



Uniwersytet
Wrocławski



**UCZELNIA
BADAWCZA**
INICJATYWA DOSKONAŁOŚCI

Start w polityczną dorosłość

Analiza kapitału społecznego oraz konsumpcji mediów
wśród najmłodszych wyborców w Polsce

Studium na przykładzie województw
Lubuskiego i Podkarpackiego



Uniwersytet
Wrocławski



**UCZELNIA
BADAWCZA**
INICJATYWA DOSKONAŁOŚCI

Wyniki zaprezentowane w niniejszej prezentacji są częścią większego projektu zorientowanego na poznanie preferencji wyborczych najmłodszych wyborców w Polsce, realizowanego w marcu i kwietniu 2023 roku.

Struktura prezentacji:

Część I – Wprowadzenie

- 1) Próba badawcza oraz dane demograficzne respondentów;
- 2) Obszary badawcze oraz pomiar zmiennych;

Część II - Wyniki

- 3) Konsumpcja mediów przez młodzież;
- 4) Partycypacja obywatelska;
- 5) Zaufanie do ludzi i instytucji społecznych i politycznych

Część I



Uniwersytet
Wrocławski

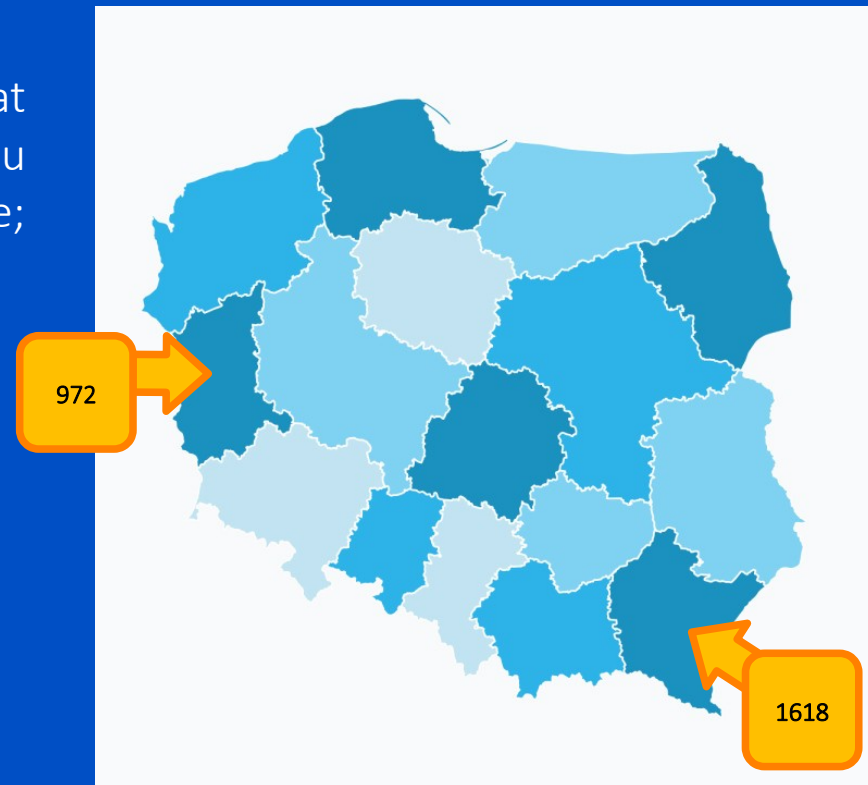


1) Próba badawcza oraz dane demograficzne respondentów

> W badaniu respondentami były osoby w wieku 18-19 lat (N=2590), które w dniu badania deklarowały, że do terminu wyborów roku 2023 (15.10.2023) nabyły by prawa wyborcze;

> Respondenci rekrutowani byli losowo spośród osób zamieszkujących województwo Lubuskie oraz Podkarpackie oraz uczęszczający do klas szkół średnich (liceów, techników oraz szkół zawodowych) tychże regionów;

