



Media jako katalizator zielonych kompetencji studentów

Media as a Catalyst for Students' Green Competences

ABSTRACT

RESEARCH OBJECTIVE: The study is to examines the influence of different media types (informational, social, and university media) on students' knowledge, attitudes, and actions in the context of green competences.

THE RESEARCH PROBLEM AND METHODS: The research problem is formulated as the following question: How, in students' opinions, does media communication influence attitudes toward sustainable development? The study employs quantitative research methods and statistical analysis of the collected data.

THE PROCESS OF ARGUMENTATION: The starting point is to show the picture of the climate and environmental crisis, green transformation, and green competencies, taking into account the role of media in shaping them. Then, the authors' empirical findings were presented and the key conclusions were formulated. The paper concludes with recommendations for further research and proposals for practical solutions.

RESEARCH RESULTS: The analyses and findings indicate that media not only inform but also activate and model pro-environmental behaviour patterns, indirectly influencing the development of green competences of the academic students.

CONCLUSIONS, RECOMMENDATIONS AND APPLICABLE VALUE OF RESEARCH:

The study contributes to understanding the role of the media in shaping students' green competencies. Based on the study's findings, it is recommended that: at the university level, environmental communication strategies should be revised; at the public policy level, families and social networks

should be integrated into pro-environmental campaigns; and that such a tool should be worked out that could measure the actual impact of media on pro-environmental behaviours.

→ **KEYWORDS:** **MEDIA, GREEN COMPETENCES, SUSTAINABLE DEVELOPMENT, STUDENTS, PRO-ENVIRONMENTAL ATTITUDES**

STRESZCZENIE

CEL NAUKOWY: Celem jest zbadanie wpływu różnych typów mediów (informacyjne, społecznościowe, uczelniane) na wiedzę, postawy i działania studentów w kontekście zielonych kompetencji.

PROBLEM I METODY BADAWCZE: Problem badawczy sformułowano w postaci pytania: Jak w opiniach studentów przekaz medialny wpływa na postawy wobec zrównoważonego rozwoju? W pracy zastosowano metodę badań ilościowych oraz analizę statystyczną wyników przeprowadzonego badania.

PROCES WYWODU: Punktem wyjścia jest obraz kryzysu klimatyczno-środowiskowego, zielonej transformacji i zielonych kompetencji z uwzględnieniem roli mediów w ich kształtowaniu. Następnie zaprezentowano wyniki badań własnych i sformułowano wnioski. Na koniec przedstawiono rekomendacje w zakresie dalszych badań i praktycznych rozwiązań.

WYNIKI ANALIZY NAUKOWEJ: Z przeprowadzonych analiz i badań wynika, że media nie tylko informują, ale też aktywizują i modelują prośrodowiskowe wzorce zachowań, wpływając pośrednio na rozwój zielonych kompetencji akademickiej młodzieży.

WNIOSKI, REKOMENDACJE I APLIKACYJNE ZNACZENIE WPŁYWU BADAŃ: Badanie stanowi wkład w zrozumienie roli mediów w kształtowaniu zielonych kompetencji studentów. W świetle wniosków z badań rekomenduje się: na poziomie uczelni zrewidowanie strategii komunikacji środowiskowej; na poziomie polityki publicznej włączenie rodziny i sieci społecznych do kampanii prośrodowiskowych; opracowanie narzędzia pomiaru rzeczywistego wpływu mediów na zachowania prośrodowiskowe.

→ **SŁOWA KLUCZOWE:** **MEDIA, ZIELONE KOMPETENCJE, ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ, STUDENCI, POSTAWY PROŚRODOWISKOWE**

Wstęp

Narastający kryzys klimatyczno-środowiskowy i przekroczenie granic planetarnych wymuszają systemową transformację w kierunku zrównoważonego rozwoju (Richardson i in., 2023; WMO, 2025). Ta z kolei wymaga wykształcenia kadr posiadających tzw. zielone kompetencje, definiowane jako zbiór wiedzy, umiejętności oraz postaw umożliwiających redukcję antropogenicznej presji na ekosystemy (Cedefop, 2022; Bianchi i in., 2022).

W dobie postępującej mediatyzacji istotnym czynnikiem kształtującym te kompetencje staje się przekaz medialny, który modeluje świadomość i normy społeczne, szczególnie w grupie młodzieży akademickiej (Yassir, 2025; Ali i in., 2022). Studenci jako przyszli liderzy zmian i edukatorzy stanowią grupę o strategicznym znaczeniu dla trwałości zielonej transformacji.

