

Agnieszka PAZDERSKA

Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy

ORCID: 0000-0002-7412-4474

Aktywność społeczna w internecie w kontekście wybuchu wojny w Ukrainie – przykład Polski. Raport z badań

Streszczenie: Wojna w Ukrainie wywołała głębokie poruszenie w Polsce i na świecie. Konflikt ten nie tylko wzbudza emocje, ale również mobilizuje społeczeństwo do różnorodnych form zaangażowania, od śledzenia bieżących informacji po aktywne wsparcie osób dotkniętych wojną. Celem badań było zrozumienie, jak wybuch wojny w Ukrainie wpłynął na aktywność użytkowników internetu, ich postrzeganie konfliktu oraz sposoby korzystania z mediów społecznościowych i innych platform internetowych do poszukiwania informacji, wyrażania opinii czy organizowania wsparcia dla społeczności ukraińskiej. Hipotezą badawczą było założenie, że większe zainteresowanie oraz poszukiwanie sprawdzonych informacji na temat konfliktu mogą prowadzić do wzrostu zaangażowania obywateli w działania wspierające Ukrainę, zarówno w formie materialnej, jak i emocjonalnej. W celu weryfikacji hipotezy, autorka przeprowadziła badania sondażowe. Dane zebrano między marcem a kwietniem 2022 r., uzyskując łącznie 1379 wypełnionych ankiet. Badanie wykazało, że 71% respondentów wyrażało duże lub bardzo duże zainteresowanie sytuacją w Ukrainie, śledząc informacje przede wszystkim za pośrednictwem portali internetowych i mediów społecznościowych. Wyniki wskazują na dominującą postawę solidarności – 83% ankietowanych wspierało przyjmowanie ukraińskich uchodźców. Ponadto ankietowani angażowali się w różne akcje pomocowe, w tym finansowe, w zbiórki rzeczowe, a także lajkowali i udostępniali posty na portalach społecznościowych.

Słowa kluczowe: internet, aktywność w internecie, partycypacja polityczna, wojna w Ukrainie

Wprowadzenie do badań

Wojna w Ukrainie, która rozpoczęła się w lutym 2022 r., stała się jednym z najważniejszych wydarzeń politycznych XXI w., mając ogromny wpływ na życie milionów ludzi zarówno w Ukrainie, jak i na całym świecie. Konflikt ten spowodował znaczące przemiany społeczne, polityczne i ekonomiczne. Wobec tego, analiza postaw i reakcji ludzi na tę wojnę, szczególnie w kontekście aktywności w internecie, stała się istotnym zagadnieniem badawczym.

Celem badań było zrozumienie, jak wybuch wojny w Ukrainie wpłynął na aktywność użytkowników internetu, ich postrzeganie konfliktu oraz sposoby korzystania z mediów społecznościowych i innych platform internetowych do poszukiwania informacji, wyrażania opinii czy organizowania wsparcia dla społeczności ukraińskiej. Hipotezą badawczą było założenie, że większe zainteresowanie oraz poszukiwanie sprawdzonych informacji na temat konfliktu mogą prowadzić do wzrostu zaangażowania obywateli w działania wspierające Ukrainę, zarówno w formie materialnej, jak i emocjonalnej.

Współczesne społeczeństwa są silnie zdominowane przez media cyfrowe, które stanowią przestrzeń zarówno dla aktywności osobistej, jak i wyrażania poglądów na temat

ważnych wydarzeń społecznych i politycznych. Dla wielu użytkowników internet stał się naturalnym środowiskiem życia, umożliwiającym zaspokojenie większości ich potrzeb i motywacji społecznych (Zajac, Krejtz, 2007, s. 191). Jednakże, jak wskazują badacze, możliwość łatwiejszego dostępu do narzędzi umożliwiających partycypację polityczną nie zawsze idzie w parze z realnym zaangażowaniem (zob. Dennis, 2019; Jabłońska, 2018; Lakomy, 2013; Levinson, 2010; Marichal, 2013; Mazurek, 2018; McDonald, 2008; Morozov, 2009; Third, Collin, Walsh, Black, 2019).

W ostatnich latach nastąpił znaczny spadek poziomu uczestnictwa politycznego w większości krajów Unii Europejskiej. Młodzi ludzie uważani są za najmniej zaangażowaną grupę w polityce (Kitanova, 2019). Przyczyn takiego stanu rzeczy jest wiele, ale jak pisze Krystyna Skarżyńska, im gorzej jest młodym osobom usamodzielnąć się życiowo, tym trudniej o poczucie, iż partycypacja polityczna może prowadzić do rozwiązania problemów społecznych. Pomimo że poziom uczestnictwa młodych jest niepokojący, w szczególności, w przypadku głosowania, to jednak niektóre z najnowszych badań pokazują, że młodzi znacznie częściej partycypują w alternatywnych formach zaangażowania politycznego. Do takich form zaliczyć można przede wszystkim różnego rodzaju protesty, demonstracje, aktywność w internecie, wolontariaty czy podpisywanie petycji (Szafraniec, 2012, s. 27). Należy jednak pamiętać, iż w sytuacji względnie stabilnego poczucia bezpieczeństwa, aktywność polityczna w internecie jest stosunkowo niska. Potwierdzają to badania przeprowadzane w 2019 r. przez autorkę artykułu. Według badań większość ankietowanych cechowała się niskim oraz umiarkowanym poziomem aktywności internetowej (Pazderska, 2021, s. 136–137). Wyniki te mogą wskazywać na zachowawcze podejście części użytkowników internetu do publikowania treści lub ich ograniczone zainteresowanie dzieleniem się treściami w mediach społecznościowych.

Jednakże aktywność polityczna obywateli w kraju zależy od wielu czynników, takich jak kontekst historyczny czy dominujący system wartości w społeczeństwie. Tym, co przyczynia się do aktywności politycznej, jest fakt uznania przez jednostkę, iż polityka stanowi dla niej ważny element życia, dzięki któremu może się ona realizować (Turska-Kawa, 2011, s. 123). K. Skarżyńska zauważa, że zainteresowanie polityką w Polsce wyraźnie wzrastało w okresach przełomowych lub kryzysowych. W drugiej połowie XX wieku najwyższy poziom zaangażowania politycznego dało się zauważyć podczas kluczowych wydarzeń, takich jak październik 1956 r., marzec 1968 r., grudzień 1970 r., sierpień 1980 r. oraz lata 1989–1990. Każdy z tych momentów stawał się impulsem do wzmożonego zainteresowania obywateli polityką i podejmowania aktywnych działań, ponieważ stwarzał przestrzeń do wpływania na losy kraju i kształtowania przyszłości. W okresach stabilizacji polityczno-ekonomicznej, kiedy nie ma wyraźnych zagrożeń lub kryzysów, zainteresowanie polityką w społeczeństwie słabnie, a obywatele częściej wykazują tendencję do bierności. Stabilność, chociaż sprzyja poczuciu bezpieczeństwa, jednocześnie zmniejsza potrzebę zaangażowania w życie publiczne, co sprawia, że polityczna aktywność obywateli często przygasa (Skarżyńska, 2002, s. 26).