> Do zbadania opinii i poglądów młodych użyto metody sondażu diagnostycznego, techniką metody audytoryjnej i prowadzonego za pomocą fizycznego kwestionariusza ankiety w obecności ankieterów;



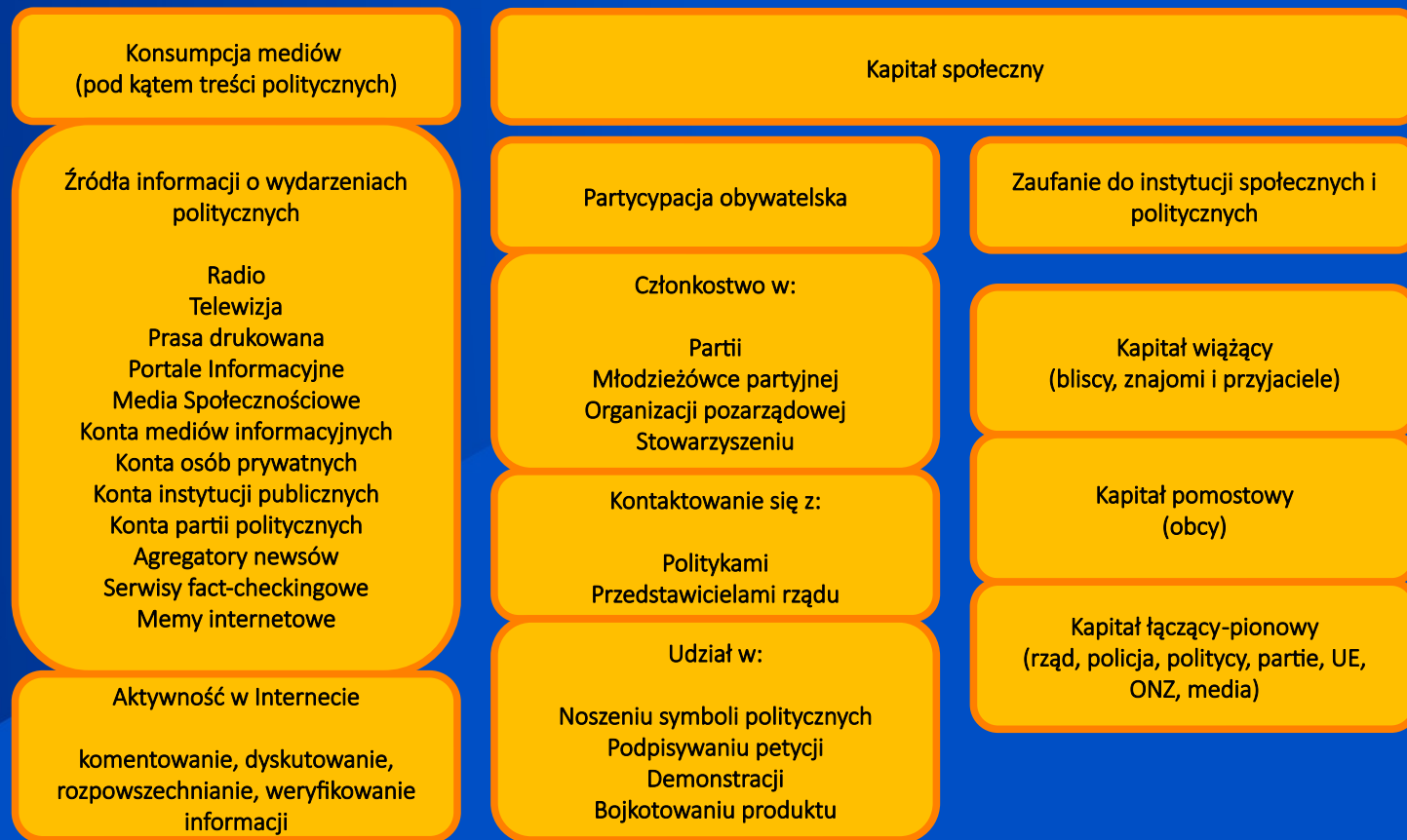
Część I



Uniwersytet
Wrocławski



2) Obszary badawcze oraz pomiar zmiennych



