

Wbrew stereotypom. Obraz starości w aplikacji TikTok

Wprowadzenie

Kryzysy, z jakimi przyszło się mierzyć społeczeństwom w ciągu ostatnich kilku lat (zwłaszcza pandemia COVID-19), wpłynęły na wzrost znaczenia podstawowych kompetencji w zakresie obsługi mediów cyfrowych wśród grup społecznych, które być może do tej pory nie postrzegały siebie jako ich aktywni użytkownicy¹. W tym czasie bowiem to komunikatory oraz media społecznościowe stały się jednymi z ważniejszych narzędzi pozwalających utrzymywać stały kontakt z bliskimi spoza gospodarstwa domowego². Jedną z tych grup społecznych byli seniorzy.

Tymczasem kategoria starości w połączeniu z pojęciem mediów społecznościowych często funkcjonuje jako oksymoron. Seniorów przedstawia się jako osoby, które nie są w stanie nadążyć za szybkim tempem rozwoju nowych technologii, a czasem wręcz jako ich przeciwników, co powoduje istotne problemy w ich partycypowaniu w social mediach. Takie poglądy można usytuować w szerszym kontekście kulturowym. Jak za Marthą B. Holstein stwierdza Magdalena Kamińska: „Zaawansowany wiek bywa dewaluowany w wielu kulturach, ponieważ nieuchronnie kojarzy się ze słabością, utratą kontroli i śmiercią, a jego obrazy są wypierane, gdyż przypominają o przemijającej naturze młodości,

¹ Zob. C.I. Martínez-Alcalá, A. Rosales-Lagarde, Y.M. Pérez-Pérez, J.S. Lopez-Noguerola, M.L. Bautista-Díaz, R.A. Agis-Juarez, *The Effects of Covid-19 on the Digital Literacy of the Elderly: Norms for Digital Inclusion*, „Frontiers in Education” 2021, vol. 6, s. 1-19.

² Zob. H.M. Nguyen, J. Gruber, W. Marler, A. Hunsaker, J. Fuchs, E. Hargittai, *Staying connected while physically apart: Digital communication when face-to-face interactions are limited*, „New Media & Society” 2022, no. 24 (9), s. 2046-2067.

którą szczególnie wysoko ceni się w uprzemysłowionych społeczeństwach Zachodu”³.

To przede wszystkim obrazy młodości, energii i atrakcyjności fizycznej, a nie- rzadko również bogactwa stanowiły przez długi czas fundament marketingu oraz większości treści popularnych na tych platformach⁴. W rezultacie osoby starsze były marginalizowane, co pogłębiało wykluczenie cyfrowe tej grupy i utrwalało przekonanie o istnieniu międzypokoleniowej przepaści technologicznej.

Rozdźwięk między pokoleniami obrazowały również sposoby ich partycypacji w mediach społecznościowych. Starsi użytkownicy, zmagający się z już i tak niełatwą dla nich obsługą nowych technologii, zaczęli przenosić na nie przyzwyczajenia komunikacyjne znane im z mediów analogowych lub wcześniejszych form mediów cyfrowych, wytwarzając specyficzną dla nich tendencję estetyczną, którą Agnieszka Urbańczyk określiła jako „estetykę radykalnej szczeroci”. Jak pisze badaczka:

Jej cechami konstytutywnymi są: uczuciowość, nieselektywność, brak dystansu i naiwność, które w środowisku nieinternetowym uznaje się za naturalne, zaś w sieci 2.0 – za wynaturzenie, wynikające z braku bardzo specyficznego rozumianego kapitału kulturowego, który nie ma tu związku z instytucjonalnym wykształceniem bądź znajomością kanonu offline. Kluczowe jest zatem, by pamiętać, że osoby stojące za opisywaną twórczością mogą mieć różny (niekiedy bardzo wysoki) poziom kapitału kulturowego w tradycyjnym rozumieniu – ich cechą wspólną staje się jednak brak kompetencji związanych z dyskursem w obrębie konkretnego medium, jakim jest Internet⁵.

Charakterystyczne dla działań podejmowanych przez osoby starsze w sieci jest na przykład: nadmierne stosowanie wielokropka, podpisywanie się na końcu postu czy też tworzenie cyfrowych kartek z ciepłymi pozdrowieniami i życzeniami „smacznej kawusi”⁶. Tego rodzaju zachowania z kolei często spotykają się z dezaprobatą lub

³ M.B. Holstein, J.A. Parks, M.H. Waymack, *Ethics, Aging, and Society. The Critical Turn*, New York 2011, ss. 45-50, za: M. Kamińska, *Memosfera. Wprowadzenie do cyberkulturoznawstwa*, Poznań 2018, s. 93.

⁴ I. Zakowicz, *Starość (nie)medialna*, „Biblioteka Gerontologii Społecznej” 2013, nr 1-2, s. 53-64. Często nawet sami właściciele tych platform wyrażali niechęć do przekazów burzących iluzję wyidealizowanego świata. W tym kontekście słynne stało się stwierdzenie twórcy Instagrama, Kevina Systroma, o braku chęci oglądania „niedojeżdżonych kanapek” w jego aplikacji społecznościowej, w której chodzi o „kunszt, piękno i prostotę”. S. Frier, *Instagram. Bez filtra*, przeł. J. Irzykowski, Warszawa 2020, s. 272 i 281.

⁵ A. Urbańczyk, *Piękne życzenia urodzinowe i piosenki, i melodyjka. Szczeroci i kicz w twórczości internetowej osób starszych w perspektywie koncepcji dystynkcji Pierre’a Bourdieua*, „Wielogłos” 2020, nr 46, s. 140.

⁶ Podobne treści można znaleźć w aplikacji TikTok. Zob. np. <https://www.tiktok.com/t/ZGeK7VEjT/> (dostęp: 14.09.2024).

kpiną ze strony młodszych pokoleń, dla których są one anachroniczne i odbiegają od współczesnych standardów komunikacji⁷.

Rozwiązanie problemu wzajemnego niezrozumienia dostrzec można jednak w stosunkowo nowym środowisku aplikacji TikTok. Postaram się więc przedstawić perspektywę, w której dzięki międzypokoleniowej współpracy media społecznościowe stają się obszarem wymiany wartości i umiejętności. Jako międzygeneracyjny przekaz zaś stanowiąc mogą „fundament rozkwitu społecznego, w tym również rozwoju kultury”⁸.

1. Starość i osoby starsze w tiktokowych trendach

W niniejszym artykule chciałbym przyrzeć się starości zarówno jako conceptowi, który przez młodych użytkowników postrzegany jest z wielu różnych perspektyw, jak i samej obecności osób starszych w aplikacji TikTok. W artykule przyjęto perspektywę netnograficzną i zastosowano metody obserwacji uczestniczącej oraz analizy treści wsparte *desk research* obejmującym materiały dostępne zarówno w anglo-, jak i polskojęzycznych mediach głównego nurtu, w których – co trzeba podkreślić – zaobserwować można bardzo duże zainteresowanie tematem⁹.

Próg wiekowy klasyfikujący użytkownika mediów społecznościowych jako „osobę starszą” określam szeroko, jako zaczynający od około 55. roku życia. Definiuję go tak na podstawie dostępnych artykułów i danych statystycznych, które często łączą osoby powyżej tego wieku w jedną grupę starszych użytkowników. Analizując starość w kontekście aplikacji TikTok, trzeba zwrócić uwagę na to, jak kategoria ta manifestuje się poprzez obecność jej reprezentantów w aplikacji oraz w elementach infrastrukturalnych samej platformy¹⁰. W kontekście TikToka

⁷ Jednakże część młodszych użytkowników może postrzegać te praktyki jako „nawne, ale jednocześnie urocze”, co widać po komentarzach, takich jak: „mi się zawsze bardzo miło na serduszku robi jak ciocia mi takie rzeczy (nieironicznie ofc) wysła. Całkiem urocze to jest [...]”. W jednym z postów pt. „Skąd starsze osoby biorą te obrazki?” na platformie Reddit można zaobserwować różnorodność reakcji na tego typu praktyki. Zob. https://www.reddit.com/r/Polska/comments/sbv4vv/skąd_starsze_osoby_biorą_te_obrazki_jest_jakaś/ (dostęp: 16.09.2024).

⁸ A. Kostrzewa, J. Skrobek, *Postrzeganie międzypokoleniowe młodych dorosłych i seniorów*, „Ogrody Nauk i Sztuk” 2020, nr 10, s. 74.

⁹ Zob. np. E. Lefroy, *Grandpas gone viral: Millions tuning in to geriatric TikTok*, „New York Post” 2022, <https://nypost.com/2022/08/19/welcome-to-retirement-house-meet-the-tik-tok-grandfluencers/> (dostęp: 15.09.2024).

