

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ
В. Н. КАРАЗІНА
СОЦІОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій**

**Пояснювальна записка
до кваліфікаційної роботи
на тему
«ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ЦИФРОВОЇ ГРАМОТНОСТІ ЛЮДЕЙ
ПОХИЛОГО ВІКУ»**

Виконала: студентка 4 курсу групи СМК-41
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальності 061 Журналістика
Серафімова М. В.

Керівник: канд. соц. н. Зінюк А. В.

ЗМІСТ

Вступ.....	3
1 Проблема цифрової грамотності людей похилого віку	6
1.1 Особливості цифрового розриву між людьми молодшого та старшого віку	6
1.2 Роль цифрової грамотності у процесі цифрового залучення людей похилого віку	13
Висновки до розділу 1	18
2 Проєкт з підвищення рівня цифрової грамотності людей похилого віку Digitruck.....	20
2.1 Актуальність і концептуальні засади проєкту	20
2.2 Розроблення прототипу	26
2.3 Тестування прототипу.....	32
Висновки до розділу 2	37
Висновки	39
Список використаних джерел	41
Додаток А.....	44
Додаток Б.....	47
Додаток В	52

ВСТУП

На сьогоднішній стадії розвитку інформаційного суспільства інформаційно-комунікаційні технології не лише становлять невід'ємну частину нашого повсякдення, але і встановлюють уклад сучасного світу. Пандемія коронавірусу, а згодом російсько-українська війна продемонстрували вирішальну роль цифрових технологій у забезпеченні населення критично важливою інформацією. Водночас, такі екстремальні реалії життя зробили повсякденні задачі більш складними для тих, хто має обмежені технічні чи когнітивні можливості для використання цифрових технологій. Саме тому на сьогодні особливо гостро стоїть проблема цифрової залученості вразливих верств населення, зокрема людей похилого віку.

Інформаційно-комунікаційні технології підтримують здорове та активне старіння, спрощуючи доступ до інформації, охорони здоров'я, а також соціальних та економічних можливостей. Таким чином, цифрові технології сприяють повноцінному соціальному життю в сучасному мінливому світі.

Одним із ключових бар'єрів до цифрової залученості старшого покоління є недостатній рівень цифрової грамотності. Цифрова грамотність визначається як «спроможність використовувати інформаційно-комунікаційні технології для пошуку, оцінки, створення та поширення інформації, що вимагає як когнітивних, так і технічних навичок» [1, 2]. Розрив грамотності між молодшим і старшим поколінням – це один з вимірів цифрового розриву, тобто цифрової нерівності між соціальними групами у доступі та можливостях використання ІКТ. Низький рівень цифрової грамотності представляє собою значний ризик для цифрової та соціальної ізоляції старшого покоління.

Актуальність теми підвищення рівня цифрової грамотності людей похилого віку зумовлена тим, що медіакомунікації та зв'язки з громадськістю мають значний потенціал для широкого висвітлення проблеми, впливу на мотивацію та просвітлення старшого покоління щодо використання новітніх ІКТ, аби позитивно сприяти їх цифровій і суспільній залученості.

Проблема цифрової грамотності посідає чільне місце у порядку денному ООН. Науковим дослідженням теми займалися Маліков В., Давиденко Г., Єрмоленко О., Власенко Т., Шаповалова І. та інші, що розглядали питання цифрової інклюзії та доступності. Представляється доцільним інтегрувати наукове знання з проблеми цифрової грамотності в її практичне вирішення.

Об'єктом дослідження є цифрова грамотність як один із вимірів цифрового розриву, що представляє собою комплекс навичок ефективного використання інформаційно-комунікаційних технологій, необхідний людині в сучасному світі.

Предмет дослідження становить підвищення рівня цифрової грамотності людей похилого віку.

Метою кваліфікаційної роботи є висвітлити проблему цифрової грамотності як фактору поглиблення цифрового розриву стосовно людей похилого віку та розробити проєкт її вирішення. Відповідно до встановленої мети, поставлено такі завдання:

- а) охарактеризувати феномен цифрового розриву та його особливості стосовно людей похилого віку;
- б) описати сутність і стан проблеми цифрової грамотності людей похилого віку як фактору цифрової залученості;
- в) визначити роль комунікативних технологій у розв'язанні проблеми цифрової грамотності людей похилого віку;
- г) продемонструвати пропозицію власного проєкту з підвищення рівня цифрової грамотності людей похилого віку.

У ході роботи були застосовані наступні методи дослідження: аналіз, синтез, порівняння, узагальнення, систематизація, класифікація та вторинний аналіз даних.

У практичній частині роботи представлено концепцію та прототип власного проєкту під назвою "Digi-Truck". Його було розроблено на базі Університету прикладних наук Санкт-Пельтена, Австрія, протягом квітня-червня 2023 року в межах навчальної програми iLab (Interdisciplinary Lab), що

спрямована на винайдення інноваційних рішень для суспільно значущих проблем.

За результатами роботи було розроблено прототип мобільного пункту цифрової допомоги, який представляє собою мікроавтобус, що курсує до місць концентрації цільової групи в сільській місцевості, таких як церкви, будинки літніх людей тощо. Тестування прототипу відбулося на базі Будинку літніх людей «Клементinum» у місці Кірхштеттен, Нижня Австрія, у червні 2023 року.

Апробація дослідження відбулась на студентській науковій конференції "CommUniCon: Злива соціо відкриттів" у грудні 2023 року на базі Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна.

Текст кваліфікаційної роботи складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків, у загальному обсязі 52 сторінок.

1 ПРОБЛЕМА ЦИФРОВОЇ ГРАМОТНОСТІ ЛЮДЕЙ ПОХИЛОГО ВІКУ

1.1 Особливості цифрового розриву між людьми молодшого та старшого віку

Новітні інформаційно-комунікаційні технології посіли чільне місце в укладі сучасного світу, трансформували всі сфери людського життя – від соціальних контактів і розваг до охорони здоров'я та громадянської участі. З національним і світовим курсом на цифровізацію різноманітні послуги стрімко стають доступними «онлайн». Фундаментальні суспільні інституції, такі як освіта, розвиток робочої сили, фінанси, державна влада та інші, розвивають свої цифрові аналоги, що спрощують доступ до критично важливої інформації та послуг. Водночас, адаптація до реалій цифрового світу супроводжується викликами для вразливих верств населення, зокрема старшого покоління, народженого до «Інтернет-епохи».

Розрив між тими, хто має доступ до інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) та використовує їх, включаючи Інтернет, девайси з Інтернет-підключенням і цифрові навички, та тими, хто ні, називають цифровим розривом (англ. Digital divide) [1; 2]. У межах цієї роботи термін «цифровий розрив» позначатиме розрив між соціальними групами у доступі до ІКТ і здатності ефективно ними користуватися. Під інформаційно-комунікаційними технологіями (ІКТ) розуміємо всі комунікаційні технології, включаючи Інтернет, бездротові мережі, телефони, комп'ютери, програмне забезпечення та ін., що дозволяють користувачам отримувати, шукати, зберігати, передавати та обробляти інформацію в цифровій формі [1; 2].

Цифровий розрив може проявлятися в трьох базових аспектах:

- а) Інтернет-з'єднання – доступ до фізичної цифрової інфраструктури;

- б) цифрова грамотність – доступ до можливостей навчання та покращення навичок використання цифрових технологій;
- в) цифрові пристрої – доступ до Інтернет-підключених девайсів.

Проблема цифрового розриву спричинена не лише нерівним матеріальним доступом до цифрової інфраструктури, зокрема Інтернету, але й соціально-економічними, освітніми та культурними факторами. Через це цифровий розрив переважно зачіпає історично вразливі верстви населення – жінок і дівчат, дітей і молодь, людей старшого віку, міську та сільську бідноту, маргіналізовані громади та меншини, людей з інвалідністю, біженців тощо. Таким чином, цифровий розрив виникає на базі існуючих форм соціальної нерівності, прогресивно загострюючи та поглиблюючи їх, що представляє загрозу соціального виключення вразливих груп [2].

Цифровий розрив розглядають у різних вимірах, серед яких виокремлюють наступні (рис. 1.1):

- а) розрив з'єднання – характеризує геопросторовий цифровий розрив через нерівномірне впровадження широкопasmового зв'язку, переважно між міською та сільською місцевістю. У країнах, що розвиваються, розрив у з'єднанні між містами та селами у 2,3 рази більший, ніж у розвиненій країнах. Цьому сприяє низка факторів: обмежена чи застаріла телекомунікаційна інфраструктура, що перешкоджає регіональному розвитку; географічна ізоляція; міграція молоді; брак економічних ресурсів тощо. Розрив з'єднання може існувати також у внутрішньоміському контексті, особливо в районах із низьким рівнем доходу;
- б) інфраструктурний розрив – описує більш комплексний погляд на розрив у з'єднанні, коли розширенню телекомунікаційної інфраструктури перешкоджають політичні, економічні, стратегічні причини;

- в) соціально-економічний розрив – характеризує розрив у фінансових можливостях доступу до цифрових сервісів між регіонами та соціальними групами. Нестача матеріального ресурсу є одним із головних бар'єрів цифрової залученості;
- г) демографічний розрив – описує нерівні можливості цифрової залученості на базі таких демографічних факторів, як вік, гендер, етнічне походження, інвалідність тощо;
- д) культурний розрив – пов'язаний із мотиваційними, культурними, подекуди релігійними причинами для невикористання цифрових сервісів, зокрема низькою соціальною прийнятністю, нестачею очевидних вигід, а також релевантного контенту та сервісів;
- е) розрив грамотності – описує розрив у володінні цифровими навичками між регіонами та соціальними групами, що представляється найбільш поширеним бар'єром для цифрової залученості. Жінки, люди похилого віку, особи з інвалідністю та сільські мешканці мають нижчий рівень цифрової грамотності по світу [1; с. 39-43].



Рисунок 1.1 – Основні виміри цифрового розриву

Зазначені виміри цифрового розриву проявляються у комплексі та сприяють поглибленню проблеми в різному співвідношенні, залежно від особливостей окремої громади.

