

Bartłomiej Biskup*

Młodzi Polacy a media. Wartości, dylematy, postawy

Young Poles and the Media. Values, Dilemmas, Attitudes

STUDIA I ANALIZY

Słowa kluczowe: młodzież, postawy społeczne, postawy polityczne, media, wartości

Key words: youth, social attitudes, political attitudes, media, values

Abstrakt: W artykule zaprezentowano wyniki najnowszych badań dotyczących stosunku młodych Polaków do mediów. W związku z ciągłą zmianą dotyczącą rynku mediów oraz użytkowania mediów w Polsce i na świecie, zasadnym jest śledzenie, w jaki sposób poszczególne grupy z nich korzystają, w szczególności w kontekście uznawania ich za wiarygodne źródło informacji oraz w kontekście częstotliwości użycia oraz zasad użycia mediów społecznościowych. W artykule poddano analizie wyniki badań tego obszaru koncentrujące się na segmencie młodzieży.

Abstract: The article presents the results of the latest research on the attitude of young Poles to the media. Due to the constant change in the media market and media use in Poland and worldwide, it is reasonable to track how individual groups use them, in particular in the context of recognizing them as a reliable source of information and in the context of the frequency of use and the rules of use of social media. The article analyses the results of research in this area, focusing on the youth segment.

* ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3270-2694>; dr hab., Katedra Socjologii Polityki i Marketingu Politycznego, Wydział Nauk Politycznych i Studiów Międzynarodowych, Uniwersytet Warszawski. E-mail: b.biskup@uw.edu.pl.

Wprowadzenie

Zainteresowanie politologów grupą wiekową między 18. a 25. rokiem życia należy tłumaczyć rolą tego grona w budowaniu społeczeństwa obywatelskiego. Postawy pro-obywatelskie oraz związana z nimi aktywność nie pojawiają się nagle, ale kształtują na kolejnych etapach socjalizacji oraz edukacji.

Pewna prawidłowość pokazuje, że młode pokolenie – jeśli nie jest zmuszone przez historię (przykład opisywanej w dalszej części „I fali”) – raczej alienuje się od kwestii polityczno-społecznych, a co za tym idzie – nie poszukuje na ten temat informacji w mediach. Brak zainteresowania polityką jest równoznaczny z kontestacją mediów w tym obszarze.

Badania pokazują, że młodzi Polacy odrzucają tradycyjne media jako wartościowe i godne zaufania. Zamiast o polityce – Polsce i świecie, poszukują informacji na temat gier komputerowych, podróży, czy mody. Swoją aktywność przenieśli do świata cyfrowego, głównie mediów społecznościowych, jednak także one w bardzo niskim stopniu służą im do pozyskiwania wiedzy o świecie, a – jak sami przyznają – weryfikacja wszelkich treści internetowych, nie jest ich mocną kompetencją¹.

To zjawisko niepokoi. Po pierwsze, symptomatyczna jest skala dezinformacji w Internecie oraz niska skuteczność walki z *fake newsami*. Po drugie, aktywność obywatelska jest jednym z filarów systemu demokratycznego, a media jednymi z głównych narzędzi danych obywatelom w demokracji. Jeśli to dzisiejsi młodzi będą budować Polskę jutra, warto, aby debata na temat ich aktywizacji już teraz zataczała coraz szersze kręgi. Socjalizacja młodych w kierunku kwestii politycznych oraz społecznych jest warunkiem *sine qua non*, niezbędnym do utrzymania wysokiej jakości kultury politycznej, społeczeństwa obywatelskiego oraz samej demokracji.