Celem artykułu jest zbadanie wpływu różnych typów mediów na wiedzę, postawy i działania studentów w kontekście zielonych kompetencji. Problem badawczy sformułowano w postaci pytania: Jak w opiniach studentów przekaz medialny wpływa na postawy wobec zrównoważonego rozwoju?

Artykuł obejmuje: w sekcji 2 – metody i narzędzia badawcze oraz źródła, na których oparto analizę, w sekcji 3 – syntetyczny przegląd literatury dotyczącej kryzysu klimatyczno-środowiskowego, zielonej transformacji i zielonych kompetencji, wraz z omówieniem roli mediów, w sekcji 4 – wyniki zrealizowanego badania, w sekcji 5 – wnioski z badań i rekomendacje. Całość zamyka podsumowanie ze wskazaniem implikacji wyników i kierunków dalszych analiz.

Metody i narzędzia badawcze

Badanie zaprojektowano jako ilościowe, mające na celu identyfikację wpływu przekazu medialnego na postawy studentów wobec zrównoważonego rozwoju. W części badawczej przeprowadzono analizę statystyczną wyników przeprowadzonego badania ilościowego. Celem doboru takich metod było uchwycenie zarówno deklarowanego wpływu mediów, jak i zróżnicowania postaw studentów wobec treści środowiskowych.

Do badania wybrano uczelnię niepubliczną z Polski Południowej. Dobór uczelni miał charakter celowy i wynikał z jej dużego zaangażowania w tematy zrównoważonego rozwoju oraz regularnego publikowania treści poświęconych celom zrównoważonego rozwoju, co pozwalało na analizę populacji szczególnie eksponowanej na przekazy ekologiczne. Uczelnię wybrano z puli polskich uczelni klasyfikowanych w międzynarodowym rankingu zrównoważonych uczelni Greenmetric.

Badanie w formie ankiety elektronicznej przeprowadzono wśród wszystkich studentów kierunków polskojęzycznych (około 4000 studentów) w okresie 20.10–15.11.2025 r. Ankieta została przekazana oficjalnymi kanałami komunikacji uczelni oraz promowana przez wykładowców podczas zajęć. Udział w badaniu był anonimowy i dobrowolny.

Kwestionariusz składał się z bloków tematycznych:

- Źródła informacji: Pytanie wielokrotnego wyboru: „Skąd czerpiesz informacje o zrównoważonym rozwoju/ESG/klimacie/środowisku?”.
- Postrzegany wpływ różnych typów mediów: Pięć wymiarów (ocena na skali 1–5): 1) poszerzenie wiedzy, 2) wzrost świadomości wpływu na środowisko, 3) zrozumienie umiejętności w zielonej transformacji, 4) dostrzeganie praktycznych sposobów wdrożenia rozwiązań, 5) motywacja do działań.

- Preferencje treści mediów i ton komunikacji: Pytanie wielokrotnego wyboru „Jakiego rodzaju treści w mediach najbardziej wpływają na Twoją wiedzę?” oraz „Jaki ton przekazu w mediach jest dla Ciebie najskuteczniejszy w motywowaniu do zmiany zachowania?”.
- Dane demograficzne: Poziom i tryb studiów, rok studiów, kierunek, płeć, przynależność do organizacji ekologicznych.

W badaniu wzięło udział 255 osób studiujących. Struktura respondentów: 59,6% – studia I stopnia, 38,8% – II stopnia i 1,6% – jednolite magisterskie; 34,7% – stacjonarne, 65,3% – niestacjonarne; 62,5% – I rok, II – 12,2%, III – 8,9%, IV – 8,1%, V rok i wyżej – 8,5%; 55,6% – kobiety, 37,1% – mężczyźni, 7,3% – inna płeć/wolę nie podawać; najwięcej z kierunków kosmetycznych, graficznych, informatycznych i analitycznych; 4,4% należało do organizacji angażujących się w kwestie środowiskowe.