¹⁰ Taka analiza obejmuje nie tylko użytkowników, lecz także mechanizmy algorytmiczne, interfejsy oraz sposoby, w jakie aplikacje te promują lub marginalizują określone kategorie wiekowe.

będzie mieć znaczenie w szczególności analiza trendów charakterystycznych dla tego środowiska, które określam jako podlegające negocjacji elementy wspólne społeczności aplikacji. Stanowią one dyskursywne idee, które ostatecznie znajdują wyraz w aplikacji w postaci krótkich filmików¹¹.

Z perspektywy analizy postrzegania starości przez użytkowników TikToka interesującym zjawiskiem są trendy związane z filtrami nakładanymi na twarz, opartymi na technologii rozszerzonej rzeczywistości. Mam tu na myśli zwłaszcza filtr o nazwie Time Travel, dzięki któremu użytkownicy mogą przeprowadzić symulację własnego procesu starzenia się¹². Zyskał on niezwykle dużą popularność w aplikacji TikTok, a przez media głównego nurtu określany jest jako filtr, na którego punkcie pokolenie Z¹³ ma wręcz obsesję¹⁴ i który stawia je „twarzą w twarz ze śmiertelnością”¹⁵. Trend powiązany z tym filtrem realizowany jest co najmniej na dwa sposoby. Pierwszy polega na tym, że użytkownik samodzielnie przegląda się w „lustrze czasu”. Tutaj przez twórców najczęściej stosowane są podpisy do filmów, takie jak: „ten filtr jest za mocny”¹⁶ czy też „filtr na który nikt z was nie jest przygotowany”¹⁷. Emocje, jakie widać na twarzy użytkownika, wskazują z kolei najczęściej na szok i wzruszenie. W komentarzach natomiast obserwujący wyrażają swoje obawy: „nie uruchamiam bo mnie to przeraża”¹⁸ czy „boję się starości...”¹⁹, ale też żartują, pisząc: „don't be silly przecież mamy botox”²⁰.

Uczestnicy trendu nierzadko uzupełniają zmieniony przez filtr wygląd o dodatkowe konteksty, na przykład poprzez podpis: „Nie wiem czy tyle będzie mi

¹¹ Szerzej o takim rozumieniu trendów piszę w: Ł. Juda, *Wyzwanie TikToka. Performatywny wymiar współczesnych mediów audiowizualnych*, „Media i Społeczeństwo” 2024, t. 20, nr 1, z. 2.

¹² Filtr ten został przeanalizowany przez dr. Keona Parsę – tiktokera, który również jest chirurgiem plastycznym. Śledząc i analizując kolejne zmiany, jakie pojawiają się na ekranie wraz z postępującymi latami, zauważa on, że filtr ten jest niezwykle dobrze przygotowany i z dużą dozą prawdopodobieństwa odzwierciedla przyszły wygląd. Na koniec filmiku Parsa konkluduje, by pamiętać, że proces starzenia się „jest procesem naturalnym i wcale nie jest złą rzeczą”. Zob. Dr. Keon Parsa, TikTok, <https://www.tiktok.com/t/ZGewQmtHM/> (dostęp: 5.09.2024).

¹³ Najczęściej za reprezentantów tej generacji uznaje się osoby urodzone między 1997 a 2012 r.

¹⁴ M. Grothausa, *TikTok age progression: How to get the viral 'time travel' filter that Gen Z is obsessed with*, Fast Company, 2023, <https://www.fastcompany.com/90991023/tiktok-aged-filter-time-travel-progression-gen-z-obsessed-how-to-use> (dostęp: 5.09.2024).

¹⁵ Zob. T. Hunter *TikTok's 'aging' filters bring us face-to-face with mortality*, „The Washington Post” 2023, <https://www.washingtonpost.com/technology/2023/12/06/tiktok-time-travel-aging-filter/> (dostęp: 5.09.2024).

¹⁶ <https://www.tiktok.com/t/ZGeKgSNQj/> (dostęp: 5.09.2024)

¹⁷ Pisownia oryginalna. Zob. <https://www.tiktok.com/t/ZGeKgRVAw/> (dostęp: 5.09.2024).

¹⁸ <https://www.tiktok.com/t/ZNecjo8Xt/> (dostęp: 5.09.2024)

¹⁹ <https://www.tiktok.com/t/ZNecjtC9P/> (dostęp: 5.09.2024)

²⁰ Ibidem.

dame dożyć, ale podoba mi się plus moje «skilsy» damy rade będę hot babcia na dancingach w sanatorium²¹, a najczęściej pojawiającym się typem komentarzy jest ten, w którym tiktokerzy sygnalizują dostrzeżone podobieństwa między nimi a ich rodzicami lub dziadkami²². W pewnym sensie więc dostrzec tu można także ciekawy wątek równości. Filtry te mogą bowiem uzmysławiać, że wiek jest tylko jednym z elementów deskryptywnych, wcale nie determinującym danego człowieka²³.

W wielu tego typu nagraniach kluczową rolę odgrywa umiejscowienie procesu starzenia się w kontekście relacji z bliskimi. Drugim więc, równie częstym sposobem realizacji trendu są duety, w których uczestniczą na przykład aktualne pary, zastanawiające się, jak będą wyglądać razem na starość²⁴. W nagraniach tych pojawiają się komentarze dotyczące wspólnego procesu starzenia się i nierzadko wyrażane są nadzieje na doczekanie wspólnej starości²⁵. Jednocześnie pojawiają się również zgryźliwe uwagi dotyczące nie zawsze korzystnego wyglądu, co wprowadza humorystyczny kontrast i rozładowuje trudne dla użytkowników emocje²⁶.

Obok tego typu zestawień równie często występują treści, na których widoczni są rodzice lub dziadkowie danego użytkownika. Dzięki tego typu filtrom osoby starsze mogą zobaczyć potencjalny wygląd swoich dzieci/wnuków w wieku senioralnym, czego z dużym prawdopodobieństwem nie będzie dane im doświadczyć w rzeczywistości pozawirtualnej. Reakcje na takie treści są zróżnicowane. Bardzo często obserwuje się wzruszenie. Użytkownicy relacjonują: „Pokazałem ten filtr mojemu tacie, popłakał się²⁷; „[...] babcia powiedziała: «bardzo ładnie wyglądasz» więc zapytałam czy widzi ten postarzający mnie filtr? Na co ona «tak, ale i tak będiesz śliczna» [...]”²⁸. Oprócz wzruszenia często obserwuje się również niechęć niektórych

²¹ Zob. <https://www.tiktok.com/t/ZGeKgW6QM/> lub <https://www.tiktok.com/t/ZNecjCB97/> (dostęp: 5.09.2024).

²² Zob. np. <https://www.tiktok.com/t/ZGeKgYhF/> (dostęp: 5.09.2024). Bardzo często ten wątek poruszany jest w obecności tychże osób bliskich, którzy niejako swoją obecnością poświadczają podobieństwo, sami okazując przy tym nierzadko zdumienie, zob. np. <https://www.tiktok.com/t/ZGewCkdUG/> (dostęp: 5.09.2024).

²³ Opisany tu wycinek praktyk może budować obraz aplikacji TikTok jako przepełnionej sentymentalizmem i nostalgią. Należy więc dodać, że wśród treści powiązanych z filtrem Time Travel znajdują się również charakterystyczne dla aplikacji filmy humorystyczne, będące parodiami wskazanych w niniejszym artykule treści. Zob. np.: <https://www.tiktok.com/t/ZGeKgKDUq/> lub <https://www.tiktok.com/t/ZGeKgtT3K/> (dostęp: 13.09.2024).

²⁴ Jak np. <https://www.tiktok.com/t/ZNecjQ5BQ/> (dostęp: 13.09.2024).

²⁵ Zob. np. <https://vm.tiktok.com/ZGeEsMgWb/> (dostęp: 13.09.2024).

²⁶ Zob. <https://www.tiktok.com/t/ZNecjCGe3/> (dostęp: 13.09.2024).

²⁷ Zob. https://www.tiktok.com/@mr_g_brooo/video/7311723827325570336?_r=1&_t=8pf6TXCN-ZQX&link_tag=2 (dostęp: 13.09.2024).

²⁸ Zob. <https://www.tiktok.com/t/ZGeKg6oe/> (dostęp: 13.09.2024).

członków rodziny do oglądania tego typu nagrań²⁹. Można przypuszczać, że jest ona spowodowana nagłą konfrontacją ze świadomością śmiertelności bliskich, co zwłaszcza w kontekście bardzo młodych osób wiąże się ze złożonymi i trudnymi emocjami³⁰. Również u samych nagrywających doświadczenie tego rodzaju nierzadko wywołuje uczucie odrealnienia – nagle oto bowiem stają przed wizją przyszłości, która dotychczas wydawała się abstrakcyjnie odległą.

