach jak: zatrudnienie i praca (np. odmowa przyjęcia do pracy z powodu wieku), opieka zdrowotna (np. umieszczanie seniorów na oddziałach oferujących niewystarczające świadczenia), usługi finansowe (np. tłumaczenie wiekiem odmowy udzielenia kredytu), ubezpieczenia społeczne (np. odmawianie przyznania niektórych zasiłków) oraz dostęp do dóbr (np. niedostępne dla ludzi starych oferty i promocje). Ageizm może występować też w ramach m.in. poziomu dochodów, edukacji, udziału w procesie decyzyjnym i dialogu społecznym oraz przy podkreślaniu negatywnych konsekwencji procesu starzenia się społeczeństw. Zauważa się też, że ageizm tym się różni od innych typów uprzedzeń, iż ma „zwrotny” charakter: z upływem lat, w mniejszym lub większym stopniu, dotyka tych którzy posiadają takie uprzedzenia.

Przeciwdziałaniu ageizmu mogą sprzyjać (Szukalski 2004: 13-14; Thorpe 2004: 53-54): zakazy prawne, zmiany językowe, zmiany kryteriów ustalania wieku emerytalnego,

A. Klimczuk, *Ludzie starzy o swoim wizerunku w mediach (Older People About Their Media Image)*, [in:] P. Gliński, I. Sadowski, A. Zawistowska (eds.), *Kulturowe aspekty struktury społecznej. Fundamenty. Konstrukcje. Fasady*, Wydawnictwo IFiS PAN and Wydział Historyczno-Socjologiczny Uniwersytetu w Białymstoku, Warszawa 2010, pp. 383-395.

rozpatrywania relacji międzypokoleniowych i budownictwa mieszkaniowego, podejmowanie badań nad starością, organizowanie kampanii świadomościowych z wykorzystaniem *mass* mediów, systemu edukacji i informacji publicznej, zwalczanie przemocy wobec ludzi starszych oraz wprowadzanie ułatwień w dostępie do opieki zdrowotnej, edukacji przez całe życie, środków transportu i aktywnego udziału w procesie podejmowania decyzji.

Mianem mediów masowych lub środków komunikowania masowego za D. McQuailem określa się „instytucjonalne środki publicznego komunikowania na odległość, do wielu odbiorców, w krótkim czasie” (McQuail 2007: 23). Upowszechniające się głównie od początku XX wieku prasa, radio i telewizja, są instytucjami tworzącymi niewiele przekazów, ale ich potencjalny zasięg i skala oddziaływania jest ogólnospołeczna. Media pełnią pięć funkcji (tamże: 111-112): informują, korelują (wyjaśniają, socjalizują, koordynują działania), zapewniają ciągłość (wyrażają dominującą kulturę), zapewniają rozrywkę i mobilizują. Działalność instytucji medialnych ma charakter gospodarczy - pełnionym przez nie funkcjom odpowiadają kreowane w nich dobra niematerialne i usługi. Media zajmują się zdobywaniem uwagi odbiorców poprzez poszukiwanie i prezentację coraz to nowszych treści, aby następnie odsprzedać ją przemysłowi reklamowemu i zachęcić audytorium do konsumpcji innych wytworów (Krzysztofek 2006: 12). Media są zatem w stanie zarówno „zaglądać do kulis” i obnażać fakty podważające zaufanie do osób i grup, jak też np. w przerwach reklamowych udzielać porad z zakresu kształtowania wizerunku sprzyjającego sukcesom. Według B. Jałowieckiego wybiórcze, rynkowe zasady mediów stają się zagrożeniem dla demokracji podważającym możliwość kształtowania opartego na zaufaniu społeczeństwa obywatelskiego (Jałowiecki 2008: 109). Z drugiej strony P. Sztompka twierdzi, że mogą budować kulturę zaufania i współdziałania zwiększając przejrzystość organizacji społecznej (monitorując działalność polityków i instytucji, zachęcając ich do otwartej działalności skłaniającej obywateli do zainteresowania problemami i współpracy) oraz edukację dla zaufania (w zakresie: podkreślania ciągłości tradycyjnych stylów życia, reguł i zwyczajów; uwzględniania tematyki zaufania i nieufności w debatach publicznych; oraz ukazywania wzorów opłacalności postępowania ufnego) (Sztompka 2007: 296-300).