У випадку людей похилого віку часто мова йде про феномен інтерсекційної дискримінації (англ. Intersectional discrimination), що представляє собою вид множинної дискримінації на підставі кількох ознак особи, які взаємодіють нерозривно та утворюють особливі, специфічні форми пригнічення [3]. Концепт множинної дискримінації ґрунтується на розумінні того, що ідентичність людини складається з низки ознак, які можуть стати підставами для дискримінації як індивідуально, так і комплексно. У процесі цифрової інклюзії люди похилого віку часто ігноруються, адже може здаватися, що через вік, стан здоров'я, економічний статус тощо ці люди не зацікавлені, не спроможні, не забезпечені необхідними ресурсами використовувати новітні технології.

Пересічення різних підстав для дискримінації робить випадок людей похилого віку специфічним. Наприклад, жінки похилого віку можуть переживати одночасно дискримінацію за віковою та гендерною ознаками, що ускладнює для них доступ до технологій. Аналогічно, люди похилого віку з інвалідністю стикаються з додатковими бар'єрами через свої фізичні обмеження та стереотипи щодо їх здатності опанувати новітні технології.

Боротьба з пригніченням вразливих соціальних груп, зокрема людей похилого віку, передбачає прийняття людської різноманітності й, водночас, рівності. Просвітницькі заходи та викоренення стереотипів і негативних упереджень можуть посприяти інклюзивним настроям у суспільстві [4]. Зокрема, сфери медіакомунікацій і зв'язків із громадськістю можуть зробити значний внесок у викоренення негативного іміджу людей похилого віку відносно новітніх технологій. Наприклад, створення позитивних медіа-кампаній, що показують успішні історії людей похилого віку, які опановують цифрові навички, може змінити суспільні уявлення та стимулювати ширшу цифрову інклюзію.

Що стосується кількісної оцінки цифрового розриву, вона зазвичай базується на кількості користувачів Інтернету. Станом на початок 2023 року, частка користувачів Інтернету серед населення України становила 79,2% (від 36,07 мільйонів людей) (рис. 1.2), серед яких 93,5% активно використовували соціальні мережі (рис. 1.3) [5].



Рисунок 1.2 – Користування Інтернетом в Україні



Рисунок 1.3 – Користування соціальними мережами серед користувачів Інтернету

Водночас, результати опитування Київського міжнародного інституту соціології щодо користування Інтернетом серед українців демонструють, що зі збільшенням віку населення зменшується активність користування Інтернетом [6]. Населення країни у віці від 18 до 49 років виходить “онлайн” частіше, ніж решта, як це видно з рис. 1.4. Після 49 років спостерігається значний спад у частоті використання Інтернетом. Найбільший розрив зафіксовано між двома найстаршими віковими групами: 64,8% людей у віці 60-

69 використовують Інтернет щодня або майже щодня проти лише 27% людей у віці 70+.

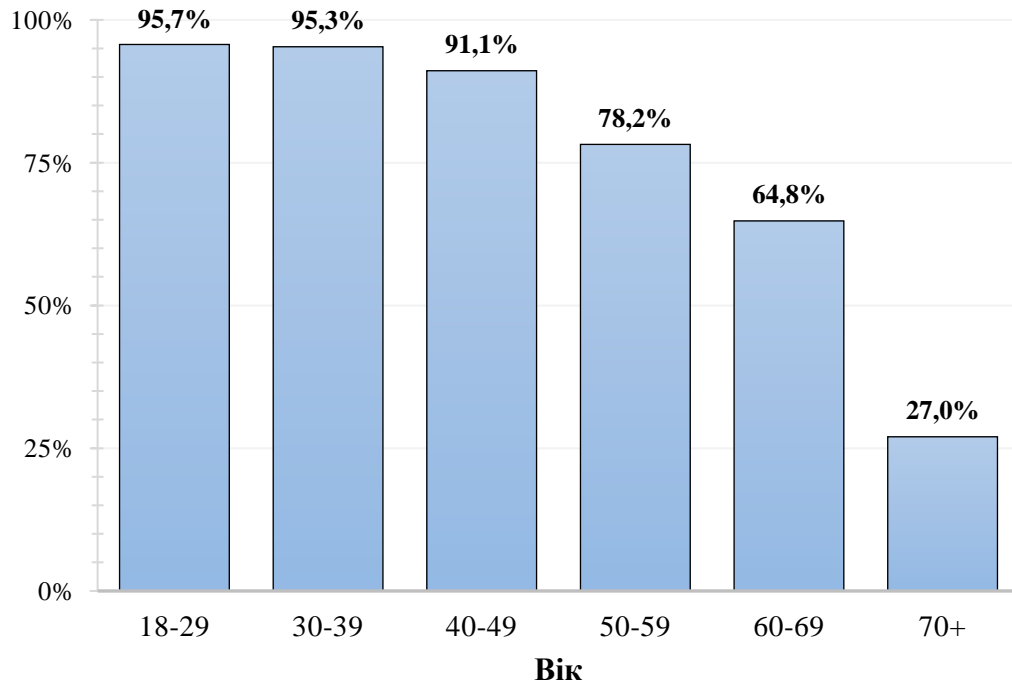


Рисунок 1.4 – Використання Інтернетом щодня або майже щодня за віком

Окрім цього, опитування продемонструвало позитивну кореляцію між рівнем освіти та часткою активних користувачів Інтернету, а також вищу онлайн-активність мешканців міст, порівняно з мешканцями сіл.

Наведені соціологічні дані підтверджують факт існування проблеми цифрового розриву між поколіннями. Дослідники наводять широкий спектр факторів, які сприяють збільшенню цифрового розриву між людьми молодшого та старшого віку, зокрема:

- а) обмежений доступ до технологій: старші люди можуть не мати такого ж рівня доступу до цифрових пристроїв або Інтернету, як молодші;
- б) відсутність цифрової грамотності: старше покоління може не володіти навичками, досвідом та впевненістю у використанні

- цифрових технологій. Це може бути пов'язано з браком розуміння, як користуватися ІКТ;
- в) фізичні та когнітивні обмеження: з віком люди можуть переживати порушення зору та слуху, зниження когнітивних функцій і фізичні обмеження, які можуть ускладнити користування цифровими технологіями;
 - г) незручний дизайн технологій: цифрові технології часто не розробляються з урахуванням потреб старшого покоління. Це може робити ці технології менш зручними для цієї демографічної групи;
 - д) низький дохід та інші фінансові обмеження: вартість цифрових пристроїв та інтернет-послуг може бути перешкодою для старших людей;
 - е) генераційні відмінності (між поколіннями): молодші люди більше покладаються на інфраструктуру Інтернету та більше переконані в перевагах життя «онлайн». Це може створювати розрив зі старшими поколіннями, які можуть не бачити такої ж цінності в ІКТ.

Говорячи про генераційний розрив, викликаний цифровою революцією кінця 20-го століття, Марк Пренсі запропонував опозицію «цифрових аборигенів» (англ. Digital Natives) та «цифрових іммігрантів» (англ. Digital Immigrants). Позначення «цифрові аборигени» стосується першого покоління, що народилося та виросло в оточенні цифрових технологій. Вони всі «носії цифрової мови комп'ютерів, відео-ігор та Інтернету». На противагу цифровим аборигенам, Пренсі визначає цифрових іммігрантів як тих, хто не був народжений у цифровому світі, але на більш пізніх етапах свого життя різною мірою пристосувався до нових технологій. Сутність опозиції аборигенів та іммігрантів полягає в наступному: «Оскільки цифрові іммігранти вчаться – як і всі іммігранти, деякі краще за інших – адаптуватися до свого середовища, вони завжди певною мірою зберігають свій «акцент», тобто свою ногу в

минулому [7, с. 2]» (власний переклад). З огляду на це, представляється доцільним залучати молодих людей – цифрових аборигенів – до процесу цифрової інклюзії старшого покоління.

1.2 Роль цифрової грамотності у процесі цифрового залучення людей похилого віку

Низький рівень цифрової грамотності, наряду з браком доступу до інформаційно-комунікаційних технологій, представляє собою один із ключових бар'єрів для цифрової залученості старшого покоління в Україні [8]. Цифрову грамотність визначають як «спроможність використовувати інформаційно-комунікаційні технології для пошуку, оцінки, створення та поширення інформації, що вимагає як когнітивних, так і технічних навичок» [1, 2].

Міністерство цифрової трансформації України провело масштабне дослідження щодо рівня цифрових навичок народу України. Його результати показали, що 53% українців у віці 17-70 років мають рівень володіння цифровими навичками «нижче середнього», згідно з класифікацією Єврокомісії. Водночас, у 15% населення зовсім відсутні цифрові навички [8].

Давиденко зазначає, що цифрова грамотність передбачає навички використання цифрових технологій не лише для доступу, аналізу, оцінки та створення інформації, але й для вирішення життєво важливих проблем. Таким чином, володіння достатнім рівнем цифрової грамотності представляє один із гарантів повноцінної соціальної залученості людини [9].

Термін «цифрова грамотність» почав використовуватися більш активно завдяки публікації Пола Гілстера, де це поняття позначало «здатність розуміти та використовувати інформацію в різноманітних форматах із широкого кола джерел, представлену через комп'ютери [10, с. 18]». З цього визначення можна побачити, що цифрова грамотність представлена широким поняттям, що охоплює навички споріднених активностей: інформаційну грамотність –

оперування інформацією; медійну грамотність – сприйняття та розрізнення різних форм повідомлень; комп'ютерну грамотність – здатність використання комп'ютерів. Таким чином, цифрова грамотність розуміється як парасолькове поняття, що об'єднує в собі три інших поняття, а саме:

- а) комп'ютерна грамотність – набір компетенцій безпечного використання комп'ютерних технологій, цифрових пристроїв і програмного забезпечення;
- б) інформаційна грамотність – набір базових навичок для пошуку, інтерпретації, аналізу, оцінки й ефективного використання інформації;
- в) медійна грамотність – здатність сприймати, інтерпретувати, оцінювати, створювати та передавати повідомлення в різних медіа-форматах [11].