Filtr ten w kontekście rozważań nad starością pełnił więc kilka istotnych funkcji w społeczności aplikacji. Prowadził ku urefleksyjnieniu procesu starzenia się i uwrażliwieniu osób młodych na kwestię starości; pozwalał rodzicom i dziadkom zobaczyć prawdopodobny wygląd ich dzieci i wnuków na starość; ale – co bodaj najważniejsze – często angażował rodziców i seniorów w środowisko aplikacji. Z dużym prawdopodobieństwem wiele z opisanych powyżej realizacji duetów pozwoliło na pierwsze zetknięcie się seniorów z aplikacją TikTok. W jej środowisku wielokrotnie zresztą pojawiają się trendy, do których realizacji potrzeba zaangażowania członków rodziny, znajomych, przyjaciół, a nawet domowej fauny i flory. Platformy medialne starają się bowiem za wszelką cenę pozyskać jak największą liczbę użytkowników, a gdy ci już znajdują się w ich ekosystemie, dążą do utrzymania ich zaangażowania, aby móc jak najskuteczniej monetyzować pozyskane w ten sposób dane. Zmieniające się trendy, będące podstawowym elementem syntaktycznym aplikacji, pozwalają zaś zarówno na ciągłe zaangażowanie użytkownika wokół nowych wyzwań i treści, jak i (dzięki szczególnemu typowi trendów, które na potrzeby niniejszej publikacji będę określać jako włączające) na zwiększenie szans na pozyskanie nowych użytkowników.

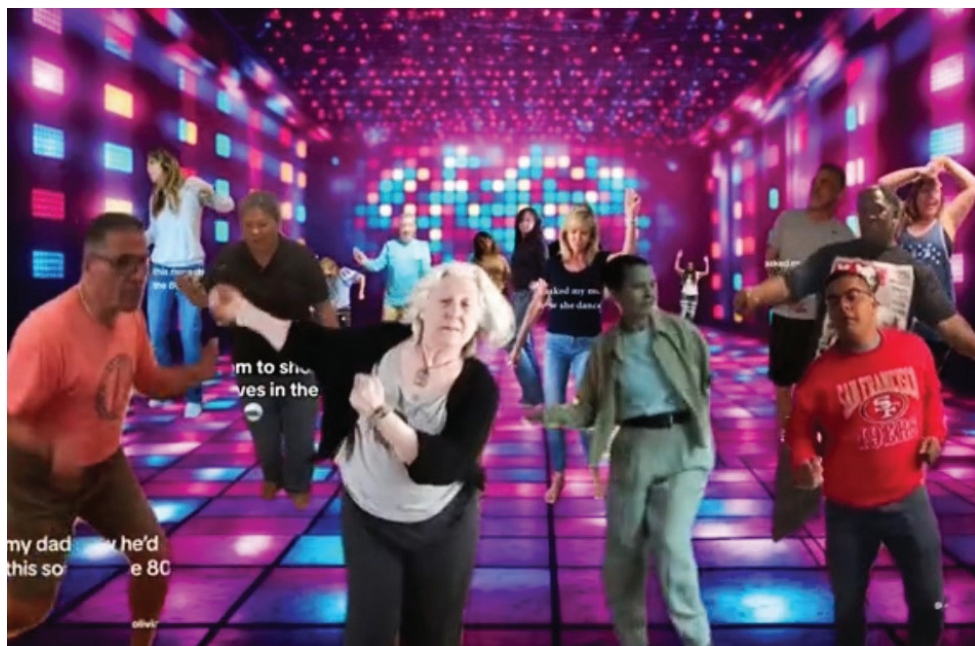
W kontekście aktywności seniorów przykładem trendu włączającego w partycypację na platformie TikTok był trend „show me your moves from the 80s”, powiązany z popularną w latach osiemdziesiątych piosenką *Smalltown Boy* zespołu Bronski Beat³¹. Trend ten zakładał poproszenie starszych członków rodziny o to, by odtworzyli charakterystyczne ruchy taneczne z tamtej dekady. Nagrania sugerują jednak, że prośba w tym przypadku nie była wcale konieczna, najczęściej wystarczyła bowiem zasłyszana muzyka ewokująca wspomnienia. Wielość tworzonych w ramach

²⁹ Zob. np. <https://www.tiktok.com/t/ZGeKgDpco/> (dostęp: 13.09.2024).

³⁰ Co ciekawe, reakcje bliskich są równie istotnym elementem w nagraniach solo, którym nierzadko towarzyszą podpisy, takie jak: „Pokażcie rodzicom coś czego nie zdążą zobaczyć <3” czy też „MAMO, TATO... Tak bardzo chciałam. Abyście zdążyli mnie taką zobaczyć...”. Zob. <https://www.tiktok.com/t/ZGeKgqgKd/>, <https://www.tiktok.com/t/ZGeKgB2GN/> (dostęp: 13.09.2024).

³¹ Zob. np. https://www.tiktok.com/@bucc40/video/7366673066610445611?_r=1&_t=8plaYXTe6PB&link_tag=2, <https://www.tiktok.com/t/ZGeErP2YU/>, czy też nagranie seniorskiej grupy tanecznej: <https://www.tiktok.com/t/ZGeErP2qW/> (dostęp: 13.09.2024).

tego trendu treści pozwoliła na jego szczególne przetworzenie. W tzw. editach użytkownicy wycinali bowiem z nagrań sylwetki tancerzy i umieszczali je razem na tle parkietu, tworząc wrażenie, jakoby wielu nieznanym sobie uczestników trendu spotkało się w tym samym miejscu na jednej imprezie tanecznej (zob. il. 1)³².



Il. 1. Zrzut ekranu jednego z tzw. editów, na którym użytkownik wkleił wielu tańczących obok siebie uczestników trendu, tworząc wrażenie, jakby znajdowali się w jednym pomieszczeniu

Inny przykład stanowi trend, który zyskał popularność w 2022 roku. W jego ramach użytkownicy tworzyli filmy, w których udawali, że biorą udział w konkursie mającym na celu przedstawienie na nagraniu osoby będącej ich największą życiową inspiracją, opisanie, dlaczego jest ona najlepszym wnukiem/wnuczką itd. W takich filmach zazwyczaj obecne są dwie osoby: młodszy uczestnik oraz senior lub rodzic, którzy swoją obecnością uwiarygodniają przytaczane historie. Młodszy uczestnik w swoich wypowiedziach często jednak wyolbrzymia cechy towarzyszącej mu osoby lub tworzy fikcyjne, absurdalne narracje dotyczące ich relacji czy wspólnej przeszłości, co sprawia, że obydwójgu uczestnikom ciężko jest zachować powagę³³. Humor

³² Zob. np. <https://www.tiktok.com/t/ZGeEr2xIj/> (dostęp: 13.09.2024).

³³ Np. <https://www.tiktok.com/t/ZNecj3cNp/>, <https://www.tiktok.com/t/ZNecjoS3H/>, <https://www.tiktok.com/t/ZNecj4exc> lub <https://www.tiktok.com/t/ZNecjXX35/> (dostęp: 13.09.2024).

budowany w odbiorze tych treści opiera się na: absurdalności wypowiedzi tiktokera, dynamicznej reakcji współuczestnika, która wprowadza również element cenionej w aplikacji nieprzewidywalności i autentyczności, ale przede wszystkim na możliwości wejrzenia w relacje wzajemnego zrozumienia i wspólnego poczucia humoru pomiędzy uczestnikami, które pozwalają obserwowanemu poczuć ich szczególną więź³⁴.

Z jednej strony trendy włączające można czytać jako część pozytywnego w gruncie rzeczy zjawiska cyfrowej inkluzji³⁵, stanowiącego element walki z cyfrowym wykluczeniem zarówno w wymiarze materialnym (młodszy uczestnik udostępnia swój smartfon, kamerę, internet), jak i niematerialnym (przez wspólną zabawę kształtującą kompetencje cyfrowe)³⁶. Z drugiej jednak strony również jako dyskursywne pole oddziaływania aplikacji, której wydawca dąży do pozyskania jak największej liczby aktywnych użytkowników oraz ich danych.

2. TikTok jako obszar międzypokoleniowej współpracy

W ciągu ostatnich pięciu lat liczba użytkowników aplikacji TikTok wzrosła z 500 mln w 2019 roku³⁷ do 2,314 mld aktywnych użytkowników miesięcznie w 2024 roku³⁸, co pokazuje niezwykle dynamiczny rozwój tej platformy. Jednakże, mimo tego imponującego wzrostu, osoby powyżej 55. roku życia wciąż stanowią jedynie nieco ponad sześć procent wszystkich użytkowników aplikacji³⁹. Zniwelowaniu różnorodności wiekowej użytkowników nie sprzyja też wydawca aplikacji, który swoje działania marketingowe zdaje się adresować przede wszystkim do młodszych grup wiekowych, przy praktycznie całkowitym pominięciu seniorów⁴⁰. Zjawisko to może

³⁴ O przedstawieniach międzypokoleniowej solidarności na TikToku oraz możliwościach badania jej z wykorzystaniem tej aplikacji jako bazy danych pisali Marije Nouwen i Mathilde Duflos. Zob. eadem, *TikTok as a data gathering space: the case of grandchildren and grandparents during the COVID-19 pandemic*, „Proceedings of Interaction Design and Children” 2021, s. 498-502.