Reprezentatywne badania Polskiego Towarzystwa Gerontologicznego przeprowadzone w 2000 roku dowodzą, iż osoby powyżej 65 roku życia czas wolny spędzają głównie przed telewizorem (84%), słuchając radia (64%) i czytając prasę (56%) (Halicka, Halicki 2002: 191-218). Kolejne edycje „Diagnozy Społecznej” dowodzą zwiększania się

A. Klimczuk, *Ludzie starzy o swoim wizerunku w mediach (Older People About Their Media Image)*, [in:] P. Gliński, I. Sadowski, A. Zawistowska (eds.), *Kulturowe aspekty struktury społecznej. Fundamenty. Konstrukcje. Fasady*, Wydawnictwo IFiS PAN and Wydział Historyczno-Socjologiczny Uniwersytetu w Białymstoku, Warszawa 2010, pp. 383-395.

czasu poświęcanego na oglądanie telewizji przez osoby powyżej 65 roku życia czyniąc z nich największą część jej odbiorców (do 1 godziny oglądania: 10% w 2009 roku; 1-3 godziny: 47,8%; 3 i więcej godzin: 42,2%) (Czapiński 2009: 237). Bierne uczestnictwo seniorów w życiu społecznym tłumaczy się powszechnością i łatwą obsługą sprzętu radiowo-telewizyjnego, brakiem wzorów aktywnego spędzania czasu wolnego, niedostatkami aktywności w poprzednich etapach życia, brakiem przygotowania do starości, słabą kondycją ekonomiczną i ograniczoną dostępnością odpowiednich instytucji i urzędzeń rekreacyjnych.

Założenia metodologiczne

W dalszej części pracy przedstawione zostaną wybrane wyniki badań stanowiące niepublikowane analizy materiałów zebranych przez autora w okresie od początku grudnia 2007 roku do końca stycznia 2008 podczas przygotowywania pracy magisterskiej pt.: „Kapitał społeczny ludzi starych na przykładzie mieszkańców Białegostoku”. Główny problem badawczy stanowi pytanie: jaki jest stan kapitału społecznego ludzi starych mieszkających w Białymstoku, jakim ulega przemianom i jakie jest jego zróżnicowanie? Artykuł zawiera wątki w których poruszono zagadnienie roli mediów w życiu osób starszych.

Badanie realizowano przy wykorzystaniu metody jakościowej i zastosowaniu techniki wywiadu swobodnego ukierunkowanego przy użyciu dyspozycji do wywiadu. Obserwacja nieuczestnicząca i jakościowa analiza treści były technikami pomocniczymi. Wybór tych środków miał pozwolić na podmiotowy kontakt z ludźmi starymi i pełniejsze poznanie kontekstu ich kapitału społecznego, jak również pozwolić na dalsze rozważania teoretyczne i praktyczne. W badaniu udział wzięło 26 respondentów w wieku od 60 do 89 lat żyjących w mieście Białystok. Badani zostali podzieleni na dwie równe liczebnie zbiorowości: mieszkańców Domu Pomocy Społecznej (dalej: DPS) i uczestników Uniwersytetu Trzeciego Wieku (dalej: UTW). W ten sposób by odnaleźć podobieństwa i różnice próbowano porównać osoby związane z instytucjami znajdującymi się niejako na dwóch skrajnych biegunach aktywności społecznej. Łącznie próba badawcza składała się z 15 kobiet i 11 mężczyzn, przy czym najstarsi badani urodzili się na kilkanaście lat przed wybuchem II wojny światowej a najmłodsi niewiele po jej zakończeniu. Badani w DPS stanowili głównie osoby urodzone w różnych wsiach i mniejszych miastach województwa podlaskiego, posiadały przeważnie wykształcenie zawodowe i podstawowe, w ciągu życia częściej podejmowały prace fizyczne o charakterze tymczasowym, rzadko były członkami