У межах даної роботи використовується поняття цифрової грамотності, як найбільш широке, що позначає комплекс навичок ефективного використання інформаційно-комунікаційних технологій.

Оцінка рівня цифрової грамотності населення потребує комплексного підходу. Digital Skills Gap Index 2021 (DSGI) – індекс розриву в цифрових навичках – зробили оцінку 134 країн світу за шістьма параметрами, а саме:

- а) інститути цифрових навичок (англ. Digital skills institutions) – інституційні досягнення з поширення навчання цифровим навичкам як базового рівня, зокрема математичної грамотності, так і вищого (напр., випускники ІТ-спеціальностей);
- б) цифрова відповідність (англ. Digital responsiveness) – відповідність суспільного рівня цифрової грамотності постійно зростаючим вимогам у професійній сфері;
- в) підтримка уряду (англ. Government support) – залученість уряду до подолання цифрового розриву, зокрема наявність національної цифрової програми, координація з іншими

соціальними інститутами та ефективного просування ІКТ у широкому сенсі;

- г) постачання, попит і конкурентоспроможність (англ. Supply, demand and competitiveness) – поєднує ключові фактори цифрового розриву – невідповідність між професійними вимогами та реальним рівням цифрових навичок, гендерний розрив в галузі STEM, легкість найму персоналу та доступ до іноземних талантів для подолання розриву;
- д) етика даних і цілісність (англ. Data ethics and integrity), зокрема питання кібербезпеки;
- е) інтенсивність досліджень (англ. Research intensity) – фокус академічних кіл на цифрові предмети.

На базі цих параметрів Україна посідає 39 місце серед 45 країн Європи та Центральної Азії з рейтингом 4.8 бали з 10 можливих, тобто є значний простір для вдосконалення [12].

Процес цифрової інклюзії (залучення) поступовий і довготривалий, а наслідки цифрової нерівності критичні, серед них можна виокремити наступні:

- а) нестача комунікації та соціальна ізоляція:
 - 1) дефіцит міжособистісних контактів і вищий рівень самотності;
 - 2) низька поінформованість про навколишній світ;
 - 3) обмежений доступ до послуг тощо;
- б) перешкоди для освіти та роботи;
- в) поглиблення інших форм нерівності: гендерної, економічної тощо.

Відсутність доступу до ІКТ або необхідних навичок для їхнього використання перекриває людині шляхи для комунікації в умовах інформаційного суспільства. По-перше, це виявляється в обмежених контактах з іншими людьми, що негативно впливає на емоційний стан і ментальний

розвиток особистості. під час пандемії COVID-19 Інтернет і соціальні мережі відіграли визначну роль у об'єднанні людей і боротьбі з почуттям самотності, що особливо актуально для людей літнього віку. Дослідження вказують на те, що частота використання Інтернету під час пандемії коронавірусу пов'язана з покращенням якості життя та нижчими показниками депресії та самотності у людей старше 55 років [13; 14].

По-друге, невикористання Інтернету та новітніх медіа призводить до низького рівня поінформованості про навколишній світ, що може стати питанням життя чи смерті під час війни.

По-третє, це спричиняє неможливість отримати певні послуги, що стали доступні віртуально. Цей аспект має особливе значення для людей з інвалідністю, яким фізично важко чи неможливо дістатися певної установи для замовлення чи реалізації необхідної послуги.

Цифровий розрив створює значні перешкоди для навчання та праці онлайн. Так, наприклад, можливість працювати дистанційно зіграла першочергову роль у тому, аби люди не втратили роботу під час пандемії. У галузях, у яких робочі задачі можуть бути виконані з дому, спостерігалось повільніше скорочення зайнятості [15].

Таким чином, цифрове залучення є особливо актуальним у наш час. Цей процес спрямований на створення можливостей для кожного використовувати блага цифрового світу у повній мірі. Цифрове залучення враховує не лише надання доступу до ІКТ, але й навички, мотивацію та довіру (рис. 1.5).

Як було згадано раніше, володіння навичками для використання ІКТ складає рівень цифрової грамотності. Цифрову грамотність можна розвинути за допомогою освітніх програм, які навчають ефективно використовувати цифрові технології та ресурси для досягнення власних цілей.

Елемент довіри також відіграє ключову роль в освоєнні старшим поколінням технологій. Довіра передбачає впевненість у собі та в безпеці новітніх технологій. Її реально підвищити за допомогою політичних програм,

які сприяють конфіденційності та безпеці цифрових ресурсів, а також навчають обачливо використовувати технології

У випадку з просвітою соціально вразливих верств населення, зокрема людей похилого віку, необхідно приділити особливу увагу подоланню психологічних, соціальних та дидактичних бар'єрів. Ці перешкоди безпосередньо впливають на мотивацію особи залучати технології у своє повсякденне життя. Задля подолання індивідуальних бар'єрів старшого покоління варто транслювати переваги використання технологій, відповідно до особистих потреб цієї цільової групи [9].



Рисунок 1.5 - Загальні принципи цифрової доступності (інклюзії)

Закликаючи до цифрової рівності для всіх, незалежно від віку, генеральний секретар ООН Антоніу Гутерреш, сказав: «Вживаючи всіх можливих заходів для обліку тих недобросовісних злочинців, які полюють на літніх людей, ми також повинні працювати над зміцненням цифрових навичок

літніх людей як важливого захисту та засобів поліпшення їхнього добробуту» [16].

Уряди мають взяти на себе провідну роль у створенні та розгортанні доступної цифрової інфраструктури, зокрема електронного врядування. Одним із першочергових кроків до подолання цифрової нерівності є створення широкосмугових мереж. Успіх подальших кроків, зокрема просуванні цифрової грамотності, залежить від співпраці всіх зацікавлених сторін, таких як органи державної влади, приватний сектор, наукова інтелігенція, громадянське суспільство та міжнародні організації [17].

Висновки до розділу 1

В умовах прогресивної цифровізації суспільства особливо гостро постає проблема цифрової грамотності людей похилого віку. Навички ефективного використання інформаційно-комунікаційних технологій мають критичне значення для людини в сучасному мінливому світі. Розрив грамотності – це один із вимірів цифрового розриву у доступі та можливостях використання новітніх технологій. Оскільки проблема цифрового розриву паразитує на інших формах соціальної нерівності, вона переважно націпає найбільш вразливі верстви населення, зокрема людей похилого віку. Випадок людей старшого віку специфічний, адже їхнє цифрове залучення пов'язане з урахуванням низки факторів – віку, стану здоров'я, соціо-економічного статусу, місця проживання, культурних перепонів тощо. На базі перелічених ознак люди похилого віку нерідко переживають дискримінацію стосовно використання технологій, що гальмує процес їхньої цифрової інклюдії, формуючи імідж “нездібних” як у власній свідомості, так і суспільній.

Взагалі по світу спостерігається негативна кореляція між віком і активністю використання новітніх технологій. В Україні значний спад помітно після 49 років. Нижчому рівню цифрової активності людей старшого віку сприяє низка факторів: обмежений доступ до технологій; відсутність цифрової

грамотності; фізичні та когнітивні обмеження; незручний дизайн технологій; фінансові обмеження; генераційні відмінності тощо.

Цифрова грамотність – це основний бар’єр для цифрової залученості старшого покоління в Україні. Більше половини українців мають нижчий за середній рівень володіння цифровими навичками, а у шостої частини вони зовсім відсутні. Такі показники серед населення мають критичні наслідки, особливо в контексті війни, коли миттєвий доступ до критично важливої інформації забезпечують саме цифрові технології. Окрім цього, відсутність цифрових навичок перешкоджає спрощеній соціальній комунікації, доступу до онлайн-послуг, освіти та роботи.

Медіакомунікацій та зв’язки з громадськістю мають великий потенціал для сприяння цифрової інклюзії старшого покоління. По-перше, вони можуть зробити значний внесок у викорення негативних стереотипів, пов’язаних із навчанням старших людей цифровим навичкам. Це безпосередньо впливатиме на готовність старшого покоління ознайомитися з новітніми технологіями ближче. Такими способами можуть бути просвітницькі заходи для родичів, що доносять важливість їхньої залученості в навчання та моральну підтримку старшого покоління, а також позитивні медіа-кампанії, що демонструють успішне використання технологій старшими людьми.

По-друге, можна реалізувати просвітницькі програми для поширення обізнаності про ІКТ серед людей похилого віку, що сприятиме більшому рівню довіри та усвідомленню потреби в технологіях, а також покращенню цифрових навичок.

2 ПРОЄКТ З ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ЦИФРОВОЇ ГРАМОТНОСТІ ЛЮДЕЙ ПОХИЛОГО ВІКУ DIGI-TRUCK

2.1 Актуальність і концептуальні засади проєкту

Упродовж березня–червня 2023 року в межах програми академічної мобільності Erasmus+ в Університеті прикладних наук Санкт-Пельтена (м. Санкт-Пельтен, Австрія) мною та міждисциплінарною командою студентів з України, Австрії, Іспанії була розроблена концепція проєкту з підвищення рівня цифрової грамотності людей похилого віку. Сутність проєкту полягала у вирішенні задачі: «Як ми можемо подолати цифровий розрив для людей старшого віку в сільській місцевості?» (англ. “How might we overcome the digital gap for older people in rural areas?”).

Актуальність проблеми цифрового розриву між різними поколіннями в Австрії та інших країнах ЄС підтверджують дані the Digital Skills Indicator (DSI) 2021 від Eurostat. Індикатор цифрових навичок оцінює рівень володіння цифровими навичками респондентів на базі п'ятих сфер компетентності:

- а) інформаційна грамотність (пошук інформації щодо товарів і послуг; пошук інформації, пов'язаної зі здоров'ям; читання новинних сайтів, газет і журналів тощо);
- б) комунікаційні та колабораційні навички (використання електронної пошти; телефонування/відео-дзвінки через Інтернет; обмін миттєвими повідомленнями; використання соціальних мереж тощо);
- в) навички створення цифрового контенту (використання програмного забезпечення для обробки текстів/роботи з електронними таблицями; редагування фотографій, відео- чи аудіо-файлів тощо);
- г) навички безпеки (перевірка безпечності вебсайтів; обмеження доступу до власного географічного розташування; обмеження

доступу до профілю або його вмісту в соціальних мережах щодо);

- д) навички вирішення проблем (здійснення онлайн-покупок; онлайн-продаж; використання навчальних матеріалів онлайн; використання Інтернет-банкінгу тощо) [18].