Celem analizy dokonanej w artykule jest przedstawienie stosunku młodych Polaków do mediów, zdefiniowanie źródeł informacji o świecie oraz wiarygodności mediów dla najmłodszej grupy wiekowej, na podstawie ostatnich badań opinii publicznej. W szczególności interesująca będzie odpowiedź na następujące pytania badawcze: (1) Jaki jest stosunek młodych Polaków do demokracji i polityki; (2) Jaki jest stosunek młodych Polaków do mediów; (3) Jak młodzi Polacy oceniają obiektywizm mediów; (4) Skąd młodzi Polacy czerpią informacje o świecie. Aby odpowiedzieć na te pytania, w artykule zastosowano analizę danych źródłowych pochodzących z dwóch badań ilościowych opinii publicznej. Są to: (1) badanie „Pomiędzy wojną w Ukrainie a wyborami parla-

¹ Por. np. badanie Clue PR z 2022 roku; <https://businessinsider.com.pl/gospodarka/stad-mlodzi-czerpia-wiedze-tiktok-pozapodium/pk79t8n> (25.04.2025).

mentarnymi w Polsce w 2023. Diagnoza Stanu Polskiego Społeczeństwa” zrealizowane przez Fundację Pro Futuro²; (2) badanie „Wyborczy portret Polaków” zrealizowane przez Fundację Instytut Badań Rynkowych i Społecznych³.

Stosunek młodych Polaków do polityki – punkt wyjścia do analizy użytkowania mediów

Badanie stosunku młodych Polaków w kategorii wiekowej od 18. do 25. roku życia do mediów oraz próba dowiedzenia się skąd czerpią wiedzę o Polsce i świecie, są w gruncie rzeczy sprawdzianem ich postaw obywatelskich. Bowiem w młodym wieku kształtują się zarówno stosunek do polityki, jak i preferencje polityczne obywateli. Jak argumentują D. Dejna i F. Nalaskowski, „z punktu widzenia rozwoju nowoczesnego społeczeństwa demokratycznego, inkluzja obywatelska młodzieży jest warunkiem *sine qua non*, jako że społeczeństwo obywatelskie opiera się na ludziach młodych, im zawdzięczając swój wigor i świeżość inicjatyw”⁴. W swojej publikacji zwracają uwagę na cykliczne, uwarunkowane historycznie zmiany w aktywności politycznej oraz obywatelskiej młodych ludzi, a także bogatą tradycję w tym zakresie. Według autorów, na przestrzeni lat możemy mówić o trzech falach – trendach w działaniach młodych ludzi. Do 1989 roku (I fala) ich zaangażowanie miało wymiar konfrontacyjny i było podyktowane próbą przeciwstawienia się ówczesnej władzy. Po 1989 roku (II fala), w okresie wielkich przemian społecznych i gospodarczych, ale też w efekcie rozczarowania kształtującą się III RP, młodzi zdystansowali się od polityki i idei obywatelskości, koncentrując uwagę na swoim życiu prywatnym (jak argumentują autorzy – jedynym wyjątkiem było zaangażowanie

² Badanie ilościowe przeprowadzono w ramach procedury mixed-mode na reprezentatywnej próbie udziałowej (kwotowej) pełnoletnich mieszkańców Polski dobieranej ze względu na takie kryteria jak: płeć, wiek oraz miejsce zamieszkania. Każdy respondent miał możliwość samodzielnego wyboru jednej z metod (mixed mode) tj.: wywiadu bezpośredniego z udziałem ankietera (metoda CAPI), wywiadu telefonicznego z udziałem ankietera (CATI), samodzielnego wypełnienia kwestionariusza internetowego (CAWI), do którego dostęp był możliwy po otrzymaniu linka od ankietera. We wszystkich trzech przypadkach kwestionariusz miał taką samą strukturę oraz zestaw pytań. Badanie zrealizowano w dniach od 26 czerwca do 24 lipca 2023 roku na próbie liczącej 5022 osoby. Błąd maksymalny: 2%. Poziom ufności: 95%.

³ Badanie ilościowe zrealizowane na próbie 1600 respondentów w czerwcu i lipcu 2023 roku przez Fundację Instytut Badań Rynkowych i Społecznych; <https://ibris.pl/forum-idei/>.