Część II



Uniwersytet
Wrocławski

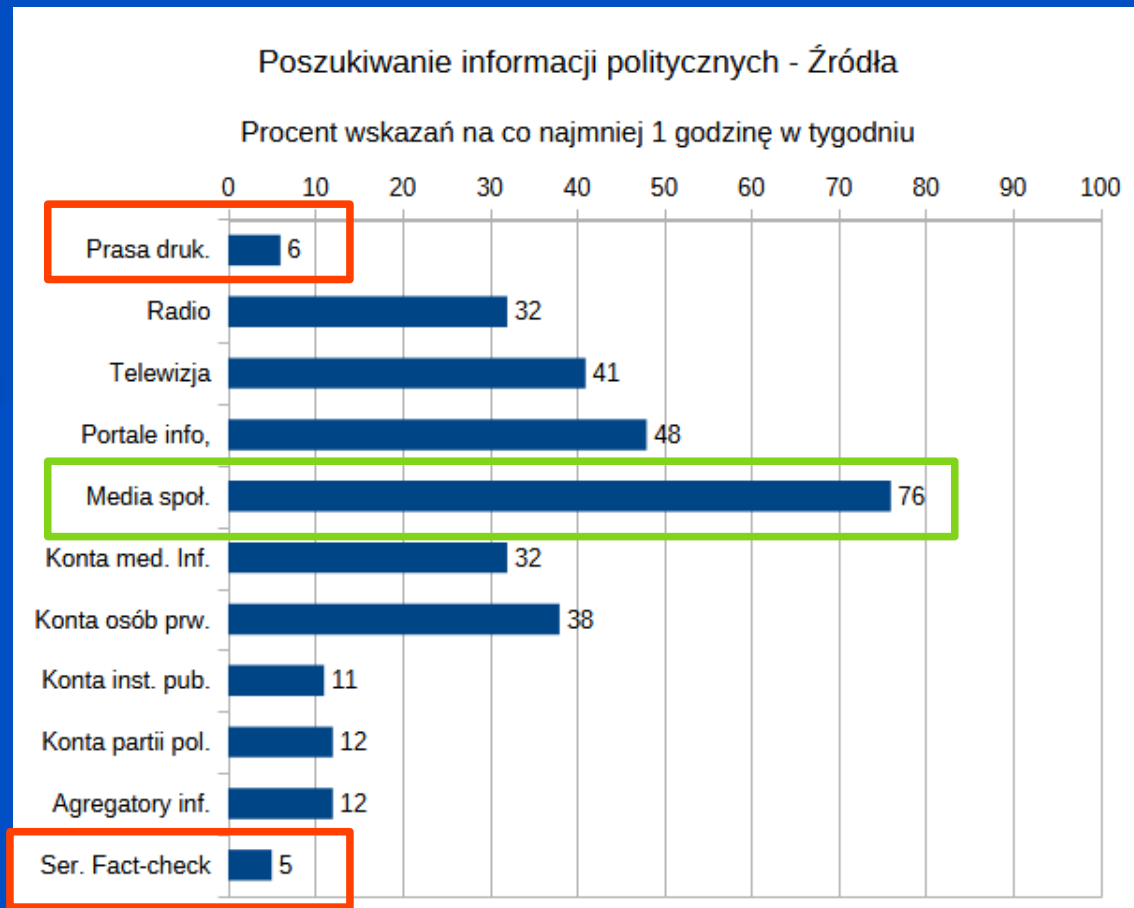


3) Konsumpcja mediów przez młodzież
(brak różnic regionalnych);

Najpopularniejszym źródłem informacji o wydarzeniach i treściach politycznych są dla młodzieży media społecznościowe oraz internetowe portale informacyjne.

