

# FreeEx Digest

- ediția nr. 6

## TINEREȚE, VOTURI GRELE



Kingdom of the Netherlands

*Acest dosar tematic este realizat în cadrul proiectului „Promovarea gândirii critice în context pre-electoral și electoral” finanțat de Ambasada Regatului Țărilor de Jos.*

*Opiniile și informațiile transmise în cadrul proiectului nu reprezintă poziția Ambasadei Regatului Țărilor de Jos. Responsabilitatea privind acuratețea informațiilor și deciziile editoriale sunt sub controlul exclusiv al Asociației ActiveWatch.*

# TINEREȚE, VOTURI GRELE



# CUPRINS

<b>Tinerete, voturi grele</b>	<b>1</b>
<b>Primele reacții / Ce facem cu ‘tinerii din ziua de azi’?</b>	<b>3</b>
<b>Reacțiile (mai) nuanțate</b>	<b>4</b>
<b>Votul perceput ca formă de protest împotriva sistemului</b>	<b>4</b>
<b>Comunicarea elitistă a partidelor tradiționale</b>	<b>5</b>
<b>Precaritatea treimii</b>	<b>6</b>
<b>Vizibilitatea și promovarea în mediul online</b>	<b>6</b>
<b>Atitudini paradoxale, dar nu letale pentru democrație</b>	<b>7</b>
<b>Problemele tinerilor au îmbătrânit</b>	<b>8</b>
<b>Cum sunt tinerii în Europa</b>	<b>10</b>
<b>Concluzii</b>	<b>14</b>

# TINEREȚE, VOTURI GRELE

În primăvara acestui an, presa și partidele tradiționale din România au ratat, încă o dată, o dezbateră vitală pentru democrația noastră originală. Pornind de la datele [sondajului IRES](#), comandat de inițiativa [Tinerii Votează](#), privind atitudinile și comportamentul electoral al tinerilor din România, o suită de comunicatori publici și-au manifestat îngrijorarea privind un așa-zis teribilism electoral al tinerilor din țara noastră.

Din multitudinea de itemi care ar fi construit o bază solidă de dezbateră, vocile cetății s-au concentrat aproape exclusiv pe intenția conform căreia, la alegerile parlamentare, cea mai mare proporție a tinerilor cu vârste între 18 și 35 de ani ar vota partidul naționalist suveranist AUR (23%), ignorând complet celelalte partide aflate la mică distanță, PNL și USR, care înregistrau câte 20% în preferințele respondenților. O posibilă cauză a acestui discurs apocaliptic, în care publicului i se schițează o imagine trunchiată a realității sociale, ar putea fi disponibilitatea redusă a comunicatorilor de a oferi context [metodologic](#) și de a face distincția clară între intenții, percepții și acțiuni propriu-zise. Constatăm, din nou, cum discuțiile despre democrație se concentrează excesiv pe analiza profilurilor de votanți și a intențiilor de vot, în timp ce analiza instituțiilor și a actorilor care dețin puterea și resursele este marginală, aproape absentă.

Pentru acest dosar tematic, ne-am propus să analizăm dacă a fost justificat tonul alarmist ce a acoperit cu prea mult zgomot rezultatele studiului IRES. În acest demers, am consultat analize și opinii informate, mult mai nuanțate, privind situația tinerilor din România și din Uniunea Europeană. Discuția este necesară mai ales pentru că, în acest an super-electoral, peste [un milion](#) de tineri cu vârste între 18 și 22 de ani își pot exercita dreptul de vot pentru prima dată în viață. Iar acești tineri sunt expuși la mesaje contradictorii și posibil descurajante atunci când le este evaluată cultura politică și civică.

Reamintim că, în urmă cu patru ani, pe parcursul câtorva luni, situația participării la vot a tinerilor s-a modificat semnificativ. Astfel, dacă la sfârșitul lunii septembrie 2020, unii analiști laudau [mobilizarea tinerilor](#) la urnele de la alegerile locale, în decembrie 2020 deplâneau [scăderea abruptă](#) a participării lor la alegerile parlamentare.