W związku z powyższym, wojna w Ukrainie stanowiła istotny czynnik wpływający na nastroje społeczne i aktywność obywatelską Polaków. Pełnoskalowa wojna w Ukrainie rozpoczęła się 24 lutego 2022 r. w godzinach porannych. Wówczas Rosja przeprowadziła intensywny atak lotniczo-rakietowy na ukraińskie cele (Kasprzycki, 2022, s. 92). Od tego czasu bombardowane są zarówno miasta, osiedla, jak i obiekty o charak-

terze wojskowym czy cywilnym, co wywołuje masowe migracje ludności, zwłaszcza kobiet, dzieci i osób starszych. Sytuacji tej towarzyszy intensywna wojna propagandowo-informacyjna (Wiktor, 2023, s. 30).

Warto zatem przeanalizować badania dotyczące nastrojów Polaków związanych z wojną. Według badań CBOS z 2023 r. aż 76% ankietowanych wskazało, że wojna w Ukrainie zagraża bezpieczeństwu Polski. Przeważała opinia, że wojna nie obejmie innych krajów (41%), chociaż ponad jedna czwarta ankietowanych uważała inaczej (28%). Natomiast prawie jedna trzecia respondentów nie miała zdania na ten temat (31%). Ponadto warto zaznaczyć, że według raportu zdecydowana większość Polaków (83%) wyrażała poparcie dla przyjmowania ukraińskich uchodźców przez Polskę (*Polacy...*, 2023).

Przeprowadzone przez Paulę Pustułkę, Jowitę Radzińską i Agnieszkę Kwiatkowską badania wykazały, że niemal rok po rosyjskiej inwazji na Ukrainę wśród młodych Polaków i Polek nadal przeważały osoby obawiające się, że wojna rozprzestrzeni się na teren Polski (50%), w porównaniu do tych, które takich obaw nie odczuwały (25%) (Pustułka, Radzińska, Kwiatkowska, 2023, s. 213). Natomiast zgodnie z raportem Laboratorium Badań Medioznawczych nt. *Wojna w Ukrainie w opinii Polaków – sondaż telefoniczny LBM UW* większość Polaków odczuwała niepokój o swoją przyszłość w związku z wybuchem wojny w Ukrainie. Około 42% zdecydowanie podzielało ten pogląd, a 28% wyraziło zgodę na to stwierdzenie. Ponadto warto wskazać, że badania pokazują, że Polacy zgodnie twierdzili, że uchodźcy zostali pozytywnie przyjęci w ich lokalnych społecznościach. Aż 67% respondentów zdecydowanie się z tym zgadzało, a 25% wyrażało zgodę na to stwierdzenie (*Wojna...*, 2022, s. 16–27).

W analizowanym okresie zauważalne było zwiększone zainteresowanie Polaków kwestiami politycznymi i społecznymi, szczególnie w kontekście wojny w Ukrainie. Media społecznościowe stanowiły przestrzeń wyrażania emocji i mobilizacji wsparcia, przyczyniając się do wzrostu aktywności społecznej i politycznej. Badania wskazują również na zróżnicowanie reakcji społeczeństwa, od obaw o eskalację konfliktu po wyrazy solidarności z uchodźcami. Wnioski te podkreślają rolę internetu jako narzędzia komunikacji i aktywizmu społecznego w czasie kryzysu, a także znaczenie analizowania mediów cyfrowych w badaniach nad postawami społecznymi w okresach niestabilności politycznej i konfliktów zbrojnych.

Metodologia badań

Autorka artykułu wykorzystała metodę sondażu diagnostycznego przy użyciu techniki badań ankietowych. Prezentowane dane zostały zgromadzone w okresie od marca do kwietnia 2022 r. Łącznie zebranych zostało 1379 ankiet. Pomiaru zostały zrealizowane przez autorkę samodzielnie. Wszystkie ankiety przeprowadzono w formie elektronicznej, w szczególności z wykorzystaniem mediów społecznościowych. Link do kwestionariusza ankiety udostępniany był na licznych grupach na Facebook'u, m.in. „Ogłoszenia Lublin”, „Studenci Lublina”, „Ogłoszenia Szczecin”, „Katowice ogłoszenia”, „Po prostu Katowice”, „Katowice – grupa dla mieszkańców”, „Ogłoszenia Białystok”, „To jest Białystok”, „Studenci Miasta Gdańsk”, „Info Białystok”, „Grupa: INFO Szczecin”, „Studenci Uniwersytetu Szczecińskiego”, „Lublin i Lubelszczyzna – mieszkańcy”,

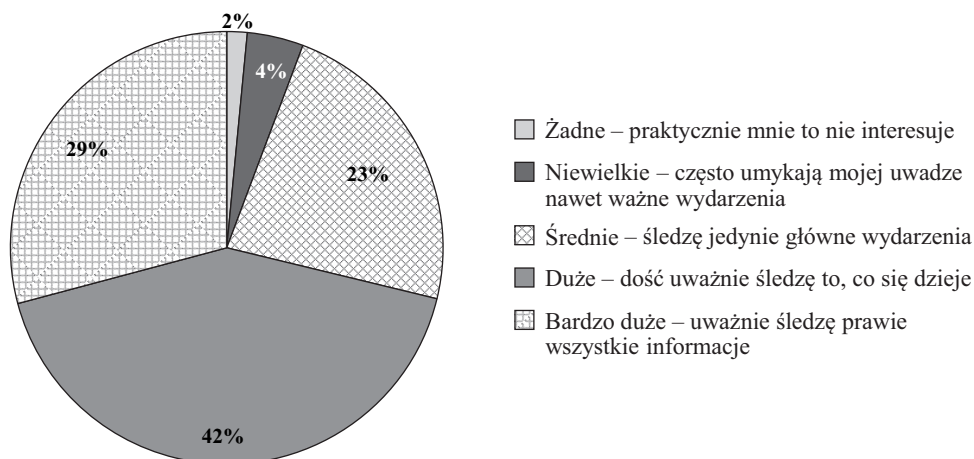
„Ogłoszenia Gdańsk”, „Gdańsk, Wrzeszcz, Zaspa, Pomorze i okolice”, „BYDGOSZCZANIE”, „Ogłoszenia Bydgoszcz”, „Brodnica”, „Pakość”, „Studenci Bydgoszcz”.

