



Pojęcie autorytetu w percepcji studentów w świetle badań własnych *The Concept of Authority in Students' Perception Based on Own Study*

ABSTRACT

RESEARCH OBJECTIVE: The aim of this article is to understand how contemporary students perceive the concept of authority and to identify those characteristics of authority that inspire them to take action.

THE RESEARCH PROBLEM AND METHODS: The research questions are: How do students define authority? Which individuals/groups are identified as authorities? What is the relationship between the characteristics of authority and its importance in inspiring action and the belief in the declining role of traditional authority? I used a diagnostic survey method. The research tool was a questionnaire completed online by students.

THE PROCESS OF ARGUMENTATION: The argument consists of an introduction, methodological assumptions of the research, presentation of the research results, and a summary.

RESEARCH RESULTS: It cannot be unequivocally stated that the traditional model of authority has lost its significance; only its monopoly on knowledge and opinion-forming has changed with the advent of new media. The need for authority still exists, as confirmed by the results of the study. New individuals/groups recognized as authorities have emerged, and thus the ranking of existing authorities has changed. Students did not reject authority as such, but redefined it. The respondents drew attention to the soft skills.

CONCLUSIONS, RECOMMENDATIONS, AND APPLICABLE VALUE OF RESEARCH: For young people, who are just starting their career path, people acknowledged to be authorities play a significant role. Understanding how they perceive authority is important not only for parents, teachers, or lecturers, but also for their future employers. Traditional authorities figures at work, may no longer be effective in management. I hope that the presented results will become a starting point for further research and reflection on the changing role of authority in the assessment of representatives of various groups of Generation Z.

→ **KEYWORDS:** **AUTHORITY, STUDENTS, GENERATION Z, INSPIRATION TO ACT, NEW MEDIA**

STRESZCZENIE

CEL NAUKOWY: Celem artykułu jest poznanie rozumienia pojęcia autorytetu przez współczesnych studentów oraz zidentyfikowanie tych cech autorytetu, które inspirują ich do podejmowania działań.

PROBLEM I METODY BADAWCZE: Problemy badawcze to: jak studenci definiują autorytet? Jakie osoby/grupy wskazywane są jako autorytety? Jaki jest związek między cechami autorytetu a jego znaczeniem dla inspiracji do działania i przekonaniem o malejącej roli autorytetu tradycyjnego? Posłużyłam się metodą sondażu diagnostycznego. Narzędziem badawczym był kwestionariusz ankiety wypełniany online przez studentów.

PROCES WYWODU: Wywód składa się z wprowadzenia, założeń metodologicznych badań, prezentacji otrzymanych wyników badań oraz podsumowania.

WYNIKI ANALIZY NAUKOWEJ: Nie można jednoznacznie stwierdzić, że tradycyjny model autorytetu stracił na znaczeniu, jedynie jego monopol na wiedzę i opiniotwórczość uległ zmianie w momencie pojawienia się nowych mediów. Potrzeba posiadania autorytetu nadal istnieje, co potwierdzają wyniki badania. Pojawiły się nowe osoby/grupy uznawane za autorytet, a tym samym zmieniła się kolejność zaszerogowania dotychczasowych autorytetów. Studenci nie odrzucili autorytetu jako takiego, ale go zredefiniowali. Badani zwrócili uwagę na umiejętności z zakresu kompetencji miękkich autorytetu.

WNIOSKI, REKOMENDACJE I APLIKACYJNE ZNACZENIE WPŁYWU BADAŃ: Dla młodych ludzi, którzy dopiero budują swoją ścieżkę zawodową, osoby uznawane za autorytety pełnią znaczące funkcje. Zrozumienie postrzegania autorytetów przez nich jest ważne nie tylko dla rodziców, nauczycieli czy wykładowców, ale również dla ich przyszłych pracodawców. Tradycyjne autorytety w pracy mogą okazać się już nieskuteczne w zarządzaniu. Mam nadzieję, że zaprezentowane wyniki staną się punktem wyjścia do dalszych badań i refleksji nad zmieniającą się rolą autorytetu w ocenie przedstawicieli różnych grup pokolenia Z.

