

# Europejska młodzież i zmiany klimatu

## Zarys środowiskowy



Mniej więcej trzech na czterech młodych Polaków Polek uważa zmiany klimatu za sprawę priorytetową.

Ale czy to przekłada się na dostęp do właściwych narzędzi, które pozwalają się z tym odpowiednio mierzyć?



**PEOPLE  
& PLANET**  
COMMON DESTINY

POLSKA

sfinansowane przez



Co-funded by the  
European Union



partnerzy krajowi



badania i produkcja redakcyjna





## Działania indywidualne

Najczęstszym działaniem prośrodowiskowym wśród polskiej młodzieży jest oszczędzanie wody: 93% respondentów zakręca kran w czasie mycia zębów, natomiast 77% bierze prysznic zamiast kąpeli w wannie. Następna w kolejności jest segregacja i recyding odpadów. To działanie stosowane jest przez 91% badanych. Wśród rządziej stosowanych tzw. „zielonych praktyk” znajduje się choćby uczestnictwo w kampaniach prośrodowiskowych – 25% wszystkich badanych przyznało, że nie bierze udziału w takich inicjatywach, ale jest to wynik i tak wyższy @ średniej europejskiej, która wynosi około 42%. Zrównoważona konsumpcja żywności również nie cieszy się szczególną popularnością – wśród polskiej młodzieży, jedynie 19% respondentów odpowiedziało, że zawsze kupuje lokalne produkty, a 20% wskazało, że kupuje żywność organiczną.

Jeśli chodzi o publiczne działania dotyczące kwestii klimatu, najbardziej popularne są te najprostsze, czyli głosowanie w wyborach czy podpisywanie internetowych petycji.

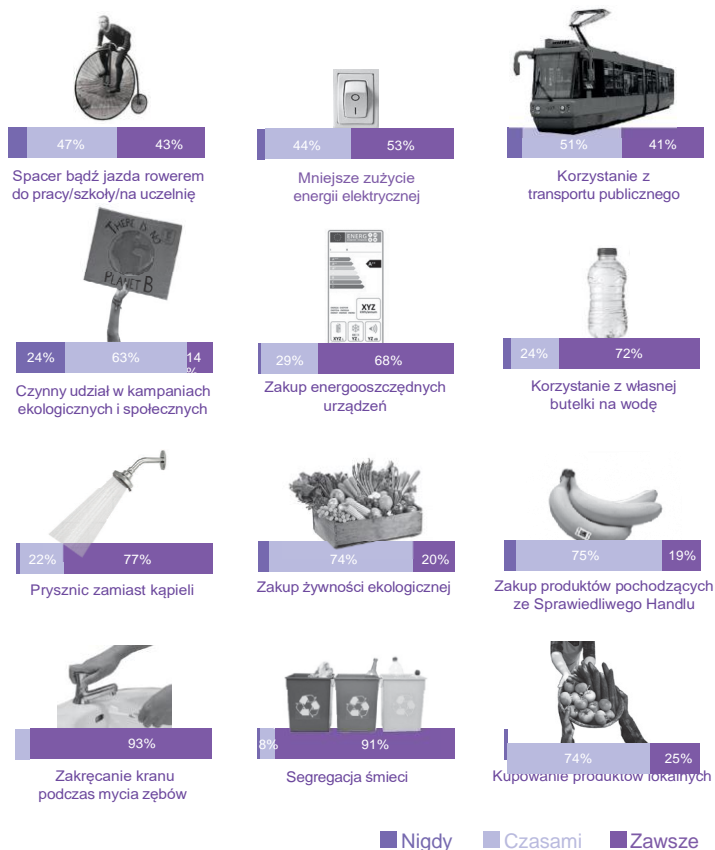
Z kolei najmniejszą popularnością cieszą się działania mocno angażujące, jak np. uczestnictwo w działaniach wolontaryjnych – tu polska młodzież wypada poniżej średniej europejskiej (38%).