Ankieta zawierała 16 pytań dotyczących aktywności w internecie w czasie trwania wojny w Ukrainie. Ponadto w ankiecie uwzględniono pytania dodatkowe odnoszące się do czasu spędzonego w internecie, zainteresowania polityką, poglądów politycznych, a także zainteresowania wojną w Ukrainie. Na końcu kwestionariusza znajdowała się metryczka określająca profil społeczno-demograficzny badanych, zwracająca szczególną uwagę na płeć, wiek, miejsce zamieszkania oraz poziom wykształcenia. Badania właściwe zostały poprzedzone badaniem pilotażowym na grupie 40 osób, dzięki czemu autorka wprowadziła drobne korekty w treści kwestionariusza, aby ułatwić ankietowanym wybór preferowanych odpowiedzi.

Wyniki badań empirycznych

Spośród 1379 respondentów 52,43% stanowiły kobiety, a 47,57% – mężczyźni. Wiek badanych był bardzo zróżnicowany, jednakże największą grupę stanowiły osoby od 18. do 24. roku życia (45,25%). Pozostałe grupy prezentowały się następująco: 1,59% – osoby poniżej 18. roku życia, 24,37% – osoby w wieku 25–34 lata, 13,2% – osoby w wieku 35–44 lata, 7,03% – osoby w wieku 45–54 lata, 5,58% – osoby w wieku 55–64 lata oraz 2,97% – osoby w wieku 65 lat i więcej. W przypadku wykształcenia, zdecydowanie dominowały dwie grupy – były to osoby z wykształceniem średnim (46,12%) oraz z wykształceniem wyższym (46,48%). Ponadto w badaniu wzięło udział 3,4% osób z wykształceniem podstawowym lub gimnazjalnym, a także 3,99% osób z wykształceniem zasadniczym zawodowym. Natomiast w podziale ankietowanych ze względu na miejsce zamieszkania, to największą grupą byli badani zamieszkujący miasta powyżej 100 tys. mieszkańców (38,22%). Na kolejnych miejscach znaleźli się ankietowani zamieszkujący wieś (23,57%), miasta od 20 tys. do 50 tys. mieszkańców (13,92%), miasta od 50 tys. do 100 tys. mieszkańców (13,49%) oraz miasta poniżej 20 tys. mieszkańców (10,8%).

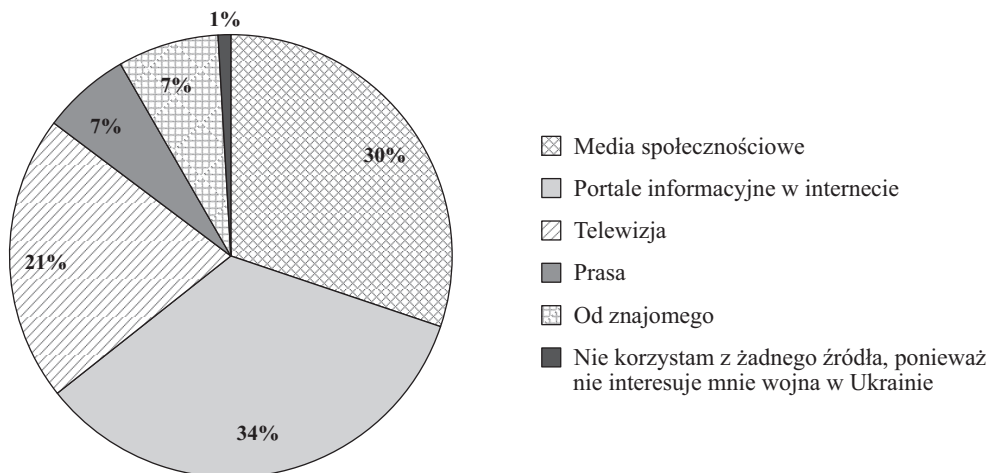
Wykres 1. Zainteresowanie wojną w Ukrainie



Źródło: Opracowanie własne.

Wykres 1 obrazuje, że temat wojny w Ukrainie był dla większości ankietowanych istotny, a dostęp do sprawdzonych informacji pozostaje kluczowy dla zaangażowania obywatelskiego. Największa grupa respondentów, stanowiąca 42% badanych, deklarowała „duże” zainteresowanie wojną w Ukrainie. Oznacza to, że te osoby regularnie śledziły to, co się dzieje, z dużym zaangażowaniem obserwując rozwój wydarzeń. Drugą co do wielkości grupą były osoby, które wykazywały „bardzo duże” zainteresowanie wojną – stanowiły one 29% badanych. Wspomniani respondenci uważnie śledzili niemal wszystkie informacje dotyczące konfliktu. Była to najbardziej zaangażowana grupa, która nie tylko śledziła najważniejsze wydarzenia, ale prawdopodobnie szukała również dodatkowych informacji, śledziła analizy eksperckie i na bieżąco zapoznawała się z różnorodnymi źródłami dotyczącymi wojny. Kolejną grupą byli respondenci, którzy określali swoje zainteresowanie jako „średnie”. Było to 23% badanych, którzy śledzili głównie kluczowe wydarzenia związane z konfliktem, ale nie angażowali się w pełni w bieżące śledzenie szczegółów. Grupa osób o „niewielkim” zainteresowaniu wojną w Ukrainie stanowiła 4% wszystkich badanych – respondenci przyznali, że często umykały im nawet ważne wydarzenia związane z konfliktem. Natomiast najmniejsza grupa, zaledwie 2% respondentów, przyznało, że wojna w Ukrainie praktycznie ich nie interesuje. Jest to bardzo mały odsetek osób, które mogą całkowicie unikać wiadomości związanych z konfliktem, zarówno w mediach, jak i rozmowach interpersonalnych. Analizując wykres, można wyciągnąć wniosek, że większość ankietowanych, czyli aż 71%, wykazywało „duże” lub „bardzo duże” zainteresowanie sytuacją w Ukrainie. Oznacza to, że temat wojny jest dla nich ważny i są oni zaangażowani w śledzenie bieżących wydarzeń.