→ **SŁOWA KLUCZOWE: AUTORYTET, STUDENCI, POKOLENIE Z, INSPIRACJA DO DZIAŁANIA, NOWE MEDIA**

Wstęp

Studenci biorący udział w badaniu, którego celem było rozpoznanie rozumienia pojęcia autorytetu przez studentów, wskazanie osób lub grup uznawanych przez nich za autorytet oraz określenie zależności między cechami przypisywanymi autorytetowi a ich zdolnością do inspirowania jednostki do działania, należą do pokolenia Z, urodzonego w latach 1995–2012. Nazwa pokolenie Z, jako kolejna po pokoleniu Y, przyjęła się w trzeciej dekadzie XXI stulecia. „Spotyka się również nazwę «zoomerzy» – od platformy służącej do wideokonferencji i spotkań online, której wielu przedstawicieli tego pokolenia używało do nauki w trakcie pandemii COVID-19, a także po jej zakończeniu” (Twenge, 2024, s. 409). Zamiennie używa się również nazwy *postmillenials* (Mohr i Mohr, 2017),

Plurals (Racolta-Paina i Irini, 2021, s. 79). Ze względu na fakt, że jest to pierwsza generacja, która przeżyła cały okres adolescencji w epoce smartfonów, wpływ nowych mediów oddziałuje na ich sposób rozumienia, oceniania i uznawania określonych autorytetów.

Współczesne próby opisu autorytetu często ograniczają jego faktyczny zakres. Wynika to z faktu, że pojęcie to jest wyjątkowo nieuchwytnie i wielowymiarowe. Jego „migotliwość” i wieloznaczność sprawiają, że bywa ono różnie rozumiane nie tylko w filozofii, religii czy naukach społecznych, ale także w indywidualnych odczuciach każdego człowieka (de Tchorzewski, 2017, s. 191). Pojęcie autorytetu oznacza proces polegający

na obdarzaniu określonej osoby lub instytucji zaufaniem i szacunkiem, uznawaniu jej wysokich kompetencji merytorycznych i wartości moralnych, godności osobistej, powagi, zwierzchności, dostrzeganiu jej życzliwości, przyjazności i pracowitości (Tuziak, 2010, s. 57).

Autorytet mający charakter interakcyjny wymaga do zaistnienia dwóch stron. Jedna z nich reprezentuje sobą określone wartości i cechy, natomiast druga postrzega je, akceptuje i wysoko ocenia. W układzie tym charakterystyczne jest pragnienie naśladowania autorytetu wskutek zaufania i szacunku dla niego, przejawiające się np. w chętnym przyjmowaniu jego rad, a nawet poleceń (Jazukiewicz, 2023, s. 14). „Tkwi w nim moc przykładu, a nie przymusu. Jego źródłem jest wielkość osoby uznanej za autorytet, wielkość znanstwa i charakteru, a także przyzwolenie na wpływ osoby uznającej autorytet” (Jazukiewicz, 2006, s. 360). Autorytet nie powinien być postrzegany jako ideał. Charakteryzuje się on realnymi zachowaniami, które nie są pozbawione błędów. Paradoksalnie przyznanie się do niego może wzmocnić autorytet osoby, gdyż zauważenie błędu świadczy o wielkości znanstwa, natomiast przyznanie się do jego popełnienia – o wielkości charakteru (Stróżewski, 1997). Autorytet ponosi odpowiedzialność za zgodność swojego postępowania z głoszonymi wartościami. „Podstawowym warunkiem autorytetu jest bycie w prawdzie” (Stróżewski, 1997, s. 35).

Autorytet można „mieć” i autorytetem można „być”. Za pomocą pierwszej formy podkreśla się wielkość znanstwa osoby [...]. W drugiej formie językowej uwydatniona jest wielkość charakteru osoby. Jej sposób bycia pozostaje w związku z wysokim stopniem samorealizacji i wartościami osobowymi. Autorytet „posiadany” można utracić, natomiast „bycie” autorytetem znamionuje trwałość. Warto więc zaproponować jedność autorytetu znanstwa i charakteru, chodzi przecież o to, żeby „mieć”, aby „być” (Jazukiewicz, 2023, s. 15).

Autorytet jest procesem zachodzącym między podmiotami; nie jest on dany raz na zawsze, lecz wymaga nieustannej legitymizacji w oczach odbiorcy. Dla osób należących do pokolenia Z autorytet jest niemal wyłącznie relacyjny. Odrzucają oni koncepcję, że ktoś jest autorytetem „bo tak” lub „z racji wieku”. Jeśli nie ma wiarygodności, autentyczności i wzajemnego szacunku, autorytet wygasa. Obserwując postawy młodych ludzi, trudno pominąć proces erozji tradycyjnych struktur hierarchicznych. Autorytety tracą swoją moc na rzecz wzorców oferujących doraźną inspirację i przewodnictwo w labiryncie współczesnych wyborów. Dla młodych autorytet przestaje być bezdyskusyjnym

źródłem norm, a staje się rodzajem personalnego doradcy, którego siła oddziaływania zależy od stopnia autentyczności i zdolności do generowania u odbiorcy motywacji do działania (Bauman, 2006, s. 102–105).