A. Klimczuk, *Ludzie starzy o swoim wizerunku w mediach (Older People About Their Media Image)*, [in:] P. Gliński, I. Sadowski, A. Zawistowska (eds.), *Kulturowe aspekty struktury społecznej. Fundamenty. Konstrukcje. Fasady*, Wydawnictwo IFiS PAN and Wydział Historyczno-Socjologiczny Uniwersytetu w Białymstoku, Warszawa 2010, pp. 383-395.

dobrowolnych organizacji i instytucji społecznych oraz nie posiadały doświadczeń w pełnieniu funkcji publicznych. Słuchacze UTW stanowili niemal zupełne ich przeciwieństwo. Użyte w tekście wypowiedzi oznaczono kursywą i opatrzone informacjami: płeć (M - mężczyzna; K - kobieta), podokres starości („60-74” - młodszy; „75-89” - starszy), powiązanie z instytucją (DPS; UTW) i numer kolejności wywiadu w danej instytucji. Przytaczane poglądy nie są poglądami autora a formułowane interpretacje i uwagi mają na celu opis, zrozumienie i wyjaśnienie rzeczywistości społecznej badanych.

Wybrane wyniki badań

Przekazów o ludziach starych w mediach jest niewiele i przeważają utrzymane w konwencji negatywnego stereotypu starości - twierdzą badani. Informacje te przedstawiają ich jako osłabionych, zaniedbanych, ubogich, nieufnych, zabobonnych i pozbawionych wiedzy. Rozmówcy nie kryją też oburzenia i ironii wobec odczuwanego nadmiaru informacji o osobach od nich młodszych: *Denerwuje mnie te obnażanie tych kobiet golutkich, te zabawy. To człowiek się ukrywał, było tak skromnie, a teraz tak wszystko takie przesyczone. Mnie to się nie podoba (K/75-89/DPS-6); A co mają pokazywać? Pięknych, młodych? Świat, życie nie składa się tylko z pięknych i młodych. Społeczeństwo nie jest społeczeństwem aniołów pięknych, cudnych. Taka Jennifer Lopez czy inna Doda, a w cholerę z nią. To trzeba pokazywać, to co jest na co dzień, otacza nas (K/60-74/DPS-5)*. Z wypowiedzi przebija brak zgody na przemoc symboliczną - narzucanie wartości i dóbr związanych z młodością jako społecznie pożądanych (Bourdieu, Wacquant 2001: 162). Badani sugerują, iż istnieją alternatywy wobec obecnego stanu rzeczy chociażby dlatego, że dawniej ludzie starzy byli traktowani w prezentacjach medialnych na równi z innymi i nie wymagali specjalnej troski. Współcześnie zaś pojawiają się jako drugoplanowi bohaterowie seriali telewizyjnych, postaci nieruchome, pogrążone we wspomnieniach i samotne: *No ten tam Lucjan w „M jak miłość” i Basia no, no to przy okazji babcia, ale cała sprawa opiera się na młodych, no niestety, bo życie idzie do przodu, życie idzie do przodu, pokazuje się problemy młodych co mają, gdzie chodzą do szkoły, czy do pracy. A te dziadki to już tak to w ogródku, to w domu, to w ogródku, to w domu, no i tyle (K/60-74/DPS-5)*.