Kryzys klimatyczny a kształtowanie zielonych kompetencji

Zrównoważony rozwój jako odpowiedź na kryzys klimatyczno-środowiskowy

Dane naukowe jednoznacznie wskazują na narastający kryzys klimatyczno-środowiskowy. W 2023 r. stężenia CO₂, metanu i podtlenku azotu osiągnęły najwyższe poziomy od 800 tys. lat i w 2024 r. nadal rosły (WMO, 2025). Tempo wzrostu poziomu mórz zwiększyło się do 0,59 cm rocznie (Lee i Wang, 2025). Kryzys dotknął bioróżnorodność – zagrożonych wyginięciem jest ok. 1 mln gatunków (Komisja Europejska, 2023). Rok 2024 r. był najcieplejszy w historii pomiarów, średnia globalna temperatura wzrosła o 1,55°C względem okresu przedindustrialnego (WMO, 2025). IPCC prognozuje, że temperatury będą rosły we wszystkich scenariuszach emisji, osiągając do 2100 r. wzrost co najmniej 1,4–1,8°C (Core Writing Team i in., 2023).

Kryzys obejmuje też degradację ekosystemów. Według modelu granic planetarnych 6 z 9 procesów regulujących stabilność Ziemi przekroczyło bezpieczne progi, m.in. klimat, biosfera, obieg biogenów i zużycie słodkiej wody (Richardson i in., 2023).

Odpowiedzią międzynarodowej społeczności jest zasada sprawiedliwości międzypokoleniowej i zrównoważony rozwój rozumiany jako proces zaspokajania potrzeb obecnych pokoleń bez ograniczania szans przyszłym pokoleniom (World Commission on Environment and Development, 1987, s. 43). Koncepcja ta ewoluowała od skupienia na ochronie zasobów przyrodniczych do zintegrowanego modelu trzech filarów: środowiskowego, społecznego i ekonomicznego (Wołczek, 2014). Została wzmocniona przez przyjęcie 17 celów zrównoważonego rozwoju (Agenda 2030), a w UE europejskiego zielonego ładu – strategii prowadzącej do neutralności klimatycznej, cyrkularności i efektywnego gospodarowania zasobami.

Jednak tempo transformacji jest niewystarczające. UNEP (2024) wskazuje potrzebę redukcji emisji o 42% do 2030 r. i 57% do 2035 r., by utrzymać szanse na ograniczenie

globalnego ocieplenia do 1,5°C. Konieczna jest ochrona ekosystemów (Convention on Biological Diversity, 2022). Transformacji wymaga globalny system żywnościowy (FAO, b.d.).

Skutki kryzysu są widoczne społecznie i ekonomicznie. W UE straty w wyniku ekstremalnych zjawisk pogodowych w latach 1980–2024 wyniosły 822 mld EUR (EEA, 2025). W ciągu 26 lat globalna gospodarka utraci 19% dochodów (Kotz i in., 2024). WHO (2023) prognozuje w latach 2030–2050 dodatkowe 250 tys. zgonów rocznie spowodowanych zmianą klimatu.

Zielone kompetencje w kontekście zielonej transformacji

Kryzys wymusza szybkie przejście do modeli zeroemisyjnych, zasobooszczędnych i odpornych na zmiany klimatu. Zielona transformacja obejmuje technologie, modele biznesowe, polityki publiczne oraz kluczowe systemy: energetyczny, transportowy, finansowy i żywnościowy. Jej bazą jest świadomość potrzeby zmian oraz kompetencje do ich wdrożenia na poziomie jednostek, organizacji i państw. Kluczową rolę odgrywa edukacja formalna (system szkolny) i pozaformalna (poza systemem szkolnym), umożliwiająca rozwój zielonych kompetencji wspierających transformację (Fuchs, 2024).

Zielone kompetencje według Cedefop (2022) to wiedza, zdolności, wartości i postawy umożliwiające funkcjonowanie w społeczeństwie ograniczającym presję na środowisko. Dla International Labour Office (2019) to kompetencje potrzebne do wykonywania zadań w zielonych miejscach pracy i „zazielniania” każdej pracy. Vona i in. (2015) podkreślają ich analityczny i techniczny charakter. Komisja Europejska wskazuje w GreenComp 12 kompetencji w 4 obszarach: wartościowanie zrównoważonego rozwoju, rozumienie złożoności, wizualizacja przyszłości oraz działanie (Bianchi i in., 2022). Cabral i Lochan Dhar (2019) traktują je jako system 6 powiązanych elementów: wiedzy, umiejętności, świadomości, postaw, zdolności i zachowań.