Młode osoby coraz częściej poszukują wzorów do naśladowania wśród twórców internetowych. Stają się oni dla nich autorytetami ze względu na swoją dostępność, wiarygodność (pozorną lub rzeczywistą) oraz treści, które są im bliskie i zrozumiałe. Jak podkreśla Russell Hardin (2009, s. 98), możemy założyć, że zdolność osądzania wiarygodności, zarówno konkretnej osoby, jak i sytuacji różni się u różnych osób ze względu na wychowanie mające duży wpływ na rozwój tej umiejętności. Jeśli twórcy internetowi są postrzegani jako wiarygodni w określonym kontekście sytuacyjnym, to teoretycznie są również godni zaufania. Źródłem ich wiarygodności może być skłonność charakteru, zaangażowanie moralne lub przeświadczenie, że bycie wiarygodnym otwiera przed nimi korzystne możliwości (Hardin, s. 40–42). W dobie nieograniczonego dostępu do nowych mediów młodzi ludzie mają większe możliwości weryfikowania informacji i formułowania własnych opinii. W większości nie akceptują oni ślepo narzucanych autorytetów, ale chcą sprawdzić ich uczciwość, zrozumieć ich motywacje, znaleźć osoby wiarygodne, które będą ich inspirowały do działania, dając życiowe odpowiedzi na nurtujące ich problemy (Marianiński, 2020). Niestety w grupie tzw. autorytetów medialnych znajdują się również te, których status niekoniecznie i nie zawsze wynika z wiarygodności, unikalnych kompetencji czy realnych dokonań, lecz jest pochodną samej rozpoznawalności. Mianem autorytetu medialnego (a może raczej wzoru do naśladowania) często określa się osoby potrafiące budować szerokie społeczności odbiorców, przez co klasyczne rozumienie terminu autorytetu bywa zastępowane raczej kategoriami idola, celebryty czy osobowości medialnej. Bywa, że skuteczność w przyciąganiu uwagi staje się w tym procesie ważniejsza niż merytoryczne fundamenty pozycji danej osoby (Szyszka, 2023; Zwoliński, 2017; Michniuk i Bartkowiak, 2021). Jak więc studenci, którzy przynależąc do pokolenia Z, przeżyli cały okres swojej adolescencji w epoce smartfonów, definiują i charakteryzują osoby uznawane przez nich za autorytet? Odpowiedzi na to i inne pytania poszukiwałam, realizując badania dotyczące powyższej tematyki.

Metody i narzędzia badawcze

Celem badania było poznanie opinii studentów na temat: jak definiują autorytet? Jakie osoby/grupy najczęściej wskazywane są przez nich jako autorytety? Czy i jaki jest związek między cechami autorytetu a jego znaczeniem dla inspiracji do działania i przekonaniem o malejącej roli autorytetu tradycyjnego? By zrealizować cel badania, posłużyłam się metodą sondażu diagnostycznego z wykorzystaniem techniki ankiety. Narzędziem badawczym był kwestionariusz ankiety, który studenci wypełnili online. Zawierał on pytania zamknięte z odpowiedzią kafeterią do wyboru jednej lub kilku odpowiedzi oraz pytania otwarte, pozwalające na udzielenie dłuższych odpowiedzi pisemnych przez respondentów. Próba badawcza liczyła 183 osoby w wieku kwalifikującym do pokolenia Z.

Byli to studenci Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego oraz Politechniki Bydgoskiej. Badania były realizowane w pierwszym i drugim kwartale 2025 roku. Udział w badaniu wzięli reprezentanci kierunków: logistyki, inżynierii materiałowej, bezpieczeństwa i higieny pracy, pedagogiki przedszkolnej i wczesnoszkolnej, logopedii, inżynierii techniczno-informatycznej oraz dziennikarstwa i komunikacji społecznej pierwszego oraz drugiego stopnia studiów. W tej grupie przedstawiciele pokolenia Z znalazły się osoby urodzone między 2000 a 2006 rokiem, z czego 80,7% stanowiły kobiety, 18,2% mężczyźni, a 1,1% to osoby, które nie chciały odpowiedzieć na pytanie dotyczące płci.