⁴ D. Dejna, F. Nalaskowski, *Inkluzja społeczna i renesans postawy obywatelskiej wśród młodych Polaków – kontekst historyczny, społeczny i edukacyjny*, «Studia z Teorii Wychowania» 2020, t. XI, nr 1(30), s. 158.

w cel Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy). Obecnie, w okresie III fali – według autorów – możemy mówić o odrodzeniu zaangażowania młodych oraz harmonijnym rozwoju postaw obywatelskich⁵. „Ostatnie lata to swoisty renesans aktywności młodych ludzi. 18–29 latki coraz częściej zabierają głos. Ujawniają swoje przekonania w debacie publicznej (...). Jesteśmy bodaj na początku krzywej rosnącej, która mogłaby obrazować rozwój postaw obywatelskich wśród młodzieży (...). Podstawą wymiany myśli, wiązania się w grupy zadaniowe i kontaktu jest tu Internet. Powstanie i rozwój globalnej sieci dał szansę przebudzeniu młodych ludzi. (...) Internet stał się narzędziem kontaktu i wirtualną szkołą uczestnictwa w życiu społecznym”⁶.

Bardzo ogólnie ujęty przez autorów Internet, to przede wszystkim media społecznościowe – Facebook, YouTube, Instagram, TikTok, czy Twitter, które w dzisiejszym świecie charakteryzuje powszechny oraz demokratyczny dostęp – korzystają z nich użytkownicy bez względu na wiek, płeć, miejsce zamieszkania, czy wykształcenie. Jak wynika z Raportu „*Social Media 2024*”, przygotowanego przez firmę badawczo-technologiczną Gemius oraz Związek Pracodawców Branży Internetowej IAB Polska, w Polsce media społecznościowe docierają łącznie do 27,5 miliona Realnych Użytkowników. W 2024 roku pod względem zasięgu najlepiej radzą sobie YouTube oraz Facebook, które dotarły do 85% populacji. Co ciekawe, aż 3 449 480 użytkowników z przedziału wiekowego 15–24, korzysta z mediów społecznościowych⁷. Życie dzisiejszych młodych jest niejako zrośnięte z przestrzenią internetową. Korzystają z niej zarówno do celów informacyjnych, rozrywkowych, edukacyjnych, czy autoprezentacyjnych. Internet oraz media społecznościowe służą im więc zarówno do nauki, pracy, budowania relacji, ale też kreowania własnego wizerunku.

Jeśli jednak mielibyśmy wrócić do semantyki zaproponowanej przez D. Dejnę oraz F. Nalaskowskiego, to współcześni młodzi, młodzi z III fali społecznego zaangażowania – fali wznoszącej i zbliżającej ich do wzorcowych postaw pro-obywatelskich, doskonale odnajdujący się realiach cyfrowych, angażują się dzisiaj zupełnie inaczej, niż ich rówieśnicy w okresie I fali, do 1989 roku. Nie kontestują już rzeczywistości politycznej, nie walczą z systemem, ale też – co zagrażające dla kształtu demokracji w przyszłości – nie interesują się polityką. Sposób, w jaki podejmują konkretną aktywność cechuje atomizacja, ale też duża dowolność. Często są to działania podejmowane *ad hoc*, w wyniku akcji organizowanych w mediach społecznościowych. Często bez ciągu dalszego, czy emocjonalnego zaangażowania.

⁵ Tamże, s. 139–157.

⁶ D. Dejna, F. Nalaskowski, *Inkluzja społeczna...*, s. 149–150.

⁷ Gemius, IAB Polska, *Social Media 2024*, https://gemius.com/documents/51/RAPORT_SOCIAL_MEDIA_2024.pdf, s. 5, 16 (25.04.2025).

Tylko część istotnej aktywności młodych ludzi odnosi się do polityki – i to najczęściej ze wskazaniem na jeden trend – w większości są to konkretne wyzwania życia w społeczeństwie. (...) W zasadzie nie ma poważnych ruchów stawiających sobie za cel obalenie rządzącej władzy, czy rewolucję polityczną, gospodarczą. Nikt już wśród tych młodych ludzi nie podnosi głosu w sprawie powszechnej obniżki cen, czy podwyższenia płac. Postulaty są kierowane w konkretne pola rzeczywistości społecznej. (...) Nowoczesne zaangażowanie ma charakter akcyjny⁸.