Respondenci uznają, że twórcy komunikatów masowych wolą ukazywanie starości jako tematu zastępczego gdy brakuje ważniejszych doniesień. Niemal wyłącznie skupiają się przy tym na sytuacjach nadużyć lub zaniedbań, które da się oprawić emocjonującymi

A. Klimczuk, *Ludzie starzy o swoim wizerunku w mediach (Older People About Their Media Image)*, [in:] P. Gliński, I. Sadowski, A. Zawistowska (eds.), *Kulturowe aspekty struktury społecznej. Fundamenty. Konstrukcje. Fasady*, Wydawnictwo IFiS PAN and Wydział Historyczno-Socjologiczny Uniwersytetu w Białymstoku, Warszawa 2010, pp. 383-395.

komentarzami i sensacyjną narracją, tak by wydarzenia i ich bohaterowie choć na chwilę nabrały dla odbiorcy jakiegoś znaczenia. Przekazy te dostrzegane są głównie w mediach ogólnopolskich, sporadycznie w lokalnych. *Że tam nauczyciel bez grosza został, ani emerytury, ani nic nie ma, tak to się dba u nas w Polsce. Dyrektor mówi: „Dałem zwolnienie, bo zachorował”.* *Taka dbałość o starszych ludzi (M/60-74/DPS-3); Pokazują jak w ogóle żyją w nędzy, jak nie mają tam warunków podstawowych do życia: nie ma światła, nie ma wody, gdzieś tam tego... Takie same w większości, smutne rzeczy pokazują (K/60-74/UTW-11)* - mówią badani. Powtarzalne jest ukazywanie starszych w potrzebie, zmagających się z przeciwnościami losu, pozbawionych rent i emerytur, jak też szacunku za lata pracy i wkład w wychowanie następnych pokoleń.

Pośród typowych problemów ludzi starych w mediach badani dostrzegają niedostateczną opiekę zdrowotną, przemoc słowną i fizyczną oraz napady i wymuszenia. W przekazach masowych nagromadzenie wszystkich tych zjawisk zdaje się występować w domach opieki dla starszych osób. Według rozmówców medialne prezentacje ukazują je jako miejsca, które sprzyjają oszukiwaniu i wykorzystywaniu starszych, poprzez obecność agresywnych zachowań odbierają ich godność a z uwagi na rachunek ekonomiczny traktują ich przedmiotowo: *Tak tam ich posadzili wszystkich i przyszedł jeden do pracy i na komórkę fotografował tam wszystko co robili. Pokazywali w telewizji. Tam bili, pokazane było. Karmila, a że ona nie jadła, to potem tak na twarz wylała, po buzi...* (K/75-89/DPS-10); *No mówią nieraz jak pomóc, jak domy opieki gdzieś powstały, no ale to też nie rozwiązanie - te domy społeczne, teraz tyle się słyszy, że ludzie właśnie pieniądze biorą za prowadzenie, a opieka jest żadna, albo jeszcze gorsza jak żadna* (K/60-74/UTW-7). Wobec braku ukazywania pozytywnych aspektów domów opieki nie dziwią negatywne odpowiedzi uczestników UTW zapytanych o to czy sami chcieliby zamieszkać w takim miejscu. Większość z nich obawia się, iż musiałyby pogodzić się z degradacją społeczną, dostosować się do sąsiedztwa nieznanymi osobami, ograniczonej przestrzeni i użyteczności samodzielnie podejmowanych czynności związanych chociażby z gotowaniem, zakupami czy utrzymaniem czystości.

Odrębne nagromadzenie negatywnych przekazów o ludziach starych wiąże się z aktywnością słuchaczy Radia Maryja (RM). Uczestnicy UTW krytycznie wypowiadają się o osobach, które czas wolny spędzają z rozgłośnią umożliwiającą pogłębianie wiary, radzenie sobie z sytuacjami kryzysowymi i dającą poczucie łączności z podobnymi sobie. Za słuchaczy RM uchodzą przeważnie starsze kobiety określane niekiedy przez nich jako

A. Klimczuk, *Ludzie starzy o swoim wizerunku w mediach (Older People About Their Media Image)*, [in:] P. Gliński, I. Sadowski, A. Zawistowska (eds.), *Kulturowe aspekty struktury społecznej. Fundamenty. Konstrukcje. Fasady*, Wydawnictwo IFiS PAN and Wydział Historyczno-Socjologiczny Uniwersytetu w Białymstoku, Warszawa 2010, pp. 383-395.