Potrzeba posiadania autorytetu i jego rozumienie w opinii studentów

W odpowiedziach na pytanie dotyczące rozumienia autorytetu większość studentów definiowała go poprzez pojęcie wzoru do naśladowania. Wśród przypisywanych mu kluczowych cech najczęściej wymieniano: wiarygodność, szacunek, charyzmę, sprawiedliwość, kompetencję, pokorę oraz szacunek dla innych. Akcentowano również rolę autorytetu jako lidera, który dotrzymuje obietnic, zapewnia poczucie bezpieczeństwa i inspirowanie do działania.

Analiza wyników wykazała, że zdecydowana większość studentów (77,3%) odczuwa potrzebę posiadania autorytetu. Znacznie mniejszy odsetek badanych (15,5%) zadeklarował brak takiej potrzeby, natomiast pozostałe 7,2% respondentów nie potrafiło sprecyzować swojego stanowiska. Zdecydowana większość badanych wskazała rodziców jako swój główny autorytet (67,2%). Znacznie rzadziej ankietowani wskazywali na muzyków (27,3%) oraz dziadków (26,2%). Mniej więcej co piąta osoba uznała za autorytet postaci historyczne (19,7%), nauczycieli (19,1%) lub postaci fikcyjne, np. z filmów (18,6%). Nieco rzadziej wskazywano rodzeństwo (17,5%) oraz sportowców (16,9%). Mniejsza liczba badanych wybrała influencerów, youtuberów, tiktokerów (14,2%), wykładowców akademickich (13,7%) oraz innych członków rodziny (12,0%). Do najmniej licznych wskazań należeli aktorzy (11,5%), liderzy religijni (9,8%) oraz przedsiębiorcy (7,7%). W kręgu autorytetów z najbliższego otoczenia prym wiodli rodzice i dziadkowie. Są oni postrzegani jako wzorce osobowe, których postawa oraz obrany model życia zyskują uznanie w oczach studentów. Trudno mi jednak skomentować fakt, że muzycy jako autorytety zostali wskazani na podobnym poziomie jak dziadkowie. Ciekawym zestawieniem w zbliżonej liczbie odpowiedzi byli: nauczyciele, postaci historyczne i fikcyjne. Klasyczna definicja autorytetu zakłada bezpośrednią interakcję między dwiema osobami, jednak pojęcie to w dobie nowych mediów rozszerzone zostało o tzw. relację paraspołeczną, czyli specyficzny rodzaj jednostronnej więzi emocjonalnej, którą odbiorca tworzy np. z postacią fikcyjną czy też influencerem (Witkowska, 2025, s. 175).

Wśród kluczowych przymiotów decydujących o wyborze autorytetu studenci najwyżej ocenili szacunek (97,2%), uczciwość (94,4%) oraz sprawiedliwość (93,3%). Nieco rzadziej wskazywano na charyzmę (89,5%) oraz wiarygodność (77,3%). Wyniki te korelują z zestawem cech, którymi badani posłużyli się podczas definiowania samego

pojęcia autorytetu. Respondenci zadeklarowali również w odniesieniu do autorytetu chęć słuchania osoby kompetentnej (84,5%), która wiele osiągnęła własną pracą, która poprzez przykład własnego życia (96,6%) uczy ważnych wartości. To osoba, która jest dla studentów inspirującym przykładem do nauki (84,0%) i działania w pracy zawodowej (88,4%), bez poczucia strachu czy obowiązku posłuszeństwa (76,8%), bez nadużywania władzy (86,8%). Studenci chcą jej zaufać bez obaw, że nie dotrzyma danej obietnicy (95,5%). Chcą, aby głoszone przez autorytet poglądy przekładały się na realne jej działanie, były z nim spójne (91,1%). Oczekują osoby autentycznej, świadomej własnych wad (93,9%), potrafiącej przyznać się do błędu (95,0%), bo nikt przecież nie jest idealny. Badani liczą na to, że autorytet będzie stawiał wymagania nie tylko wobec nich, ale również wobec siebie (91,1%). Respondenci podkreślają znaczenie kompetencji miękkich autorytetu, takich jak: umiejętność słuchania drugiej osoby (93,9%), empatia, czyli umiejętność wczucia się w sytuację drugiej osoby (92,3%), oraz umiejętność przekazywania feedbacku jako konstruktywnej krytyki (95,0%). Powyższa charakterystyka autorytetu oczekiwanego przez studentów stanowi logiczny i spójny obraz osoby, której skłonni byłiby zaufać, uznając za wiarygodną.