Na rozwój zielonych kompetencji wpływają polityki publiczne, rynek pracy i praktyki HR, a szczególnie system edukacji i otoczenie informacyjne, w tym narracje medialne kształtujące zachowania konsumenckie, świadomość, postawy i akceptację dla polityk klimatycznych.

Media jako determinant wiedzy i czynnik modelujący postawy wobec zrównoważonego rozwoju

Media cyfrowe to dla studentów główne źródło informacji i narzędzie komunikacji. W kontekście zielonych kompetencji kluczowe jest zrozumienie, jak różne typy mediów (społecznościowe, informacyjne oraz uczelniane) oddziałują na wiedzę, postawy i zachowania prośrodowiskowe studentów. Badania wskazują, że pełnią odmienne, lecz komplementarne funkcje: media społecznościowe podnoszą świadomość ekologiczną, informacyjne

rozpowszechniają wiedzę, a uczelniane przekształcają ją w trwałe postawy i działania (Yassir, 2025; Frizon i in., 2024).

Media społecznościowe znacząco zwiększają wiedzę i świadomość ekologiczną młodych osób dzięki interaktywnym i angażującym formom przekazu (Yassir, 2025; Ali i in., 2022). Ich wpływ na postawy jest szczególnie mocny, gdy treści są współtworzone przez rówieśników i osadzone w kontekście społecznych norm (Oetomo i Santoso, 2023). Zachowania prośrodowiskowe są z kolei kształtowane pośrednio – poprzez normy społeczne i wzrost postrzeganej wartości ekologicznej działań (Ali i in., 2022). Badania pokazują też wpływ mediów społecznościowych na intencje zakupu zielonych produktów przez pokolenie Z, co wynika z kształtowania subiektywnych norm i wzmacniania proekologicznych przekonań (Oetomo i Santoso, 2023).

Media informacyjne (Internet, telewizja i prasa) są głównie źródłem wiedzy środowiskowej i preferowanym przez studentów kanałem pozyskiwania informacji (Ahmad i Noor, 2015; Yassir, 2025). Ich wpływ na postawy jest słabszy niż mediów społecznościowych, a efektywność zależy od sformułowania przekazu i jego zdolności do budowania emocjonalnego zaangażowania (Karimi i in., 2021). W kształtowaniu zachowań prośrodowiskowych odgrywają rolę wspierającą, lecz ich wpływ jest zwykle pośredni i niższy niż kanałów interaktywnych (Ahmad i Noor, 2015). Wpływ mediów na zachowania młodych ludzi jest mediowany przez normy społeczne i postawy (Karimi i in., 2021).

Media uczelniane, kampusowe inicjatywy środowiskowe i kursy akademickie mają największy wpływ na trwałą zmianę postaw i zachowań studentów. Programy edukacyjne znacząco zwiększają wiedzę prośrodowiskową i wzmacniają wiarę studentów w paradygmaty zrównoważonego rozwoju (Frizon i in., 2024; Pacini i in., 2025). Szczególnie efektywne są interwencje oparte na partycypacji i współdziałaniu, rozwijające kompetencje w praktycznym działaniu. Nawet krótkie interwencje edukacyjne w obszarze zrównoważonego rozwoju prowadzą do istotnych zmian w wiedzy, postawach i praktykach (Pacini i in., 2025).

Dla skuteczności komunikacji zrównoważonego rozwoju ma znaczenie także treść i ton komunikacji. Odbiorcy wyraźnie preferują treści o tonie konstruktywnym, oferujące konkretne rozwiązania i wzmacniające poczucie sprawstwa zamiast wywoływania lęku (Chapman i in., 2017).

Wyniki analizy naukowej

Zebrane w przeprowadzonym badaniu ankiety poddano analizie pod kątem postawionego celu badawczego.

Źródła informacji o zrównoważonym rozwoju i środowisku

Respondenci pytani o źródła informacji o zrównoważonym rozwoju, ESG, klimacie i środowisku najczęściej wskazywali media społecznościowe (78,9%), media informacyjne

(46,6%), rodzinę i znajomych (33,1%) oraz materiały naukowe, podręczniki i wykłady (27,9%). Znacznie rzadziej oficjalne kanały uczelni (15,1%), media studenckie (8,4%) i organizacje pozarządowe (11,6%).