Базовий рівень цифрових навичок було призначено тим респондентам, хто може виконувати хоча б одну активність у кожній із зазначених сфер компетентності. Отже, результати дослідження демонструють негативну кореляцію між віком і володінням базовими цифровими навичками в Австрії, подібно до інших країн ЄС, як це видно з рис. 2.1. Тобто зі збільшенням віку зменшується частка населення, що має хоча б базовий рівень володіння цифровими навичками.

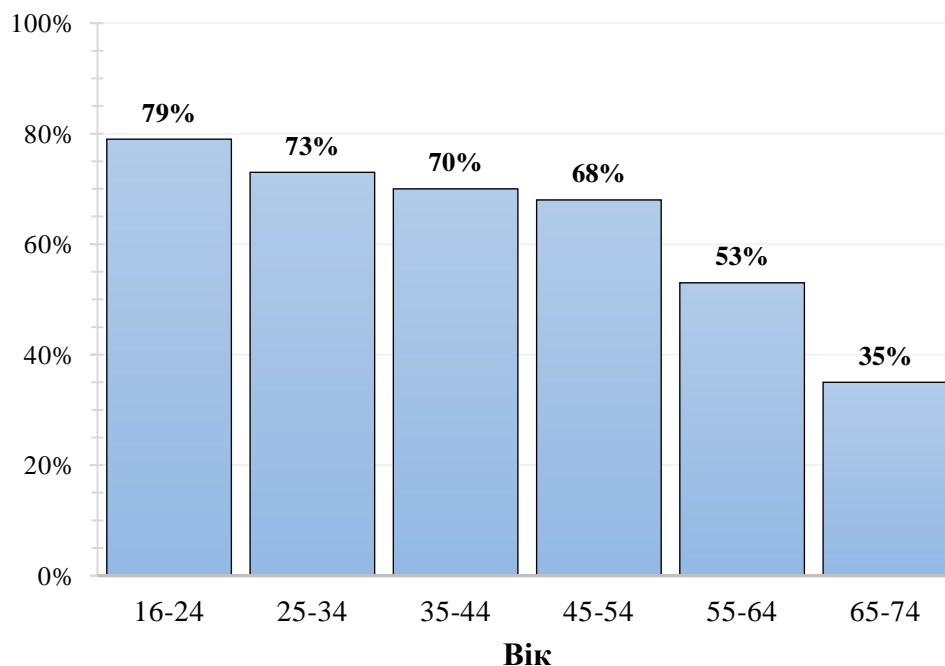


Рисунок 2.1 – Володіння базовими цифровими навичками за віком в Австрії у 2021 р.

Починаючи з 55 років відсоток таких людей стрімко знижується – з 68% до 53% порівняно з віковою групою 45-54 років. Найбільший розрив у

цифрових навичках було виявлено між віковими категоріями 55-64 та 65-74 років – 53% і 35% відповідно.

Рівень володіння цифровими навичками також відрізняється залежно від статусу зайнятості. Серед зайнятих людей цифрові навички значно більш поширені (71%), аніж серед людей поза робочою силою (39%), таких як пенсіонери та домогосподарки.

Спостерігається позитивна кореляція між часткою населення з базовими цифровими навичками та рівнем урбанізації. Тим не менш, роль рівня урбанізації в проблемі цифрового розриву не така значна, як соціо-демографічні фактори. Міське населення найімовірніше матиме базові цифрові навички (Австрія – 75%; ЄС – 61%). У малих містах і передмісті відсоток падає до 61% в Австрії. Сільське населення Австрії (59%) відстає на незначний відсоток, однак у ЄС розрив між малими містами (52%) та селищами (46%) більш очевидний.

За даними Statistics Austria, у 2023 році 21,3% людей у віці 65-74 років і 46,2% у віці 75-84 не використовували Інтернет протягом останніх трьох місяців. Провідними причинами цього були названі:

- а) нестача знань, як використовувати Інтернет;
- б) нестача знань, як використовувати необхідне технічне обладнання;
- в) відсутність очевидної вигоди;
- г) відсутність зацікавленості у використанні Інтернету;
- д) задачі, для яких потрібен Інтернет, виконуються іншими [19].

Згадавши пірамідальну структуру цифрової інклюзії, можемо зробити висновок, що основні бар'єри для людей похилого віку в Австрії знаходяться не на першому, фундаментальному рівні – доступі до цифрової інфраструктури – а на вищих рівнях навичок, довіри та мотивації. Тим не менш, залишається питання, чому людям похилого віку не вистачає компетенцій, інтересу, мотивації тощо для використання новітніх ІКТ.

У ході особистих інтерв'ю з цільовою групою за принципом стихійної вибірки було конкретизовано ключові аспекти проблеми. Зокрема, респондантами все ж таки було згадано обмежений доступ до новітніх технологій – як фізичний (нестача інфраструктурних можливостей у сільській місцевості), так і фінансовий (нестача коштів для забезпечення цифрових технологій). Що стосується причин нестачі знань для використання ІКТ, респонденти зазначали високу складність навчання для людей похилого віку та нестачу допомоги в опануванні новітніх технологій. Також респонденти вказували на почуття вимушеності використовувати ІКТ в умовах цифрового суспільства, що може бути пов'язано з неусвідомленням вигід і переваг цифрових послуг для людей похилого віку.

На базі проведеного дослідження було розроблено концепцію проєкту з підвищення рівня цифрової грамотності людей похилого віку в сільській місцевості під назвою Digi-Truck. Назва походить від скорочення слова «digital» (з англ. – цифровий) та «truck» (з англ. – вантажний автомобіль). Згідно з ідеєю, вантажівка слугуватиме медіумом, що поширюватиме цифрову грамотність серед людей похилого віку, які мешкають віддалено від міст. Сутність проєкту полягає у створенні мобільного консультаційного пункту для надання персональної допомоги людям похилого віку з питань використання цифрових девайсів і новітніх ІКТ. Він представляє собою мікроавтобус, що подорожує до місць концентрації цільової групи в сільській місцевості та пропонує безкоштовні консультації тим, хто їх потребує. Окрім першочергового завдання з підвищення рівня цифрової грамотності, проєкт також пропонує привітне середовище для соціальної взаємодії людей похилого віку, пропонуючи їм гарячий напій (рис. 2.2).



Рисунок 2.2 – Візуалізація концепції проєкту “Digi-Truck”

Концепція проєкту спирається на такі ключові аспекти (рис. 2.3):

- а) персональна допомога: проєкт сприяє поширенню цифрових навичок серед людей похилого віку, пропонуючи персональні сфокусовані консультації з конкретних запитів, що виникають при використанні цифрових девайсів і технологій. Таким чином, кожний відвідувач отримує повноцінну увагу консультанта та вирішення свого запиту на місці. Окрім цього, командою Digi-Truck було створено інформаційні брошури (Digi-Packs), що містять покрокові інструкції на різні теми, такі як використання найбільш поширених мобільних додатків і онлайн-сервісів. Ці ресурси, разом з QR-кодами для додаткової онлайн-інформації, дають можливість людям похилого віку вчитися власним темпом та набирати впевненості у використанні цифрових технологій;

- б) мобільність: надання послуг відбувається там, де перебуває цільова група. Концепт консультаційного пункту «на колесах» частково компенсує нестачу цифрових сервісних центрів у сільській місцевості. Більше того, мобільність дозволяє охопити сегмент цільової групи, що має певні фізичні обмеження для пересування на довгі дистанції;
- в) міжгенераційний підхід: консультанти Digi-Truck – це молоді люди, які мають просунутий рівень як цифрових навичок, так і міжособистісної комунікації, аби забезпечити привітну середу для навчання літніх людей. Таким чином, проблема цифрового розриву між поколіннями адресована саме через взаємодію тих, хто виріс у цифрову епоху – цифрових аборигенів – і тих, хто народився до неї – цифрових іммігрантів;
- г) соціалізація: окрім поширення цифрової грамотності, Digi-Truck – це простір для комунікації та будування соціальних зв'язків, як і з представниками молодшого покоління, так і з однолітками. Таким чином, спрямовано зусилля на вирішення проблем соціальної ізоляції та самотності старшого покоління.



Рисунок 2.3 – Концептуальні принципи Digi-Truck

2.2 Розроблення прототипу

Визначення концептуальних засад і принципів проєкту дозволяє перейти до етапу розроблення айдетики продукту (з англ. identity – ідентичність). У маркетинговому розумінні айдентика – це сукупність візуальних, вербальних, ідеологічних складових компанії, бренду чи продукту, які допомагають сформувати перше враження та створюють цілісний образ в очах споживачів, роблять його впізнаваним і відокремлюють від інших. Важливо розуміти, що айдентика – не просто набір привабливих образів, а уособлення цінностей бренду. Вона має транслювати його основні ідеї, містити певні смислові послання, які сприйматиме аудиторія.

Отже, ідея назви “Digi-Truck” походить від характерної особливості продукту, а саме вантажного автомобілю, мікроавтобусу, що «доставляє» цифрові навички безпосередньо до цільової групи. Назва складається зі слів “digital” (з англ. – цифровий) та “truck” (з англ. – вантажний автомобіль).