Związek pomiędzy cechami wiążącymi się z autorytetem a jego rolą inspirującą do działania i przekonaniem, że we współczesnym świecie maleje rola tradycyjnych autorytetów

Tradycyjny autorytet opierał się przede wszystkim na wiedzy, doświadczeniu i zaufaniu, a świadomość hierarchizacji czyniła go niepodważalnym. Dzięki temu dawał poczucie bezpieczeństwa i sprzyjał budowaniu poczucia własnej wartości [...]. Obecnie sytuacja tradycyjnego autorytetu jest niewątpliwie inna niż dawniej. Traci on na znaczeniu jako byt nieomylny i niepodważalny, podlega krytyce, a nawet surowej ocenie (Szyszka, 2023, s. 95–97).

Autorytet pełni funkcję integracyjną, selekcyjną oraz inspirującą. Ta ostatnia polega na wyzwalaniu samodzielnego, twórczego myślenia, działania, pozwalającego na osiągnięcie wytyczonych celów (Tuziak, 2010, s. 73).

Chcąc poznać charakterystykę autorytetu wiążącego się z jego rolą inspirującą do działania, zdecydowałam się na sprawdzenie istnienia korelacji. W celu sprawdzenia, czy istnieje związek między cechami kojarzącymi się respondentom z autorytetem a jego inspirującą rolą w działaniu i przekonaniem o malejącej roli autorytetów tradycyjnych we współczesnym świecie, wykonano nieparametryczną analizę korelacji *rho* Spearmana. Posłużono się korelacją nieparametryczną ze względu na zaburzony rozkład normalny zmiennych składających się na cechy wiążące się z autorytetem (tabela 1).

Tabela 1. Związek pomiędzy cechami wiążącymi się z pozytywnym autorytetem a posiadaniem autorytetu inspirującego do działania i przekonaniem, że we współczesnym świecie maleje rola tradycyjnych autorytetów

Zmienna		Przekonanie o posiadaniu autorytetu, który inspirował do działania	Przekonanie, że we współczesnym świecie maleje rola tradycyjnych autorytetów
Wiedza i kompetencje eksperckie w danej dziedzinie	<i>rho</i> Spearmana	0,16	-0,10
	Istotność	0,033	0,182
Doświadczenie życiowe	<i>rho</i> Spearmana	0,28	0,17
	Istotność	<0,001	0,023
Doświadczenie zawodowe	<i>rho</i> Spearmana	0,15	0,07
	Istotność	0,040	0,370
Świadomość własnych wad	<i>rho</i> Spearmana	0,12	0,20
	Istotność	0,107	0,006
Uczciwość	<i>rho</i> Spearmana	0,10	0,13
	Istotność	0,196	0,083
Spójność poglądów, przekładająca się na działanie	<i>rho</i> Spearmana	0,11	0,14
	Istotność	0,121	0,059
Szacunek	<i>rho</i> Spearmana	0,19	0,10
	Istotność	0,011	0,175
Umiejętność słuchania drugiej osoby	<i>rho</i> Spearmana	0,10	0,07
	Istotność	0,183	0,352
Empatia jako umiejętność wczucia się w sytuację drugiej osoby	<i>rho</i> Spearmana	0,19	0,08
	Istotność	0,008	0,274
Zdolność inspirowania innych do nauki	<i>rho</i> Spearmana	0,16	0,02
	Istotność	0,029	0,742
Zdolność inspirowania innych w pracy	<i>rho</i> Spearmana	0,20	0,03
	Istotność	0,006	0,638
Charyzma	<i>rho</i> Spearmana	0,29	0,12
	Istotność	<0,001	0,100
Sprawiedliwość	<i>rho</i> Spearmana	0,25	0,06
	Istotność	<0,001	0,451
Stawianie wymagań nie tylko innym, ale i sobie	<i>rho</i> Spearmana	0,39	0,14
	Istotność	<0,001	0,052
Wysoka pozycja społeczna	<i>rho</i> Spearmana	0,15	0,08
	Istotność	0,046	0,273
Tytuł naukowy	<i>rho</i> Spearmana	-0,02	-0,03
	Istotność	0,834	0,734
Wysoki status materialny	<i>rho</i> Spearmana	0,13	0,05
	Istotność	0,090	0,480
Umiejętność przyznania się do błędu	<i>rho</i> Spearmana	0,17	0,08
	Istotność	0,025	0,308
Nienadużywanie władzy	<i>rho</i> Spearmana	0,02	0,04
	Istotność	0,756	0,573