³⁵ Zob. C.I. Martínez-Alcalá, A. Rosales-Lagarde, Y.M. Pérez-Pérez, J.S. Lopez-Noguerola, M.L. Bautista-Díaz, R.A. Agis-Juarez, *The Effects of Covid-19 on the Digital Literacy...*, op. cit.

³⁶ Zob. D. Bednarczyk, *Przeciwdziałanie cyfrowemu wykluczeniu (e-integracja) w Polsce*, „Biuletyn EBIB” 2014, nr 9 (154).

³⁷ *Digital 2019: global Internet use accelerates*, We Are Social, Hootsuite, 2019, <https://wearesocial.com/uk/blog/2019/01/digital-in-2019-global-internet-use-accelerates> (dostęp: 4.09.2024).

³⁸ *Digital 2024: global overview report*, We Are Social, Meltwater, 2024, s. 232, <https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024/> (dostęp: 4.09.2024).

³⁹ *Distribution of TikTok users worldwide as of April 2024, by age and gender*, Statista, 2024, <https://www.statista.com/statistics/1299771/tiktok-global-user-age-distribution/> (dostęp: 4.09.2024).

⁴⁰ Jak wskazują autorzy książki *TikTok: Creativity and Culture in Short Video*, wiele młodych ludzi z pokolenia Z postrzega TikTok jako swoją platformę społecznościową. Generacyjny podział platform rysują następująco: „Pokolenie Z tańczy do TikToka, millennialni publikują Stories na

wynikać między innymi z obawy przed byciem postrzeganym przez młodsze, zdecydowanie bardziej angażujące się pokolenia jako medium stanowiące przestrzeń dla tzw. boomerów, podobnie jak to ma obecnie miejsce w przypadku Facebooka⁴¹.

Z jednej strony takie strategie komunikacyjne mogą wzmacniać wspomniane na początku artykułu poczucie nieprzystawalności osób starszych do omawianych mediów, co dodatkowo ogranicza ich partycypację w tego typu platformach. Z drugiej jednak strony analiza popularności kont prowadzonych przez seniorów na TikToku sugeruje, że korporacja ByteDance, będąca właścicielem platformy, bynajmniej nie dąży aktywnie do ich wykluczenia. Gdyby założono taki cel, możliwe byłoby łatwe ograniczenie widoczności tych kont poprzez modyfikacje algorytmów, które porządkują treści oraz wpływają na ich popularność. Zamiast tego obecność i zasięgi twórców treści z grupy seniorów wskazują, że platforma pozostaje otwarta na różnorodne grupy wiekowe, umożliwiając im swobodną partycypację w jej środowisku.

Mimo że badania jakościowe dotyczące obecności seniorów w aplikacji TikTok są nieliczne, dostarczają interesujących wniosków. Na przykład wstępne badanie Yihua Lii i współpracowników (przeprowadzone metodą wywiadów jakościowych na niestety bardzo małej grupie sześciu osób powyżej 65. roku życia) wskazuje, że TikTok może odgrywać istotną rolę w poprawie stanu psychicznego osób starszych, dostarczając im pozytywnych myśli i postaw wobec własnego życia oraz stymulując ich kontakty społeczne. Obserwacja kont innych seniorów na platformie może być tu kluczowym czynnikiem w generowaniu pozytywnych zmian. Obecni w aplikacji seniorzy uczestniczą bowiem w wielu aktywnościach na TikToku, co często przyczynia się do zmian w (auto)stereotypowym postrzeganiu starości jako okresu pełnego cierpienia, samotności, smutku, strachu czy żalu⁴². Działania te pokazują za to, że starość może być okresem pełnym różnorodnych aktywności, pasji i zaangażowania. Pozwalają one przełamywać obecne w społeczeństwie przekonanie, że osobom starszym „pewnych rzeczy nie wypada robić”, co nierzadko inicjowało ich wycofanie się i niechęć do podejmowania wielu działań⁴³.

Instagramie, Facebook należy do boomerów”. Zob. D.B. Valdovinos Kaye, J. Zeng, P. Wikström, *TikTok: Creativity and Culture in Short Video*, Cambridge 2022, s. 132.

⁴¹ A. Urzędowska, *Facewords. O tendencjach słowotwórczych w mediach społecznościowych*, Kraków 2023, s. 41.

⁴² Badanie przeprowadzone przez Rubena Ng i Nicol Indran wykazuje, że choć dominujący w sieci dyskurs dotyczący osób starszych jest negatywny, to sami zainteresowani starają się na platformie TikTok łamać stereotypy, przedstawiając przede wszystkim pozytywne obrazy starości. Autorzy uważają, że „TikTok może służyć jako obiecująca platforma do poprawy publicznego postrzegania starości”. R. Ng, N. Indran, *Granfluencers on TikTok: Factors linked to positive self-portrayals of older adults on social media*, „PLoS ONE” 2023, no. 18 (2).

⁴³ A. Kostrzewa, J. Skrobek, *Postrzeganie międzypokoleniowe...*, op. cit., s. 73.

Wymieniane przez seniorów motywacje do partycypowania w środowisku aplikacji obejmują między innymi ciekawość, różnorodność dostępnych treści oraz chęć utrzymania kontaktu ze społeczeństwem (w tym możliwość uczestnictwa w rozmowach na tematy cyrkulujące w aplikacji)⁴⁴. Zwłaszcza ostatni czynnik jest tutaj interesujący, biorąc pod uwagę – wspomnianą w literaturze przedmiotu – koncentrację aplikacji na treściach, nie zaś na powiązaniach społecznych⁴⁵. Tymczasem obecność seniorów na tej platformie zarówno przy okazji opisanych powyżej trendów włączających, jak i dzięki popularnym granfluencerom może pomagać w budowaniu dialogu międzypokoleniowego, a tym samym również zwalczać poczucie samotności i wyobcowania. Może więc ona stać się katalizatorem wytwarzania lub wzmacniania więzi zarówno w przestrzeni wirtualnej, jak i poza nią.

Pierwsze zdają się potwierdzać komentarze użytkowników oraz wypowiedzi twórców kontentu. W komentarzach często wyrażane zostają bowiem pragnienia posiadania takiej babci lub dziadka w rzeczywistości pozawirtualnej⁴⁶. W stosunku do seniorów młodszy użytkownicy używają też zwrotów „babciu”/„dziadku”, co może sugerować, że aplikacja pozwala osobom starszym doświadczać namiastki takich relacji⁴⁷. Tego rodzaju interakcje spotykają się zaś z reakcją seniorów, czego przykładu dostarczał zmarły już Charles Mallet, kiedy stwierdził: „Jeśli mogę być dziadkiem dla tych, którzy go nie mają, to jest to dla mnie zaszczyt i błogosławieństwo”⁴⁸. Jeżeli zaś chodzi o budowanie więzi pozawirtualnych, takie relacje rozwijają się między innymi poprzez współpracę między seniorami a młodszymi osobami w procesie tworzenia treści lub też podczas ich omawiania. Takiego procesu dopatrywać się możemy zarówno u tych bardziej popularnych twórców, jak i na poziomie interakcji między seniorami a ich wnukami, znajomymi lub młodszymi członkami rodziny, których celem nie jest zdobycie lub utrzymanie

⁴⁴ Y. Li, Q. Liu, Y. Wang, *The Research on the Usage Behavior of TikTok Short Video Platform in the Elderly Group*, „Journal of Education, Humanities, and Social Sciences” 2022, vol. 5, s. 193-194.

⁴⁵ D. Zulli, D.J. Zulli, *Extending the Internet meme: Conceptualizing technological mimesis and imitation publics on the TikTok platform*, „New Media & Society” 2020, no. 24 (1), s. 2.

⁴⁶ Np. <https://vm.tiktok.com/ZNecavh7v/> (dostęp: 28.10.2024).

⁴⁷ Zob. np.: <https://www.tiktok.com/t/ZGeEMteuD/>, <https://www.tiktok.com/t/ZGeEMPrmP/> czy <https://www.tiktok.com/t/ZGeEMnUwd/> (dostęp: 14.09.2024).