Najrzadziej wskazywanym źródłem były serwisy fact-checkingowe.

Spośród tradycyjnych mediów, negatywnie wyróżnia się prasa drukowana.



Część II



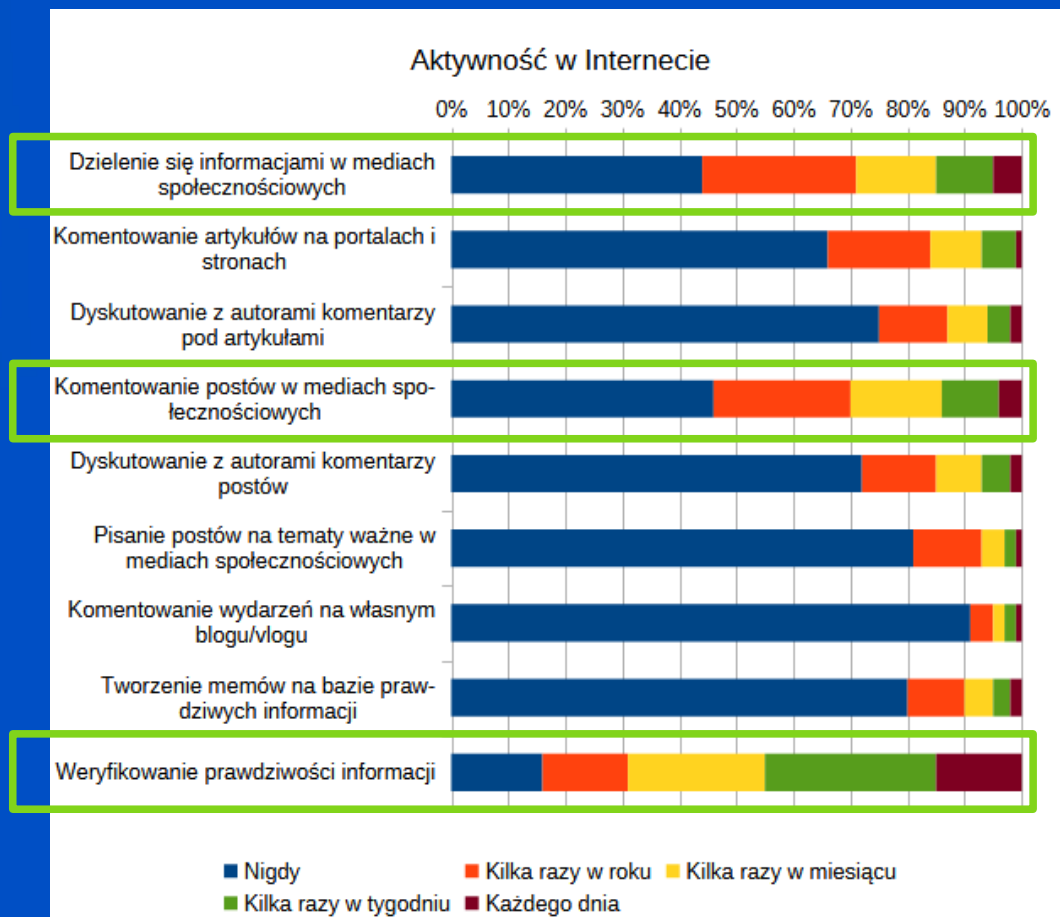
Uniwersytet
Wrocławski



UCZELNIA
BADAWCZA
INICJATYWA DOSKONAŁOŚCI

3) Konsumpcja mediów przez młodzież
(brak różnic regionalnych);

Młodzi najczęściej dzielą się informacjami
w mediach społecznościowych,
komentowaniem postów oraz szczególnie
najwięcej czasu poświęcają na
weryfikowanie prawdziwości informacji.