Należy jednak zauważyć, że 2/3 respondentów zaznaczyło uprzednie wpłaty na konta organizacji non-profit bądź kampanii społecznych, plasując się tym samym dużo powyżej średniej (42%).

## Tło

Projekt „Ludzie i Planeta” ma na celu zmobilizowanie młodych obywateli i obywaterek oraz decydentów do wspólnej walki ze zmianami klimatu na terenie ośmiupaństw członkowskich UE (Niemiec, Włoch, Irlandii, Holandii, Polski, Portugalii, Rumunii i Hiszpanii) oraz Republiki Zielonego Przylądka w latach 2020-2024.

Przedstawione tu informacje zawierają kluczowe wnioski wyciągnięte na podstawie sondażu z udziałem grupy młodych obywateli i obywaterek Polski w 2021 roku.



Podstawa: Wszyscy respondenci (N= 596)

Wykres 2.1. Wyniki badania podstawowego. **Działania indywidualne**  
**Działania codzienne. Średnia**



Podstawa: Wszyscy respondenci (N= 591)

Wykres 2.2. Wyniki badania podstawowego. **Działania indywidualne**  
**Działania w ciągu ostatnich 3 lat**



Pomimo znaczącego związku pomiędzy globalnym ociepleniem a niedoborami wody, obie wspomniane kwestie zajmują różne miejsce wśród odpowiedzi respondentów: zmiany klimatu są bardzo interesującym tematem dla polskiej młodzieży, natomiast stan zasobów wodnych sytuuje się znacznie niżej. Wysokie pozycje zajmują również kwestie takie jak: brak wolności słowa, dyskryminacja, zanieczyszczenie środowiska i dostęp do edukacji.



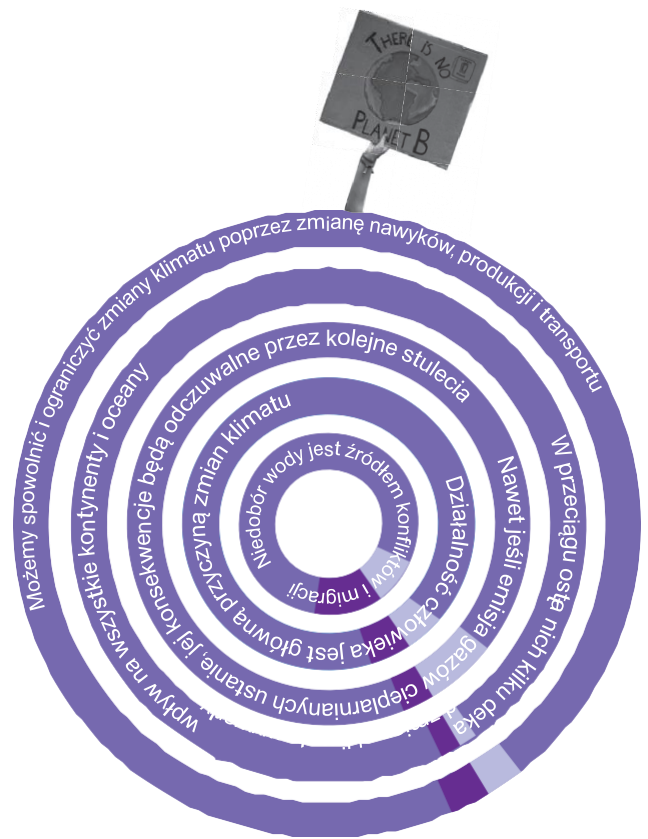


# Wiedza na temat zmian klimatu i ich percepcja



Polski respondenci wykazali się solidną wiedzą na temat wpływu zmian klimatu na środowisko naturalne. Około 96% respondentów wierzy, że możemy łagodzić skutki zmian klimatu poprzez zmianę stylu życia – wynik ten jest wyższy niż średnia europejska (93,1%). Wątkiem mniej powszechnym okazują się być niedobory wody jako powód regionalnych konfliktów i migracji (9,4% respondentów nie jest świadoma jaki jest problem), jak również wątek długofalowych konsekwencji emisji gazów cieplarnianych.