⁴⁸ S. Dreher, *Some of TikTok's Biggest Stars Are 80-Year-Olds*, Newsweek, <https://www.newsweek.com/some-tiktoks-biggest-stars-are-80-year-olds-1581379> (dostęp: 15.09.2024). Charles Mallet cierpiał na chorobę Alzheimera. Razem z wnuczką starali się edukować na temat tej choroby oraz pokazać, że nie definiuje ona seniora. Jak twierdzili, aplikacja TikTok i wspólne spędzanie czasu na zamieszczaniu treści były dla niego bardzo pomocne, zob. S. McCalman, *TikToker Charles Mallet and his Granddaughter Show Fans He's More Than His Alzheimer Diagnosis*, TILT, 2021, <https://www.thetilt.com/content-entrepreneur/tiktoker-charles-mallet> (dostęp: 15.09.2024).

popularności w aplikacji, lecz raczej pozyskanie przyjemności z uczestnictwa w aktualnych wyzwaniach i trendach⁴⁹. Jeżeli przyjrzeć się profilom, które można określić mianem popularnych kont, widoczny jest ciekawy podział ról pomiędzy współtworzącymi je reprezentantami pokoleń. W takich duetach obie osoby mogą wspólnie uczestniczyć w nagrywaniu materiałów, odgrywając rolę równorzędnych aktorów. Często jednak młodszy uczestnik przyjmuje na siebie funkcje menadżera, pomysłodawcy treści oraz – co najważniejsze – wsparcia technicznego, podczas gdy senior staje się „gwiazdą” aplikacji⁵⁰. Tego rodzaju współpraca zdaje się w wielu przypadkach przynosić bardzo pozytywne efekty, na co wskazuje popularność tych profili.

W Polsce jednym z najpopularniejszych kont tego typu jest profil Kuba Post, gdzie młody mężczyzna nagrywa filmiki, na których wraz z babcią Antoniną dyskutują, robią sobie tzw. pranki, odtwarzają tiktokowe wyzwania oraz trendy i zamieszczają wiele innych treści charakterystycznych dla aplikacji. Historia tej współpracy zaczęła się od nagranych na YouTube filmiku „super babcia vs rzeczywistość”. Bardzo szybko okazało się, że babcia Kuby została niezwykle ciepło przyjęta przez użytkowników YouTube’a i TikToka i na stałe już zaczęła występować w jego filmikach. W udzielonym przez duet wywiadzie dla „Dzień dobry TVN” starsza pani stwierdziła jednak, że nie do końca potrafiłaby wyjaśnić, czym jest TikTok, i że w tych kwestiach w pełni polega na wnuku, co sugeruje, że bardziej niż w aplikację angażuje się w relację ze swoim wnukiem. Jednocześnie Kuba podkreśla, że to babcia jest główną gwiazdą aplikacji⁵¹.

Może to rodzić istotne pytania o zakres świadomości uczestnictwa niektórych seniorów w aplikacji. Bardzo często bowiem odbywa się ono przy pomocy młodszych użytkowników, którzy starają się sprawować kontrolę nad ich sposobami działania, a nierzadko także nad całym kontem. Podobne pytania pojawiają się podczas analizy uczestnictwa osób starszych w ramach opisywanych powyżej trendów włączających, gdzie podstawowy problemem mogą stanowić istotne ograniczenia w możliwościach zarządzania przez nich swoim wizerunkiem w sieci.

⁴⁹ Ciekawe spojrzenie na ten temat przedstawia artykuł Sydney Page, opublikowany w „The Washington Post”. Zob. S. Page, *Grandparents are dancing with their grandkids on TikTok. People can't get enough*, <https://www.washingtonpost.com/lifestyle/2020/05/14/grandparents-are-dancing-with-their-grandkids-tiktok-people-cant-get-enough/> (dostęp: 13.09.2024).

⁵⁰ Zob. np. J. Pisani, *When Grandma Is a TikTok Star and the Grandkids Are the Managers*, „The Wall Street Journal”, <https://www.wsj.com/articles/tiktok-videos-grandma-grandkids-11673045690> (dostęp: 13.09.2024).

⁵¹ *Filmy Kuby i babci Antoniny hitem sieci*, „Dzień dobry TVN”, 2023, <https://pytanienasniadanie.tvp.pl/66237819/filmy-kuby-i-babci-antoniny-hitem-sieci> (dostęp: 13.09.2024).

3. Granfluencerzy krótkich form wideo

Okolo 2019 roku pojawiło się pojęcie granfluencera, określające seniorów popularnych w sieci. Termin ten stanowi połączenie słów *grandpa* lub *grandma* (dziadek lub babcia) oraz *influencer* („wpływowy lider opinii”)⁵². W obrębie reprezentacji tego zjawiska można wyróżnić dwa typy kont seniorów⁵³. Nie są to jednak dwie przeciwstawne kategorie, a do pewnego stopnia uzupełniające się. Pierwszą grupę stanowią konta prowadzone profesjonalnie, często zarządzane przez wyspecjalizowane jednostki lub będące częścią większych projektów realizowanych np. przez domy mediowe. Drugą grupę tworzą zaś profile amatorskie, inicjowane oddolnie, które są wyrazem spontanicznej chęci uczestnictwa w środowisku aplikacji lub budowania więzi międzyludzkich. Tego rodzaju konta bliskie są opisanej przez Magdalenę Kamińską figurze jukstabyty, będącej podtypem kategorii mikrocelebryty. W tym podtypie istotne wydają się takie cechy jak spontaniczność, amatorskość, naturalność czy autentyczność⁵⁴ – wielokrotnie przywoływane jako wartości cenione przez generację Z i aplikację TikTok⁵⁵. Dla jukstabyty ważne jest również budowanie z obserwatorem specyficznego rodzaju więzi opartej na interakcji, dzięki której – jak pisze Kamińska – wytwarza się relacja naznaczona pozorami osobistej przyjaźni⁵⁶ (kluczowe dla niej cechy to: szczerość, intymność i emocjonalność)⁵⁷. Stąd też ważne dla twórców tych kont są „momenty interakcji” podejmowane poprzez komentarze czy podczas wirtualnych spotkań na żywo (tj. podczas tzw. live’ów).

⁵² Ciekawe rozważania na temat pojęcia influencera przedstawiła Karolina Sęczkowska. Zob. eadem, *Influence marketing, czyli współczesna metoda promocji produktów – podejście psychologiczne*, w: *Badania i rozwój młodych naukowców w Polsce: nauki humanistyczne i społeczne*, red. J. Nyćkowiak, J. Leśny, Poznań 2021.

⁵³ Zhong Yuhuan, analizując konta seniorów celebrytów na TikToku, wyróżnił ich pięć typów, mając na uwadze obrazy, które kreują. Są to konta kładące nacisk na wizerunek: młodzińczy (konta pokazujące nowoczesny, modny styl życia), intelektualny (bazujący na figurze mędrca), przyziemny (są to konta pokazujące codzienność, kładące nacisk na autentyzm), humorystyczne (konta, na których seniorzy żartują), inne (niewpisujące się w wymienione typy). Z. Yuhan, *The Image of Elderly Web Celebrities on the TikTok*, „The International Conference on Interdisciplinary Humanities and Communication Studies” 2023, s. 333-334.

⁵⁴ Zob. A. Kalinowska, *User senior. Praktyki (post)medialne seniorów w kontekście doświadczenia zwrotu cyfrowego/(digitalnego)*, „Dyskurs & Dialog” 2020, nr 1, s. 99; za: A. Urbańczyk, *Piękne życzenia urodzinowe...*, op. cit., s. 152.

⁵⁵ Ciekawe, że ta cecha równie często jest przypisywana obecnym w sieci seniorom, co sugeruje, że mówimy tu raczej o powrocie do autentyzmu niż zwrocie. Cecha ta, wspólna obu generacjom, może być istotnym elementem tworzącym między nimi porozumienie.

⁵⁶ M. Kamińska, *Memosfera...*, op. cit., s. 212.

⁵⁷ Ibidem, s. 215.



Il. 2-3. Po lewej stronie popularna w USA grupa Retirement House, po prawej seniorzy z Miejskiego Centrum Zdrowego i Aktywnego Seniora w Łodzi, znani w aplikacji jako „Seniorzy na czasie”

Do pierwszej grupy kont zdecydowanie zaliczyć możemy profil „Retirement House”, czyli grupę sześciu seniorów w wieku od 72 do 87 lat, spośród których tylko jedna osoba nie ma żadnego doświadczenia scenicznego. Każda z granych przez nie postaci posiada inne cechy charakterystyczne, choć – jak uważają sami seniorzy – nie muszą zbyt często korzystać ze swoich zdolności aktorskich, ich własne osobowości bowiem w dużym stopniu pokrywają się z przedstawianymi postaciami⁵⁸.

⁵⁸ K. Weekman, *Retirement House Is on a Mission to Change People's Ideas of Aging through TikTok*, BuzzFeed.News, 2022, <https://www.buzzfeednews.com/article/kelseyweekman/retirement-house-tiktok-are-joyful-grandfluencers> (dostęp: 15.09.2024).