Część II



Uniwersytet
Wrocławski

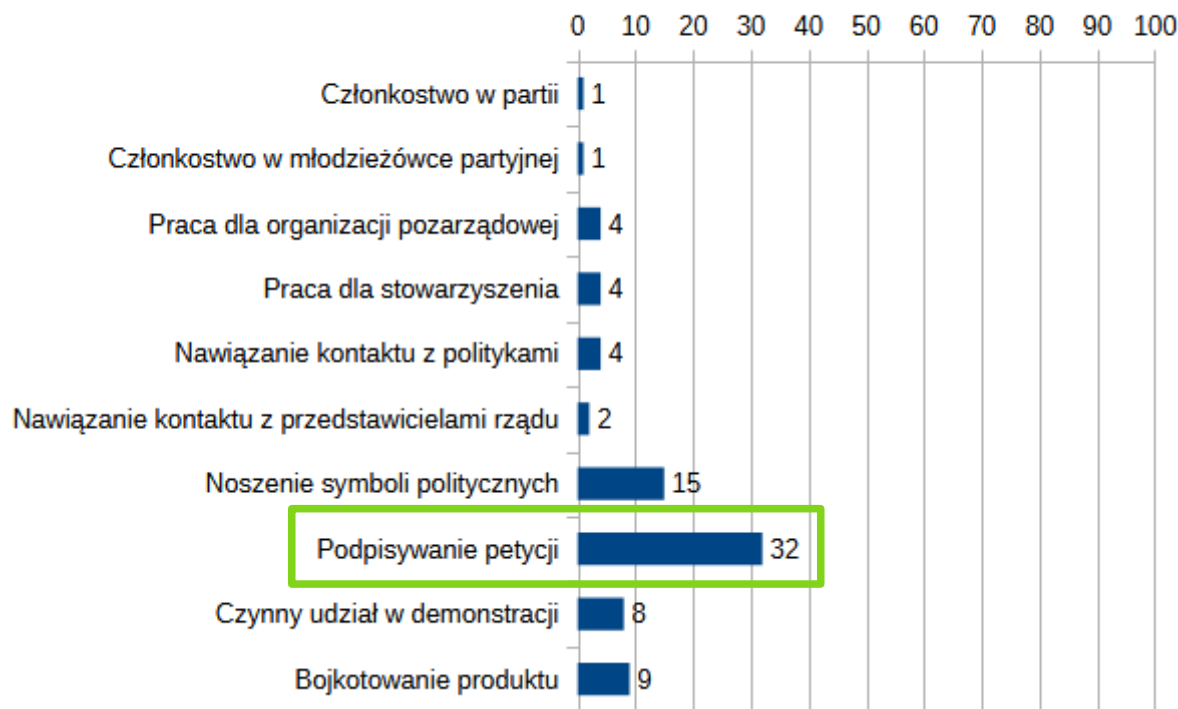


UCZELNIA
BADAWCZA
INICJATYWA DOSKONAŁOŚCI

4) Partycypacja obywatelska (brak różnic regionalnych);

Młodzi cechują się bardzo niską aktywnością obywatelską, natomiast jeśli już decydują się zaangażować, to Najczęściej na podpisywanie petycji.

Aktywność obywatelska w wybranych obszarach (%)



Część II

5) Zaufanie do ludzi i instytucji społecznych i politycznych (brak różnic regionalnych);