„radiomaryjki” lub „moherowe berety”. Stereotypowy wizerunek opiera się na założeniu, iż są to osoby wykorzystywane w grach politycznych i traktowane jako liczny elektorat, przeważnie posiadające niższe wykształcenie, żyjące w zacofaniu, przywiązane do tradycji narodowych i otaczające się dewocjonaliami. Nierzadko opisywane też jako przejawiające zachowania dewiacyjne: agresywne, zakłócające spokój, „fanatycznie religijne” i zewnątrzsterowne – posłuszne władzy innych i pozbawione kontroli nad własnym życiem. Respondenci sugerują, iż słuchanie RM może być przyczyną ograniczania aktywności ludzi starych i ich twórczości, sprzyjać jednowymiarowemu postrzeganiu świata, przyswajaniu informacji bez ich krytycznej analizy, nietolerancji wobec poglądów innych oraz pogarszać ich stan zdrowia. Unikanie oraz odrzucanie kontaktów i prób porozumiewania się ze słuchaczami RM może być strategią często stosowaną przez rówieśników. Bezpośrednie konfrontacje i próby znoszenia stereotypów zdają się być trudne. Osoby te są bowiem postrzegane jako niebezpieczne: *Nawet, jak czasami w jakim dzienniku ruszają tego Tadeusza to zaraz obrońcy występują prawda? I to takie nachalne jakieś strasznie, już fotoreporterów tam walą w ich te urzędnika... To jest beznadzieja dla mnie co się dzieje - ja się tylko dziwię, że ludzie mają aż takie klapki na oczach, no nie wiem, jak to się dzieje. Trzeba patrzeć a nie potępiać w czambuł wszystko. Oczy mieć otwarte no, bo do diabła to nie może tak być...* (K/60-74/UTW-3). Z perspektywy mieszkańców DPS działalność RM wygląda inaczej - osoby te raczej nie opisują i nie oceniają słuchaczy rozgłośni i wypowiadają się tylko na temat ojca Tadeusza Rydzyka, sugerują też iż prowadzący stacje są jedynie pośrednikami w ich własnej aktywności na rzecz innych ludzi co przejawia się w inwestycjach związanych z Kościołem katolickim (świątynie, pomniki, cmentarze). Poza tym radio zdaje się być otwarte na problemy jakie chcą poruszyć publicznie a które przypuszczalnie spotykają się z „niedostatkami uwagi” ze strony innych.

Mniej liczne pozytywne doniesienia o ludziach starych dotyczą według respondentów: znanych seniorów (żyjących i zmarłych aktorów, wynalazców, hobbystów), „długowiecznych” (osób, które obchodziły 100 urodziny), przeciwdziałania problemom starszych osób (dowóz niepełnosprawnych), uroczystości okazjonalnych i publicznych z ich udziałem (inauguracja roku akademickiego na UTW, święta narodowe, dni babci i dziadka), badań profilaktycznych oraz ich rozrywki w czasie wolnym. Niewielką ilość takich przekazów tłumaczy się ich niską atrakcyjnością i nieopłacalnością: *To jest medialne może jak to wygląda i mówią, że dobrze sprzedaje się. Mi kiedyś wprost powiedziano: „Pan się*

A. Klimczuk, *Ludzie starzy o swoim wizerunku w mediach (Older People About Their Media Image)*, [in:] P. Gliński, I. Sadowski, A. Zawistowska (eds.), *Kulturowe aspekty struktury społecznej. Fundamenty. Konstrukcje. Fasady*, Wydawnictwo IFiS PAN and Wydział Historyczno-Socjologiczny Uniwersytetu w Białymstoku, Warszawa 2010, pp. 383-395.

musi liczyć z tym, że my musimy produkować to, co idzie jako towar, bo my musimy się utrzymać na rynku". I wydaje mi się, że to jest niebezpiecznie. (...) Natomiast codzienne pokazywanie tych wzorców takich, że wielu ludzi organizuje się, spotyka, zabezpiecza się nie istnieje (M/75-89/UTW-2).