Pentru alegerile din luna iunie, veștile sunt, în aparență, optimiste. Conform sondajului [Eurobarometer Youth and Democracy](#), publicat în luna mai 2024 de către Comisia Europeană, 78% dintre tinerii români incluși în eșantion – cu vârste între 15 și 30 de ani – și-au exprimat intenția de a vota la viitoarele alegeri europarlamentare (în timp ce 5% au declarat că nu sunt eligibili pentru a vota, iar restul respondenților au spus fie că nu vor vota, fie că nu sunt siguri de eligibilitatea lor sau de intenția de a vota, fie au preferat să nu răspundă). Desigur, rămâne de văzut în ce măsură aceste intenții asertive, potențial influențate de dezirabilitatea impusă de întrebarea chestionarului („*Intenționezi să votezi la viitoarele alegeri europene?*”), se vor transforma într-o prezență efectivă la vot.

Un demers de analiză detaliată a culturii și a preferințelor politice ale tinerilor, a gradului lor de implicare civică și a participării lor la alegeri le este necesar tuturor celor care sunt cu adevărat preocupați de soarta democrației și a viitorului acestor tineri. Mai mult, credem că atitudinea tinerilor față de politică nu poate fi înțeleasă doar prin analiza registrelor electorale, ci și prin analiza semnalelor de îngrijorare și de neîncredere pe care aceștia le transmit atunci când sunt întrebați despre instituțiile democratice din România.

# Primele reacții / Ce facem cu ‘tinerii din ziua de azi’?

La începutul lunii aprilie, în spațiul public a început o serie de dezbateri și analize îngrijorate, legate de opțiunile de vot îndreptate spre partidul naționalist AUR, generând reacții care pot fi considerate, la rândul lor, îngrijorătoare. Politicieni din partidele tradiționale, cum ar fi europarlamentarul Rareș Bogdan (PNL) și senatorul Lucian Romașcanu (PSD), au cerut o strictă [reglementare](#) a rețelei TikTok sau chiar interzicerea mesajelor de propagandă politică de pe aceasta, susținând că platforma, pe care vizibilitatea partidelor tradiționale nu este atât de mare, răspândește dezinformări, manipulări și încercări de destructurare a democrației europene.

Declarațiile acestor politicieni din arcul guvernamental vin în contextul în care – așa cum a arătat Misreport, platformă jurnalistică specializată în domeniul analizei *fake news* – dezinformarea este prezentă pe toate rețelele de socializare, nu numai pe TikTok, „iar politicienii [au evitat să vorbească](#) până acum despre acest fenomen, pentru că, printre altele, beneficiau de efectele lui”. Concomitent, în mod ironic, cele două partide din arcul guvernamental sunt responsabile de utilizarea aceluiași tehnici de dezinformare online pe care acuză acum AUR că le-a folosit pentru a-și câștiga notorietatea în rândul tinerilor. Astfel, platforme journalistice ca [Misreport](#), [Factual](#) și [PressOne](#) au documentat, în ultimii ani, tehnicile celor două partide de manipulare a opiniei publice prin intermediul unor conturi false sau a unor pagini de Facebook/Meta și site-uri care imită platforme journalistice.

Mai mult, reflexul de a supra-reglementa TikTok, sub pretextul combaterii propagandei și a dezinformării, este cel puțin lipsit de substanță, în condițiile în care principalele partide din arcul guvernamental au eșuat sistematic, în ultimii trei ani, să transparentizeze [mecanismele prin care finanțează, cu bani publici, presa tradițională](#), decredibilizând în egală măsură comunicarea politică și rolul mass-media în spațiul public.