Gromadzą oni na swoim koncie prawie sześć mln obserwatorów, a łączna liczba polubień zamieszczanych przez nich treści wynosi aż 142 mln⁵⁹ (il. 2).

Jeżeli zaś chodzi o drugi typ kont, czyli amatorskie profile seniorów (lub takie się kreujące), jest ich na TikToku zdecydowanie więcej. Konta jukstabrytów można dodatkowo podzielić na podkategorie⁶⁰. Przybliżając senioralną społeczność aplikacji TikTok, postaram się wyróżnić kilka z nich i podać charakterystyczne przykłady. Pierwszą ogólną kategorią będą profile, na których seniorzy dzielą się swoją wiedzą i doświadczeniami życiowymi. Na szczególne wyróżnienie w tym kontekście zasługuje konto prowadzone przez duet złożony z prawnika i babci, na którym seniorka dzieli się swoimi doświadczeniami z czasów II wojny światowej⁶¹. Lily Ebert to urodzona na Węgrzech brytyjska Żydówka, która ocalała z Holokaustu. Od kilku już lat nagrywa filmiki, przekazując swoją wiedzę młodszym użytkownikom platformy TikTok. Prowadzone przez duet konto zgromadziło dwa mln obserwatorów oraz uzyskało ponad 46 mln polubień. Działalność Lily Ebert stanowi przykład tego, że media społecznościowe mogą służyć jako narzędzie do przekazywania historii i budowania świadomości społecznej, utrwalając pamięć o przeszłości, a także aktywnie wpływając na kształtowanie postaw młodszych pokoleń⁶².

Bardziej zakorzenionym we współczesności przykładem konta z tej kategorii może być prowadzony do 2023 roku profil @youwishiwasyourgranny⁶³. Seniorka dzieliła się na nim doświadczeniami z pierwszego małżeństwa, związanymi z przemocą domową. Poprzez swoje filmy starała się wspierać inne kobiety znajdujące się w podobnie trudnej sytuacji, a także solidaryzować się z tymi, którym udało się uwolnić z przemocowego związku. Oprócz treści o poważnym charakterze autorka tworzyła również filmy humorystyczne, które pomagały jej oraz osobom ją obserwującym rozładować napięcia związane z trudnymi przeżyciami. Profil ten pokazuje, że zróżnicowane formy ekspresji na platformie TikTok mogą służyć nie tylko jako narzędzie wsparcia, ale także jako metoda radzenia sobie z traumą i budowania wspólnoty opartej na wzajemnym zrozumieniu.

⁵⁹ Zob. Retirement House, TikTok, https://www.tiktok.com/@retirementhouse?_t=8pjnV4KESjw&_r=1 (dostęp: 15.09.2024).

⁶⁰ Kamińska wyróżnia też podtypy jukstabryty, do których należą: jukstabryta-błazen; jukstabryta-ekspert; jukstabryta przyjemności czy jukstabryta zbrodni. Zob. M. Kamińska, *Memosfera...*, op. cit., s. 219-223.

⁶¹ Zob. Lily Ebert & Dov Forman, TikTok, https://www.tiktok.com/@lilyebert?_t=8pgXgqwa2nx&_r=1 (dostęp: 13.09.2024).

⁶² Na ten duet tiktokerów w kontekście kanałów edukacyjnych zwrócił uwagę również Karol Jachymek. Zob. K. Jachymek, *Z nosem w smartfonie...*, op. cit., s. 233-239.

⁶³ Zob. Granny, TikTok, https://www.tiktok.com/@youwishiwasyourgranny?_t=8pgWr37uNkG&_r=1 (dostęp: 13.09.2024).

Kolejne niezwykle nośne konta seniorów to konta skoncentrowane na gotowaniu⁶⁴. Są one częścią ogólniejszego trendu w aplikacji, publikowane w niej treści kulinarne mają bardzo duże grono twórców i fanów. Obecne są tam też gwiazdy znane z innych mediów, jak na przykład Gordon Ramsey, który regularnie komentuje kulinarne tiktoki i tworzy do nich „duety”⁶⁵, a w 2022 roku napisał nawet wraz z córką Tilly przedmowę do książki gromadzącej popularne przepisy z tej aplikacji⁶⁶. Sama platforma wspiera też tego typu контент, organizując konkursy, jak na przykład „wielką fetę” – okrzykniętą „największym konkursem kulinarnym w Polsce”. W tej kategorii znajduje się dużo kont senierek i seniorów dzielących się najczęściej tradycyjnymi, regionalnymi przepisami. Do społeczności wnoszą oni wartość płynącą z poszanowania narodowych tradycji kulinarnych i podkreślając znaczenie dziedzictwa kulinarnego danego narodu czy regionu⁶⁷.

W zupełnie innej kategorii mieszczą się zaś konta seniorskie, które są ściśle powiązane z rozrywkowym charakterem aplikacji TikTok. Na tego typu profilach seniorzy angażują się w popularne trendy, opowiadają dowcipy i dzielą się swoim życiem codziennym, oferując tym samym bardziej swobodną i zabawną formę uczestnictwa w społeczności platformy⁶⁸. Tego typu konta reprezentuje na przykład niezwykle popularna użytkowniczka o nicku Granma_Droniak, która w żartobliwy sposób opowiada o swoim życiu. Jednymi z najpopularniejszych treści na kanale są te, w których seniorka wybiera swój ubiór na kolejne przeplatane ze sobą randki i pogrzeby. Jest to chwytliwe połączenie treści humorystycznej z kontentem modowym⁶⁹. Jak mówi sama autorka profilu, w jej humorze chodzi o stworzenie „beztroskiego” sposobu mówienia o śmierci, bo ta nie musi być przecież przerażająca.

⁶⁴ Zob. np.: Nonna Pia, TikTok, https://www.tiktok.com/@nonnapiaa?_t=8pjoTCwDdZJ&_r=1; Babs, TikTok, https://www.tiktok.com/@brunchwithbabs?_t=8pjo7PkKy9&_r=1; czy profil Lynji, TikTok, https://www.tiktok.com/@cookingwithlynja?_t=8pjoqNSz4bZ&_r=1 (dostęp: 15.09.2024).

⁶⁵ Jest to narzędzie pozwalające na udzielenie odpowiedzi lub nagranie reakcji na dany film. Widać równocześnie dwa filmiki: pierwotny oraz dograny, stanowiący komentarz. Zob. np. <https://www.tiktok.com/t/ZNecjW6F5/> (dostęp: 13.09.2024).

⁶⁶ Zob. *Tak gotuje TikTok*, red. E. Stephenson, Warszawa 2022.

⁶⁷ Zob. np. Gotuj z babcią Bożenką, TikTok, https://www.tiktok.com/@babciabozena?_t=8pnNsTi9UBc&_r=1 (dostęp: 19.09.2024). Obecne są również profile młodych, na których seniorzy występują gościnnie, pokazując, jak wykonać konkretne dania. Zob. aga_cooks, TikTok, https://www.tiktok.com/@aga_cooks?_t=8pnOibX02LI&_r=1 (dostęp: 19.09.2024).

⁶⁸ Niektóre z nich w całości opierają się na eksploracji jednej cechy deskryptywnej danego seniora, czego przykładem może być konto @angrygrandma18. Zob. angrygrandma18, TikTok, https://www.tiktok.com/@angrygrandma18?_t=8pp2Uq1FPTU&_r=1 (dostęp: 19.09.2024).

⁶⁹ Kontent modowy w dalszym ciągu jest jednak kojarzony głównie z Instagramem. Obecność seniorów w tej aplikacji opisała Maja Jerrentrup. Zob. eadem, *The Grand Style. Encountering elderly influencers*, „Aisthesis. Pratiche, linguaggi e saperi dell'estetico” 2023, no. 16 (1), s. 147-158.

Brak strachu natomiast pozwala jej lepiej żyć i tego chce nauczyć innych⁷⁰. W prowadzeniu konta pomaga jej jeden z wnuków, z którym – jak zauważa – świetnie się przy tym wszystkim bawi⁷¹.

Istnieje wiele kont tiktokowych, na których zarówno seniorzy, jak i seniorki angażują się w różnorodne aktywności, takie jak śpiewanie, taniec czy prezentowanie swojego codziennego życia⁷². Większość z nich z dużym prawdopodobieństwem nie powstałaby jednak, gdyby nie pomoc młodszych członków rodziny. Seniorzy, którzy nie mają w swoim najbliższym gronie młodych osób, nie są jednak całkowicie wykluczeni. Coraz częściej bowiem konta takie zaczynają prowadzić instytucje, jak domy seniora czy ośrodki kultury. Poszerzają one zasięgi i charakter obecności osób starszych na platformie.