Wykres 2. Źródła zdobywania informacji o wojnie w Ukrainie

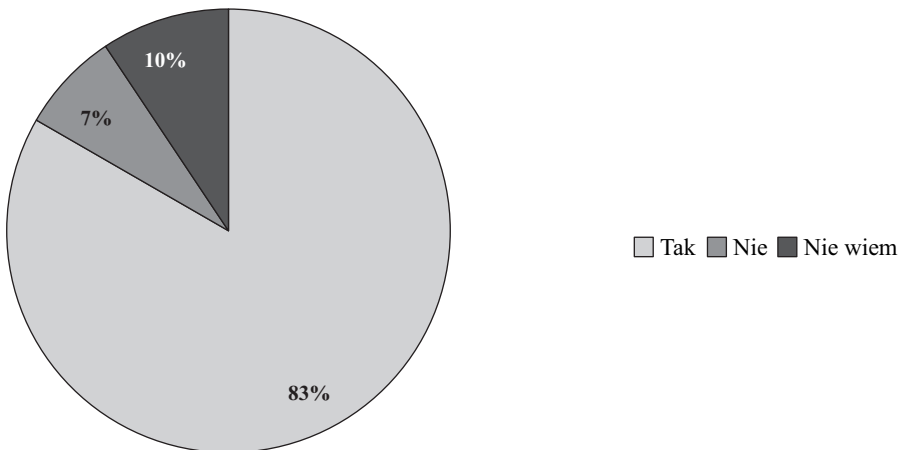


Źródło: Opracowanie własne.

Najpopularniejszymi źródłami informacji o wojnie w Ukrainie były portale informacyjne w internecie, z których korzystało 34% osób, co stanowi największą część respondentów. Na drugim miejscu plasowały się media społecznościowe, z których informacje czerpało 30% ankietowanych. Jest to wyraźny sygnał, że digitalizacja i dostępność in-

formacji online odgrywają kluczową rolę w dostępie do wiadomości. Tradycyjne źródła, takie jak telewizja i prasa¹, cieszyły się znacznie mniejszą popularnością. Telewizję jako źródło wybrała 21% badanych, natomiast prasę jedynie 7%. Wynika z tego, że osoby szukające informacji preferują szybsze, bardziej aktualizowane media internetowe, gdzie dostęp do wiadomości jest natychmiastowy. Ciekawą grupę stanowiły osoby, które zdobywały informacje od znajomego – 7% respondentów przyznało, że czerpie wiedzę z bezpośrednich rozmów z innymi. Może to sugerować, że dla niektórych osób informacje pochodzące z bardziej osobistych źródeł mają większe znaczenie. Najmniejszą grupę stanowiły osoby, które deklarowały, że nie interesuje ich temat wojny w Ukrainie. Jedynie 1% ankietowanych nie korzystało z żadnego źródła informacji w tej kwestii. Jest to znikomy odsetek respondentów, co może wskazywać na ogólne wysokie zainteresowanie tą tematyką.

Wykres 3. Stosunek do przyjmowania uchodźców z Ukrainy

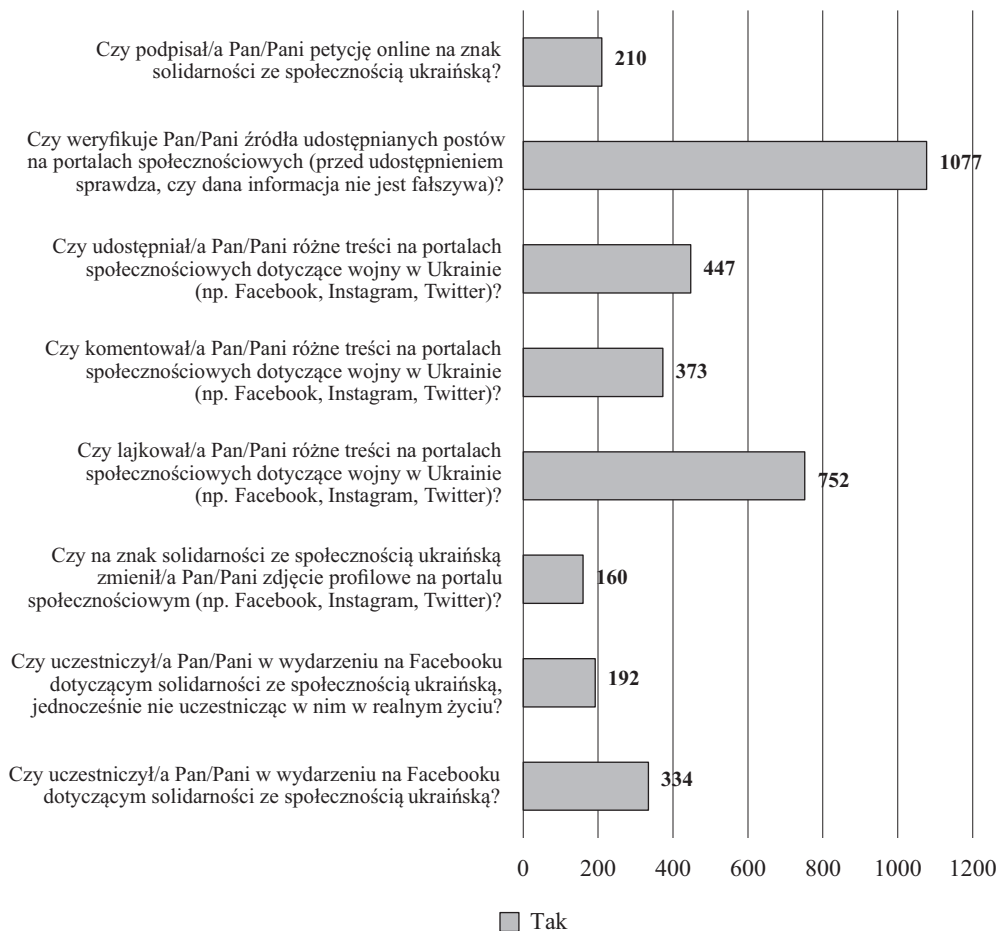


Źródło: Opracowanie własne.

W wyniku działań wojennych w Ukrainie wiele osób zmuszonych zostało do opuszczenia swoich domów, co spowodowało napływ uchodźców do różnych krajów, w tym do Polski. Zdecydowana większość respondentów, bo aż 83%, wyraziła pozytywny stosunek do przyjmowania uchodźców z Ukrainy. Stanowi to przeważającą część badanej grupy, co może sugerować wysoki poziom solidarności i chęć pomocy osobom dotkniętym wojną. Jedynie 7% badanych osób wyraziło negatywne stanowisko wobec przyjmowania uchodźców. Jest to niewielki odsetek respondentów, co wskazuje na ograniczony sprzeciw wobec tej kwestii. Powody takiego stanowiska mogłyby obejmować różnorodne czynniki, w tym obawy ekonomiczne, kulturowe lub polityczne. Grupa osób, które nie mają wyrobionego zdania, wynosiła 10% ankietowanych. Taka postawa może wynikać z braku dostatecznych informacji, obaw dotyczących przyszłości lub innych czynników, które wpływają na niepewność wobec tej kwestii.