# Reacțiile (mai) nuanțate

Posibilele motive din spatele preferinței tinerilor pentru partide autodeclarate ca fiind anti-sistem au fost comentate public de mai mulți politologi, sociologi și profesori universitari. Ne-am uitat la aceste analize și le-am corelat apoi cu date din sondajul realizat de IRES, iar mai jos prezentăm o sinteză a ideilor vehiculate de specialiștii citați de presă, cu scopul de a încerca să aducem mai multă claritate referitor la motivațiile din spatele unor intenții de vot pentru care tinerii au fost blamați, mai mult sau mai puțin explicit, în dezbaterile publice.

## Votul perceput ca formă de protest

### împotriva sistemului

Astfel, conform sociologilor, o posibilă explicație pentru aceste intenții politice este perceperea votului drept o formă de **protest** față de partidele tradiționale. După cum arată inclusiv sondajul IRES, tinerii au o încredere foarte scăzută în instituțiile democratice românești: formațiunile politice (4%), Parlamentul (9%), Guvernul (9%), președintele republicii (11%), dar și presa (14%). De asemenea, peste două treimi sunt mai degrabă neîncredători în democrația internă și cred că, în România, lucrurile merg într-o direcție greșită, iar majoritatea lor (80%) consideră că politicienii români promit lucruri fără a se ține de cuvânt.

În consecință, **decredibilizarea partidelor clasice** poate conduce la popularizarea votului anti-sistem, a opțiunii neîncercate. Nemulțumirile tinerilor acumulate în timp și incapacitatea lor de a influența schimbările macrosociale, precum inflația și războiul, creează **frustrări care trebuie revărsate**, iar partidele anti-sistem au un discurs centrat pe identificarea vinovaților: ceilalți politicieni sau sistemul. „Oamenii sunt dispuși să voteze acum într-o mai mare măsură **împotriva a ceea ce disprețuiesc**, i-a enervat sau i-a revoltat de-a lungul timpului decât pentru interesul lor sau pentru ceea ce iubesc”, argumentează sociologul Dan Petre, citat de Hotnews.

## Comunicarea elitistă a partidelor tradiționale

Ținând cont de imaginea pe care și-a conturat-o, cea de alternativă la sistemul actual, dar și de faptul că este un partid relativ nou, aflat într-un proces de consolidare, AUR le oferă tinerilor, cel puțin teoretic, posibilitatea de a **participa activ** la schimbare, un sentiment de implicare, de apartenență. De asemenea, discursurile partidelor clasice, spun sociologii, nu sunt neapărat adaptate tinerilor, în timp ce AUR are o abordare **mai puțin elitistă**, mai puțin instituțională, discutând cu ei de pe aceeași treaptă. În acest context sunt relevante **declarațiile** reprezentanților PSD și PNL din cadrul unui eveniment desfășurat la Palatul Parlamentului, unde, alături de alți politicieni și de 200 de tineri, au fost discutate chiar rezultatele sondajului IRES. După cum a relatat presa, Vasile Dîncu (PSD) le-a transmis participanților că, *„în general, tinerețea, cum spune Marin Preda, este un orgoliu, rareori o valoare”, iar Alexandru Muraru (PNL) a susținut că „nu există încă o societate care a fost condusă vreodată de tineri”*. În viziunea lui Muraru, *„tinerii conduc atunci când le vine rândul, de regulă când sunt maturi și nu-i mai respectă pe tinerii care au fost”*. Astfel de declarații pot alimenta nemulțumirea tinerilor față de partidele tradiționale și pot justifica dezinteresul covârșitor al lor față de viața politică din România (72% sunt dezinteresați, conform sondajului IRES).

O altă explicație pentru nivelul scăzut de participare politică a tinerilor este faptul că, potrivit aceluiași sondaj, foarte puțini se simt pregătiți, din punct de vedere profesional, să se implice în activitatea unei formațiuni politice (15%), un sentiment ce poate fi accentuat de declarații precum cele ale lui Alexandru Muraru. Mai mult, majoritatea spun că nu au timpul necesar pentru a se implica politic (83%). Pe de altă parte, o treime dintre tineri consideră că grupul lor de vârstă nu are puterea de a schimba lucrurile din România și cred că nu pot colabora cu alte generații pentru a determina o schimbare în bine la nivelul țării.