Dominacja mediów społecznościowych potwierdza tendencje z badań międzynarodowych, gdzie platformy cyfrowe są głównym kanałem komunikacji dla pokolenia Z (Yassir, 2025; Karimi i in., 2021). Warto zwrócić uwagę na 32-punktową różnicę między mediami społecznościowymi a informacyjnymi, co sugeruje wyraźną preferencję treści interaktywnych i generowanych przez użytkowników nad tradycyjnymi przekazami medialnymi. Istotne jest relatywnie wysokie znaczenie rodziny i znajomych (33,1%), co może wskazywać na rolę sieci społecznych w transmisji wiedzy środowiskowej.

Postrzeganie wpływu mediów

Analiza postrzegania wpływu mediów ujawnia zróżnicowany obraz. Najsilniejszy respondentzi dostrzegli w zwiększaniu świadomości wpływu działalności człowieka na środowisko (48,2% ocen 4 lub 5) i poszerzaniu wiedzy o problemach środowiskowych (43,3%), najsłabszy w motywowaniu do podejmowania działań proekologicznych (37% ocen 1 lub 2).

Tabela 1. Postrzeganie wpływu mediów (skala 1–5, gdzie: 1 – zdecydowanie się nie zgadzam, 5 – zdecydowanie się zgadzam)

	1	2	3	4	5	Σ(4-5)	Σ(1-2)
Treści medialne zwiększyły moją świadomość wpływu działalności człowieka na środowisko	8%	13,1%	30,7%	34,3%	13,9%	48,2%	21,1%
Dzięki mediom poszerzyłem/am swoją wiedzę o problemach środowiskowych	6%	15,1%	35,7%	30,2%	13,1%	43,3%	21,1%
Dzięki mediom zrozumiałem/am, jakie umiejętności są potrzebne w zielonej transformacji	13,5%	18,3%	39%	21,9%	7,2%	29,1%	31,8%
Media pomogły mi dostrzec praktyczne sposoby wdrożenia zielonych rozwiązań w codziennym życiu	13,5%	18,3%	35,3%	24,6%	8,3%	32,9%	31,8%
Informacje z mediów motywują mnie do podejmowania działań proekologicznych	17,5%	19,5%	34,3%	20,3%	8,4%	28,7%	37,0%

Źródło: badania własne.

Ten wzorzec potwierdza ustalenia Ahmad i Noor (2015) oraz Zhang i Cao (2025), że sama wiedza nie gwarantuje podjęcia działania. Media są skuteczniejsze w informowaniu niż aktywizowaniu, co koresponduje z klasycznym modelem hierarchii efektów komunikacyjnych (poznanie → postawa → zachowanie).

Interesujący jest wysoki odsetek odpowiedzi neutralnych (ocena 3) w przypadku rozumienia potrzebnych umiejętności (39,0%) i dostrzegania praktycznych rozwiązań

(35,3%). Może wskazywać na niepewność respondentów co do realnego wpływu mediów w tych obszarach lub na niewystarczającą jakość treści medialnych w przekazywaniu wiedzy.

Mimo relatywnie niskiej samooceny wpływu mediów na motywację (28,7% ocen 4 lub 5) znaczna część studentów zadeklarowała podjęcie działań proekologicznych pod wpływem treści medialnych w ciągu ostatnich 6 miesięcy (tak 44,2%, nie 33,5%, nie wiem 20,3%). Ta rozbieżność może świadczyć o niedocenianiu rzeczywistego wpływu mediów na swoje zachowania lub o działaniu mechanizmów nieświadomego oddziaływania przekazów medialnych opisywanych w teorii kultywacji (Gerbner i in., 1986).

Wśród deklarowanych działań prośrodowiskowych dominowały: oszczędzanie energii i wody (62,5%), ograniczenie kupowania odzieży i świadome zakupy (45,2%), ograniczenie plastiku (44,0%) i zmiana sposobu odżywiania (34,5%). Są to głównie działania indywidualne i relatywnie łatwe do wdrożenia.

Mimo że media społecznościowe to główne źródło informacji środowiskowej (78,9%), respondenci wykazują się niską aktywnością we współtworzeniu treści. Aż 88% rzadko lub nigdy nie udostępnia treści proekologicznych, a jedynie 4% czyni to często lub bardzo często. Podobnie 70,9% rzadko lub nigdy nie uczestniczy aktywnie w mediach (udostępnianie, komentowanie, tworzenie treści), a często lub bardzo często tylko 10,8%.