¹ W niniejszym artykule określenie „prasa” odnosi się do środków drukowanych, tj. gazet, dzienników, czasopism itp.

Wykres 4. Aktywność w internecie w czasie wojny w Ukrainie



Źródło: Opracowanie własne.

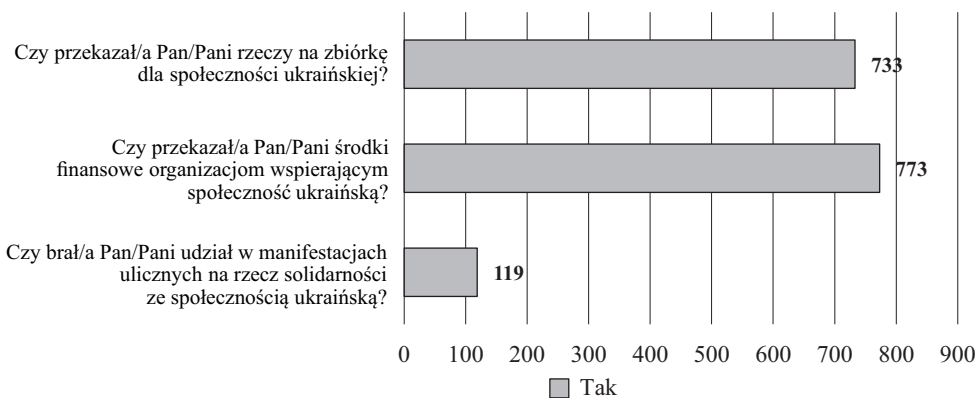
W obliczu trwającego konfliktu zbrojnego w Ukrainie Polacy wykazywali rosnące zainteresowanie wsparciem dla społeczności ukraińskiej. Media społecznościowe stały się kluczowym narzędziem do organizowania wydarzeń, wymiany informacji i wyrażania solidarności. Wykres 4 obrazuje, że 24,22% ankietowanych wzięło udział w wydarzeniu na Facebooku dotyczącym solidarności z Ukrainą. Oznacza to, że niemal co trzeci uczestnik badania angażował się w organizację wydarzeń wspierających Ukrainę. Natomiast warto odnotować, że 13,92% respondentów zadeklarowało uczestnictwo w wydarzeniu online, jednak nie uczestniczyli oni w nim w rzeczywistości. Taki wynik sugeruje, że wiele osób może być zainteresowanych wsparciem, ale z różnych powodów (np. brak czasu, obawy przed dużymi zgromadzeniami) nie może, bądź nie chce wziąć w nim fizycznego udziału.

W analizie aktywności użytkowników na portalach społecznościowych w kontekście wojny w Ukrainie, szczególnie interesującym jest, że najwięcej respondentów, bo aż 54,53%, przyznało, iż lajkowało treści dotyczące tego konfliktu. Lajkowanie treści

w mediach społecznościowych jest jedną z najprostszych form zaangażowania. Działa jako znak akceptacji lub poparcia dla danej idei, a także jako sposób na zwiększenie zasięgu informacji. To prosty, a jednocześnie efektywny sposób na wyrażenie swoich poglądów oraz przyłączenie się do szerszej dyskusji na temat sytuacji w Ukrainie. Kolejną formą aktywności jest udostępnianie treści, na co zdecydowało się 32,41% respondentów. Udostępnianie postów nie tylko zwiększa ich zasięg, ale także przyczynia się do informowania szerszej grupy osób o sytuacji w Ukrainie. W ten sposób użytkownicy stają się pośrednikami w przekazywaniu informacji, co może w znacznym stopniu wpłynąć na postrzeganie konfliktu przez ich znajomych i rodzinę. Z kolei 27% badanych zadeklarowało, że komentowało różne treści związane z wojną w Ukrainie. Najmniej, bo 11,6% respondentów, zmieniło swoje zdjęcie profilowe, aby wyrazić solidarność z Ukrainą. Warto również odnotować, że 15,23% badanych podpisało petycje online na znak solidarności. To wskazuje na aktywne zaangażowanie w działania, które mają na celu formalne wsparcie dla Ukrainy. Podpisywanie petycji może być postrzegane jako forma wpływania na decyzje polityczne i społeczne.

W dobie intensywnego przepływu informacji, szczególnie w czasie kryzysów takich jak wojna w Ukrainie, weryfikacja źródeł staje się nie tylko praktyką, ale wręcz niezbędnym elementem odpowiedzialnego korzystania z mediów społecznościowych. Weryfikacja źródeł jest kluczowym warunkiem, aby unikać dezinformacji i fałszywych wiadomości, które mogą wpływać na opinie społeczne i postawy wobec konfliktu. Wyniki badania pokazują, że 78,1% ankietowanych przyznało, iż weryfikuje źródła informacji przed ich udostępnieniem. Taki wysoki odsetek wskazuje na rosnącą świadomość społeczną na temat zagrożeń związanych z dezinformacją, która może nie tylko wprowadzać w błąd, ale również wpływać na opinie społeczne i kształtować postawy wobec kluczowych kwestii, w tym wojny w Ukrainie.

Wykres 5. Aktywność społeczna na rzecz solidarności ze społecznością ukraińską



Źródło: Opracowanie własne.