W odniesieniu do oczekiwań wobec mediów i prób zmiany ich podejścia do zagadnień związanych z ludźmi starymi badani przejawiają dwa podejścia. Z jednej strony formułują postulaty świadczące o zapotrzebowaniu na zwiększenie ilości i jakości pozytywnych doniesień - ujęcie to zarysowują słuchacze UTW. Pragną okazywania szacunku starszym osobom, prezentacji ich osiągnięć, oferty przeznaczonych im zajęć oraz sposobów opieki nad nimi: *Tym starszym ludziom naprawdę należałby się jakiś szacunek, tym przeciętnym ludziom, już nie wybitnym, ale tym przeciętnym, na swoim osiedlu, w swoim mieście, w swoim... bo to tego, powinni troszeczkę zwracać uwagę na to, a to tylko się zwraca uwagę... dziennikarze zwracają uwagę na to, co się stało, co się gdzieś wydarzyło nadzwyczajnego, którego nawet nie powinno się ogłaszać, ale jednak idzie to wszystko na rozgłos (K/60-74/UTW-13).* Z drugiej strony głównie w wypowiedziach osób z DPS za zasadne uznaje się kontynuację dotychczasowej działalności mediów. Zakłada się, iż nawet negatywne doniesienia są wartościowe gdyż przypomną innym o tej kategorii ludzi i uchronią ją przed wykluczeniem z życia publicznego: *Powinni pokazywać. No, żeby ludzie wiedzieli jak oni wyglądają, czy ubrani tak czy siak, w czym mieszkają, czy mają jedzenie, czy mają pieniądze (K/75-89/DPS-4); Dziennikarze to powinni się brać za tych starszych ludzi, którzy są w biedzie, gospodarstwa przepisali, nie mają miejsca, w komórkach siedzą, pan wie chyba o tym. A oni tylko o polityce walą - ale żeby o tym napisali, to nie napiszą tego (M/60-74/DPS-13).*

Odrębną kwestią jest aktywne oddziaływanie na media i ich tworzenie by były dostosowane do możliwości i potrzeb starszych osób. Uczestnicy UTW częściej twierdzą, iż zwiększenie ich obecności w mediach zależy tylko od nich samych: *Te środowiska ludzi starszych powinny wchodzić do tych mediów, zapraszać te media, przedstawiać i wtedy one przyjdą i pokażą. (...) Np. ludzi starszych w ogrodach działkowych, bo to są ogromne ilości tych ludzi. I wtedy, jeżeli się coś tu organizuje i pokazuje piękne urządzone działki rekreacyjne, gdzie spotykają się trzy pokolenia, że mogą ze sobą porozmawiać bez zatkania uszu, bez patrzenia w komputer itd. I to jest wielka sprawa, i to pokażą media. Tych uśmiechniętych ludzi, mówiących o tym, że oni żyją, dlatego, że ciągle się rusza. Ma 80 lat, a takie wyhodował i to, i tamto (M/75-89/UTW-2).* Podejmowane do tej pory próby współpracy

A. Klimczuk, *Ludzie starzy o swoim wizerunku w mediach (Older People About Their Media Image)*, [in:] P. Gliński, I. Sadowski, A. Zawistowska (eds.), *Kulturowe aspekty struktury społecznej. Fundamenty. Konstrukcje. Fasady*, Wydawnictwo IFiS PAN and Wydział Historyczno-Socjologiczny Uniwersytetu w Białymstoku, Warszawa 2010, pp. 383-395.

z mediami nie są uznawane za owocne bądź z uwagi na brak zainteresowania dziennikarzy, bądź ze względu na brak systematycznego informowania ich o kolejnych przedsięwzięciach. Niemniej komunikaty uznaje się za ważne by „przyciągnąć” na wykłady i spotkania osoby, które mogłyby przystąpić do UTW nie tylko w celach rekreacyjnych, ale też by udzielały pomocy innym. Poza tym tylko niewielka część badanych wspomina o istnieniu książek i biuletynów wydawanych przez UTW i stowarzyszenia samopomocowe co może świadczyć o ich niewielkim zasięgu i ukierunkowaniu na integrację wewnętrzną środowiska.