Z kolei na poziomie indywidualnym, uczestnicy wykazywali zaniepokojenie zanieczyszczeniem powietrza (93%). Wśród wymienianych przez respondentów kwestii, które mogą mieć duży wpływ na ich życie znalazły się takie opcje jak: spadek populacji pszczoł (83%) oraz rosnąca temperatura (81%). Na poziomie krajowym obserwuje się podobne trendy. Polska młodzież zdaje sobie sprawę z tego, że zmiany klimatu wywierają ogromny wpływ na poziomie globalnym, ale też i krajowym. Z kolei najniżej wśród rozpoznawalnych efektów plasuje się rosnąca liczba gwałtownych burz, podczas gdy pozostałe skutki uważane są za mające wysoki wpływ na zmiany klimatu.

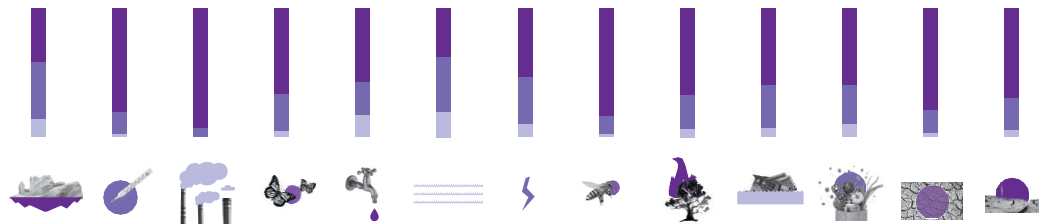


● Prawda ● Fałsz ● Nie wiem

Podstawa: Wszyscy respondenci (N= 673)

Wykres 3.1. Wyniki badania podstawowego. Postrzeżenie zmian klimatu.. Oświadczenia dotyczące zmian klimatu

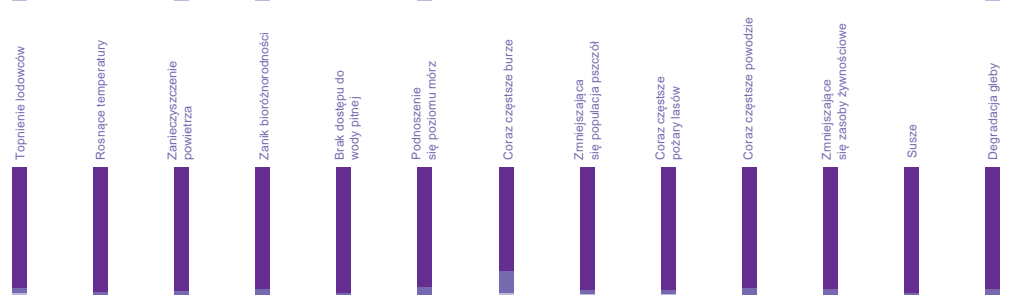
Wykres 3.2.1. Wyniki badania podstawowego. Postrzeżenie zmian klimatu. W Twoim życiu i wśród najbliższych



Wykres 3.2.2. Wyniki badania podstawowego. Postrzeżenie zmian klimatu. Dla Twojego kraju



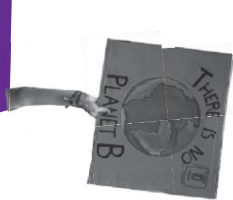
Wykres 3.2.3. Wyniki badania podstawowego. Postrzeżenie zmian klimatu. W ujęciu globalnym



Podstawa: Wszyscy respondenci (N= 669)

■ Duży wpływ ■ Niewielki wpływ ■ Nie ma żadnego wpływu

# Świadomość i działania w zakresie polityk



Polscy respondenci wydają się być zaznajomieni z międzynarodowymi porozumieniami klimatycznymi w stopniu większym niż z krajowymi Inicjatywami i akcjami na rzecz przeciwdziałania degradacji Środowiska.