Preferencje treści mediów i ton komunikacji

Analiza preferowanych form przekazu medialnego ujawnia wyraźną dominację treści wizualnych i eksperckich. Najczęściej wskazywano: krótkie filmy edukacyjne (67,2%), wypowiedzi autorytetów (42,1%), reportaże i filmy pokazujące skutki środowiskowe (40,5%), historie osób i świadectwa „z pierwszej ręki” (35,2%) oraz artykuły eksperckie (33,2%). Preferowanie krótkich filmów koresponduje z dominacją platform takich, jak TikTok, Instagram Reels czy YouTube Shorts w konsumpcji treści przez młode pokolenie. Jednocześnie wysokie wskazania na wypowiedzi autorytetów (42,1%) i artykuły eksperckie (33,2%) sugerują docenianie wiarygodności źródeł i merytorycznej treści.

Respondenci wyraźnie preferowali obiektywny i neutralny, oparty na faktach ton przekazu medialnego (47,2%), przed pozytywnym pokazującym korzyści i rozwiązania (34,0%). Negatywny, alarmistyczny był najmniej skuteczny (18,8%).

Preferowanie tonu neutralnego może wynikać ze zmęczenia „katastroficznym” przekazem klimatycznym (*climate fatigue*) lub postrzegania emocjonalnie nacechowanych komunikatów jako manipulacyjnych. Jednocześnie relatywnie wysoki odsetek wskazań na ton pozytywny potwierdza skuteczność podejścia opartego na rozwiązaniach (*solutions journalism*) w komunikacji środowiskowej (Moran i in., 2023).

Wnioski i rekomendacje

Analiza wyników badania pokazuje, że media odgrywają złożoną rolę w kształtowaniu zielonych kompetencji studentów. Najsilniej oddziałują na świadomość i ogólną wiedzę o problemach środowiskowych, znacznie słabiej na motywację do działania czy rozwój praktycznych umiejętności potrzebnych w zielonej transformacji.

Różnica między deklarowaną niską skutecznością motywacyjną a faktycznymi zachowaniami ujawnia paradoks, mogący wynikać z nieświadomego oddziaływania przekazów medialnych lub z niedoceniań własnej podatności na treści prośrodowiskowe.

Badanie ujawnia wyraźne preferencje komunikacyjne młodego pokolenia: krótkie materiały wideo, eksperckie wypowiedzi oraz ton neutralny i obiektywny uznawane są za najbardziej wiarygodne i angażujące. Media społecznościowe, mimo dominacji jako źródła informacji, mają ograniczoną zdolność przekładania wiedzy na działanie.

Widoczna jest też istotna rola otoczenia społecznego (rodziny i znajomych), co potwierdza, że procesy kształtowania postaw ekologicznych rozciągają się poza formalne instytucje i obejmują sieci społeczne oraz codzienne interakcje.

Wreszcie znaczenie kanałów uczelnianych (mimo niższego zasięgu) ujawnia potencjał edukacji wyższej w budowaniu kompetencji i trwałych postaw, pod warunkiem dopasowania treści i formy do preferencji młodego pokolenia.

Wyniki badania implikują konkretne działania na poziomie instytucjonalnym i systemowym. Uczelnie powinny zrewidować strategię komunikacji środowiskowej, dostosowując ją do preferencji studentów, aby wykorzystać swój potencjał do odgrywania roli wiarygodnego źródła informacji w obliczu dominacji mediów społecznościowych obciążonych ryzykiem dezinformacji.

Kluczowe w praktykach medialnych jest wzbogacenie przekazów o treści praktyczne i ograniczenie przekazów alarmistycznych na rzecz podejścia opartego na rozwiązaniach.

Na poziomie polityki publicznej rekomenduje się włączenie rodziny i sieci społecznych do kampanii prośrodowiskowych, ponieważ są ważnym źródłem wiedzy środowiskowej dla młodych ludzi.

Wreszcie zidentyfikowany paradoks między niską samooceną wpływu mediów a deklaracjami działań prośrodowiskowych wskazuje na potrzebę opracowania narzędzia pomiaru rzeczywistego (nie deklarowanego) wpływu mediów na zachowania prośrodowiskowe. Powinno uwzględnić mechanizmy nieświadome i minimalizować błąd społecznej pożądanłości odpowiedzi, co byłoby istotną innowacją metodologiczną w badaniach nad komunikacją środowiskową.