Podsumowanie

Podjęta analiza wypowiedzi ludzi starych jako segmentu struktury społecznej o swoim wizerunku w środkach komunikowania masowego miała przybliżyć ich opinie o przekazach, których skala oddziaływania jest ogólnospołeczna.

Dostrzegane niedostosowanie treści przedstawień medialnych opartych głównie na negatywnym stereotypie starości do wyobrażeń badanych o ostatnim etapie życia oraz nadmiar informacji o osobach od nich młodszych, skłania do poszukiwania sposobów na znoszenie przejawów przemocy symbolicznej. Zasadnym zdaje się twierdzenie, że wraz ze starzeniem się społeczeństwa polskiego wzrastać będzie ilość doniesień o ludziach starych. Niezbędne staje się zatem upowszechnianie wśród twórców mediów praktyk antydyskryminacyjnych takich jak: unikanie jednostronnej prezentacji osób starszych; wzmacnianie głosu osób starszych (dostrzeganie kompetencji bohaterów a nie wieku); unikanie zbędnego podawania informacji o wieku; pokazywanie zróżnicowanych ról i działań ludzi starych oraz stosowanie równościowego języka - ostrożne dobieranie słów odnośnie relacji z młodszymi (Maciejewska 2007: 34-35). Poza tym przedstawiciele mediów mogą zachęcać starszych do udziału w konkursach, pisania pamiętników, zabierania głosu w dyskusjach, udzielania porad związanych z tradycjami i zwyczajami oraz pośredniczyć w utrzymywaniu kontaktu z osobami o podobnych zainteresowaniach.

Niewielkie możliwości oddziaływania ludzi starych na media i tworzenia własnych środków przekazu, w tym Internetu, można zmieniać poprzez prowadzenie szkoleń z zakresu promocji i zarządzania kontaktami z otoczeniem - a więc posługiwania się fasadami w celu pozyskania zaufania - dla liderów UTW, grup samopomocowych i stowarzyszeń. Poza tym instytucje te mogą angażować swoich członków do dyskusji nad prezentacjami medialnymi, aby poszukiwać rozwiązań dotyczących ich problemów. Wreszcie niedostatek informacji o

A. Klimczuk, *Ludzie starzy o swoim wizerunku w mediach (Older People About Their Media Image)*, [in:] P. Gliński, I. Sadowski, A. Zawistowska (eds.), *Kulturowe aspekty struktury społecznej. Fundamenty. Konstrukcje. Fasady*, Wydawnictwo IFiS PAN and Wydział Historyczno-Socjologiczny Uniwersytetu w Białymstoku, Warszawa 2010, pp. 383-395.

ludziach starszych w mediach lokalnych może być przejawem zapotrzebowania na nowe instytucje, które tworzyłyby między nimi powiązania, pobudzały do zaspokojenia niezrealizowanych dotychczas aspiracji oraz udzielałyby porad prawnych, towarzyskich i z zakresu poszukiwania pracy. Jest to również oznaka niewystarczającej współpracy między już istniejącymi instytucjami.

