



# Partycypacja obywatelska w Polsce: determinanty, konsekwencje i metody aktywizacji społecznej



# Partycypacja obywatelska młodych Polaków na Facebooku



**W obecnych czasach, badacze coraz częściej zajmują się zaangażowaniem obywatelsko-politycznym w mediach społecznościowych.** Internet może zmniejszać koszty uczestnictwa (czas, wysiłek) poprzez ułatwienie dostępu do informacji. Łatwy dostęp do informacji powinien zaś ożywiać życie obywatelskie (Vitak, Zube, Smock, Carr, Ellison, i Lampe, 2011).

**Nie ulega wątpliwości, że użytkownikami mediów społecznościowych są często osoby młode.** Na przykład, badania (grudzień 2019) wskazują, że 56% użytkowników Facebooka nie przekroczyła 35 roku życia. Dane z poprzedniego raportu, wykonanego przez nasz zespół (link na dole strony) wykazały, że osoby w wieku 18-25 niechętnie partycypują w życiu politycznym; na przykład najrzadziej ze wszystkich grup wiekowych oddają głos w wyborach.

Czy jest możliwe, że zaangażowanie polityczne osób młodych ma bardziej nowoczesny charakter – związany na przykład z działaniami podejmowanymi na Facebooku (komentowaniem wydarzeń politycznych, uczestnictwem w grupach poświęconych tematyce politycznej)? A może ich niechęć do działań politycznych uwidacznia się również na tym obszarze? Celem naszego badania było odnalezienie odpowiedzi na te pytania.

[http://politicalcognition.psych.pan.pl/images/Raporty/Partycypacja\\_Obywatelska\\_prez\\_WWW\\_1601.pdf](http://politicalcognition.psych.pan.pl/images/Raporty/Partycypacja_Obywatelska_prez_WWW_1601.pdf)

<https://napoleoncat.com/stats/facebook-users-in-poland/2019/12>

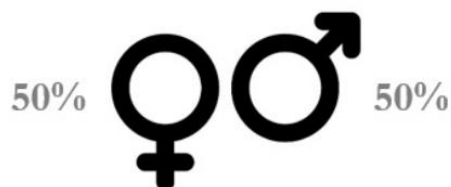
# Metoda badania i charakterystyka demograficzna próby młodych Polaków



Badanie zostało przeprowadzone na reprezentatywnej próbie młodych dorosłych Polaków (18-25 lat), N=570.

Posłużono się metodą CAWI (Computer Assisted Web Interview). Pomiar został zrealizowany na ogólnopolskiej, losowo-kwotowej próbie, gdzie kwoty są dobierane wg reprezentacji w populacji (młodych) dorosłych Polaków dla płci, wieku i wielkości miejscowości zamieszkania.