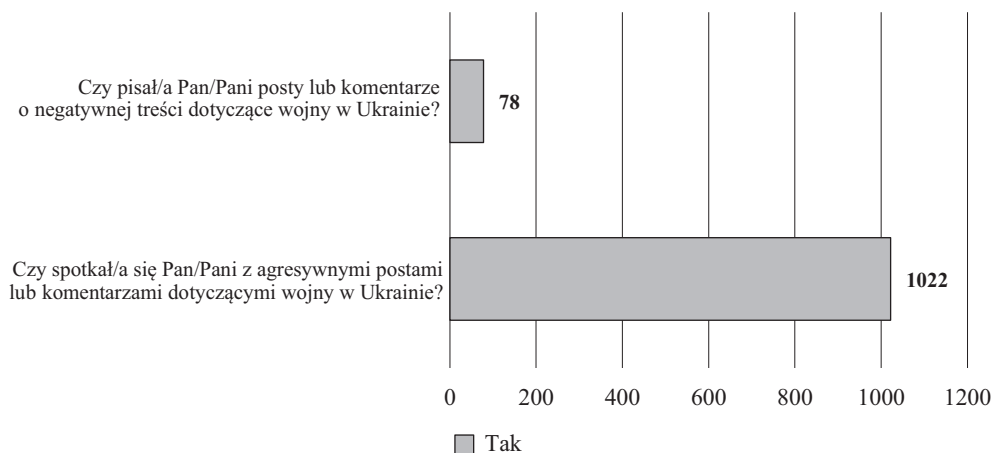
W kontekście solidarności ze społecznością ukraińską, wiele osób angażuje się w różnorodne formy wsparcia, zarówno poprzez uczestnictwo w manifestacjach, jak i poprzez działania materialne i finansowe. Wyniki badań wskazują, że zaledwie 8,63% respondentów zadeklarowało udział w manifestacjach ulicznych na rzecz solidarności

ze społecznością ukraińską. Choć liczba ta jest stosunkowo niewielka w porównaniu do innych form wsparcia, udział w manifestacjach ma bardzo duże znaczenie. Manifestacje uliczne często są wyrazem społecznego sprzeciwu lub poparcia, a ich celem jest zwrócenie uwagi na określony problem.

Jednakże znacznie większa liczba badanych, bo aż 56,05%, zadeklarowało przekazanie środków finansowych organizacjom wspierającym społeczność ukraińską. To pokazuje, że wiele osób postrzega wsparcie finansowe jako praktyczną i efektywną formę pomocy. Przekazywanie pieniędzy może być szczególnie ważne w kontekście organizacji, które działają w terenie, dostarczając pomoc humanitarną, medyczną czy inną formę wsparcia dla osób dotkniętych konfliktem. Taka forma pomocy jest często szybka i skuteczna, umożliwiając organizacjom elastyczne reagowanie na zmieniające się potrzeby. Podobnie, 53,15% ankietowanych zadeklarowało, że przekazali rzeczy na zbiórkę dla społeczności ukraińskiej. To również jest znaczący wkład w działania pomocowe, ponieważ wiele organizacji potrzebuje rzeczy materialnych, takich jak żywność, odzież, środki higieniczne czy inne artykuły codziennego użytku. Przekazywanie darów rzeczowych jest formą zaangażowania, która może mieć bezpośredni wpływ na życie osób dotkniętych wojną, a także jest wyrazem empatii i solidarności z potrzebującymi.

Wyniki badania wskazują na różnorodność form wsparcia, jakie podejmują respondenci w celu pomocy społeczności ukraińskiej. Choć udział w manifestacjach ulicznych zadeklarowała najmniejsza część ankietowanych, to jednak przekazywanie środków finansowych i rzeczy na zbiórki pokazuje, że wiele osób czuje potrzebę działania w sposób praktyczny i materialny.

Wykres 6. Agresywne treści w dyskursie na temat wojny w Ukrainie



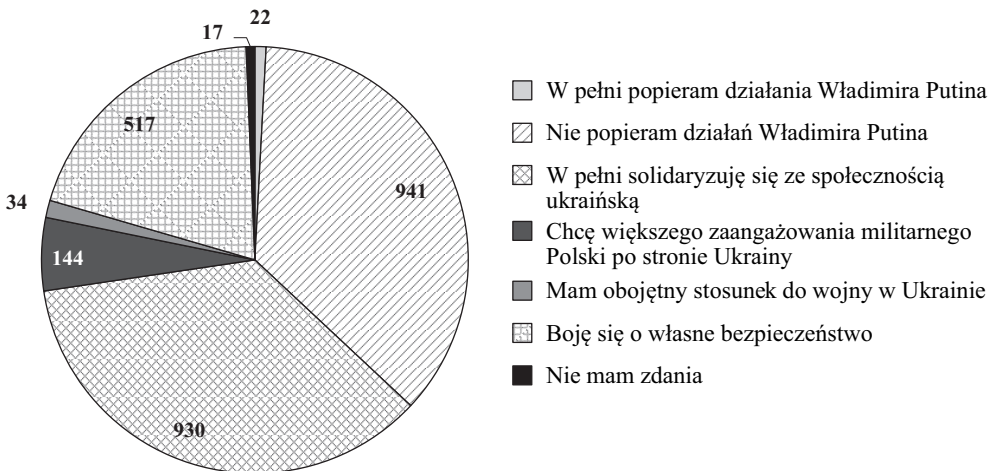
Źródło: Opracowanie własne.

W kontekście wojny w Ukrainie, media społecznościowe stały się areną intensywnej debaty, w której użytkownicy wyrażają swoje opinie, często w sposób bardzo emocjonalny. Badania dotyczące postaw i zachowań w tym obszarze pokazują, że temat konfliktu wywołuje silne reakcje, co prowadzi do powstawania zarówno pozytywnych,

jak i negatywnych treści. Zaskakująco wysoki odsetek, bo aż 74,11% respondentów zadeklarowało, że spotkało się z agresywnymi postami lub komentarzami dotyczącymi wojny w Ukrainie. Tak liczny wskaźnik wskazuje na powszechność negatywnych emocji związanych z tym tematem. Agresywne komentarze mogą przyjmować różne formy, w tym wyzwiska, ataki personalne, a także dezinformację. Tego rodzaju treści mogą być szkodliwe, wpływając na sposób, w jaki społeczeństwo postrzega konflikt. Mogą one również prowadzić do polaryzacji społecznej, w której różne grupy wykształcają skrajne poglądy, a rozmowa na temat wojny staje się coraz bardziej konfliktowa. Tego rodzaju sytuacje mogą przyczynić się do podziałów w społeczeństwie oraz eskalacji napięć, co może negatywnie wpłynąć na publiczną debatę.

W przeciwieństwie do liczby osób, które doświadczyły agresywnych treści, zaledwie 5,66% respondentów przyznało, że pisało posty lub komentarze o negatywnej treści dotyczące wojny w Ukrainie. Taki niski odsetek może sugerować, że chociaż wiele osób jest świadomych agresywnego dyskursu w sieci, to jednak sama aktywność w publikowaniu negatywnych treści nie jest powszechna. Może to także wskazywać na pewien rodzaj autocenzury, gdzie użytkownicy obawiają się reakcji innych, co może prowadzić do unikania wyrażania kontrowersyjnych lub negatywnych poglądów. Warto zauważyć, że użytkownicy mogą preferować inne formy zaangażowania, takie jak lajkowanie czy udostępnianie pozytywnych treści, zamiast publikowania swoich własnych negatywnych komentarzy.