Co jednak ciekawe, według badań, przynajmniej na poziomie deklaracyjnym, młodzi ludzie uważają, że demokracja nie ma alternatywy. Jak wynika z „Diagnozy Stanu Polskiego Społeczeństwa 2023”, ponad połowa młodych respondentów uważa, że demokracja jest najlepszą formą rządów. Twierdzi tak ponad połowa badanych – 55,6%, a 14,2% jest odmiennego zdania⁹. Jednocześnie młodzi Polacy przyznają, że demokracja w Polsce funkcjonuje źle – twierdzi tak 46,8% badanych (zdecydowanie negatywnie odpowiada 11,6% młodych, a raczej negatywnie 35,2% młodych). Odmienne zdania jest 19,6% badanych (raczej pozytywnie o jakości demokracji w Polsce wypowiada się 17,9% badanych, a zdecydowanie pozytywnie jedynie 1,7% badanych)¹⁰. Według młodych, na przestrzeni lat zmieniła się też ich ocena dotycząca funkcjonowania demokracji w Polsce. 42,9% twierdzi, że nastąpiły zmiany (24,6% ich nie dostrzega), jednak uwagę zwraca ocena skali zmian – według aż 94,6% badanych w ostatnich latach demokracja w Polsce funkcjonuje gorzej. Tylko 4,4% badanych twierdzi, że demokracja ma się lepiej¹¹. O ile młodzi nie potrafią jednoznacznie wskazać, czy sposób funkcjonowania w Polsce w najbliższych latach się zmieni (trudność z jednoznaczną odpowiedzią ma 43,6% badanych), o tyle jeśli mają określić kierunek ewentualnych zmian, są raczej pozytywnie nastawieni. 51,8% badanych uważa, że jakość demokracji w naszym kraju poprawi się (nieznacznie poprawi się – 25,5%, znacząco poprawi się – 26,3%)¹².

Nikłe zainteresowanie młodych Polaków polityką potwierdzają kolejne badania. Ciekawe wnioski płyną z przeanalizowanych przez Katarzynę Ferszt-Piłat badań Krzysztofa Dziurzyńskiego na temat postaw politycznych młodzieży. Wynika z nich, że 3/4 badanych młodych interesuje się polityką, z czego 13% przejawia duże oraz bardzo duże zainteresowanie tą sferą. O ile jednak młodzież szkolna deklaruje zainteresowanie polityką, o tyle raczej nie zauważa

⁸ Gemius, IAB Polska, *Social Media 2024*, s. 151–152.

⁹ *Pomiędzy wojną w Ukrainie a wyborami parlamentarnymi w Polsce w 2023. Diagnoza Stanu Polskiego Społeczeństwa*, Warszawa 2023, badanie zrealizowane przez Fundację Pro Futuro.

¹⁰ Tamże.

¹¹ Tamże.

¹² Tamże.

jej roli w swoim życiu. Mniej niż co czwarty badany twierdzi, że polityka ma więcej niż średnie znaczenie w jego życiu¹³. Przytoczone wyniki są o tyle interesujące, o ile liczne badania ukazują raczej brak zainteresowania młodych obszarem polityki. Jednak co najważniejsze, sfera deklaratywna nie jest w tym przypadku zgodna z przypisywaniem polityce znaczenia we własnym życiu. Dostrzegany jest solidny rozdzźwięk między tym co młodzież deklaruje, a tym jakie rzeczywiste działania podejmuje. Co więcej, przywołany projekt badawczy potwierdził pewną tendencję do angażowania się młodych ludzi w działania raczej nieformalne, samopomocowe lub charytatywne¹⁴. W tym samym badaniu uczniowie zostali zapytani o źródła wiedzy o polityce – na tak postawione pytanie odpowiadali, że najczęściej korzystają z komercyjnych stacji telewizyjnych i radiowych oraz publicznej telewizji. W odpowiedziach zarysowała się też tendencja sugerująca większy wpływ Internetu i chętniejsze sięganie po media cyfrowe¹⁵.