Dotrzymanie obietnic	<i>rho</i> Spearmana	0,26	0,11
	Istotność	<0,001	0,135
Rozpoznawalność medialna	<i>rho</i> Spearmana	0,06	-0,01
	Istotność	0,398	0,906
Duże zasięgi medialne	<i>rho</i> Spearmana	0,04	0,03
	Istotność	0,553	0,723
Etyczne normy i zasady postępowania	<i>rho</i> Spearmana	0,21	0,15
	Istotność	0,004	0,041
Wiarygodność	<i>rho</i> Spearmana	0,21	0,16
	Istotność	0,004	0,026
Dojrzały wiek	<i>rho</i> Spearmana	0,13	0,03
	Istotność	0,071	0,705
Bycie laureatem prestiżowych nagród	<i>rho</i> Spearmana	0,05	0,00
	Istotność	0,473	0,977

Źródło: badania własne.

Analiza wykazała istotny statystycznie i pozytywny związek pomiędzy przekonaniem o posiadaniu autorytetu, który inspirował do działania, a większością badanych cech. Przekonanie o posiadaniu autorytetu było pozytywnie związane z takimi cechami, jak wiedza i kompetencje eksperckie w danej dziedzinie, doświadczenie życiowe i zawodowe, szacunek, empatia, zdolność inspirowania innych do nauki i pracy, charyzma, sprawiedliwość, stawianie sobie wymagań, wysoka pozycja społeczna, umiejętność przyznania się do błędu, dotrzymanie obietnic, etyczne normy i zasady postępowania oraz wiarygodność. Sugeruje to, że im badani byli silniej przekonani o posiadaniu we własnym życiu autorytetu inspirującego do działania, tym bardziej uważali, że autorytet częściej przejawiał wymienione powyżej cechy. Wszystkie te związki były słabe.

Poza tym przekonanie, że we współczesnym świecie maleje rola tradycyjnych autorytetów było pozytywnie związane z doświadczeniem życiowym, świadomością własnych wad, etycznymi normami i zasadami postępowania i wiarygodnością. Innymi słowy studenci dostrzegający spadek znaczenia tradycyjnych autorytetów we współczesnym świecie jednocześnie wyżej oceniali doświadczenie życiowe, wiarygodność, świadomość własnych wad oraz wierność zasadom postępowania tego rodzaju autorytetu. Osoba uznana przez studentów za autorytet nie jest niedostępną wyrocznią, a węzłem w sieci relacji, inspirującym do konkretnych działań.

Jeśli dana osoba inspirowa innych, skłania do rozwoju osobistego, jest charyzmatyczna i wiarygodna w swej działalności, to zyskuje grono zwolenników. Podkreślenia wymaga kwestia zaufania. Ma ono dzisiaj ogromne znaczenie zwłaszcza dla młodzieży, która wyczułona jest na pozory i hipokryzję (Szyszka, 2023, s. 94; Sztompka 2007).

Obdarzanie drugiej osoby zaufaniem jest decyzją z gruntu strategiczną, z góry zakładającą ryzyko (Uslaner, 2008, s. 184). Jest to zaufanie ograniczone, gdyż ufamy ludziom, których znamy lub którzy są do nas podobni. Opiera się ono na wiedzy, przewidywaniach,

doświadczeniu, jest prognozą zachowania drugiej osoby. Może ono wzrosnąć lub zmaleć w zależności od interakcji i osobistych doświadczeń. Ten rodzaj zaufania nazywany jest strategicznym. W przeciwieństwie do niego podstawą zaufania normatywnego nie jest doświadczenie osobiste, lecz pogląd na ludzką naturę.