Wykres 7. Stosunek do wojny w Ukrainie



Źródło: Opracowanie własne.

Wojna w Ukrainie jest tematem, który budzi wiele emocji i różnorodne opinie wśród społeczeństwa. Analiza wyników badania dotyczącego stosunku respondentów do konfliktu wskazuje na wyraźny podział w opiniach. Z danych wynika, że tylko 1,6% ankietowanych w pełni popiera działania Władimira Putina, co stanowi znikomy odsetek w porównaniu do ogólnej liczby respondentów. Natomiast 68,24% ankietowanych zdecydowanie nie popiera tych działań, co wskazuje na dominujący sprzeciw wobec agresji

Rosji. Taki wynik sugeruje, że opinia publiczna jest zjednoczona w potępieniu działań militarnych, co może być wynikiem zarówno wartości demokratycznych, jak i empatii wobec cierpień ludności cywilnej w Ukrainie.

W kontekście solidarności, 67,44% respondentów wyraziło pełne wsparcie dla społeczności ukraińskiej. To pokazuje, że wojna w Ukrainie mobilizuje społeczeństwo do działania, a wiele osób czuje się odpowiedzialnych za pomoc i wsparcie dla ofiar konfliktu. Taki poziom solidarności może także przekładać się na różnorodne formy wsparcia, takie jak przekazywanie darów, wsparcie finansowe czy aktywność w manifestacjach.

Co ciekawe, 10,44% badanych zadeklarowało chęć większego zaangażowania militarnego Polski po stronie Ukrainy. To wskazuje na istnienie grupy, która nie tylko wyraża solidarność, ale także pragnie aktywnie wspierać Ukrainę w walce z agresorem. Chęć wsparcia militarnego może wynikać z poczucia, że Polska powinna odgrywać ważną rolę w zapewnieniu bezpieczeństwa w regionie, zwłaszcza w obliczu zagrożeń ze strony Rosji.

Wyniki badania pokazują, że 37,49% ankietowanych boi się o własne bezpieczeństwo w kontekście wojny w Ukrainie. To znaczący wskaźnik, który odzwierciedla lęk społeczne związane z konfliktem zbrojnym oraz jego potencjalnymi konsekwencjami. Taki niepokój może być związany z obawami przed eskalacją konfliktu, a także z ogólną sytuacją geopolityczną w regionie. Z kolei 2,47% badanych zadeklarowało obojętny stosunek do wojny w Ukrainie, a jedynie 1,23% nie miało zdania na ten temat. Tak małe liczby mogą sugerować, że temat wojny jest na tyle istotny i aktualny, że niewiele osób pozostaje wobec niego obojętnych. W dobie mediów społecznościowych oraz powszechnego dostępu do informacji, temat konfliktu staje się centralnym punktem debaty publicznej.

Wnioski

Wyniki badań dotyczące zainteresowania wojną w Ukrainie oraz postaw społecznych, wobec tego konfliktu dostarczają wielu istotnych informacji na temat podejścia respondentów do tego problemu. Analizując dane, można zauważyć wyraźną tendencję w postrzeganiu wojny przez społeczeństwo oraz jego zaangażowanie w działania wspierające Ukrainę. Z danych wynika, że temat wojny w Ukrainie był dla ankietowanych bardzo istotny. Aż 71% ankietowanych wykazywało „duże” lub „bardzo duże” zainteresowanie sytuacją w tym kraju, co wskazuje na ich aktywne śledzenie wydarzeń oraz zaangażowanie w temat. Większość respondentów, bo 42%, zadeklarowała „duże” zainteresowanie, a 29% „bardzo duże”, co sugeruje, że wiele osób regularnie poszukuje informacji, nie tylko ograniczając się do najważniejszych wydarzeń.

Respondenci wskazali różne źródła informacji na temat wojny. Najpopularniejszymi były portale informacyjne w internecie (34%) oraz media społecznościowe (30%). Tradycyjne źródła informacji, takie jak telewizja (21%) i prasa (7%), cieszyły się mniejszym zainteresowaniem. Taki stan rzeczy odzwierciedla rosnącą digitalizację oraz dostępność informacji w sieci, gdzie użytkownicy mogą szybko i efektywnie uzyskiwać aktualne wiadomości.

W kontekście przyjmowania uchodźców z Ukrainy, aż 83% ankietowanych wyraziło pozytywny stosunek do tej kwestii. Tylko 7% osób miało negatywne zdanie, co może sugerować dużą solidarność Polaków z osobami dotkniętymi konfliktem. Zaledwie 10% respondentów nie miało wyrobionego zdania, co może być związane z brakiem wystarczających informacji lub obawami co do przyszłości.

W mediach społecznościowych Polacy angażują się w różne formy wsparcia dla Ukrainy. Aż 54,53% ankietowanych zadeklarowało, że lajkowało treści związane z wojną, a 32,41% udostępniało posty, co pokazuje, jak ważne jest dla nich wyrażenie swojego poparcia. Jednak zaledwie 8,63% uczestniczyło w manifestacjach ulicznych, co może sugerować, że dla wielu osób formy online są bardziej dostępne i wygodne.

W obliczu dezinformacji, weryfikacja źródeł informacji stała się kluczowym warunkiem w korzystaniu z mediów społecznościowych. 78,1% badanych przyznało, że weryfikuje źródła przed udostępnieniem informacji. To wskazuje na rosnącą świadomość społeczną na temat zagrożeń związanych z dezinformacją i potrzebę odpowiedzialnego podejścia do korzystania z mediów.

Respondenci wykazują różnorodne formy wsparcia dla społeczności ukraińskiej. Wsparcie finansowe zadeklarowało 56,05% ankietowanych, a 53,15% przekazało rzeczy na zbiórkę. W związku z tym można wysunąć wniosek, że Polacy postrzegają praktyczne formy pomocy jako efektywne sposoby wsparcia. Warto zauważyć, że wsparcie to może być niezwykle ważne w kontekście organizacji działających na miejscu, które szybko reagują na zmieniające się potrzeby.