Așadar, intenția de vot a tinerilor poate fi înțeleasă și prin existența acestui context, în care AUR încearcă să capitalizeze nemulțumirea lor față de partidele clasice.



## Precaritatea treimii

Potrivit sociologilor, o altă explicație pentru atractivitatea partidului AUR o constituie nereușita partidelor tradiționale de a asigura **bunăstarea socială** a tinerilor. În 2022, la nivelul Uniunii Europene, România avea cea mai mare rată a persoanelor cu vârste între 15 și 29 de ani aflate în risc de **sărăcie sau excluziune socială**, peste o treime dintre ele încadrându-se în această situație (37,9%). Totodată, sondajul IRES relevă că cele mai îngrijorătoare patru aspecte privind situația tinerilor din România sunt lipsa oportunităților pe piața muncii, calitatea slabă a educației, adicțiile (consumul de droguri, de alcool) și neajunsurile financiare. Prin urmare, proporția mare de tineri care trăiesc în precaritate socială creează nemulțumiri acute, iar AUR, susține profesorul Mihai S. Rusu, le oferă o viziune salvatoare despre soluții practice de **corectare** a in justiției sociale.

Evenimentele trăite în perioada copilăriei de tinerii de azi, inclusiv criza economică mondială din 2008, la care s-au adăugat acum pandemia și războiul de peste graniță, au dat naștere unui context în care discuțiile despre **identitatea națională și imigrație** au recăpătat o poziție centrală. AUR a profitat și a folosit astfel de evenimente, surse de nesiguranță, ca pârghie, construind un discurs atrăgător pentru tineri (și nu numai).

## Vizibilitatea și promovarea în mediul online

Evidențiat de către sociologi, un alt factor posibil responsabil pentru popularitatea AUR este **vizibilitatea** pe care partidul o are în mediul digital, în special în cadrul **rețelelor sociale**, spații dominate de tineri. Potrivit sondajului realizat de IRES, aproape jumătate dintre tineri folosesc rețelele de socializare ca mijloc de informare primară despre evenimente de interes pentru societate petrecute în România, iar circa un sfert citesc presa online. Numai 18% se documentează prin intermediul emisiunilor de la televizor, în timp ce 7% sunt informați despre astfel de evenimente de către colegi, prieteni sau alți cunoscuți.

Rețelele de socializare (Facebook/Meta - pentru 63% dintre respondenții sondajului IRES, Instagram - 32%, YouTube - 25% și TikTok - 22%) constituie, deci, cele mai frecvent folosite platforme pentru informarea privind scena politică românească. În acest context, este relevant faptul că aproape trei sferturi dintre tineri (73%) menționează că se întâmplă să își schimbe părerea referitoare la un eveniment de interes pentru societate sau la o problemă politică după ce urmăresc conținut postat pe rețelele de socializare. În același timp, în ceea ce privește conținutul distribuit de către oamenii politici sau partidele politice din România pe rețelele respective, doar 12% dintre tineri spun că au încredere în acesta.

Un alt demers prin care AUR ar putea câștiga teren în atragerea electoratului tânăr îl reprezintă lansarea și dezvoltarea unei **aplicații** a partidului. Aplicația funcționează similar unui joc online, unde fiecare utilizator avansează în rang prin acumularea unor puncte, care sunt primite, printre altele, pentru activități ca: participarea fizică la evenimentele organizate de partid, recrutarea altor membri prin trimiterea de invitații, furnizarea unor date de identificare, donații în contul partidului și, în general, utilizarea aplicației. În acest sistem de fidelizare, cu cât un utilizator avansează mai mult în rang, cu atât primește mai multe beneficii, precum vizite ghidate în Parlament, acces la conferințe tematice la care participă cei din partid, reduceri în magazinul AUR și chiar întâlniri individuale cu președintele partidului, George Simion.