W Polsce dużą popularność zyskało konto „Seniorzy na czasie”, założone w ramach Miejskiego Centrum Zdrowego i Aktywnego Seniora w Łodzi⁷³. Jak wywiadują się autorzy, początkowo miało być ono skierowane do najbliższej rodziny, lecz szybko okazało się, że grono odbiorców będzie znacznie szersze. Na koncie powstają filmiki, z których każdy koncentruje się na określonym temacie przewodnim. Seniorzy przygotowują się do kolejnych nagrań i zdobywają do nich rekwizyty. Jak podkreślają, zależy im przy tym, by ich działania były „profesjonalne, wesołe, wzbudzające zainteresowanie, a zarazem krótkie i wpasowujące się w konwencję TikToka”⁷⁴. Przyznają też, że ta praca daje im wiele satysfakcji, ich dzieci i wnuki bowiem „patrzają na to z podziwem”, bo poznają ich „z zupełnie innej strony”⁷⁵. Dzięki jednemu tiktokowi⁷⁶ grupa w zaledwie kilka dni zyskała bardzo duży rozgłos, a obecnie jej profil śledzi 33,2 tys. użytkowników, zaś filmy uzyskały aż 1,3 mln polubień (il. 3).

⁷⁰ Ch. Cheong, *A 92-year-old grandma has blown up on TikTok with a list of rules for her funeral, including 'get drunk' and 'cry but not too much'*, Business Insider, <https://www.businessinsider.com/grandma-droniak-92-tiktok-funeral-rules-bertha-2022-4?IR=T> (dostęp: 14.09.2024).

⁷¹ S. Dreher, *Some of TikTok's Biggest...*, op. cit.

⁷² W polskojęzycznym obszarze TikToka na szczególną uwagę zasługuje konto „influencerki geriatrycznej”. Zob. https://www.tiktok.com/@influencerkageriatryczna?t=8plVOt9OyRs&_r=1 (dostęp: 14.09.2024). Ponadto warto wspomnieć o aktywnie działającym na polskim TikToku małżeństwie, tj. Babcia Wacia i Dziadek Kozak. Zob. [dziadek_kozak?t=8pp0ZmHhBo&_r=1](https://www.tiktok.com/@dziadek_kozak?t=8pp0ZmHhBo&_r=1); [waciaborkowska323](https://www.tiktok.com/@waciaborkowska323?t=8pp0O6Q3t69&_r=1), TikTok, https://www.tiktok.com/@waciaborkowska323?t=8pp0O6Q3t69&_r=1 (dostęp: 14.09.2024).

⁷³ Seniorzy na CZASie, TikTok, https://www.tiktok.com/@seniorzynaczasie?t=8piGZfFt7LM&_r=1 (dostęp: 14.09.2024).

⁷⁴ K. Wojtczak, *Seniorzy na CZASie. Zobacz, jak łódzcy seniorzy podbijają TikToka*, ŁÓDŹ.pl, <https://lodz.pl/artykul/seniorzy-na-czasie-zobacz-jak-lodzcy-seniorzy-podbijaja-tiktoka-zdjecia-56557/> (dostęp: 14.09.2024).

⁷⁵ Ibidem.

⁷⁶ Zob. <https://www.tiktok.com/t/ZGeEIPu8u/> (dostęp: 13.09.2024).

Innym przykładem takich instytucji jest Dom Seniora Kolumna, który dość niespodziewanie przykuł uwagę, gdy jego podopieczni zrealizowali trend *Tak się nazywamy*⁷⁷. W trendzie tym reprezentant danej instytucji/firmy/organizacji z przerysowaną powagą i monotonią w głosie oprowadza po niej oglądającego, wypowiadając przy tym raptem kilka słów: „tu wchodzimy, tu pracujemy, tu jemy” itd.⁷⁸ Filmik domu seniora w ciągu dwóch tygodni od publikacji obejrzano 2,7 mln razy⁷⁹. Jak z tego wynika, TikTok wydaje się więc bardzo dobrym narzędziem aktywizacji seniorów w placówkach im poświęconym. Pozwala im ponadto pozostawać na czasie z panującymi trendami, a przez to znajdować wspólny język z młodzieżą i lepiej odnajdywać się w ciągle zmieniającej się technokulturowej rzeczywistości.

Zakończenie

Obecność osób starszych na platformie TikTok zaznacza się na wiele sposobów. Seniorzy prowadzą na niej rozmaite konta, tworząc treści o różnorodnych celach, takich jak przekazywanie wiedzy i doświadczeń, dzielenie się swoimi umiejętnościami czy też rozbawianie obserwatorów. W rezultacie seniorzy tworzą specyficzne więzi ze swoimi fanami, nierzadko będące substytutami prawdziwych relacji. Zjawisko to jest szczególnie interesujące z uwagi na częste postrzeganie starości przez pryzmat samotności⁸⁰. Na TikToku jednak starość jawi się jako „wartość w relacji z innymi”, co stanowi kontrast wobec tradycyjnych narracji i wskazuje na potencjał mediów społecznościowych w redefiniowaniu ról społecznych osób starszych.

Do tego przyczyniają się również trendy stawiające starość w centrum zainteresowania, jak na przykład opisany w niniejszym artykule filtr Time Travel. Mogą one

⁷⁷ Zob. <https://www.tiktok.com/t/ZGeKWuHVj/> (dostęp: 13.09.2024).

⁷⁸ Trend ten w Polsce zapoczątkowany został przez Barbarę Przybycień z zespołu ds. marketingu z Elements Hotel & SPA. Zob. W. Tomaszewska, „Powinna dostać podwyżkę!”. Kim jest bohaterka hitowego filmiku z TikToka?, Na Temat, 2024, <https://natemat.pl/567635,kim-jest-bohaterka-filmiku-o-spa-z-tiktoka> (dostęp: 13.09.2024).

⁷⁹ Amerykańskim odpowiednikiem niespodziewanego sukcesu realizacji przez dom seniora obowiązującego trendu jest konto @arcadiasrlivingbg. Było to odtworzenie fragmentu występu Rihanny na Super Bowl. Zob. <https://www.tiktok.com/t/ZNecjntTm/> (dostęp: 13.09.2024).

⁸⁰ Interesujące badania na temat samotności osób starszych były w Polsce prowadzone również podczas pandemii COVID-19. Zob. np. M. Bronikowski, *Samotność seniorów w okresie pandemii COVID-19 na podstawie badań własnych w Suwałkach*, „Studia nad Rodziną” 2022, nr 1-2 (59-60), s. 41-54. Kaye i współpracownicy zauważali zaś podczas pandemii tworzenie się w aplikacji TikTok klubów okołohashtagowych, takich jak #over50, w których starsi użytkownicy nawiązywali kontakty oraz dzielili się historiami i żartami. D.B. Valdovinos Kaye, J. Zeng, P. Wikström, *TikTok...*, op. cit., s. 9.

stanowią przyczynę do głębszej refleksji nad procesem starzenia się, do empatyzowania i lepszego zrozumienia osób starszych w najbliższym otoczeniu. Ważnym elementem są też trendy włączające; z jednej strony poszerzają one grupę aktorów, których użytkownicy mogą oglądać w aplikacji, a z drugiej – niejednokrotnie pozwalają po raz pierwszy zetknąć się z nią jednostkom, które do tej pory nawet nie pomyślałyby, żeby w niej aktywnie działać – stanowią więc swego rodzaju wprowadzenie do niej. Trendy te stają się również przyczynkiem do podejmowania międzypokoleniowej współpracy, dzięki czemu TikTok może przekształcić się w przestrzeń integracji międzypokoleniowej. Ponadto to właśnie dzięki nim rodzą się prawdziwe senioralne gwiazdy internetu, które coraz częściej określa się mianem granfluencerów. Pozwalają one młodym użytkownikom spojrzeć na starość w inny niż stereotypowy sposób oraz dają dostęp do własnego, często z trudem zdobywanego doświadczenia i wiedzy. Starsi zaś mogą nie tylko lepiej zrozumieć trendy, którymi tak bardzo fascynują się młodzi, ale i obserwować swoich równołatków, co – jak wskazują pierwsze w tym obszarze badania – może poprawiać im nastrój oraz odmieniać spojrzenie na ich obecną sytuację życiową, inspirować i pozwalać na dostrzeżenie nowych możliwości.

Przedstawiony powyżej przekrój popularnych kont pokazuje, jak różnorodne, dostosowane do temperamentu, umiejętności i możliwości, może być uczestnictwo seniorów w aplikacji TikTok. Niezwykle istotne wydają się tutaj również konta instytucji zajmujących się seniorami. Wykorzystywanie przez nie aplikacji TikTok może przyczynić się do rozwoju seniorów, poprawy ich komfortu psychicznego, zwalczania samotności, ale przede wszystkim dostarczyć im rozrywki. Sukcesy takich kont i czerpana z nich radość pozwalają sformułować zalecenia dotyczące wykorzystania nowych technologii przez tego rodzaju instytucje.