Zaufanie normatywne jest wiarą w to, że inni podzielają twoje podstawowe wartości moralne i dlatego powinni być przez ciebie traktowani tak, jak ty chciałbyś być traktowany przez nich. Poszczególne osoby mogą podzielać różne wartości. Istotną kwestią jest poczucie więzi z innymi wskutek postrzegania ich jako członków swojej społeczności, których interes musi być traktowany poważnie. [...] Postrzeganie innych jako członków tej samej wspólnoty moralnej może oznaczać całkiem co innego w różnych społecznościach (Uslaner, 2008, s. 185),

i to zarówno tych w świecie realnym, jak i wirtualnym. Z jednej strony, zaufanie oparte na wiedzy może pomóc w podejmowaniu decyzji o tym, komu zaufać. Z drugiej strony osoby mogą manipulować tym, czy ktoś będzie ufny wobec nich poprzez kontrolowanie dostarczanej ilości określonych informacji. Wykorzystywane są do tego często nowe media, a zaufanie może być determinowane łatwą dostępnością do nich. Nowe media definiowane są przede wszystkim poprzez pryzmat ich cyfrowego rodowodu, wynikającego z konwersji danych analogowych na postać binarną. Kluczowymi atrybutami są: nieliniowy dostęp do informacji, idealna replikowalność i interaktywność, dzięki której odbiorca staje się aktywnym uczestnikiem procesu komunikacji, wchodząc w bezpośrednie relacje z obiektem medialnym (Manovich, 2006, s. 119). Współczesne rozumienie autorytetu przez studentów jest konsekwencją zmieniającego się świata, w którym młode pokolenie w nieograniczony sposób korzysta właśnie z nowych mediów. Studenci są świadomi faktu, że wyznaczają one trendy związane z wyborem określonego autorytetu. Potwierdziło to aż 92,3% badanych, a zaprzeczyły temu zaledwie 4 osoby, co stanowi 2,2% badanych. Nie potrafiło odpowiedzieć na to pytanie 5,5%. W dzisiejszych czasach

młodemu pokoleniu przychodzi się zmierzyć z innymi systemami wartości, odmiennymi koncepcjami człowieka i nieznanymi kulturami. Dzięki nowoczesnym technologiom kształtują się nowe standardy społeczne, wyłaniają się nieznane dotychczas postawy i style życia (Ignatowski, 2014, s. 43).

Podsumowanie

Współczesny świat zmienia się w zawrotnym tempie z powodu nowych mediów, a w jego centrum znajdują się między innymi studenci należący do pokolenia Z, którzy starają się na nowo definiować, czym jest autorytet. „Panuje opinia, że przeżył się typ autorytetu tradycyjnego, ale nie oznacza to, że zupełnie zniknął on z pola widzenia” (Rewera, 2023, s. 60). Tradycyjny autorytet w opinii badanych nie stracił całkowicie na znaczeniu, jedynie jego monopol na wiedzę i opiniotwórczość uległ zmianie. Dla studentów autorytet opiera

się nie tylko na wiedzy, doświadczeniu czy zajmowanym stanowisku, ale rozwiniętych umiejętnościach miękkich oraz wiarygodności i wzajemnym zaufaniu w budowaniu wzajemnych relacji. Ważną cechą osoby będącej autorytetem jest fakt, że obdarzana jest nie tylko szacunkiem, ale także zaufaniem (Kopeć, 2013) i to nie zmieniło się w stosunku do autorytetu po dzień dzisiejszy. Zmieniło się źródło informacji, z którego czerpie młode pokolenie. Studenci uznają autorytet, którego autentyczność mogą potwierdzić w realnym życiu lub korzystając z nowych mediów, mogą przekonać się o spójności wizerunku online z realnymi czynami danej osoby. W związku z tym niektóre „autorytety »nadawane« w przeszłości na mocy obyczaju, tradycji czy prawa przechodzą coraz częściej do historii” (de Tchorzewski, 2017, s. 208) lub tracą swoją pozycję w obecnej hierarchii.

Prezentując w niniejszym artykule wyniki uzyskanych badań, mam świadomość, że opinia studentów jako przedstawicieli pokolenia Z, choć wartościowa, nie jest w pełni miarodajna ani reprezentatywna dla całego pokolenia Z, jeśli chodzi o postrzeganie autorytetu. Aby uniknąć błędu generalizacji i stworzyć bardziej holistyczny obraz tego, jak pokolenie Z postrzega autorytety w dynamicznie zmieniającym się świecie nowych mediów, należałoby uwzględnić również perspektywy i doświadczenia innych grup z tej generacji. Pod uwagę należy wziąć również opinie młodych ludzi pracujących fizycznie, z mniejszych miejscowości i terenów wiejskich, osoby o różnym statusie społeczno-ekonomicznym czy też o odmiennych ścieżkach edukacyjnych (np. szkoły zawodowe, technika). Mam nadzieję, że zaprezentowane wyniki badań, w których wzięli udział studenci jako reprezentanci jednej z grup – pokolenia Z, wyrażający swoje opinie na temat postrzegania autorytetu, zachęcą kolejne osoby do podjęcia niniejszego tematu z uwzględnieniem pozostałych grup tworzących generację IGen.