Логотип “Digi-Truck” (рис. 2.4) візуально втілює концептуальні принципи сервісу та унікальну торгову пропозицію. Він представляє собою стилізоване зображення, що уособлює елементи мобільності, цифрових послуг і приємного проведення часу за чашкою гарячого напою. Логотип складається з чорної іконки, що нагадує чашку кави на колесах зліва, що натякає на



Рисунок 2.4 – Логотип "Digi-Truck"

мобільний, рухливий сервіс. Пара від гарячого напою представлена у вигляді трьох кривих ліній, які нагадують хвилі Wi-Fi сигналу, що вказує на цифрові зв'язки або послуги. Праворуч від цієї іконки представлена назва проєкту "Digi-Truck" золотистого кольору. Комбінація елементів логотипу натякає на мобільний сервіс, що пропонує гарячі напої та певні цифрові послуги.

Аби в лаконічній формі представити конкурентні переваги "Digi-Truck", важливо чітко сформулювати унікальну торгову пропозицію. Унікальна торгова пропозиція (УТП, англ. unique selling proposition, unique selling point – USP) – це опис унікальних якостей продукту чи послуги, що спонукатимуть споживачів віддати перевагу їм, а не конкурентам. Це має бути чітке твердження, що вказує на конкретну перевагу, яку може отримати клієнт, обравши конкретний продукт чи послугу з низки подібних. Філіп Котлер зазначав, що через труднощі з пошуком функціональної унікальності компанії почали фокусуватися на емоційній торговій пропозиції. Саме сильні емоційні асоціації з товаром або послугою представляють собою найпотужніший споживчий стимул [20].

Унікальна торгова пропозиція "Digi-Truck" ґрунтується на ключових перевагах сервісу та звучить як: "Coffee, Buddies & Digital Skills. There where you are: mobile, assisted, affordable, friendly" ("Кава, Друзі та Цифрові Навички. Там, де ви є: мобільні, асистовані, доступні, дружелюбні") (рис. 2.5).



Рисунок 2.5 – Унікальна торговельна пропозиція (УТП) сервісу "Digi-Truck"

Фірмова айдентика та елементи унікальної торгової пропозиції Digi-Truck було відображено в рекламних постерах, створених для подальшого використання під час тестування та презентації проєкту. Було розроблено декілька варіантів постерів із різної композицією та графікою (див Додаток А), серед яких було відібрано два основних.

Як видно з рис. 2.6, перший рекламний постер представляє собою біле полотно, яке пересікає по діагоналі хвиляста дорога з вантажівкою на ній. Елемент дороги композиційно поділяє зображення на дві частини. У верхній лівій частині знаходиться короткий опис сервісу: «Мобільне місце зустрічі, яке відповідає на всі ваші цифрові запитання». Нижче представлено заклик завітати до Digi-Truck, випити кави та звернутися до команди за допомогою з цифровими навичками. У правій нижній частині розташовано фірмовий логотип сервісу.



Рисунок 2.6 – Рекламний постер № 1

Перший варіант рекламного постеру було обрано як найкращий для застосування з цільовою аудиторією, адже він доносить ідею сервісу через більший обсяг тексту та розширені речення.

У порівнянні з першим постером, другий постер має більш лаконічну композицію (рис. 2.7). Його було створено для презентації проєкту на студентській виставці.



Рисунок 2.7 – Рекламний постер № 2

Для фону було обрано яскравий бірюзовий колір. Центральне місце на постері займає логотип сервісу, знизу якого зображено символічний елемент вантажівки. Навколо неї у представлено короткі написи зі складовими унікальної торгової пропозиції, такими як цифрова допомога, кава, друзі тощо.

Для попередньої підготовки до реалізації та тестування прототипу сервісу було необхідно визначити елементи мінімального життєздатного продукту (англ. Minimum viable product – MVP) – найбільш базової версії продукту з мінімальним функціоналом, яку можна протестувати з користувачами. Вона дозволяє команді зібрати зворотній зв'язок від тестової групи користувачів – раних послідовників (англ. early adopters) – для подальшої адаптації та вдосконалення продукту. Мінімальний життєздатний продукт Digi-Truck складався з таких елементів:

- а) просторовий транспортний засіб, а саме вантажний автомобіль для перевезення команди, необхідного технічного обладнання та приладдя для приготування гарячих напоїв;
- б) один консультант з цифрової підтримки й один бариста в команді (на етапі тестування стало зрозуміло, що одного консультанта не достатньо, адже в такому разі час очікування консультації доволі тривалий);
- в) одна локація концентрації цільової групи для проведення тестового дня;
- г) сфокусована цифрова підтримка з обмеженого кола проблем;
- д) точка доступу до мережі Інтернет;
- е) кава, чай і приладдя для їхнього приготування.

Було визначено, що для початку цифрова підтримка має фокусуватись виключно на користуванні смартфонами, а саме: базові налаштування, завантаження та видалення мобільних програм, користування мобільними додатками, зокрема соціальними мережами, електронною поштою та онлайн-банкінгом.

У доповнення до персональних консультацій з цифрових питань було вирішено розробити інформаційні брошури – Digi-Packs, які відвідувачі могли би переглянути індивідуально в будь-який час. Ці навчальні матеріали складаються з декількох частин, присвячених користуванню різними мобільними додатками, такими як WhatsApp, онлайн-банкінг, Gmail, AppStore та Google PlayStore, а також скануванню QR-кодів (див. Додаток Б).

Як видно з рисунку 2.8, перша частина брошури про месенджер WhatsApp складається з титульної сторінки, що містить логотип мобільного додатку, а також коротке, релевантне для цільової групи пояснення, для чого цей додаток може бути використаний: «Бажаєте відправити повідомлення, що вечеря готова, чи поділитися своєю фотографією у Вашому цвітнику? Використовуйте WhatsApp».

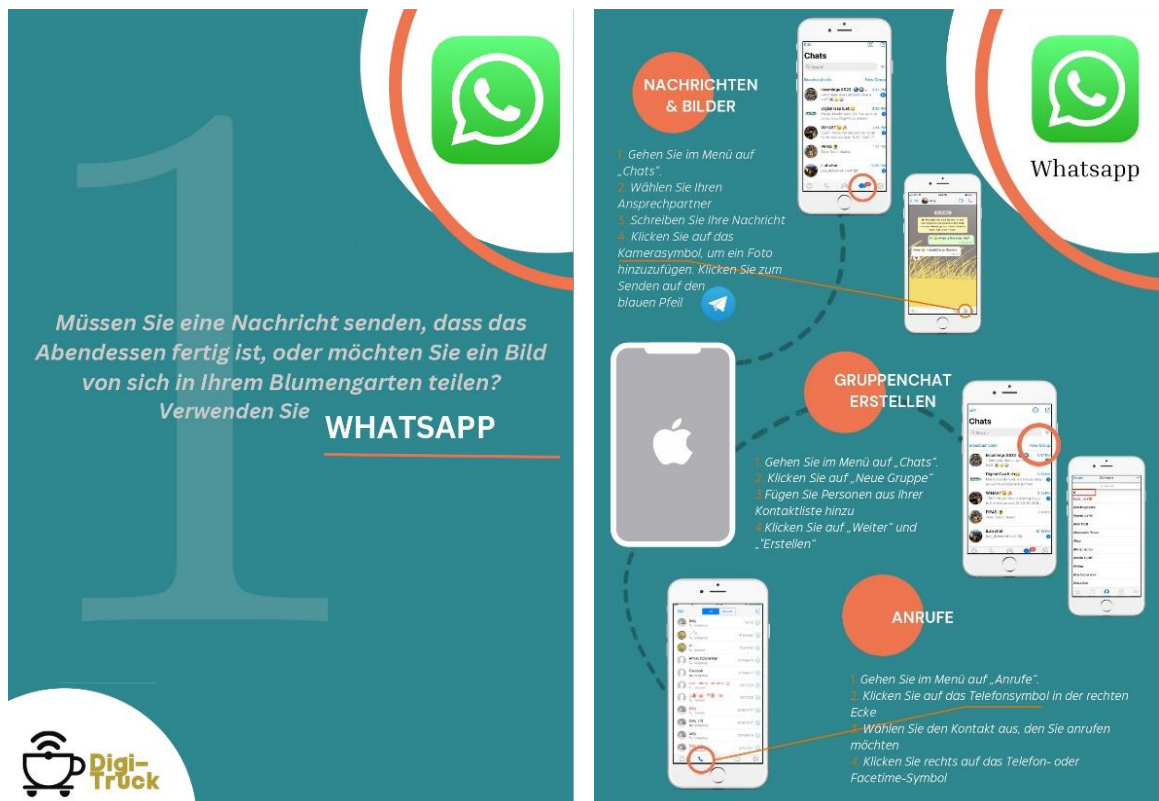


Рисунок 2.8 – Приклад сторінок інформаційної брошури Digi-Packs

На наступній сторінці представлено короткі ілюстративні інструкції щодо того, як відправляти повідомлення чи картинки, створювати групові чати та дзвонити в додатку WhatsApp. У повній версії брошури надаються інструкції як для операційної системи IOS, так і для Android.

Інформаційні брошури Digi-Packs послуговують лише допоміжним навчальним матеріалом, який може стати в пригоді під час очікування відвідувачами власної персональної консультації або вже після неї.

2.3 Тестування прототипу

По завершенню розробки прототипу необхідно розпочати підготовчі заходи до його тестування на цільовій групі – людях у віці 65 і більше років, що мешкають у сільській місцевості.

Першочерговим завданням на етапі підготовки до тестування є знаходження локації чи кооперативних партнерів, у співпраці з якими можна реалізувати повноцінний тест прототипу.

Первісний задум для проведення тестування полягав у розташуванні мобільного консультаційного пункту Digi-Truck на відкритій локації в одному з найближчих селищ – на центральній площі, біля церкви тощо, де цільова група може з найбільшою вірогідністю перебувати.