Niskie wskaźniki partycypacji politycznej młodych ludzi nie są jedynie polską specyfiką. W literaturze przedmiotu wyróżnia się cztery podejścia wyjaśniające ten problem:

- **wyjaśnienia oparte na specyfice okresu młodości** – opierają się na argumentach, według których niskie wskaźniki partycypacji są konsekwencją młodego wieku i charakterystycznego dla tego okresu życia odrzucania powszechnie obowiązujących norm i powinności;
- **wyjaśnienia związane ze specyfiką systemu politycznego** – opierają się na argumentach, według których największą wagę przywiązuje się do barier wytwarzanych przez państwowe instytucje, jak i partie polityczne, które dążą do wykluczenia młodych ludzi z polityki;
- **wyjaśnienia związane z pojawieniem się alternatywnych wartości** – zgodnie z nimi, młodych ludzi bardziej pociągają alternatywne idee i ruchy polityczne;
- **wyjaśnienia pokoleniowe** – wskazujące na zmieniające się społeczne okoliczności, czy specyfikę przejścia w dorosłość¹⁶.

Tymczasem poziom partycypacji młodych ludzi w publicznej sferze życia jest ściśle związany zarówno z jakością kultury politycznej oraz społeczeństwa obywatelskiego, a w długiej perspektywie – kondycją samej demokracji. Jeśli dzisiejsi młodzi nie są zainteresowani sprawami politycznymi na poziomie odpowiadającym innym grupom wiekowym, w przyszłości może to skutko-

¹³ K. Ferszt-Piłat, Krzysztof Dziurzyński. *Postawy polityczne młodzieży a edukacja obywatelska*, «Journal of Modern Science» 2013, nr 4, s. 511.

¹⁴ Tamże, s. 512.

¹⁵ Tamże, s. 511.

¹⁶ K. Messyasz, *Postawy polityczne młodzieży polskiej w świetle badań empirycznych*, Uniwersytet Łódzki 2015, s. 73.

wać konsekwencjami ustrojowymi i wpływać na jakość systemu demokratycznego. „Aktywność obywatelska jest jednym z fundamentalnych filarów demokracji. (...) Postawy obywatelskie zazwyczaj nie pojawiają się nagle, wraz z osiągnięciem pełnoletności i uzyskaniem praw obywatelskich. Tego typu postawy kształtują się na bazie działań podejmowanych na wcześniejszych etapach rozwoju. (...) W związku z tym istotna jest socjalizacja polityczna, w tym kształtowanie nawyków wykorzystania narzędzi demokratycznych”¹⁷.

Stosunek młodych Polaków do mediów

Jednym z kluczowych narzędzi, oddanych w ręce obywateli państw demokratycznych, są oczywiście media. Tymczasem jak pokazują badania, młodzi ludzie coraz rzadziej korzystają z tradycyjnych środków masowego przekazu oraz uznają je za wartościowe.

Jak wynika z opracowania „Diagnoza Stanu Polskiego Społeczeństwa. Pomiędzy wojną w Ukrainie a wyborami parlamentarnymi w Polsce w 2023”, gdzie jednym z obszarów badawczych był właśnie stosunek młodych Polaków w wieku od 18. do 25. roku życia do mediów, znaczna większość z nich – 57,9% nie ma zaufania do dziennikarzy, a tylko 13,1% jest odmiennego zdania¹⁸.

Tabela 1. Czy ma Pan(i) zaufanie do dziennikarzy? (%)

Nie	57,9
Trudno powiedzieć/nie mam zdania	27,6
Tak	13,1
Odmowa odpowiedzi	1,5

Źródło: opracowanie własne na podstawie (...). *Diagnozy Stanu Polskiego Społeczeństwa*, Warszawa 2023.

Młodzi ludzie w większości wyrażają też pogląd, że media nie informują o Polsce i świecie w sposób obiektywny i neutralny. Według zdecydowanej większości stronnice są Telewizja Publiczna, ze stacjami TVP 1, TVP 2 oraz TVP Info oraz Telewizja Trwam. W przypadku Telewizji Publicznej sądzi tak aż 67,6% badanych młodych, a w przypadku Telewizji Trwam uważa tak 64,2% respondentów. Większość badanych młodych twierdzi też, że brak

¹⁷ A. Pazderska, *Aktywność polityczna młodych dorosłych we współczesnej Polsce*, «Studia Politologica» 2021, Nr 26, s. 80–81.