## Płeć



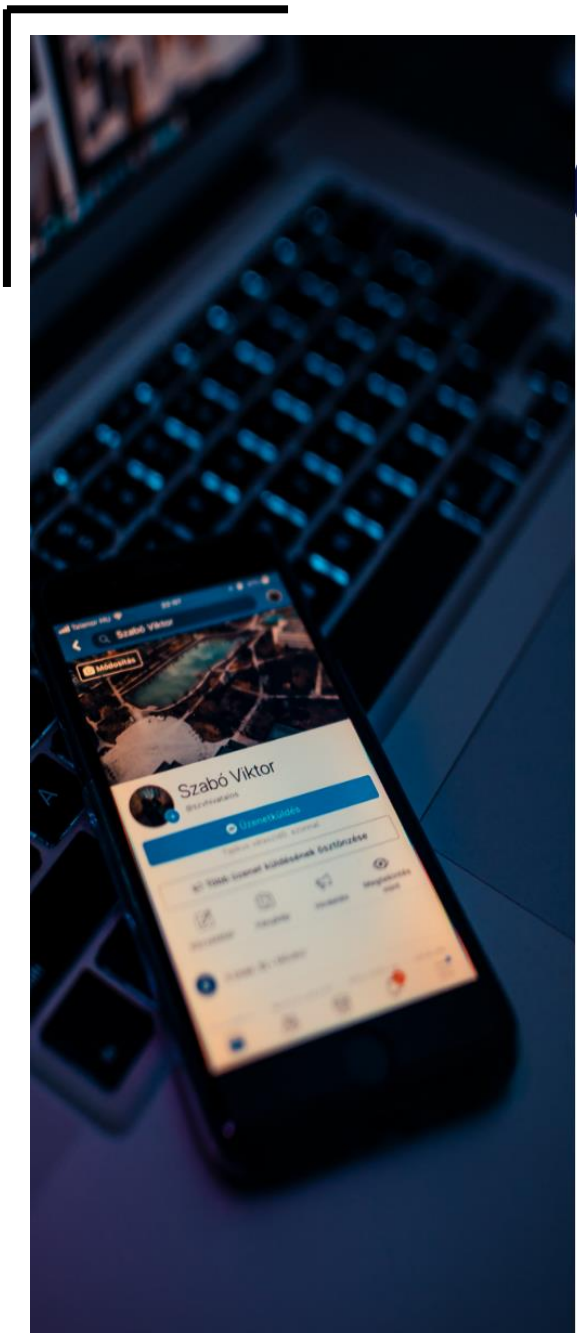
## Wiek



## Miejsce zamieszkania



N=570



# Młodzi Polacy i Polki: Facebook i aktywność społeczno- polityczna



Około

**86%**

badanych (młodych Polek i Polaków, N=570) **posiada konto** na Facebooku



Ponad

**50%**

z nich **nie angażuje się** społecznie ani politycznie na Facebooku



Najczęstszą,

**24%**

aktywnością w badanym obszarze, jest **dołączanie/ bycie w grupach dotyczących spraw politycznych lub społecznych**



Narzadszą,

**8%**

aktywnością, jest **branie udziału w zbiórkach pieniędzy na cele polityczne na Facebooku**

N=491 (tylko osoby, które mają Facebooka)



## Wskaźnik aktywności społeczno-politycznej na Facebooku



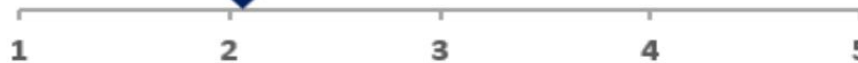
Badanym posiadającym konto na Facebooku zadano pytania dotyczące ich aktywności społeczno-politycznej na tym portalu (szczegółową treść pytań można zobaczyć na kolejnej stronie raportu). Badani odpowiadali na skali od 1 (zdecydowanie nie pasuje do mnie) do 5 (zdecydowanie pasuje do mnie)



### Pytania poruszały następujące kwestie:

- dołączanie do grup (fanpage'y) poświęconych sprawom politycznym/społecznym
- dzielenie się swoimi opiniami z zakresu świata polityki (na tablicy/osi czasu)
- branie udziału w dyskusjach dotyczących tematów politycznych (np. pod postami)
- ustawianie "nakładek" (zdjęcia profilowe) związanych ze sprawami społecznymi lub politycznymi
- branie udziału w zbiórkach pieniędzy na cele polityczne na Facebooku

2,1



Średnia dla aktywności społeczno-politycznej na Facebooku: **2,1** na skali od 1 do 5. **Wypada zatem poniżej środka skali, co może wskazywać na małą aktywność młodych ludzi w tym obszarze.**

# Im więcej wysiłku, tym mniej chętnych? – partycypacja obywatelska młodych Polaków na Facebooku



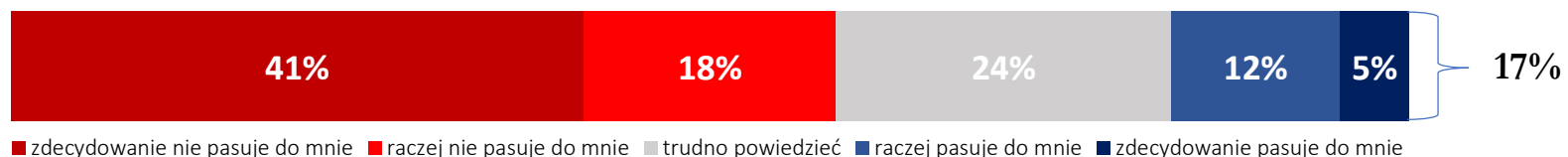
Poniżej zawarto krótkie opisy różnych zachowań, które są związane z zaangażowaniem społecznym i obywatelskim. Proszę wskazać, w jakim stopniu każde z tych zachowań do Pana/Pani pasuje.

Top2Box

Dołącza do grup na Facebooku dotyczących spraw politycznych lub społecznych.



Dzieli się swoimi opiniami dotyczącymi spraw politycznych/społecznych na Facebooku.



Bierze udział w dyskusjach dotyczących polityki lub spraw społecznych pod postami na Facebooku.



Ustawia „nakładki” związane ze sprawami politycznymi lub społecznymi na zdjęcie profilowe.



Bierze udział w zbiórkach pieniędzy na cele polityczne na Facebooku.



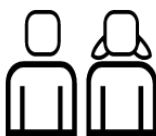
# Czy młodzi Polacy różnią się między sobą pod względem aktywności społeczno-politycznej na Facebooku?



Ogólny wskaźnik aktywności społeczno-politycznej na Facebooku (średnia z pięciu pytań na skali 1-5) wynosi **2,1**



Młodzi Polacy rzadko udzielają się społecznie lub politycznie na Facebooku. Najczęstszą aktywnością jest dołączanie/bycie w grupach dotyczących spraw politycznych lub społecznych. Warto zwrócić uwagę, że jest to działanie, które niekoniecznie wymaga dużego zaangażowania. Można bowiem dołączać do wielu grup i nie udzielać się w nich, a nawet nie śledzić ich aktywności.

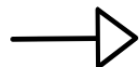


Porównano ze sobą wskaźniki aktywności kobiet i mężczyzn.