Спочатку такий план здавався реалістичним і перспективним, адже він мав повністю змодельовати первісну ідею функціонування проєкту. Тим не менш, план проведення тесту на відкритій локації було відхилено з наступних міркувань:

- а) узгодження тесту з місцевою владою: проведення тесту в публічному місці передбачало отримання дозволу від місцевої адміністрації; цей процес зайняв би певний термін, який міг би вийти за межі наших часових ресурсів, а також не гарантовано призвів би до схвального рішення;

- б) неможливе електропостачання: для повноцінного функціонування Digi-Truck потрібно електропостачання, вільний доступ до якого на відкритій вулиці обмежено;
- в) складна реалізація реклами: оскільки проведення тесту неможливе без контрольної групи, недоцільно очікувати на присутність цільової групи в певному місці без попереднього повідомлення. Водночас, для цільової групи 65+ років було недоречно розміщувати рекламу події в Інтернеті, а створення оголошення в газетах чи розміщення зовнішньої реклами означало додаткові фінансові витрати.

Виходячи з вищезазначеного, було прийнято рішення шукати коопераційного партнера, що працює з людьми похилого віку, на базі якого можна було би провести тестування прототипу Digi-Truck.

Завдяки мережі професійних зв'язків Університету прикладних наук Санкт-Пельтена, на базі якого розроблявся проект, моєю командою було встановлено контакт з Будинком літніх людей «Клементіnum» у містечку Кірхштеттен, Нижня Австрія, в якому за офіційними даними знаходяться під опікою 126 людей похилого віку.

Будинок літніх людей представлявся найбільш вдалим місцем для тестування прототипу, адже були нівельовані вище зазначені проблеми, пов'язані з тестом на публічній локації.

По-перше, адміністрація будинку літніх людей була зацікавлена у наданні свого майданчику для тестування Digi-Truck, адже його мешканці зможуть безоплатно скористатися його послугами – допомогою з цифровими девайсами та сервісами, а також приємною атмосферою з чашкою гарячого напою в руці.

По-друге, було встановлено особисту доброзичну комунікацію безпосередньо з директоркою будинку, що дозволяло ефективно вирішувати питання та вияснити всі принципи для тесту аспекти.

По-третє, мешканці будинку літніх людей «Клементinum» стали контрольною групою, адже вони завчасно знали про візит Digi-Truck завдяки афіші, що було розміщено в холах будинку (рис. 2.9). Афіша виконана німецькою мовою – рідною мовою цільової групи. На ній указані дата, час і місце проведення тестування прототипу Digi-Truck, а також інформація щодо запропонованих сервісів.



Datum: 10. Juni
Zeit: 13:30 - 17:00 Uhr
Ort: im Eingangsbereich des Clementinum

Der mobile Treffpunkt ,der alle Ihre digitalen Fragen beantwortet

kommen Sie zum Digi-Truck
 trinken Sie einen Kaffee
 Sprechen Sie mit uns

Wir werden Ihnen mit ihren digitalen Kompetenzen helfen

MENU
 KAFFEE
 TEE
 SNACKS

coffee - buddies - skills

Digi-Truck OPEN

Digi-Truck

Hallo!

Wir sind eine Studentengruppe der FH St. Pölten. Wir sind derzeit in der Testphase unseres Projektes, um die digitale Inklusion von Personen über 65 am Land zu verbessern. In diesem Sinne wollen wir Sie zu unserem Test-Tag einladen.

Wenn Sie über 65 Jahre alt sind und digitale Beratung brauchen, z.B. WhatsApp, E-Mail, Installieren und Löschen von Apps, Handy-Einrichtung und E-Banking, dann kommen Sie zum Digi-Truck und wir werden Ihnen helfen (egal welchen Handyhersteller Sie haben). Sie können dazu kostenlos Kaffee, Tee oder Snacks haben und sich mit anderen Seniorinnen und Senioren unterhalten.

Wir freuen uns auf Sie.

Рисунок 2.9 – Афіша тестового дня Digi-Truck

Напередодні встановленого тестового дня частиною команди Digi-Truck було відвідано локацію Будинку для особистої зустрічі з директоркою щодо оточення Будинку, доступних на місці ресурсів, зокрема електропостачання, та обговорення плану дій за непередбачуваних обставин, зокрема несприятливих погодних умов.

Власне в день тесту команда Digi-Truck прибула на локацію за годину до офіційного початку заходу для організації та декорування простору (рис. 2.10). Команда складалася з шести людей: дві людини виконували роль консультантів; дві людини взяли на себе функцію спостереження за перебігом тестування та нотування; одна людина опікувалася приготуванням гарячих напоїв для відвідувачів; одна людина займалася документуванням заходу, фото- та відео-зйомкою. Взагалі тестування проводилося протягом 4,5 годин. На його результатами було створений короткий відеоролик з основними моментами тестового дня (див. Додаток В).



Рисунок 2.10 – Тестування прототипу проєкту “Digi-Truck”

Основними висновками за результатами тестування були:

- а) цільова група 65+ років – дуже широка, отже потреби в ній найрізноманітніші, починаючи з найбільш базових функцій смартфона – створити контакт у телефонній книжці – до

користування соціальними мережами, до чого необхідно бути підготовленими;

- б) тестова група включала, зокрема, людей з інвалідністю, які потребують особливого підходу, більшої уваги та часу під час консультацій;
- в) спостерігалася проблема розподілення часу між усіма представниками тестової групи, тож варто володіти навичками тайм-менеджменту та міжособистісної комунікації, аби ефективно та рівноцінно розподіляти свій час і фокус уваги.

Концепцію проєкту “Digi-Truck” було схвально відзначено за використання міжгенераційного підходу у покращенні соціальної інклюзії, орієнтацію на розширення особистого потенціалу та людське єднання.

Результати роботи над проєктом “Digi-Truck” було продемонстровано на виставці студентських проєктів “Project Vernissage” в Університеті прикладних наук Санкт-Пельтена. Концепція проєкту зробила гран-прі в категорії «Стратегічні та міждисциплінарні проєкти» (рис. 2.11).



Рисунок 2.11 – Нагородження команди “Digi-Truck” з головним призом

Висновки до розділу 2

Створення проєкту з підвищення рівня цифрової грамотності людей похилого віку вимагає системного людиноцентричного підходу, що полягає у ґрунтовному дослідженні особливостей, потреб і «больових точок» цільової групи. Покращення цифрової інклюзії людей старшого покоління потребує глибокого розуміння їхньої психології, об'єктивних і суб'єктивних обмежень, які стають на шляху опанування цифрових навичок. Образ мислення людей похилого віку – «цифрових іммігрантів» – принципово відрізняється від молодшого покоління – «цифрових аборигенів», що описує дослідник Марк Пренсі. З огляду на це, важливо залучати «носії цифрової мови» до процесу цифрової інклюзії старшого покоління за умови використання м'якого та толерантного підходу.

Проблема цифрової грамотності старшого покоління має бути адресована таким чином, аби навчання цифровим навичкам не асоціювалося з почуттям вимушеності, а було вмотивованим. Для цього важливо винайти додаткові вигоди та сенси для цієї цільової групи, які стануть для них емоційними стимулами до навчання. У випадку проєкту Digi-Truck такими стимулюючими смислами виступають соціалізація з однолітками та молодшим поколінням, почуття спільності та приналежності, якісне дозвілля, персоналізована допомога з цифровими питаннями.

Для реалізації подібних проєктів, окрім вище згаданих аспектів, також необхідно усвідомлювати, що люди похилого віку – це дуже неоднорідна, гетерогенна група. Після 65 років із кожним шагом у 10 років активність використання ІКТ та рівень цифрових навичок прогресивно зменшується, згідно з численними статистичними даними як в Україні, так і по світу. Окрім фактору віку, на ці показники впливають геопросторові, соціо-економічні, освітні та культурні передумови. Таким чином, неможливо винайти вирішення проблеми цифрової грамотності релевантне для всіх представників старшого покоління, враховуючи значні відмінності всередині групи. Саме тому подібні

проекти потребують більш вузької сегментації, аби як найкраще досягти поставленої задачі – покращити рівень цифрових навичок старшого покоління.

ВИСНОВКИ

У час активної цифровізації суспільства проблема цифрової грамотності серед людей похилого віку стає особливо актуальною. Вміння ефективно користуватися інформаційно-комунікаційними технологіями має вирішальне значення для успішного функціонування в сучасному мінливому світі.

Розрив у рівні цифрової грамотності є одним із проявів цифрового розриву або нерівності, особливо серед найбільш вразливих верств населення – людей похилого віку. Ця проблема постає як з об'єктивних, так і суб'єктивних причин. З одного боку, низькому рівню цифрової грамотності сприяє обмежений доступ до цифрової інфраструктури, особливо у сільських місцевостях. З іншого – індивідуальні причини, такі як фінансова недоступність цифрових послуг, фізичні та когнітивні обмеження, незрозуміння цінності ІКТ і – як результат – відсутність мотивації до навчання. Більше того, люди похилого віку часто стикаються з дискримінацією щодо використання технологій, що ускладнює їхню цифрову інклюзію та формує стереотип "нездібних".

Цифрова грамотність є ключовим бар'єром для цифрової інклюзії старшого покоління в Україні. Більше половини українців мають нижчий рівень володіння цифровими навичками, а у шостої частини вони зовсім відсутні. Це має серйозні наслідки, особливо в умовах війни, коли доступ до критично важливої інформації забезпечують саме цифрові технології. Крім того, відсутність цифрових навичок ускладнює соціальну комунікацію, доступ до онлайн-послуг, освіти та можливості зайнятості.

Усім соціальним агентам варто мобілізувати свої зусилля для вирішення проблеми цифрової грамотності старшого покоління, аби не піддати його ризику цифрової та соціальної ізоляції. Задля цього необхідно звернути увагу на впровадження загальних принципів цифрової доступності: доступу, навичок, довіри та мотивації.

Сфери медіакомунікацій і зв'язків з громадськістю мають вагомий потенціал для сприяння покращенню цифрової грамотності старшого покоління. Вони можуть зробити свій вклад у цифрову інклюзію людей похилого віку завдяки різними підходами.

По-перше, вони можуть відігравати освітню функцію, створюючи корисні матеріали та заходи з цифрових навичок як в онлайн, так і в оффлайн, аби залучати цільову аудиторію з різними потребами та можливостями. Медіа також можуть звертатися до родичів і друзів, які можуть допомогти старшому поколінню почуватися більш впевнено, використовуючи цифрові технології.