¹⁸ R. Staniszewski (red.), *Pomiędzy wojną w Ukrainie a wyborami parlamentarnymi w Polsce w 2023. Diagnoza Stanu Polskiego Społeczeństwa*, Warszawa 2023, badanie zrealizowane przez Fundację Pro Futuro.

obiektywizmu jest udziałem Telewizji TVN, ze stacjami TVN oraz TVN24 – uważa tak 40,8%. Tylko w przypadku Telewizji Polsat, ze stacjami Polsat oraz Polsat News – większość respondentów uważa, że stacja prezentuje obiektywne informacje. Uważa tak 37,3% badanych. Młodzi ludzie mają natomiast trudność z jednoznacznym określeniem, czy prasa oraz radio dostarczają obiektywnych informacji. 42,3% badanych nie ma zdania na temat obiektywizmu oraz neutralności prasy, a 38,3% nie ma zdania w tej kwestii na temat radia. Co ciekawe, 42,5% badanych uważa, że obiektywne i neutralne informacje można znaleźć w Internecie.

Tabela 2. Czy uważa Pan(i), że media informują o Polsce i świecie w sposób obiektywny i neutralny?

	Odpowiedzi pozytywne – „tak” (%)
Telewizja Polska – TVP 1, TVP 2, TVP Info	12,2
Telewizja TVN – TVN, TVN24	29,1
Telewizja Polsat – Polsat, Polsat News	37,3
Telewizja Trwam	5,3
Prasa	21,1
Radio	33,5
Internet	42,5

Źródło: opracowanie własne na podstawie (...). *Diagnozy Stanu Polskiego Społeczeństwa*, Warszawa 2023.

Młodzi ludzie, zapytani w tym samym badaniu o źródło informacji na temat Polski i świata, tylko wyszukiwarke Google wskazali jednoznacznie i pewnie. Aż 64% respondentów traktuje Google jako podstawowe źródło informacji o Polsce i świecie. W przypadku żadnego innego medium nie ma przewagi odpowiedzi pozytywnych, natomiast bardzo wyraźnie zarysowują się odpowiedzi negatywne. Dla młodych nie jest źródłem pozyskiwania informacji ani Telewizja Publiczna – 83,6% odpowiada, że nie sięga do tego medium, ani stacje komercyjne. Telewizji TVN oraz Telewizji Polsat nie wybierają równo 68,2% badanych młodych. Skrajnie negują Telewizję Trwam – 98,1%, ale też telewizję rozumianą bardzo ogólnie – inne stacje. Do telewizji jako źródła nie sięga 91,6% badanych. Co ciekawe, także media internetowe, łącznie z mediami społecznościowymi, nie są dla młodych płaszczyzną do szukania i znajdowania informacji o Polsce i świecie. Nie traktują jako źródła YouTube’a – 63,4%; Facebooka – 55,6%; Twittera – 75,2%; Instagrama – 62,5%, ani TikToka – 69,3%. Nie jest dla nich źródłem wiedzy o Polsce i świecie ani Wirtualna Polska (wp.pl) – 80,0%; ani Interia (interia.pl) – 84%, ani Onet (onet.pl) – 79,2%.

W przypadku takich wyników nasuwa się hipoteza, że młodzi nie sięgają do mediów po wiedzę na temat Polski i świata, bo po prostu ta tematyka ich nie interesuje. Niekorzystanie z mediów w tym zakresie jest równoznaczne z brakiem zaangażowania i zainteresowania obszarem społeczno-politycznym.

Tabela 3. Skąd czerpie Pan(i) informacje na temat Polski i świata?

	Odpowiedzi pozytywne „tak” (%)
Telewizja Publiczna – TVP 1, TVP 2, TVP Info	16,4
Telewizja TVN – TVN, TVN24	31,8
Telewizja Polsat – Polsat, Polsat News	31,8
Telewizja Trwam	1,9
Telewizja (inne stacje)	8,4
Prasa	16,2
Radio	31,4
Google	64,0
YouTube	36,6
Facebook	44,4
Twitter	24,8
Instagram	37,5
TikTok	30,7
Wp.pl	20,0
Onet.pl	20,8
Interia.pl	16,0
Internet (inne)	22,5
Od rodziny, przyjaciół, znajomych	40,2
Inne	4,4
Odmowa odpowiedzi	7,8

Źródło: opracowanie własne na podstawie (...). *Diagnozy Stanu Polskiego Społeczeństwa*, Warszawa 2023.