**Może to świadczyć o skutecznym komunikowaniu informacji dot. Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ wśród dzieci i młodzieży. Z drugiej strony, może wskazywać na niewłaściwą strategię komunikacji programów krajowych skierowanych do tej grupy docelowej.**

77%  
**TAK**



23%  
**NIE**

Podstawa: Wszyscy respondenci (N= 595)

Wykres 4.1. Wyniki badania podstawowego. Świadomość i działanie w zakresie polityki. Wiedza uczestników na temat globalnych polityk lub inicjatyw mających na celu ograniczenie zmian klimatycznych

68%  
**TAK**

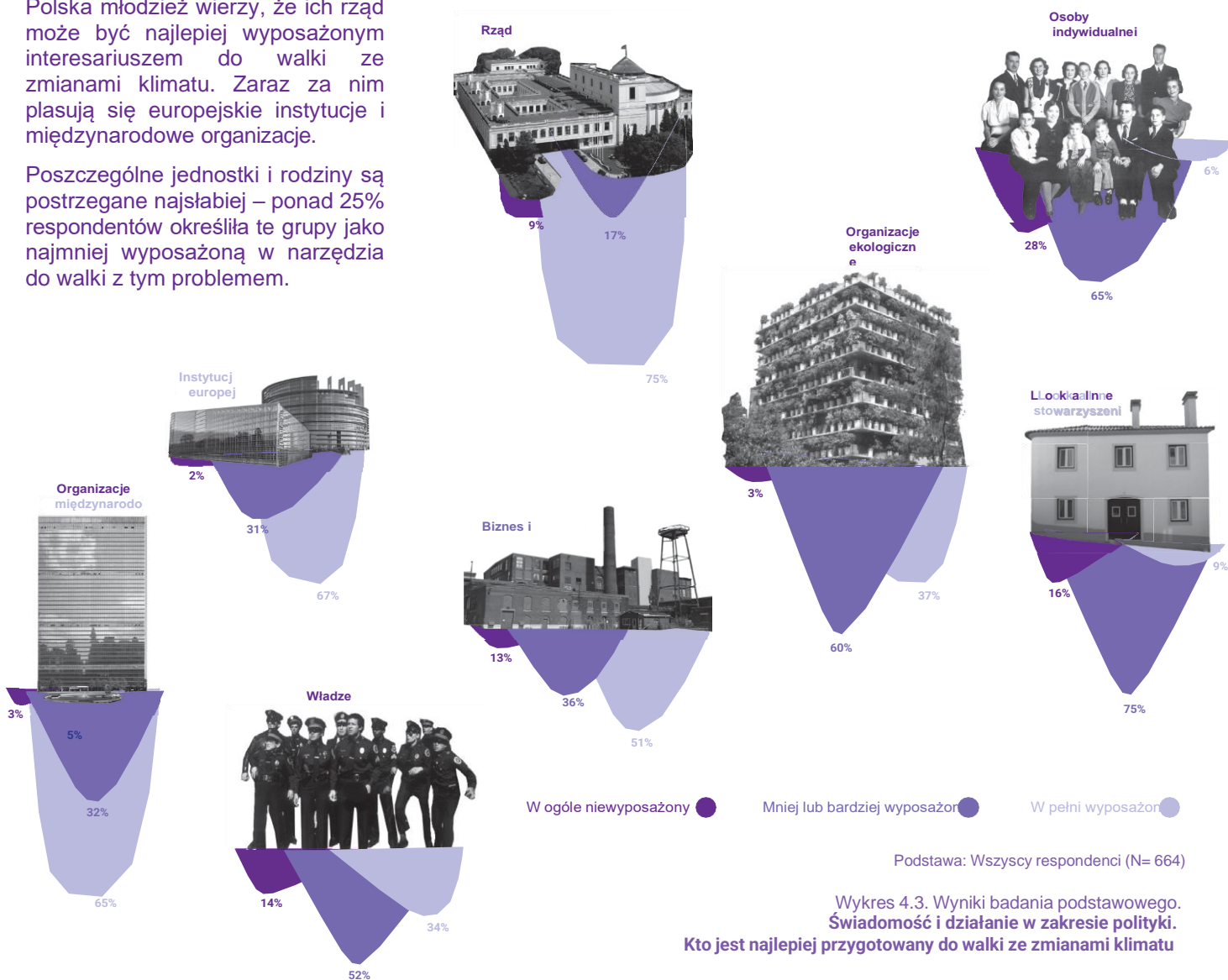


32%  
**NIE**

Wykres 4.2. Wyniki badania podstawowego. Świadomość i działanie w zakresie polityki. Wiedza uczestników na temat polityki ochrony środowiska w Twoim kraju

Polska młodzież wierzy, że ich rząd może być najlepiej wyposażonym interesariuszem do walki ze zmianami klimatu. Zaraz za nim plasują się europejskie instytucje i międzynarodowe organizacje.

Poszczególne jednostki i rodziny są postrzegane najslabiej – ponad 25% respondentów określiła te grupy jako najmniej wyposażoną w narzędzia do walki z tym problemem.



Wykres 4.3. Wyniki badania podstawowego. Świadomość i działanie w zakresie polityki. Kto jest najlepiej przygotowany do walki ze zmianami klimatu