По-друге, медіакомунікації можуть впливати на мотиваційний аспект – усвідомлення потреби в технологіях, що часто виступає ключовим бар'єром для старшого покоління в опануванні цифрових навичок. Для цього варто створювати просвітницький контент, спрямований на донесення вигід і переваг, що дають цифрові технології.

По-третє, враховуючи, що люди похилого віку – це головні жертви кібершахрайства, медіа можуть підвищувати обізнаність щодо безпечного використання Інтернетом і цифровими сервісами.

Наприкінці, медіа мають силу боротися з негативним іміджем старшого покоління стосовно новітніх технологій, зменшити закоренілі стереотипи та дискримінацію з боку соціуму.

Таким чином, медіакомунікації можуть стати містком між старшим поколінням і цифровим світом, допомагаючи їм розвивати необхідні навички та впевненіше використовувати сучасні технології. Це важливо для активного старіння, соціальної інклюзії та повноцінної участі в сучасному суспільстві.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Assessing the Digital Divide: Understanding Internet Connectivity and Digital Literacy in Cities and Communities // UN-Habitat, 2021. URL: https://unhabitat.org/sites/default/files/2021/11/assessing_the_digital_divide.pdf (дата звернення: 17.05.2024)
2. Addressing the Digital Divide: Taking Action towards Digital Inclusion // UN-Habitat, 2021. URL: https://unhabitat.org/sites/default/files/2021/11/addressing_the_digital_divide.pdf (дата звернення: 17.05.2024)
3. Intersectionality and Multiple Discrimination // Council of Europe Portal. URL: <https://www.coe.int/en/web/gender-matters/intersectionality-and-multiple-discrimination#55> (дата звернення: 17.05.2024)
4. Маліков В.В. Інтерсекційний підхід для розвитку інклюзивного інформаційного суспільства в Україні / Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я. 2019. Ч. IV. / URL: https://www.kpi.kharkov.ua/archive/microcad/2019/%D0%A1%D0%B5%D0%BA%D1%86%D0%B8%D1%8F_21/s21_14.pdf
5. We Are Social & Meltwater Digital 2023 Ukraine // Datareportal. Дата оновлення: 14.02.2023. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-ukraine#:~:text=There%20were%2028.57%20million%20internet,percent%20of%20the%20total%20population> (дата звернення: 20.05.2024)
6. Користування Інтернетом серед українців: результати телефонного опитування, проведеного 13-18 травня 2022 року // Київський міжнародний інститут соціології. Дата оновлення: 01.06.2022. URL: <https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1115&page=1> (дата звернення: 20.05.2024)
7. Marc Prensky. Digital Natives, Digital Immigrants, Part 1. / On The Horizon, Vol. 9, № 5, 2001. URL:

<https://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>

8. Удовик О., Москаленко О., Килимник Є., Сахарова А. Подолання цифрового розриву в Україні: людиноцентричний підхід // UNDP Україна. Дата оновлення: 28.01.2020. URL: <https://www.undp.org/uk/ukraine/blog/podolannya-tsifrovoho-rozryvu-v-ukrayini-lyudynotsentrychnyy-pidkhid> (дата звернення: 17.05.2024)

9. Давиденко Г. Цифрова інклюзія та доступність: соціальна діджиталізація: монографія / Вінниця: ТВОРИ, 2023. 240 с

10. Nichols T.P., Stornaiuolo A. Assembling "Digital Literacies": Contingent Pasts, Possible Futures. *Media and Communication*, 2019, V. 7, № 2, P. 14–24. URL: <https://doi.org/10.17645/mac.v7i2.1946>

11. Тілікіна, Н. Медіа-, інформаційна і комп'ютерна грамотність як компоненти цифрової грамотності / Наукові записки Львівського університету бізнесу та права, Ч. 29, с. 46-56. URL: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.5149025>

12. The Digital Skills Gap Index (DSGI) / Wiley, 2021. URL: <https://dsgi.wiley.com/global-rankings/>

13. Wallinheimo A.S., Evans, S.L. More frequent internet use during the COVID-19 pandemic associates with enhanced quality of life and lower depression scores in middle-aged and older adults / *Healthcare*, 2021, Vol. 9, No. 4, p. 393. URL: <https://www.mdpi.com/2227-9032/9/4/393>

14. Wallinheimo A.S., Evans S.L. Patterns of Internet Use, and Associations with Loneliness, amongst Middle-Aged and Older Adults during the COVID-19 Pandemic / *Healthcare*, 2022; 10(7):117. URL: <https://doi.org/10.3390/healthcare10071179>

15. Gabriela Cugat, Futoshi Narita. How COVID-19 Will Increase Inequality in Emerging Markets and Developing Economies / IMF BLOG. Дата оновлення: 29.10.2020.

URL: <https://www.imf.org/en/Blogs/Articles/2020/10/29/blog-how-covid-19-will->

[increase-inequality-in-emerging-markets-and-developing-economies](#) (дата звернення: 20.05.2024)

16. Young or old, UN calls for ‘digital equality’ for all / UN News. Дата оновлення: 30.09.2021. URL: <https://news.un.org/en/story/2021/09/1101882> (дата звернення: 20.05.2024)

17. Єрмоленко О. Власенко Т., Шаповалова І. Наслідки цифрового розриву та шляхи його подолання // Modeling the development of the economic systems. - Хмельницький, 2023 р.. - Т. 1.

18. Digital Skills in Austria and the European Union: Results of the Digital Skills Indicator (DSI 2.0) 2021 / Statistics Austria. URL: <https://www.statistik.at/fileadmin/pages/284/DSI-Report-EN.pdf>

19. ICT usage in households / Statistics Austria. URL: <https://www.statistik.at/en/statistics/research-innovation-digitalisation/digital-economy-and-society/ict-usage-in-households> (дата звернення: 20.05.2024)

20. Hindle, Tim. Guide to Management Ideas and Gurus / London: Profile Books, 2008, p. 197. URL: <https://bordeure.wordpress.com/wp-content/uploads/2008/11/the-economist-guide-to-management-ideas-and-gurus.pdf>

Додаток А

Варіанти рекламних постерів Digi-Truck

Der mobile Treffpunkt,
der alle Ihre digitalen Fragen beantwortet



Buddies

Socialisation

Digital Advices

Have a good time

Free Coffee & Snacks





Digi-Truck

Buddies

Socialisation

Digital Advices

Have a good time

Free Coffee & Snacks



**Der mobile Treffpunkt,
der alle Ihre digitalen Fragen beantwortet**

Додаток Б

Інформаційна брошура Digi-Packs з інструкціями до користування найбільш поширеними мобільними сервісами

1

Müssen Sie eine Nachricht senden, dass das Abendessen fertig ist, oder möchten Sie ein Bild von sich in Ihrem Blumengarten teilen?
Verwenden Sie **WHATSAPP**



NACHRICHTEN & BILDER

1. Gehen Sie im Menü auf „Chats“.
2. Wählen Sie Ihren Ansprechpartner
3. Schreiben Sie Ihre Nachricht
4. Klicken Sie auf das Kamerasymbol, um ein Foto hinzuzufügen. Klicken Sie zum Senden auf den grünen Pfeil

GRUPPENCHAT ERSTELLEN

1. Gehen Sie im Menü auf „Chats“ und klicken Sie auf das grüne Textfeld-Symbol in der rechten Ecke
2. Klicken Sie auf „Neue Gruppe“
3. Fügen Sie Personen aus Ihrer Kontaktliste hinzu
4. Klicken Sie auf „Weiter“ und „Erstellen“

ANRUF

1. Öffnen Sie den Chat der Person, mit der Sie Kontakt aufnehmen möchten
2. Klicken Sie auf das Telefonsymbol in der rechten Ecke



Whatsapp



NACHRICHTEN & BILDER

1. Gehen Sie im Menü auf „Chats“.
2. Wählen Sie Ihren Ansprechpartner
3. Schreiben Sie Ihre Nachricht
4. Klicken Sie auf das Kamerasymbol, um ein Foto hinzuzufügen. Klicken Sie zum Senden auf den blauen Pfeil

GRUPPENCHAT ERSTELLEN

1. Gehen Sie im Menü auf „Chats“.
2. Klicken Sie auf „Neue Gruppe“
3. Fügen Sie Personen aus Ihrer Kontaktliste hinzu
4. Klicken Sie auf „Weiter“ und „Erstellen“

ANRUF


1. Gehen Sie im Menü auf „Anrufe“.
2. Klicken Sie auf das Telefonsymbol in der rechten Ecke
3. Wählen Sie den Kontakt aus, den Sie anrufen möchten
4. Klicken Sie rechts auf das Telefon- oder Facetime-Symbol



Whatsapp




Sie können Rechnungen bezahlen, Überweisungen tätigen und programmieren, Steuererklärungen abgeben oder sogar Strafzettel wegen Geschwindigkeitsüberschreitung bezahlen mit einer **ONLINE BANKING APP**




Online Banking


WAS KANN ICH MIT ONLINE-BANKING MACHEN?

- 1 Online-Transaktionen durchführen
- 2 Rechnungen bezahlen
- 3 Transfers durchführen und programmieren
- 4 Steuererklärungen
- 5 Tickets bezahlen



VORTEILE DES ONLINE-BANKINGS

- 1 Sie können alles von zu Hause aus erledigen
- 2 Überweisungen erfolgen sehr schnell
- 3 Einfacher Zugriff auf die Übertragungsübersicht
- 4 Die Verwendung ist sicher



WIE NUTZE ICH MEINE ONLINE BANKING APP

Es gibt mehrere Apps, die Sie für das Online-Banking nutzen können. Jede Banking-App ist anders. Kontaktieren Sie Ihre Bank, um sich über die Nutzung der Online-Banking-App zu informieren.




Online Banking

WAS KANN ICH MIT ONLINE-BANKING MACHEN?