Brak zainteresowania sprawami społeczno-politycznymi oraz zgłębiania tematu w mediach jest równoznaczny z brakiem poczucia, że szeroko rozumiana polityka ma wpływ na życie młodych. Zapytani o to, czy informacje podawane przez media, dotyczące konkretnych kwestii mają wpływ na ich decyzje, w żadnym przypadku nie odpowiadają jednoznacznie pozytywnie lub negatywnie. W odpowiedziach młodych przeważają kategorie neutralne – co wskazuje na brak jednoznacznej pewności co do wpływu otaczającego świata oraz sposobu informowania o nim przez media na ich życie.

Tabela 4. Czy informacje podawane przez media, dotyczące konkretnych kwestii mają wpływ na podejmowane przez Pana (Panią) decyzje? (%)

Sytuacja gospodarcza w Polsce	Nie	28,4
	Tak	33,1
	Trudno powiedzieć	33,9
	Odmowa odpowiedzi	4,6
Sytuacja gospodarcza na świecie	Nie	34,1
	Tak	28,4
	Trudno powiedzieć	31,8
	Odmowa odpowiedzi	5,7
Sytuacja polityczna w Polsce	Nie	33,5
	Tak	30,9
	Trudno powiedzieć	31,2
	Odmowa odpowiedzi	4,4
Sytuacja polityczna na świecie	Nie	36,2
	Tak	22,9
	Trudno powiedzieć	36,4
	Odmowa odpowiedzi	4,4
Pandemia COVID-19	Nie	33,3
	Tak	33,9
	Trudno powiedzieć	27,8
	Odmowa odpowiedzi	5,1
Wojna w Ukrainie	Nie	33,7
	Tak	30,9
	Trudno powiedzieć	30,7
	Odmowa odpowiedzi	4,6
Migranci i uchodźcy	Nie	40,0
	Tak	20,4
	Trudno powiedzieć	34,1
	Odmowa odpowiedzi	5,5

Źródło: opracowanie własne na podstawie (...). *Diagnozy Stanu Polskiego Społeczeństwa*, Warszawa 2023.

Jak pokazuje inne badanie – „Wyborczy portret Polaków” IBRIS-u, większość młodych – 52%, nie czuje zagrożeń związanych z wolnością słowa w Polsce¹⁹.

¹⁹ IBRIS, *Wyborczy portret Polaków*, czerwiec–lipiec 2023.

Tabela 5. Co czuje Pan(i) myśląc o następujących sprawach?

	Wolność słowa (%)
Zdecydowanie niepokój	9
Raczej niepokój	30
Neutralne	9
Raczej spokój	35
Zdecydowanie spokój	17

Źródło: opracowanie własne na podstawie projektu IBRIS, *Wyborczy portret Polaków*, Warszawa 2023.

Brak zainteresowania młodych polityką oraz towarzyszący temu niski wskaźnik wykorzystywania mediów tradycyjnych, w połączeniu z nikłym przekonaniem o wpływie sytuacji polityczno-gospodarczej na życie młodych oraz poczucie, że wolność słowa ma się doskonale, rodzi przyczynek do postawienia hipotezy, że młodzi ludzie żyją dziś w bańce informacyjnej, do której nie dopuszczają informacji, które mogłyby zburzyć spokój ich świata. Jak wynika z raportu agencji Clue PR, dzisiejsza młodzież poszukuje w mediach głównie informacji ze świata gier (46%), rozrywki (45%), podróży (41%) oraz mody (37%)²⁰.

Bardzo niski poziom zainteresowania młodych obszarem polityki oraz związana z tym negacja mediów tradycyjnych skutkuje jeszcze jednym problemem, istotnym z punktu widzenia jakości demokracji. Jak pokazują badania EU Kids Online, niewielu młodych ludzi ocenia wysoko swoje kompetencje w zakresie umiejętności oceny wiarygodności informacji pozyskiwanych w Internecie²¹. Tymczasem jest to podstawowa kompetencja niezbędna do krytycznego wykorzystania informacji dostępnych *online*²².