Podsumowanie

Przeprowadzone badanie pozwoliło odpowiedzieć na postawiony problem badawczy, pokazując, że przekaz medialny kształtuje zielone kompetencje studentów w sposób selektywny i wielowarstwowy. Media społecznościowe budują głównie świadomość i normy społeczne,

natomiast media uczelniane dostarczają pogłębionej, uporządkowanej wiedzy i sprzyjają rozwijaniu praktycznych kompetencji. Skuteczny rozwój zielonych kompetencji wymaga integrowania obu kanałów i przechodzenia od komunikacji czysto informacyjnej do bardziej angażującej i aktywizującej. Ujawniony paradoks między percepcją wpływu mediów a deklarowanymi zachowaniami wskazuje na istotny obszar wymagający dalszej analizy.

Badanie ma jednak ograniczenia: brak reprezentatywności (jedna, zaangażowana w zrównoważony rozwój uczelnia, co może zawyżać poziom świadomości respondentów), przekrojowy charakter (uniemożliwienie identyfikacji zależności przyczynowo-skutkowych) oraz poleganie na samoocenie uczestników (ryzyko odpowiedzi zgodnych z normą społeczną). Aby lepiej zrozumieć wpływ mediów na zielone kompetencje, przyszłe analizy powinny objąć szerszą próbę, wykorzystać metody jakościowe oraz badania podłużne i eksperymentalne. Mimo ograniczeń badanie stanowi wartościowy wkład w zrozumienie roli mediów w kształtowaniu zielonych kompetencji studentów.

BIBLIOGRAFIA

- Ahmad, J. i Noor, S. (2015). Investigating students' environmental knowledge, attitude, practice and communication. *Asian Social Science*, 11(16), 284. <https://doi.org/10.5539/ass.v11n16p284>
- Ali, M., Ullah, S., Ahmad, M., Cheok, M. i Alenezi, H. (2022). Assessing the impact of green consumption behavior and green purchase intention among millennials toward sustainable environment. *Environmental Science and Pollution Research International*, 30, 23335–23347. <https://doi.org/10.1007/s11356-022-23811-1>
- Bianchi, G., Pisiotis, U. i Cabrera, M. (2022). *GreenComp. Europejskie ramy kompetencji w zakresie zrównoważonego rozwoju*. Urząd Publikacji Unii Europejskiej. <https://data.europa.eu/doi/10.2760/182235>
- Cabral, C. i Lochan Dhar, R. (2019). Green competencies: Construct development and measurement validation. *Journal of Cleaner Production*, 235, 887–900.
- Cedefop. (2022). *An ally in the green transition*. European Centre for the Development of Vocational Training. https://www.cedefop.europa.eu/files/9166_en.pdf
- Chapman, D.A., Lickel, B. i Markowitz, E.M. (2017). Reassessing emotion in climate change communication. *Nature Climate Change*, 7(12), 850–852.
- Convention on Biological Diversity. (2022). Decision adopted by the Conference of the Parties to the Convention on Biological Diversity. UN Environment Programme. <https://www.cbd.int/doc/decisions/cop-15/cop-15-dec-04-en.pdf>
- Core Writing Team, Lee, H. i Romero, J. (red.) (2023). *Climate change 2023: Synthesis report. Summary for policymakers*. The Intergovernmental Panel on Climate Change. https://www.ipcc.ch/report/ar6/syr/downloads/report/IPCC_AR6_SYR_SPM.pdf
- EEA. (2025, 14 października). *Economic losses from weather- and climate-related extremes in Europe* European Environment Agency. <https://www.eea.europa.eu/en/analysis/indicators/economic-losses-from-climate-related>
- FAO. (b.d.). *One health*. Food and Agriculture Organization of the United Nations. <https://www.fao.org/one-health/areas-of-work/water/en>
- Frizon, J., Eugénio, T. i Frizon, N. (2024). Green campus and student proactivity initiatives: The importance of a participatory approach. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 25(6), 1279–1296. <https://doi.org/10.1108/ijshe-11-2022-0362>