Wyniki badań wskazują, że wojna w Ukrainie budzi silne emocje i różnorodne opinie. Zaledwie 1,6% respondentów w pełni popiera działania Władimira Putina, a 68,24% zdecydowanie nie popiera tych działań. 67,44% badanych zadeklarowało pełne wsparcie dla społeczności ukraińskiej. Co ciekawe, 10,44% respondentów wyraziło chęć większego zaangażowania militarnego Polski po stronie Ukrainy, co może być oznaką większej odpowiedzialności za bezpieczeństwo w regionie. Niepokój o własne bezpieczeństwo w kontekście wojny wyraziło 37,49% badanych. Taki wynik może być związany z obawami o eskalację konfliktu oraz sytuację geopolityczną. Z kolei 2,47% respondentów zadeklarowało obojętny stosunek do wojny, co sugeruje, że temat konfliktu jest na tyle aktualny, że niewielu ludzi pozostaje wobec niego obojętnych.

Reasumując, wyniki badań dotyczące wojny w Ukrainie pokazują, że Polacy są bardzo zaangażowani w temat, regularnie poszukując informacji oraz wyrażając solidarność z Ukrainą. Wysoki odsetek pozytywnego nastawienia do uchodźców, aktywność w mediach społecznościowych oraz różnorodne formy wsparcia wskazują na empatię i chęć pomocy. Z drugiej strony, obawy o bezpieczeństwo oraz zjawisko dezinformacji wymagają dalszej uwagi. Wyniki te podkreślają potrzebę odpowiedzialnego korzystania z informacji oraz zaangażowania społecznego, które może przyczynić się do wsparcia ofiar konfliktu i promowania pozytywnego dyskursu w społeczeństwie.

Author Contributions

Conceptualization (Konceptualizacja): Agnieszka Pazderska

Data curation (Zestawienie danych): Agnieszka Pazderska

Formal analysis (Analiza formalna): Agnieszka Pazderska

Writing – original draft (Piśmiennictwo – oryginalny projekt): Agnieszka Pazderska

Writing – review & editing (Piśmiennictwo – sprawdzenie i edytowanie): Agnieszka Pazderska

Competing interests: The author have declared that no competing interests exist
(**Sprzeczne interesy:** Autor oświadczył, że nie istnieją żadne sprzeczne interesy)

Bibliografia

- Dennis J. (2019), *Beyond Slacktivism. Political Participation on Social Media*, Portsmouth.
- Jabłońska M. R. (2018), *Człowiek w cyberprzestrzeni. Wprowadzenie do psychologii Internetu*, Łódź.
- Kasprzycki D. D. (2022), *Konflikt zbrojny na Ukrainie w kontekście rosyjskiej koncepcji wojny nowej generacji*, „Rocznik Bezpieczeństwa Międzynarodowego”, vol. 16, nr 1.
- Kitanova M. (2019), *Youth political participation in the EU: evidence from a cross-national analysis*, Taylor&Francis, 3.07.2019, https://eprints.soton.ac.uk/432859/1/Youth_political_participation_in_the_EU_evidence_from_a_cross_national_analysis.pdf, 24.03.2020.
- Lakomy M. (2013), *Demokracja 2.0. Interakcja polityczna w nowych mediach*, Kraków.
- Levinson P. (2010), *Nowe nowe media*, Kraków.
- Marichal J. (2013), *Political Facebook groups: Micro-activism and the digital front stage*, „First Monday”, nr 18(12).
- Mazurek K. (2018), *Facebook. Od portalu społecznościowego do narzędzia polityki*, Lublin.
- McDonald J. (2008), *The Benefits of Society Online: Civic Engagement*, w: *Digital Citizenship. The Internet, Society, and Participation*, red. K. Mossberger, C. J. Tolbert, R. S. McNeal, London.
- Morozov E. (2009), *From slactivism to activism*, Foreign Policy, 5.09.2009, <http://foreignpolicy.com/2009/09/05/from-slactivism-to-activism/>, 17.10.2024.
- Pazderska A. (2021), *Internetowa aktywność młodych dorosłych – raport z badań empirycznych*, „Świat Idei i Polityki”, t. 20, nr 1.
- Polacy wobec wojny na Ukrainie*, 01.04.2023, Komunikat z Badań CBOS, nr 41/2023, https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2023/K_041_23.PDF, 30.09.2024.
- Pustułka P., Radzińska J., Kwiatkowska A. (2023), *Strach w obliczu wojny w Ukrainie: osobiste i geopolityczne obawy młodych Polek i Polaków*, „Kultura i Społeczeństwo”, nr 4.
- Skarżyńska K. (2002), *Aktywność i bierność polityczna*, w: *Psychologia polityczna*, red. K. Skarżyńska, Poznań.
- Szafraniec K. (2012), *Dojrzewający obywatele dojrzewającej demokracji. O stylu politycznej obecności młodych*, Warszawa.
- Third A., Collin P., Walsh L., Black R. (2019), *Young People in Digital Society. Control Shift*, London.
- Turska-Kawa A. (2011), *Specyfika motywacji w aktywności politycznej*, w: *Osobliwości polskiej demokracji w XXI wieku*, red. J. Golinowski, F. Pierchalski, Bydgoszcz.
- Wiktor Z. (2023), *Wojna w Ukrainie – przyczyny i skutki po ponad roku trwania*, „Studia Orientalne”, r. 12, nr 3(27).
- Wojna w Ukrainie w opinii Polaków* (2022), Laboratorium Badań Medioznawczych, 1.08.2022, https://www.lbm.uw.edu.pl/images/wojna_w_ukrainie_w_opinii_polakow.pdf, 29.09.2024.
- Zajac J. M., Krejtz K. (2007), *Internet jako przedmiot i obszar badań psychologii społecznej*, „Psychologia Społeczna”, tom 2–3.

**Social Activity on the Internet in the Context of the Outbreak of War in Ukraine
– the Example of Poland. Research Report**

Summary

The war in Ukraine has caused a deep stir in Poland and around the world. The conflict has not only stirred emotions, but also mobilized the public to engage in various forms, from following current news to actively supporting those affected by the war. The aim of the research was to understand how the outbreak of the war in Ukraine affected the activity of Internet users, their perceptions of the conflict, and the ways in which they used social media and other online platforms to seek information, express opinions or organize support for the Ukrainian community. The research hypothesis was that increased interest and the search for verified information about the conflict could lead to an increase in citizens' involvement in activities supporting Ukraine, both in material and emotional form. To verify the hypothesis, the author conducted a survey. Data was collected between March and April 2022, yielding a total of 1,379 completed surveys. The survey showed that 71% of respondents expressed great or very great interest in the situation in Ukraine, following information primarily through online portals and social media. The results indicate a dominant attitude of solidarity, with 83% of respondents supporting the reception of Ukrainian refugees. In addition, respondents engaged in various aid actions, including financial ones, in-kind collections, and also liked and shared posts on social networks.

Key words: internet, online activism, political participation, war in Ukraine