# Co można zrobić?

80% uczestników sondażu uznaje edukację i programy nauczania za najbardziej skuteczne narzędzia zachęcające do podejmowania działań na rzecz klimatu. Zaraz za nimi plasują się wielkie kampanie (69%). W oczach polskiej młodzieży, informacje i źródła naukowe są najmniej efektywnym narzędziem mobilizacji rówieśników do działania.



**Edukacja ekologiczna w szkołach**



**Akcje uliczne, tematyczne (np. „Piątki dla Przyszłości”)**

**Więcej materiałów naukowych na ten**



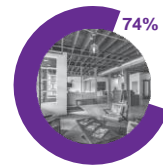
**Inne 21%**

Podstawa: Wszyscy respondenci (N= 667)

Wykres 4.4. Wyniki badania podstawowego. Świadomość i działanie w zakresie polityki. Co zmotywowałoby ludzi do działania w sprawie zmian klimatu. Możliwość wyboru wielu odpowiedzi



**Poprzez projekty finansowane z budżetu obywatelskiego**



**Zapewnienie zaplecza do organizacji spotkań i zajęć**



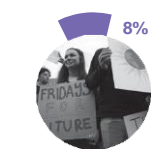
**Wsparcie finansowe**



**Udział w podejmowaniu decyzji kształtowaniu polityki poprzez komisje na szczeblu krajowym**



**Udział w podejmowaniu decyzji i kształtowaniu polityki poprzez specjalne komitety młodzieżowe**



**Młodzi ludzie nie są zainteresowani powyższymi formami wsparcia**



**Organizacja wydarzeń dot. budowania zaangażowania i nawiązywania nowych kontaktów**

Podstawa: Wszyscy respondenci (N= 590)