**Mężczyźni istotnie częściej angażują się społeczno-politycznie na Facebooku niż kobiety.**

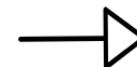
Być może wynika to z tego, że mężczyźni chętniej niż kobiety angażują się w aktywności wymagające publicznego wyrażania swoich poglądów (co pokazano także w naszym poprzednim raporcie:

[http://politicalcognition.psych.pan.pl/images/Raporty/Partycypacja\\_Obywatelska\\_prez\\_WWW\\_1601.pdf](http://politicalcognition.psych.pan.pl/images/Raporty/Partycypacja_Obywatelska_prez_WWW_1601.pdf)).



2,27

VS

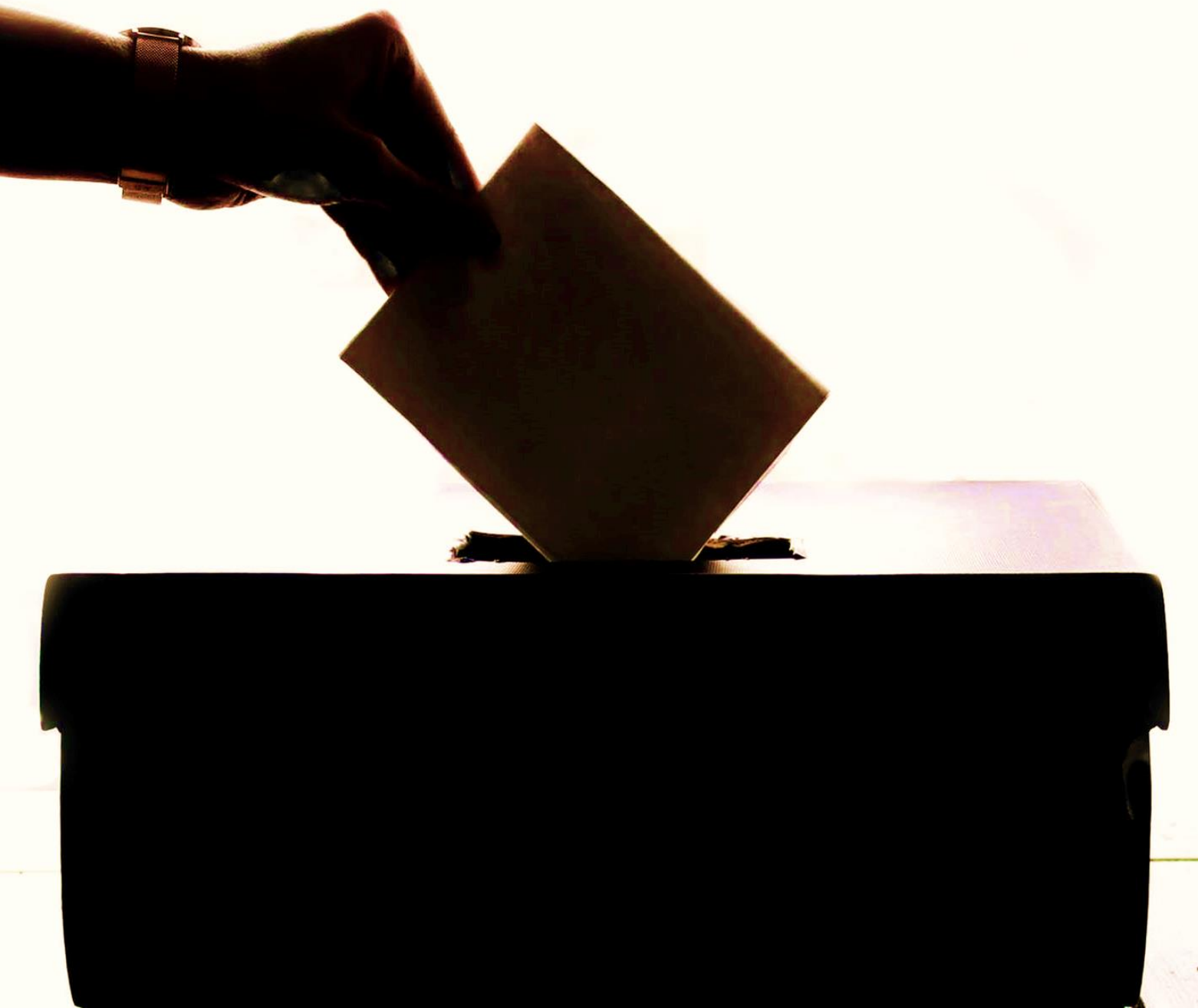


1,93



Porównania dotyczące wieku, wielkości miejsca zamieszkania oraz wykształcenia wykazały, że te cechy **nie różnicują** badanych w obszarze aktywności społeczno-politycznej na Facebooku.





Zuzanna Molenda

Marta Marchlewska

[pclab@psych.pan.pl](mailto:pclab@psych.pan.pl)

[politicalcognition.psych.pan.pl/](http://politicalcognition.psych.pan.pl/)