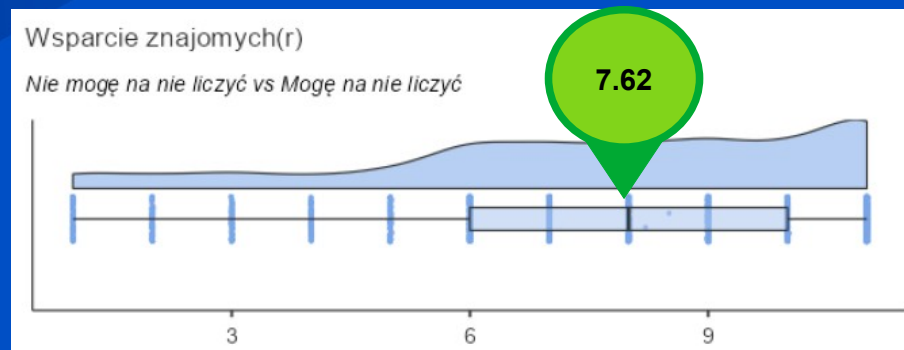
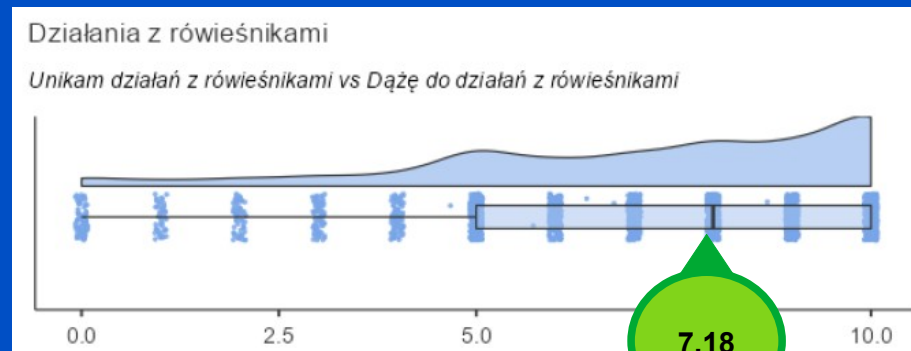


Uniwersytet
Wrocławski



UCZELNIA
BADAWCZA
INICJATYWA DOSKONAŁOŚCI

Kapitał wiążący



Część II

5) Zaufanie do ludzi i instytucji społecznych i politycznych (brak różnic regionalnych);



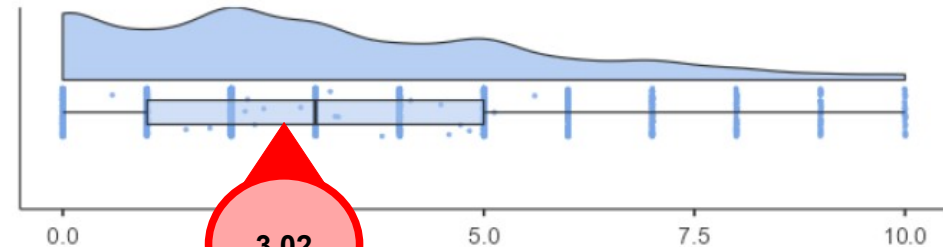
Uniwersytet
Wrocławski



Kapitał pomostowy

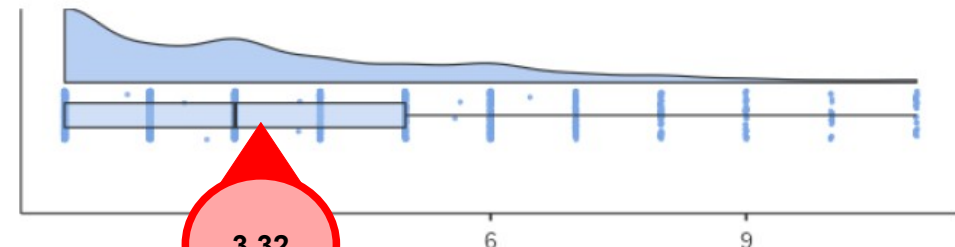
Relacje międzyludzkie

Większość ludzi manipuluje vs większość chce być uczciwa



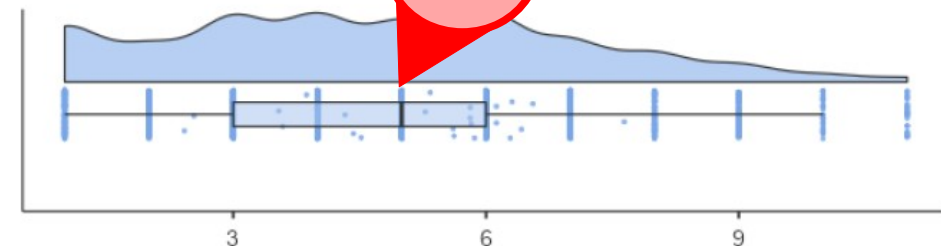
Zaufanie do ludzi(r)