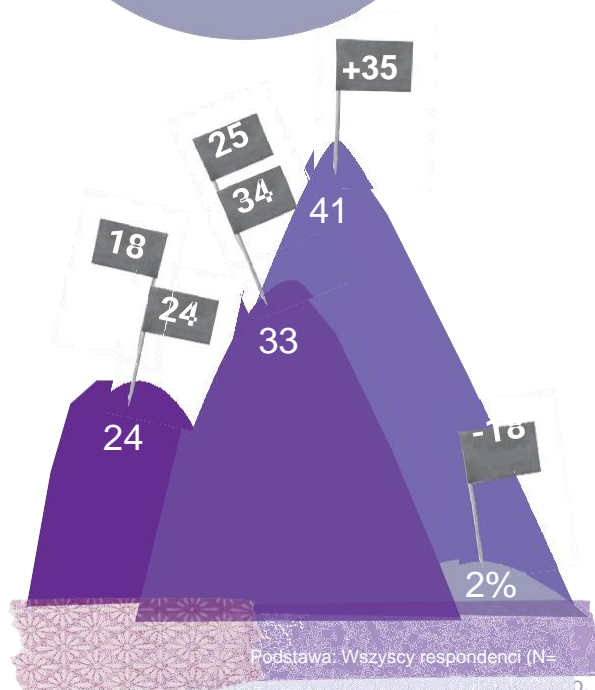
Wykres 4.5. Wyniki badania podstawowego. Świadomość i działanie w zakresie polityki. W jaki sposób władze lokalne mogą wspierać kampanie młodych ludzi na rzecz zrównoważonego rozwoju oraz inne działania związane ze zrównoważonym rozwojem. Możliwość wyboru wielu odpowiedzi

Polscy respondenci również identyfikują sposoby i pomysły na wspieranie przez władze lokalne działań młodych ludzi w zakresie zrównoważonego rozwoju, przy czym wyższy priorytet przypisują projektom opartym na uczestnictwie lub finansowaniu przez społeczność lokalną. Na pozostałych miejscach znajdują się: obiekty umożliwiające spotkania i działania, a także wsparcie finansowe. Za najmniej wpływowe respondenci uważają działania networkingowe.

Uczestnicy badania przedstawili również sugestie dotyczące rzecznictwa. Większość z nich podkreślała potrzebę skutecznej komunikacji, która jest zrozumiała przez każdego, niezależnie od doświadczenia. Dodatkowo, polska młodzież zwróciła uwagę na kilka kluczowych obszarów, którymi można by się zająć na poziomie gospodarstwa domowego, a mianowicie; lepsze gospodarowanie zasobami wodnymi, racjonalne zarządzanie odpadami i żywnością, zrównoważona mobilność i zasada "4R" – polska młodzież uważa, że wszystkie te kwestie leżą w mocy sprawczej jednostek.