Bibliografia

- Bank Danych Regionalnych*, 2009, GUS, www.stat.gov.pl/bdr [20.11.2009].
- Bourdieu, Pierre, Loic J.D. Wacquant, 2001, *Zaproszenie do socjologii refleksyjnej*, Warszawa, Oficyna Naukowa.
- Czapiński, Janusz, 2009, *Polak przed telewizorem*, w: J. Czapiński, T. Panek (red.), *Diagnoza Społeczna 2009 - Warunki i jakość życia Polaków*. Warszawa: Rada Monitoringu Społecznego, s. 236-239.
- Goffman, Erving, 1981, *Człowiek w teatrze życia codziennego*, Warszawa: PIW.
- Gruescu, Sandra, 2007, *Population ageing and economic growth. Education policy and family policy in a model of endogenous growth*, Heidelberg, New York: Springer.
- Halicka, Małgorzata, Jerzy Halicki, 2002, *Integracja społeczna i aktywność ludzi starszych*, w: B. Synak (red.), *Polska starość*, Gdańsk: Wyd. UG, s. 189-218.
- Jałowiecki, Bohdan, 2008, *Media a społeczeństwo obywatelskie*, w: M.S. Szczepański, K. Bierwiazzonek, T. Nawrocki (red.), *Kapitały ludzkie i społeczne a konkurencyjność regionów*, Katowice: Wyd. UŚ, s. 101-110
- Krzysztofek, Kazimierz, 2006, *Status mediów cyfrowych: stare i nowe paradygmaty*, „Global Media Journal-Polish Edition”, 1, s. 1-15.
- Maciejewska, Beata, 2007, *Jak pisać i mówić o dyskryminacji. Poradnik dla mediów*, Mikuszewo: Stowarzyszenie Inicjatyw Niezależnych "Mikuszewo".
- McQuail, Denis, 2007, *Teoria komunikowania masowego*, Warszawa: PWN.
- Palmore, Erdman Ballagh, 1990, *Ageism: negative and positive*, New York: Springer.
- Podstawowe informacje ze spisów powszechnych 2002, 2003*, Białystok: Urząd Statystyczny w Białymstoku.
- Prognoza ludności Polski na lata 2003-2030 - Białystok*. Komunikat GUS z 22.03.2004: www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/PUBL_prognoza_ludnosci_pow_2061_powiat_m_bialystok.xls [20.11.2009].

A. Klimczuk, *Ludzie starzy o swoim wizerunku w mediach (Older People About Their Media Image)*, [in:] P. Gliński, I. Sadowski, A. Zawistowska (eds.), *Kulturowe aspekty struktury społecznej. Fundamenty. Konstrukcje. Fasady*, Wydawnictwo IFiS PAN and Wydział Historyczno-Socjologiczny Uniwersytetu w Białymstoku, Warszawa 2010, pp. 383-395.

Raport o Rozwoju Społecznym Polska 1999. Ku godnej aktywnej starości, 1999, Warszawa: UNDP.

Synak, Brunon, 2000, *Pozycja społeczna ludzi starych w warunkach zmian ustrojowych i cywilizacyjno-kulturowych*, w: B. Synak (red.), *Ludzie starzy w warunkach transformacji ustrojowej*, Gdańsk: Wyd. UG, s. 7-15.

Szatur-Jaworska, Barbara, Piotr Błędowski, Małgorzata Dzięgielewska, 2006, *Podstawy gerontologii społecznej*, Warszawa: ASPRA-JR.

Sztompka, Piotr, 2002, *Socjologia. Analiza społeczeństwa*, Kraków: Znak.

Sztompka, Piotr, 2007, *Zaufanie. Fundament społeczeństwa*, Kraków: Znak.

Szukalski, Piotr, 2004, *Uprzedzenia i dyskryminacja ze względu na wiek (ageism) - przyczyny, przejawy, konsekwencje*, „Polityka Społeczna”, 2, s. 11-15.

Thorpe, Edward, 2004, *Dyskryminacja ze względu na wiek w Unii Europejskiej*, w: B. Tokarz (red.), *My też! Seniorzy w Unii Europejskiej*, Warszawa: Akademia Rozwoju Filantropii w Polsce, s. 50-59.

World Economic Outlook 2004. The Global Demographic Transition, 2004, Washington: International Monetary Found.