Trzeba być ostrożnym vs Większości można zaufać



Troska(r)

Troska o siebie vs troska o innych



Część II

5) Zaufanie do ludzi i instytucji społecznych i politycznych (brak różnic regionalnych);

Kapitał łączący- pionowy



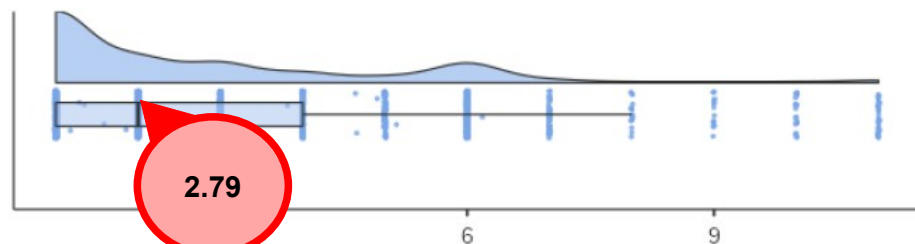
Uniwersytet
Wrocławski



UCZELNIA
BADAWCZA
INICJATYWA DOSKONAŁOŚCI

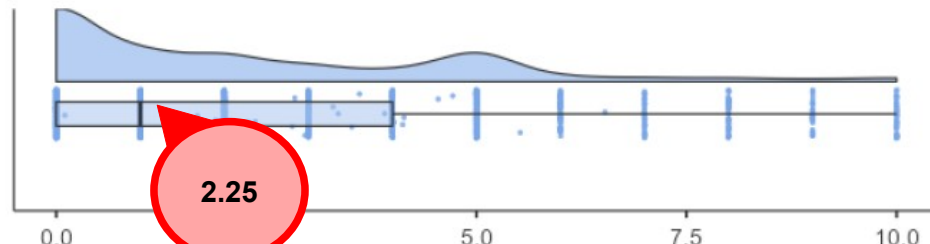
Zaufanie do polityków(r)

Zazwyczaj nie ufam vs zazwyczaj ufam



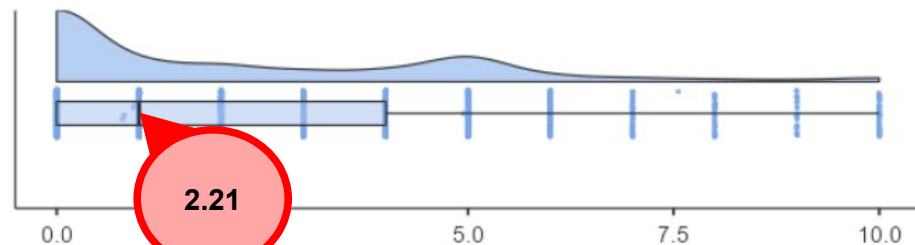
Zaufanie do partii politycznych

Zazwyczaj nie ufam vs Zazwyczaj mam zaufanie



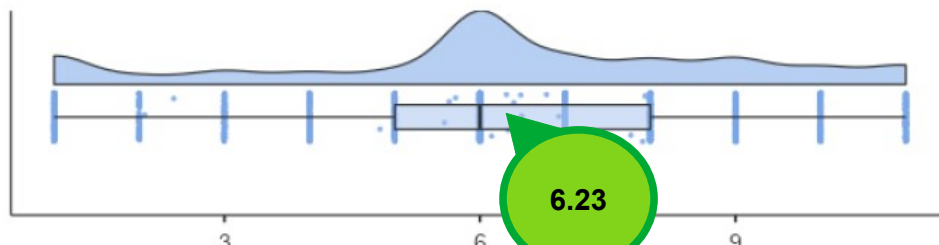
Zaufanie do rządu

Zazwyczaj nie ufam vs Zazwyczaj mam zaufanie



Zaufanie do UE(r)