## Charakterystyka demograficzna respondentów

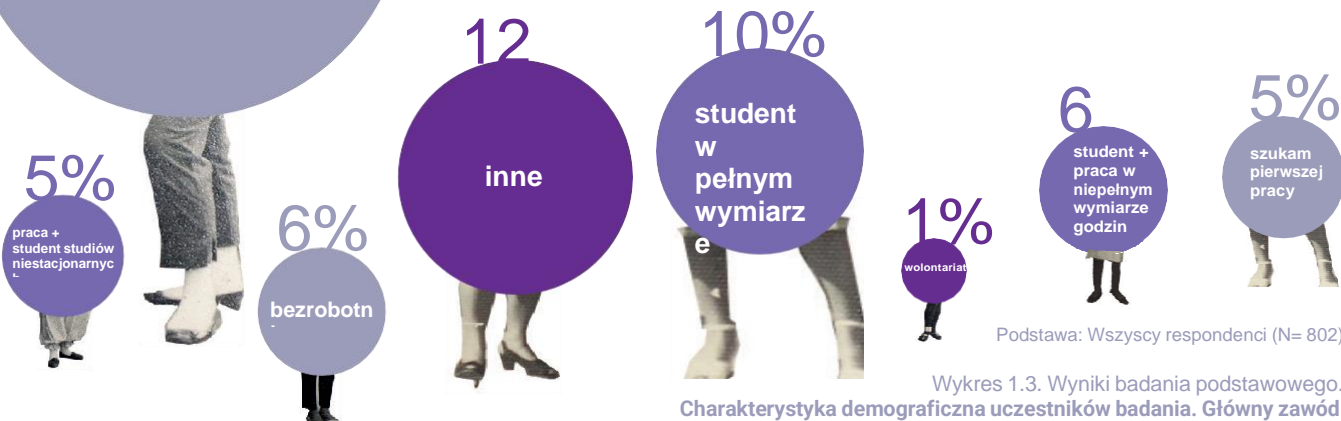


Charakterystyka demograficzna uczestników badania. Wiek

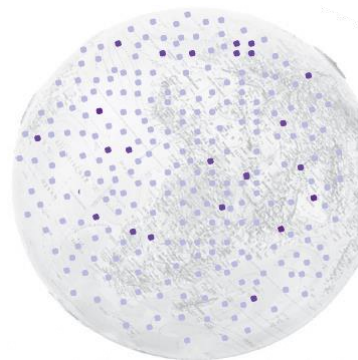
57% respondentów jest w przedziale wiekowym 18-35 lat, 41% ma więcej niż 35 lat, natomiast 2% to osoby poniżej 18 roku życia.

54

## praca w pełnym lub niepełnym wymiarze

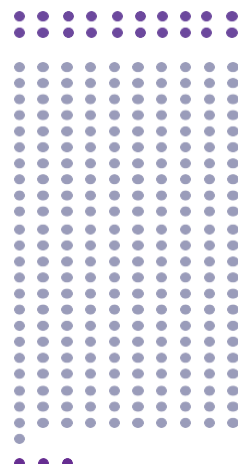


Wykres 1.3. Wyniki badania podstawowego. Charakterystyka demograficzna uczestników badania. Główny zawód



mężczyzna

kobieta



osoba niebinarna

wolę sam się określić poniżej

Podstawa: Wszyscy respondenci (N= 801)

Wykres 1.1. Wyniki badania podstawowego. Charakterystyka demograficzna uczestników badania. Płeć

Przeważająca większość uczestników sondażu to kobiety, bo aż 90,6%. Natomiast 8% stanowią mężczyźni, a 1,37% spośród respondentów określa się jako osoby niebinarne bądź w ogóle nie określa swojej płci.

Ponad połowa uczestników (54%) jest zatrudniona na pełen lub pół etatu, 10% stanowią studenci dzienni – niepracujący, a 11% studenci pracujący. Pozostałe 24% to osoby bezrobotne, stażyści, wolontariusze i osoby aktywnie poszukujące pracy.





## Przydatne zasoby i informacje o zmianach klimatu

### Siostry Rzeki

(<https://www.facebook.com/Siostry-Rzeki-1772150046238916>) oraz Koalicja "Ratujmy Rzeki" (<https://www.facebook.com/RatujmyRzeki>) to społeczność i kolektyw kobiet i mężczyzn, którzy zwracają uwagę na społeczną wartość czystych oraz naturalnych rzek.

Członkowie tych grup organizują demonstracje i walczą przeciwko degradacji polskich wód. Dodatkowo edukują i prowadzą warsztaty o tematyce ekologicznej.

## Renomowani polscy specjaliści

### Prof. Szymon Malinowski

Założyciel i redaktor portalu internetowego "Nauka o klimacie" (<https://naukaoklimacie.pl/>). Jedna z najbardziej znaczących postaci w polskim dyskursie na temat zmian klimatu. Autorytet w tej dziedzinie.

### Marcin Popkiewicz

Współzałożyciel portalu "Nauka o klimacie" i współautor książki o tej samej nazwie. Polski dziennikarz naukowy i popularyzator nauki specjalizujący się w klimacie i energetyce.

### Szymon Bujalski

Polski dziennikarz klimatyczny, który dotyka kwestii związanych z kryzysem klimatycznym, ekologią, ochroną środowiska i weganizmem (<https://www.facebook.com/SzymonBujalskiDziennikarz/>).



### Mapa das Ideias

[www.mapadasideias.pt](http://www.mapadasideias.pt)

### Nadzór nad badaniami i projektami

Inês Bettencourt da Câmara

**Redaktor** Maria João Nunes

**Treść** Inês Bettencourt da Câmara,

Sara Nasi Pereira e Maria João Nunes

**Wsparcie redakcyjne** Michele Soares

**Projekt** Joana Cavadas