## **Atitudini paradoxale, dar nu letale pentru democrație**

Potrivit sondajului IRES, 75% dintre tineri preferă lideri politici puternici, „care să nu piardă timpul cu alegeri și cu discuțiile din Parlament”, ceea ce exprimă o înclinație către autoritarism. Această apetență spre lideri nedemocratici nu este specifică, totuși, numai tinerilor, ci se manifestă și în cazul mediei populației generale din România (incluzând tinerii), însă în proporții mai mici, de aproximativ 40%, după cum arată un **studiu** publicat în aprilie 2024 de către Institutul Internațional pentru Democrație și Asistență Electorală (IDEA).

Sondajul IRES mai relevă faptul că cele mai importante aspecte de care tinerii țin cont atunci când votează sunt alegerea „răului cel mai mic” (41%), profilul candidaților (39%) și activitatea partidului care îl susține pe candidat (38%). Ideologia politică (26%), precum și programul electoral al partidului ori al candidatului (20%) par motivații mai degrabă marginale pentru decizia de vot în rândul tinerilor.

Așadar, chiar dacă, în scenarii ipotetice, tinerii înclină spre lideri autoritari, atunci când trebuie să enumere criteriile care stau la baza votului, observăm, totuși, o doză considerabilă de pragmatism și raționalitate.

## **Problemele tinerilor au îmbătrânit**

Șocul, disimulat sau autentic, pe care sondajul IRES l-a creat în rândul formatorilor de opinie ar fi putut fi gestionat mai bine dacă analizele nu s-ar fi rezumat doar la cele 23 de procente de favorabilitate pentru partidul AUR și dacă ar fi inclus alte elemente de context, cum ar fi aspectele care conturează viața tinerilor și, implicit, opțiunile lor politice.

În 2018, Fundația Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) a investigat valorile, atitudinile și percepțiile a peste 10.000 de tineri din zece țări ale Europei de Sud-Est, printre care și România, cu accent pe implicarea lor civică și politică și pe relația cu propria comunitate. [Studiul FES](#) arată că, la acea dată, pentru tinerii români, instituțiile și organizațiile cu cea mai scăzută încredere erau partidele politice (4,7% încredere), Parlamentul (6,1%), Guvernul (7,8%), Fondul Monetar Internațional (11,2%), sindicatele (11,5%) și organizațiile societății civile (11,9%), în timp ce biserica (39%) și armata (39,5%) se aflau la celălalt pol. Rezultatele sunt similare cu cele din sondajul IRES și reflectă o insatisfacție recurentă față de instituțiile democratice românești.

Deși tinerii români devin, mai ales în contexte electorale, ținta criticilor unor politicieni și ale unor formatori de opinie, care invocă lipsa lor de implicare civică, mai multe studii recente susțin scenarii contrare. Spre exemplu, potrivit unui sondaj publicat recent, în mai 2024, de către Comisia Europeană ([Eurobarometer Youth and Democracy](#)), România este, alături de Luxemburg, țara cu cea mai mare proporție a tinerilor cu vârste între 15 și 30 de ani care

declară că au participat, în ultimele 12 luni, la activități de voluntariat în cadrul unor organizații (26%, față de media de 17% a Uniunii Europene). De asemenea, sondajul arată că România are cel mai ridicat procent din UE al tinerilor care s-au implicat, în ultimul an, în demersuri civice, prin acțiuni precum semnarea de petiții, participarea la demonstrații sau trimiterea de scrisori politicienilor (57%), fiind urmată de Irlanda (54%) și Finlanda (53%). Conform sondajului citat, participarea civică a tinerilor români a avut la bază dorința de a produce schimbări, în general, în următoarele domenii: drepturile omului (inclusiv cele ale minorităților de gen, rasiale sau sexuale), sănătatea și bunăstarea, schimbările climatice și protecția mediului.