BIBLIOGRAFIA

- Bauman, Z. (2006). *Płynna nowoczesność* (T. Kunz, tłum.). Wydawnictwo Literackie.
- Hardin, R. (2009). *Zaufanie* (A. Gruba, tłum.). Wydawnictwo Sic!
- Ignatowski, G. (2014). Kwestia autorytetu w perspektywie rodziny i wychowania. *Pedagogika Rodziny*, 4(3), 31–43.
- Jazukiewicz, I. (2006). Autorytet nauczyciela akademickiego. W: K. Jaskot (red.), *Wprowadzenie do pedagogiki szkoły wyższej* (s. 359–370). Oficyna In Plus.
- Jazukiewicz, I. (2023). Autorytet niejedno ma imię? W: M. Rewera (red.), *Wzory i autorytety młodzieży* (s. 11-46). Instytut Badań Edukacyjnych.
- Kopeć, E. (2013). Autorytet dziadków czyli doświadczenie i mądrość – atuty późnej dorosłości. W: D. Łażewska (red.), *Autorytet w wychowaniu i edukacji* (s. 387–398). Wydawnictwo Wyższej Szkoły Gospodarki Euroregionalnej.
- Manovich, L. (2006). *Język nowych mediów* (P. Cypryański, tłum.). Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Mariański, J. (2020). *Aforyzmy, myśli, sentencje i refleksje socjologiczne (religia – Kościół – moralność – wartości – godność ludzka – sens życia)*. Wyższa Szkoła Nauk Społecznych.
- Michniuk, A. i Bartkowiak, K. (2021). Medialna postać „znaczącego Innego” a wychowanie współczesnego dziecka. *Edukacja Elementarna w Teorii i Praktyce*, 16(4), 57–67. <https://doi.org/10.35765/eetp.2021.1662.04>

- Mohr, K.A.J. i Mohr, E.S. (2017). Understanding Generation Z students to promote a contemporary learning environment. *Journal on Empowering Teaching Excellence*, 1(1), 84–94. <https://doi.org/10.15142/T3M05T>
- Racolta-Paina, N. i Irini, R.D. (2021). Generation Z in the workplace through the lenses of human resource professionals – a qualitative study. *Quality-Access to Success*, 22(183), 78–85.
- Rewera, M. (2023). Kryzys autorytetu czy zmiana? W: M. Rewera (red.), *Wzory i autorytety młodzieży* (s. 47–62). Instytut Badań Edukacyjnych.
- Stróżewski, W. (1997). Mała fenomenologia autorytetu. *Ethos*, 37(1), 32–35.
- Sztompka, P. (2007). *Zaufanie. Fundament społeczeństwa*. Wydawnictwo Znak.
- Szyska, M. (2023). Sytuacja tradycyjnego autorytetu dzisiaj. W: M. Rewera (red.), *Wzory i autorytety młodzieży* (s. 89-100). Instytut Badań Edukacyjnych.
- de Tchorzewski, A. (2017). Autorytet i jego struktura aksjologiczna. *Studia Paedagogica Ignatiana*, 20(5), 187–212. <https://doi.org/10.12775/SPI.2017.5.008>
- Tuziak, B. (2010). Autorytet jako zjawisko społeczne. Wymiar lokalny. *Studia Socjologiczne*, 2, 53–88.
- Twenge, J.M. (2024). *Pokolenia*. (A. Nowak-Młynikowska, tłum.). Wydawnictwo Smak Słowa.
- Uslaner, E.M. (2008). Zaufanie strategiczne i zaufanie normatywne. W: P. Sztompka i M. Bogunia-Borowska (red.), *Socjologia codzienności* (s. 181–223). Wydawnictwo Znak.
- Witkowska, A. (2025). Relacje paraspołeczne i ich znaczenie dla funkcjonowania psychicznego, *Media – Kultura – Komunikacja Społeczna*, 21, 175–192. <https://doi.org/10.31648/mkks.10396>
- Zwołński, A. (2017). Medialne autorytety młodych. *Studia Socialia Cracoviensia*, 9(2), 113–128. <https://doi.org/10.15633/ssc.2459>

Copyright and License



This article is published under the terms of the Creative Commons Attribution – NoDerivs (CC BY- ND 4.0) License <http://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/>

Source of funding
Lack of funding sources.

Disclosure statement
No potential conflict of interest was reported by the author(s).