- Fuchs, M. (2024). Green skills for sustainability transitions. *Geography Compass*, 18(10), e70003. <https://doi.org/10.1111/gec3.70003>
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M. i Signorielli, N. (1986), Living with television: The dynamics of the cultivation process. W: J. Bryant i D. Zillmann (red.), *Perspectives on media effects* (s. 17–40). Erlbaum.
- International Labour Office. (2019). *Skills for a greener future: A global view based on 32 country studies*. https://www.ilo.org/default/files/wcmsp5/groups/public/%40ed_emp/documents/publication/wcms_732214.pdf
- Karimi, S., Liobikienė, G., Saadi, H. i Sepahvand, F. (2021). The influence of media usage on Iranian students' pro-environmental behaviors: An application of the extended theory of planned behavior. *Sustainability*, 13(15), 8299. <https://doi.org/10.3390/su13158299>
- Komisja Europejska. (2023). *Działania w obronie interesów natury. Kompedium informacyjne: Utrata bioróżnorodności, ochrona przyrody i działania Unii Europejskiej na rzecz natury*. Urząd Publikacji Unii Europejskiej. <https://data.europa.eu/doi/10.2779/18316>
- Kotz, M., Levermann, A. i Wenz, L. (2024). The economic commitment of climate change. *Nature*, 628, 551–557. <https://doi.org/10.1038/s41586-024-07219-0>
- Lee, J.J. i Wang, A. (2025). *NASA analysis shows unexpected amount of sea level rise in 2024*. National Aeronautics and Space Administration. <https://www.nasa.gov/missions/jason-cs-sentinel-6/sentinel-6-michael-freilich/nasa-analysis-shows-unexpected-amount-of-sea-level-rise-in-2024/>
- Moran, K., Almarosa, V. i Seiferling, I. (2023), Solutions-oriented climate journalism: A systematic literature review. *Environmental Communication*, 17(6), 591–608.
- Oetomo, B. i Santoso, S. (2023). The role of digital social media in the formation of attitudes towards green products among information literate youth. *European Journal of Management Issues*, 31(3), 189–195. <https://doi.org/10.15421/192316>
- Pacini, A., Brüggemann, M., Flottmann, M., Großschedl, J. i Schlüter, K. (2025). Sustainability education through green facades: Effects of a short-term intervention on environmental knowledge, attitude, and practices. *Sustainability*, 17(6), 2609. <https://doi.org/10.3390/su17062609>
- Richardson, K., Steffen, W., Lucht, W., Bendtsen, J., Cornell, S.E., Donges, J.F., Drüke, M., Fetzer, I., Bala, G., von Bloh, W., Feulner, G., Fiedler, S., Gerten, D., Gleeson, T., Hofmann, M., Huiskamp, W., Kummerow, M., Mohan, C., Nogués-Bravo, D., ..., Rockström, J. (2023). Earth beyond six of nine planetary boundaries. *Science Advances*, 9(37). <http://doi.org/10.1126/sciadv.adh24>
- UNEP. (2024). *No more hot air ... please! With a massive gap between rhetoric and reality, countries draft new climate commitments. Emissions gap report 2024*. United Nations Environment Programme. <https://www.unep.org/resources/emissions-gap-report-2024>
- Vona, F., Marin, G., Consoli, D. i Popp D. (2015). Green skills. *NBER Working Paper*, 21116. <https://doi.org/10.3386/w21116>
- WHO. (2023, 12 października). *Climate change*. World Health Organization. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/climate-change-and-health>
- WMO. (2025). *State of the global climate 2024*. World Meteorological Organization. https://library.wmo.int/viewer/69455/download?file=WMO-1368-2025_en.pdf&type=pdf&navigator=1
- Wołczek, P. (2014). Ewolucja podejścia do koncepcji zrównoważonego rozwoju na arenie międzynarodowej. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 338, 206–218. <https://doi.org/10.15611/pn.2014.338.18>
- World Commission on Environment and Development. (1987). *Our common future*. Oxford University Press.
- Yassir, M. (2025). The role of media in shaping the cognitive awareness of sustainable development among university students, *The American Journal of Social Science and Education Innovations*, 7(01), 8–13. <https://doi.org/10.37547/tajssei/volume07issue01-03>

Zhang, J. i Cao, A. (2025), The psychological mechanisms of education for sustainable development: Environmental attitudes, self-efficacy, and social norms as mediators of pro-environmental behavior among university students. *Sustainability*, 17(3), 933. <https://doi.org/10.3390/su17030933>

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).