*Notă: Deși veștile aduse de acest studiu Eurobarometru sunt bune, ele trebuie citite ca reflectând trăsăturile populației incluse în cercetare. Mai exact, trebuie citite ținând cont, pe lângă modul de formulare a întrebărilor, și de validitatea eșantionului din panelul institutului de cercetare, conform metodologiei publicate. Metoda de colectare a datelor – CAWI (Computer-Assisted Web Interviewing) – are o serie de neajunsuri, cum ar fi subreprezentarea anumitor categorii de populație: persoanele din mediile defavorizate, cele care au un grad mai scăzut de școlarizare, cele fără acces la internet sau fără competențe digitale. Majoritatea studiilor citate în secțiunea următoare au utilizat aceeași metodă de cercetare.*

# Cum sunt tinerii în Europa

Pentru a înțelege mai bine posibilele direcții către care se îndreaptă tinerii români, este util să extindem analiza de la contextul național la cel european.

În ceea ce privește sursele de informare ale tinerilor, conform mai multor cercetări desfășurate la nivel european, acestea sunt similare cu cele ale tinerilor români, așa cum au fost relevate de sondajul IRES.

Tinerii se informează despre politică prin modalități diferite față de celelalte categorii de vârstă, potrivit studiului [Participarea tinerilor la procesele democratice europene](#) (2022), realizat la comanda Parlamentului European. Rețelele sociale oferă o cale de a ajunge la mase într-o perioadă foarte scurtă de timp, iar tinerii se informează despre politici și știri specifice intereselor lor prin astfel de platforme. Acest fapt este confirmat și de cel mai recent studiu despre tineri comandat de Comisia Europeană, [Eurobarometer Youth and Democracy](#) (2024). Conform studiului, în privința informării despre Uniunea Europeană, majoritatea tinerilor europeni folosesc rețelele de socializare (56%). Al doilea cel mai important mijloc prin care tinerii se informează despre UE este televiziunea (49%), urmată de presa online, podcasturi și/sau platformele de știri (33%). Mai mult de unu din cinci respondenți se informează fie prin intermediul conversațiilor cu prietenii, familia sau colegii (29%), fie prin intermediul radioului (23%), fie prin intermediul școlii sau al universității (23%).

La rândul său, sondajul [Eurobarometer Media & News Survey](#) (2023), comandat de Parlamentul European, a arătat că tinerii cu vârste între 15 și 24 de ani: sunt mult mai dispuși să folosească platformele de socializare pentru a se informa (59%) decât persoanele cu vârsta peste 55 de ani (24%); urmăresc influenceri sau creatori de conținut (79%), în comparație cu doar 14% dintre persoanele cu vârste de peste 55 de ani; au mai multe șanse să citească articole sau postări care apar pe rețelele lor sociale (41%) decât persoanele cu vârste de peste 55 de ani (24%).

Potrivit aceluiași studiu, dintre rețelele de socializare, tinerii cu vârste între 15 și 24 de ani utilizează, cu precădere, Instagram (76%), YouTube (69%), WhatsApp (60%) și TikTok (55%). Motivele pentru care tinerii au folosit

rețelele de socializare au fost mai ales pentru a accesa conținut foto și video (57%), pentru comunicare (53%), pentru a fi la curent cu ce fac prietenii, familia sau colegii (52%) și pentru a urmări știri și evenimente (48%).

În ceea ce privește relația cu elitele politice, nivelul de implicare politică și civică, modalitățile de implicare și prioritățile tinerilor din țările europene, tinerii români se înscriu în tendințe similare cu cele ale celorlalți tineri europeni.

Anterior, am menționat despre îngrijorările principale ale tinerilor din România ce reies din sondajul IRES: lipsa oportunităților pe piața muncii, calitatea slabă a educației, adicțiile (consumul de droguri, de alcool), neajunsurile financiare. La acestea se adaugă și o preocupare pentru combaterea schimbărilor climatice, pe care 70% dintre cei chestionați în sondajul IRES o consideră drept o prioritate, chiar și în condițiile în care pentru aceasta trebuie sacrificat progresul economic.