Ponadto wstępne rozpoznanie pozwala zaryzykować tezę, że seniorzy w aplikacji TikTok nie spotykają się z aż tak nienawistnymi reakcjami na ich profile, jak miało to miejsce na przykład na Facebooku (gdzie powstawały specjalne grupy pokroju „beka ze starych ludzi na fejsie”). Rodzi to jednak istotne pytanie: czy jest to efekt faktycznej zmiany w podejściu młodego pokolenia, wynik opisaney w niniejszym artykule współpracy międzypokoleniowej, specyfiki społeczności aplikacji TikTok czy też jedynie kwestia skutecznie separującego i cenzurującego antagonistyzujące się grupy oddziaływania algorytmicznego? Te i wiele innych kwestii, których wagę niniejszy artykuł zaledwie sygnalizuje, wymagają dalszych, pogłębionych badań jakościowych.

Bibliografia

- Bednarczyk D., *Przeciwdziałanie cyfrowemu wykluczeniu (e-integracja) w Polsce*, „Biuletyn EBIB” 2014, nr 9 (154).
- Frier S., *Instagram. Bez filtra*, przeł. J. Irzykowski, Warszawa 2020.
- Jachymek K., *Z nosem w smartfonie. Co nasze dzieci robią w smartfonie i czy na pewno trzeba się tym martwić?*, Warszawa 2024.
- Jerrentrup M., *The Grand Style. Encountering elderly influencers*, „Aisthesis. Pratiche, linguaggi e saperi dell'estetico” 2023, no. 16 (1).
- Juda Ł., *Wyzwanie TikToka. Performatywny wymiar współczesnych mediów audiowizualnych*, „Media i Społeczeństwo” 2024, t. 20, nr 1, z. 2.
- Kamińska M., *Memosfera. Wprowadzenie do cyberkulturoznawstwa*, Poznań 2018.
- Kim są polscy użytkownicy TikToka? Spojrzenie w głąb – raport z badań jakościowych*, Wrocław 2022.
- Kostrzewa A., Skrobek J., *Postrzeganie międzypokoleniowe młodych dorosłych i seniorów*, „Ogrody Nauk i Sztuk” 2020, nr 10.
- Li Y., Liu Q., Wang Y., *The Research on the Usage Behavior of TikTok Short Video Platform in the Elderly Group*, „Journal of Education, Humanities and Social Sciences” 2022, vol. 5.
- Martínez-Alcalá C.I., Rosales-Lagarde A., Pérez-Pérez Y.M., Lopez-Noguerola J.S., Bautista-Díaz M.L., Agis-Juarez R.A., *The Effects of Covid-19 on the Digital Literacy of the Elderly: Norms for Digital Inclusion*, „Frontiers in Education” 2021, vol. 6.
- Ng R., Indran N., *Grandfluencers on TikTok: Factors linked to positive self-portrayals of older adults on social media*, „PLoS ONE” 2023, no. 18 (2).
- Nguyen M.H., Gruber J., Marler W., Hunsaker A., Fuchs J., Hargittai E., *Staying connected while physically apart: Digital communication when face-to-face interactions are limited*, „New Media & Society” 2022, no. 24 (9).
- Nouwen M., Duflos M., *TikTok as a data gathering space: the case of grandchildren and grandparents during the COVID-19 pandemic*, „Proceedings of Interaction Design and Children” 2021.
- Sęczkowska K., *Influence marketing, czyli współczesna metoda promocji produktów – podejście psychologiczne*, w: *Badania i rozwój młodych naukowców w Polsce: nauki humanistyczne i społeczne*, red. J. Nyćkowiak, J. Leśny, Poznań 2021.
- Urbańczyk A., *Piękne życzenia urodzinowe i piosenki, i melodyjka. Szczerłość i kicz w twórczości internetowej osób starszych w perspektywie koncepcji dystynkcji Pierre'a Bourdieu*, „Wielogłos” 2020, nr 46.
- Urzędowska A., *Facewords. O tendencjach słowotwórczych w mediach społecznościowych*, Kraków 2023.
- Valdovinos Kaye D.B., Zeng J., Wikström P., *TikTok: Creativity and Culture in Short Video*, Cambridge 2022.
- Yuhan Z., *The Image of Elderly Web Celebrities on the TikTok*, „The International Conference on Interdisciplinary Humanities and Communication Studies” 2023.
- Zakowicz I., *Starość (nie)medialna*, „Biblioteka Gerontologii Społecznej” 2013, nr 1-2.
- Zulli D., Zulli D.J., *Extending the Internet meme: Conceptualizing technological mimesis and imitation publics on the TikTok platform*, „New Media & Society” 2020, no. 24 (8).

Źródła internetowe

- Calman M., *TikToker Charles Mallet and his Granddaughter Show Fans He's More Than His Alzheimer Diagnosis*, TILT, 2021, <https://www.thetilt.com/content-entrepreneur/tiktoker-charles-mallet> (dostęp: 15.09.2024).
- Cheong Ch., *A 92-year-old grandma has blown up on TikTok with a list of rules for her funeral, including 'get drunk' and 'cry but not too much'*, Business Insider, <https://www.businessinsider.com/grandma-droniak-92-tiktok-funeral-rules-bertha-2022-4?IR=T> (dostęp: 14.09.2024).
- Digital 2019: global Internet use accelerates*, We Are Social, Hootsuite, 2019, <https://wearesocial.com/uk/blog/2019/01/digital-in-2019-global-internet-use-accelerates> (4.09.2024).
- Digital 2024: global overview report*, We Are Social, Meltwater, 2024, <https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024/> (dostęp: 4.09.2024).
- Distribution of TikTok users worldwide as of April 2024, by age and gender*, Statista, 2024, <https://www.statista.com/statistics/1299771/tiktok-global-user-age-distribution/> (dostęp: 4.09.2024).
- Dreher, *Some of TikTok's Biggest Stars Are 80-Year-Olds*, <https://www.newsweek.com/some-tiktoks-biggest-stars-are-80-year-olds-1581379> (dostęp: 15.09.2024).
- Filmy Kuby i babci Antoniny hitem sieci*, „Dzień Dobry TVN”, TVN 2023, <https://pytanienasniedanie.tvp.pl/66237819/filmy-kuby-i-babci-antoniny-hitem-sieci> (dostęp: 13.09.2024).
- Grothaus M., *TikTok age progression: How to get the viral 'time travel' filter that Gen Z is obsessed with*, Fast Company, 2023, <https://www.fastcompany.com/90991023/tiktok-aged-filter-time-travel-progression-gen-z-obsessed-how-to-use> (dostęp: 5.09.2024).
- Hunter T., *TikTok's 'aging' filters bring us face-to-face with mortality*, „The Washington Post” 2023, <https://www.washingtonpost.com/technology/2023/12/06/tiktok-time-travel-aging-filter/> (dostęp: 5.09.2024).
- Page S., *Grandparents are dancing with their grandkids on TikTok. People can't get enough*, „The Washington Post” 2020, <https://www.washingtonpost.com/lifestyle/2020/05/14/grandparents-are-dancing-with-their-grandkids-tiktok-people-cant-get-enough/> (dostęp: 13.09.2024).
- Pisani J., *When Grandma Is a TikTok Star and the Grandkids Are the Managers*, „The Wall Street Journal”, <https://www.wsj.com/articles/tiktok-videos-grandma-grandkids-11673045690> (dostęp: 13.09.2024).
- Tomaszewska W., *„Powinna dostać podwyżkę!”. Kim jest bohaterka hitowego filmiku z TikToka?*, Na Temat, 2024, <https://natemat.pl/567635,kim-jest-bohaterka-filmiku-o-spa-z-tiktoka> (dostęp: 13.09.2024).
- Weekman K., *Retirement House Is on a Mission to Change People's Ideas of Aging through TikTok*, BuzzFeed News, 2022, <https://www.buzzfeednews.com/article/kelseyweekman/retirement-house-tiktok-are-joyful-grandfluencers> (dostęp: 15.09.2024).
- Wojtczak K., *Seniorzy na CZASie. Zobacz, jak łódzcy seniorzy podbijają TikToka*, ŁÓDŹ.pl, <https://lodz.pl/artykul/seniorzy-na-czasie-zobacz-jak-lodzcy-seniorzy-podbijaja-tiktoka-zdjecia-56557> (dostęp: 14.09.2024).

Źródła ilustracji

- Il. 1. Craft L., TikTok, <https://vm.tiktok.com/ZNecmRT3B/> (dostęp: 28.10.2024).
- Il. 2. Retirement House, TikTok, <https://vm.tiktok.com/ZNecanVkx/> (dostęp: 28.10.2024).
- Il. 3. Seniorzy na CZASie, TikTok, <https://vm.tiktok.com/ZNecanBCd> (dostęp: 29.10.2024).