Zazwyczaj nie ufam vs zazwyczaj mam zaufanie



Część II

5) Zaufanie do ludzi i instytucji społecznych i politycznych (brak różnic regionalnych);

Kapitał łączący- pionowy



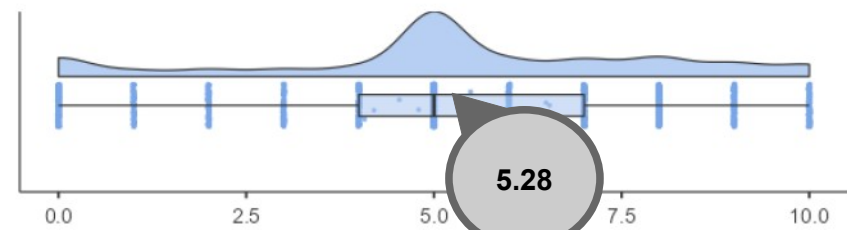
Uniwersytet
Wrocławski



UCZELNIA
BADAWCZA
INICJATYWA DOSKONAŁOŚCI

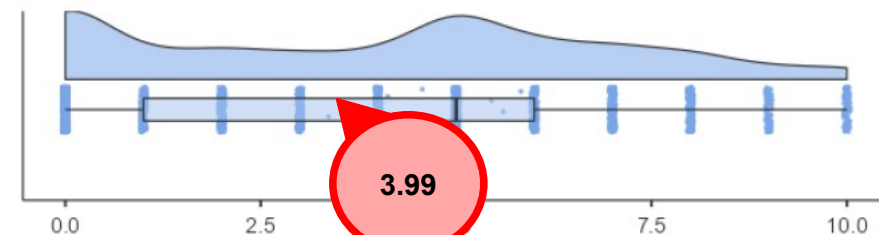
Zaufanie do ONZ

Zazwyczaj nie ufam vs Zazwyczaj mam zaufanie



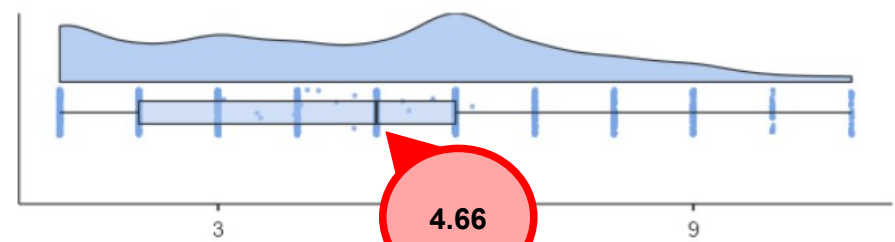
Zaufanie do Policji

Zazwyczaj nie ufam vs Zazwyczaj mam zaufanie



Zaufanie do mediów(r)

Zazwyczaj nie ufam vs zazwyczaj mam zaufanie



Część III



Uniwersytet
Wrocławski



Podsumowanie wniosków płynących z sondażu:

- 1) Głównym źródłem informacji na tematy i wydarzenia polityczne są media społecznościowe i w o wiele mniejszym stopniu portale informacyjne.
- 2) Główną aktywnością w sferze wirtualnej sprofilowanej na ogólnie pojmowane przetwarzanie informacji to weryfikacja ich prawdziwości, co w połączeniu ze znikomym wręcz wykorzystaniem serwisów fact-checkingowych sugeruje, że młodzi obywatele zwyczajnie nie znają takich platform, czy to w wyniku własnego braku zainteresowania, bądź też zaniedbania ze strony systemu edukacji;
- 3) Młodzi cechują się wysokim kapitałem wiążącym, niskim kapitałem pomostowym oraz niskim kapitałem łączącym-pionowym, z jednym chlubnym wyjątkiem – mianowicie zaufania do Unii Europejskiej, do której mają zasadniczo pozytywny stosunek.