Podsumowanie

Podsumowując odpowiedzi na pytania badawcze postawione we wstępie, należy stwierdzić, że (1) stosunek młodych Polaków do demokracji jest pozytywny, aczkolwiek źle oceniają jej funkcjonowanie w Polsce i zauważają

²⁰ Business Insider, Jednak nie TikTok. Wiemy, skąd młodzi najczęściej czerpią wiedzę o świecie, <https://businessinsider.com.pl/gospodarka/stad-mlodzi-czerpia-wiedze-tiktok-pozza-podium/pk79t8n> (25.04.2025).

²¹ Łatwo mi sprawdzić czy informacja, którą znalazłem/am w Internecie jest prawdziwa – 31,9%. J. Pyżalski, A. Zdrodowska, Ł. Tomczyk, K. Abramczuk, *Polskie badanie EU Kids Online 2018*, Wydawnictwo Naukowe UAM 2018, s. 24.

²² Tamże, s. 24–25.

pogorszenie jej stanu; zainteresowanie młodzieży polityką jest duże, chociaż nie dostrzegają jej istotnej roli w swoim życiu; (2) większość młodych Polaków nie ma zaufania do mediów tradycyjnych oraz (3) nie traktuje pochodzących z nich informacji jako obiektywnych; (4) źródłami informacji o świecie dla młodych Polaków jest przede wszystkim Internet oraz media społecznościowe, duża również jest rola wyszukiwarek internetowych, w szczególności Google.

Analiza stosunku młodych Polaków do mediów, ściśle związana z poziomem partycypacji politycznej i zainteresowaniem sprawami społeczno-politycznymi, pokazuje raczej alarmujący obraz polskiej młodzieży. I o ile można szukać uzasadnień historycznych, a w postawach młodych doszukiwać się pewnej cykliczności, ewentualnie negację narzędzi demokratycznych tłumaczyć „prawem wieku”, o tyle z punktu widzenia systemowego, warto pochylić się nad potrzebą edukowania i ukierunkowywania młodych w stronę społeczeństwa obywatelskiego. To praca do wykonania przez pedagogów, rodziców, polityków, ale też dziennikarzy, którzy niestety utracili wiarygodność i aurytety w oczach młodych. Młodzi ludzie dokonali gwałtownego odwrótu od mediów tradycyjnych. Nie są one ani atrakcyjnym, ani potrzebnym medium dla młodych, którzy całe swoje życie zorganizowali w mediach społecznościowych. Alarm powinien wybrzmiewać głośno, bo sami zainteresowani przyznają, że ich kompetencje w zakresie oceny prawdziwości informacji pozyskiwanych w Internecie są bardzo niskie. Nie umieją skutecznie poznać czy mają do czynienia z faktami, czy może stają się ofiarami dezinformacji.

Aktywność i zainteresowanie młodych sprawami społeczno-politycznymi są, ale też będą w przyszłości składową kultury politycznej, a w dłuższej perspektywie – jakości systemu demokratycznego w Polsce. To zobowiązanie na dziś.

Bibliografia

- Dejna D., Nałaskowski F., *Inkluzja społeczna i renesans postawy obywatelskiej wśród młodych Polaków – kontekst historyczny, społeczny i edukacyjny*, «Studia z teorii wychowania» 2020, t. XI, nr 1(30).
- Ferszt-Piłat K., Krzysztof Dziurzyński. *Postawy polityczne młodzieży, a edukacja obywatelska*, «Journal of Modern Science» 2013, nr 4.
- Messyasz K., *Postawy polityczne młodzieży polskiej w świetle badań empirycznych*, Uniwersytet Łódzki 2015.
- Pazderska A., *Aktywność polityczna młodych dorosłych we współczesnej Polsce*, «Studia Politologica» 2021, Nr 26.
- Pyżalski J., Zdrodowska A., Tomczyk Ł., Abramczuk K., *Polskie badanie EU Kids Online 2018*, Wydawnictwo Naukowe UAM 2018.
- Staniszewski R. (red.), *Pomiędzy wojną w Ukrainie a wyborami parlamentarnymi w Polsce w 2023. Diagnoza Stanu Polskiego Społeczeństwa*, Warszawa 2023.