Conform sondajului [Eurobarometer Youth and Democracy](#) (2024), în ceea ce privește prioritățile politice, așteptările tinerilor europeni față de UE sunt: menținerea păcii, consolidarea securității și cooperarea internațională (37% media pe totalul respondenților și 33% dintre tinerii români), combaterea sărăciei și a inegalităților economice și sociale (34% media pe totalul respondenților, tot 34% dintre tinerii români), promovarea drepturilor omului, a democrației și a valorilor europene comune (30% media pe totalul respondenților, 30% dintre tinerii români) și creșterea oportunităților de angajare pentru tineri (28% media pe totalul respondenților, 30% dintre tinerii români). Aproximativ un sfert dintre tineri (26% media pe totalul respondenților, 18% dintre tinerii români) se așteaptă ca UE să promoveze o politică pe principii ecologice și să lupte împotriva schimbărilor climatice. Aproximativ o cincime se așteaptă la promovarea unor societăți mai incluzive, inclusiv a egalității de gen și a anti-discriminării (21% media pe totalul respondenților, 19% dintre tinerii români).

Totodată, 30% dintre tinerii europeni chestionați în [European Parliament Youth Survey](#) (2021) considerau că trebuie făcute eforturi suplimentare pentru a fi integrați mai bine pe piața muncii, iar 28% se așteptau la mai multe eforturi pentru incluziunea tinerilor defavorizați.

În ceea ce privește interesul față de viața politică și relația cu elitele politice, [European Parliament Youth Survey](#) (2021) menționa că 85% dintre tineri discutau cu prieteni și cunoștințe despre politică. În același timp, 70% considerau că tinerii au o voce slabă în politicile UE și că decidenții nu le ofereau suficientă atenție. În 2022, raportul [Tineretul și democrația în Anul European al Tineretului](#) evidenția, de asemenea, dorința tinerilor europeni de a fi ascultați mai mult de către cei care iau deciziile (33%).

De asemenea, conform raportului [Eurobarometer Youth and Democracy](#) (2024), tinerii consideră că votul la alegerile locale, naționale sau europene este cea mai eficientă acțiune pentru a-și face auzită vocea de către factorii de decizie (38%). Pe locul al doilea se situează implicarea în social media prin exprimarea opiniei lor, utilizarea hashtag-urilor sau schimbarea pozei de profil, acțiune aleasă de 32% dintre respondenți. Cele mai eficiente acțiuni pentru a face vocea tinerilor auzită sunt participarea la organizații studentești sau de tineret (26%), participarea la o consultare publică privind inițiativele politice propuse (online sau offline), inclusiv în cadrul Dialogului UE pentru tineret (25%), participarea la mișcări politice, în partide sau sindicate (25%) și voluntariatul pentru o organizație de caritate/campanie (22%).

O mică parte dintre aceștia aleg boicotarea sau cumpărarea anumitor produse din motive politice, etice sau de mediu (16%) și contactarea unui politician în legătură cu o problemă (11%) ca fiind acțiuni eficiente pentru a-și face auzită vocea de către factorii de decizie.

Când vine vorba despre implicarea civică și politică, aproximativ jumătate dintre tinerii europeni intervievați declară că au participat, în ultimul an, la acțiuni pentru a schimba societatea (48%), cum ar fi semnarea unei petiții, participarea la demonstrații sau trimiterea de scrisori politicianilor. Cele mai mari procente indică faptul că au întreprins acțiuni în domeniul drepturilor omului (34%) și în cel al schimbărilor climatice și al protecției mediului (33%). Aceste domenii sunt urmate îndeaproape de cel al sănătății și al bunăstării (29%) și de cel al drepturilor egale indiferent de sex, rasă sau sexualitate (29%).