- 1 Online-Transaktionen durchführen
- 2 Rechnungen bezahlen
- 3 Transfers durchführen und programmieren
- 4 Steuererklärungen
- 5 Tickets bezahlen



VORTEILE DES ONLINE-BANKINGS

- 1 Sie können alles von zu Hause aus erledigen
- 2 Überweisungen erfolgen sehr schnell
- 3 Einfacher Zugriff auf die Übertragungsübersicht
- 4 Die Verwendung ist sicher




WIE NUTZE ICH MEINE ONLINE BANKING APP

Es gibt mehrere Apps, die Sie für das Online-Banking nutzen können. Jede Banking-App ist anders. Kontaktieren Sie Ihre Bank, um sich über die Nutzung der Online-Banking-App zu informieren.








Kein Computer in Ihrer Nähe und Sie müssen Ihre E-Mails abrufen? Möchten Sie bequem von Ihrem Sofa aus eine E-Mail senden? Installieren Sie Ihren. **GMAIL APP**



SO SENDEN SIE EINE E-MAIL

- 1 Öffnen Sie die Gmail-App
- 2 Klicken Sie auf das Stiftsymbol in der rechten Ecke
- 3 Geben Sie die E-Mail-Adresse ein, die Sie kontaktieren möchten
- 4 Schreiben Sie Ihre Nachricht
- 5 Drücken Sie auf den Pfeil in der rechten Ecke, um Ihre E-Mail zu senden



EIN FOTO HINZUFÜGEN

Vor dem Versenden der E-Mail können Sie einen Anhang hinzufügen. Bei diesem Anhang kann es sich um ein Foto oder ein Dokument handeln. Klicken Sie dazu oben rechts auf das Büroklammer-Symbol.


KATEGORIEN

Im Hauptbereich finden Sie alle Ihre eingehenden E-Mails. Der soziale Bereich enthält E-Mails von Ihren sozialen Medien wie Facebook. Werbe-E-Mails finden Sie im Bereich „Werbung“.


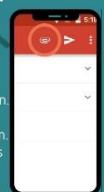
SO SENDEN SIE EINE E-MAIL

- 1 Öffnen Sie die Gmail-App
- 2 Klicken Sie auf das Stiftsymbol in der rechten Ecke
- 3 Geben Sie die E-Mail-Adresse ein, die Sie kontaktieren möchten
- 4 Schreiben Sie Ihre Nachricht
- 5 Drücken Sie auf den Pfeil in der rechten Ecke, um Ihre E-Mail zu senden


EIN FOTO HINZUFÜGEN

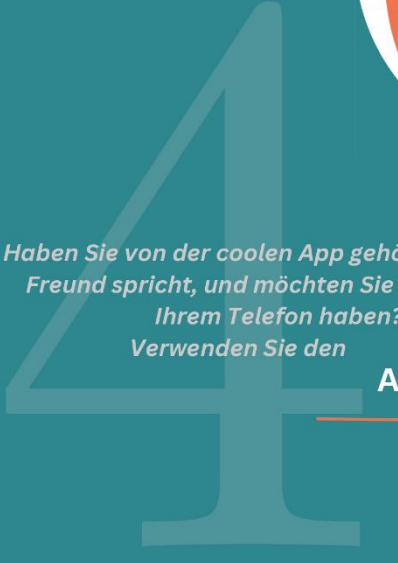

Vor dem Versenden der E-Mail können Sie einen Anhang hinzufügen. Bei diesem Anhang kann es sich um ein Foto oder ein Dokument handeln. Klicken Sie dazu oben rechts auf das Büroklammer-Symbol.

KATEGORIEN


Im Hauptbereich finden Sie alle Ihre eingehenden E-Mails. Der soziale Bereich enthält E-Mails von Ihren sozialen Medien wie Facebook. Werbe-E-Mails finden Sie im Bereich „Werbung“.



Haben Sie von der coolen App gehört, von der Ihr Freund spricht, und möchten Sie sie auch auf Ihrem Telefon haben? Verwenden Sie den

APPSTORE




**SCHRITT 1 :
ÖFFNEN SIE DEN
APP STORE**

Sie finden diese App auf Ihrem Startbildschirm. Der Startbildschirm ist die Seite, die beim Entsperren Ihres Telefons geöffnet wird.





**SCHRITT 2 :
SUCHEN SIE IM
MENÜ NACH DER
APP**





**SCHRITT 3 :
INSTALLIEREN
SIE DIE APP**

Klicken Sie auf die Schaltfläche „GET“ und bestätigen Sie die Installation, indem Sie Ihr Passwort oder Ihre Touch-ID eingeben. Nach dem Herunterladen erscheint die App auf Ihrem Startbildschirm.

Haben Sie von der coolen App gehört, von der Ihr Freund spricht, und möchten Sie sie auch auf Ihrem Telefon haben? Verwenden Sie die

Google play store




**SCHRITT 1 :
ÖFFNE
DEN GOOGLE PLAY
STORE**

Sie finden diese App auf Ihrem Startbildschirm. Der Startbildschirm ist die Seite, die beim Entsperren Ihres Telefons geöffnet wird.




**SCHRITT 2 :
SUCHEN SIE IM
MENÜ NACH DER
APP**




**STEP 3 :
INSTALLIERE
DIE APP**


Klicken Sie auf die Schaltfläche „Installieren“ und geben Sie Ihren Benutzernamen und Ihr Passwort ein. Nach dem Herunterladen erscheint die App auf Ihrem Startbildschirm.





Haben Sie diese Quadrate mit einem seltsamen Punktmuster in Restaurants, Geschäften, Cafés und sogar in Museen gesehen? Diese nennt man

QR CODE




QR code


WAS IST EIN QR-CODE?

Ein QR-Code ist ein spezifischer Code, den Sie in Restaurants, Museen, Geschäften oder Broschüren finden und der Sie zu einer Seite mit Informationen führt. Diese Informationen können ein Menü, eine Website oder ein Text sein. Sie können einen QR-Code nur mit einem digitalen Gerät scannen.



SO SCANNEN SIE EINEN QR-CODE

1. ÖFFNEN SIE DIE KAMERA APP
2. RAHMEN SIE DEN QR EIN
3. TIPPEN SIE AUF DAS POP-UP




QR code

WAS IST EIN QR-CODE?

Ein QR-Code ist ein spezifischer Code, den Sie in Restaurants, Museen, Geschäften oder Broschüren finden und der Sie zu einer Seite mit Informationen führt. Diese Informationen können ein Menü, eine Website oder ein Text sein. Sie können einen QR-Code nur mit einem digitalen Gerät scannen.



SO SCANNEN SIE EINEN QR-CODE

1. ÖFFNEN SIE DIE QR CODE APP
2. RAHMEN SIE DEN QR EIN
3. ES WIRD IHNEN AUTONATISCH DER LINK ZUM ÖFFNEN ANGEZEIGT



Додаток В

Відеоролик про тестування прототипу “Digi-Truck”

URL: https://drive.google.com/file/d/1k_kdyrwOUcujdXdP15DJ7xSLh8qhlFeQ/view?usp=sharing



Рисунок В.1 – Скріншот відеоролику про тестування прототипу “Digi-Truck”

АНОТАЦІЯ

Дипломна робота на тему «Підвищення рівня цифрової грамотності людей похилого віку» присвячена дослідженню проблеми низького рівня цифрової грамотності старшого покоління в контексті глобального феномену цифрового розриву. У роботі висвітлено питання особливостей міжгенераційного цифрового розриву та ролі цифрової грамотності в процесі цифрового залучення людей похилого віку.

Об'єктом дослідження виступає цифрова грамотність як один із вимірів цифрового розриву, що представляє собою комплекс навичок ефективного використання інформаційно-комунікаційних технологій, необхідний людині в сучасному світі. Предмет дослідження становить підвищення рівня цифрової грамотності людей похилого віку. Мета дипломної роботи полягає у висвітленні проблеми цифрової грамотності як фактору поглиблення цифрового розриву стосовно людей похилого віку та розробленні проекту її вирішення.

Аналіз джерельної бази дозволив: 1) надати опорні визначення поняттям цифрового розриву та цифрової грамотності; 2) виокремити комплексну природу та наслідки проблеми розриву цифрової грамотності стосовно людей похилого віку; 3) визначити можливості сфер медіакомунікацій і зв'язків з громадськістю у сприянні вирішенню означеної проблеми.

У практичній частині роботи представлено концепцію та прототип власного проекту з підвищення рівня цифрової грамотності людей похилого віку в сільській місцевості під назвою Digi-Truck. Проект представляє собою мобільний консультаційний пункт персональної допомоги людям похилого віку з питань використання цифрових девайсів і технологій. У роботі продемонстровано процес розроблення прототипу та результати тестування з цільовою групою.

Ключові слова: цифрова грамотність, цифровий розрив, інформаційно-комунікаційні технології, люди похилого віку, цифрова залученість.

ABSTRACT

The thesis on the topic “Improving the digital literacy level of the elderly” is dedicated to researching the problem of low digital literacy among the older generation in the context of the global digital divide. The work highlights the issues related to the intergenerational digital divide and the role of digital literacy in the digital and social inclusion of elderly people.

The object of the research is digital literacy as one of the dimensions of the digital divide, which represents a set of skills for effective use of information and communication technologies necessary for individuals in the modern world. The subject of the study focuses on improving the digital literacy level of the elderly. The purpose of the thesis is to address the issue of digital literacy as a factor exacerbating the digital divide of the elderly and to develop a project for its resolution.

The analysis of the source base allowed to: 1) provide basic definitions of the concepts of digital divide and digital literacy; 2) identify the complex nature and consequences of the digital literacy gap concerning elderly people; 3) determine the potential of media communications and public relations in contributing to resolving the problem.

The practical part of the paper presents the concept and prototype of an original project aimed at improving the digital literacy of elderly people in rural areas, called ‘Digi-Truck’. The project involves a mobile consultation point providing personalized assistance to elderly individuals regarding the use of digital devices and technologies. The work demonstrates the process of developing the prototype and the results of its testing with the target group.

Keywords: digital literacy, digital divide, information and communication technologies, the elderly, digital inclusion.