Nu în ultimul rând, și studiul [Participarea politică semnificativă a tinerilor: concepte, tendințe și implicații politice](#) (Youth Partnership, 2021), arată că tinerii din Europa sunt din ce în ce mai activi politic prin proteste, activism și prin exprimarea propriei viziuni politice pe social media. Conform acestui studiu, în general, ei folosesc forme alternative specifice activismului politic, precum *vlogging*-ul, campaniile de pe social media și serviciile de *live streaming*. Potrivit sursei menționate, tinerii nu sunt neimplicați politic, ci pur și simplu au o abordare diferită în „*a-și lua viitorul în propriile mâini*”. Adesea, ei sunt marginalizați din acest punct de vedere, aceștia nereprezentând o bază electorală de interes pentru clasa politică. Astfel, multe dintre opiniile tinerilor cu preocupări civice au ecou numai în interiorul acestei categorii de vârstă, ceea ce ar putea accentua decalajul de comunicare și înțelegere între generații.



# Concluzii

Ca urmare a unor relatări omisive sau insuficient de nuanțate, politicienii, formatorii de opinie și presa au reușit contraperformanța de a comenta rezultatele sondajului IRES într-o manieră alarmistă. După apariția sondajului, [declarațiile](#) depreciative ale unor politicieni și ale unor jurnaliști au consolidat un context în care tinerii sunt blamați la nivel instituțional și societal pentru lipsa de implicare civică. Totodată, sunt ignorate discuțiile serioase despre problemele lor cotidiene care ar putea să stea la baza unor opțiuni politice. În mod ironic, chiar aceste comportamente ale presei și ale politicienilor pot fi responsabile pentru disprețul tinerilor față de viața politică și pentru un eventual nivel scăzut de implicare civică a lor.

De asemenea, rezultatele sondajului IRES au scos în evidență ipocrizia și perspectivele unidirecționale ale partidelor tradiționale, care au arătat din nou că interesul public nu primează. În aparență îngrijorate de fenomenul dezinformării, ele au căutat, de fapt, [să diminueze sau să elimine](#) vizibilitatea partidelor de opoziție pe anumite platforme, omițând să discute despre alte rețele de socializare – precum Facebook/Meta, unde beneficiază de pe urma unor [metode de manipulare a publicului](#) – ori despre televiziunile pe care le îndoapă, [în mod netransparent](#), cu bani chiar de la cetățeni. Astfel, așa cum arată și jurnaliștii Misreport, aceste partide tradiționale au fost mai degrabă preocupate de propriile interese decât de implementarea unor soluții pe termen lung pentru combaterea dezinformării online, prin programe de [educație media](#).

Recent, în România, platformele Instagram și TikTok au început să fie folosite de către politicieni pentru [campaniile lor electorale](#), inclusiv de către candidații la alegerile locale și europarlamentare. În contradicție cu intențiile unor reprezentanți ai partidelor tradiționale de restricționare a acestor mesaje, sub pretextul combaterii dezinformării, atenția acordată de jurnaliști și de politicieni comunicării pe astfel de platforme online poate fi utilă pentru a face electoratul tânăr să fie mai informat, dar și mai auzit și, deci, mai implicat pe plan politic.

**FreeEx Digest este un proiect editorial al Asociației ActiveWatch, realizat de echipa ActiveWatch și colaboratorii săi și susținut financiar de Ambasada Regatului Țărilor de Jos.**

**Proiectul FreeEx Digest este inspirat de munca de peste 20 de ani dedicată monitorizării libertății presei și cuprinsă în [rapoartele anuale privind libertatea de exprimare în România](#).**

- FreeEx Digest nr. 1 Siguranța jurnaliștilor. Linșaj public și kompromat poate fi citit [aici](#).
- FreeEx Digest Nr. 2 Controlul și cenzura comunicațiilor digitale poate fi citit [aici](#).
- FreeEx Digest nr. 3 Breaking news democracy poate fi citit [aici](#).
- FreeEx Digest nr. 4 Partidele, banii și presa - o relație toxică poate fi citit [aici](#).
- FreeEx Digest nr. 5 Jurnaliștii și sursele lor poate fi citit [aici](#).

