CEDMO
Central European Digital
Media Observatory

ESPRESSO

CEDMO Tracking V4+5 Czwarta fala oczami Ipsosu:

Media społecznościowe: użytkownicy i platformy

Espresso

Ipsos

ZAWARTOŚĆ RAPORTU

1 Podstawowe parametry
1.1 Specyfikacja badania
2 Usuwanie treści w mediach społecznościowych
3 Kontrola czatu 2.0
4 Rejestrowanie przepisów DSA w praktyce
5 Korzystanie z mediów społecznościowych w krajach V4

1 Podstawowe parametry

Nazwa badania: CEDMO Tracking (V4+5)

Termin głównego zbierania danych: 4. fala, 15 stycznia 2026 r. – 5 lutego 2026 r.

Grupa docelowa: reprezentatywna populacja w wieku powyżej 15 lat

Sposób wyboru respondentów i respondentek: wybór kwotowy

Ustawienia kwot: zgodnie z danymi Czeskiego Urzędu Statystycznego (ČSÚ)

Obserwowane kwoty: płeć, wiek, wykształcenie, region, wielkość miejsca zamieszkania

Metoda zbierania danych: ankieta metodą CAWI za pomocą panelu internetowego

Całkowita próba: 4. fala: n=12 887 (wszystkie kraje): CZ n=1524, SK n=1540, EE n=1384, FI n=1371, FR n=1514, DE n=1497, HU n=1400, PL n=1404, SL n=1253

1.1 Specyfikacja badania

Celem długoterminowego badania przeprowadzonego w krajach V4 (Czechy, Słowacja, Polska, Węgry) i innych krajach europejskich (Słowenia, Francja, Niemcy, Estonia, Finlandia) jest obserwacja postaw i opinii społeczeństwa na różne tematy społeczne, skupiające się przede wszystkim na generatywnej sztucznej inteligencji, jej wykorzystaniu i regulacjach, zaburzeniach informacyjnych czy ocenie demokracji. Długoterminowe badania koncentrują się również na mapowaniu rozwoju tych trendów. Zleceniodawcą badań jest międzynarodowe, multidyscyplinarne centrum badawcze CEDMO (Central European Digital Media Observatory), kierowane przez Uniwersytet Karola (ČR), a wykonawcą jest firma IPSOS. Kierownikiem zespołu badawczego CEDMO jest Václav Moravec, a z ramienia zespołu badawczego IPSOS w projekcie uczestniczy Michal Kormaňák.

Kwestionariusz badawczy został opracowany przez zleceniodawcę i skonsultowany z wykonawcą, a jego ostateczna wersja została przygotowana we współpracy z wykonawcą. Dane zebrano elektronicznie w połączeniu z ankietą osobistą. Wybór respondentów zapewniła firma IPSOS za pośrednictwem panelu internetowego. Respondenci zostali zrekrutowani na podstawie przepisów dotyczących kwot zatwierdzonych przez zleceniodawcę.

2 Usunięcie treści i zamknięcie konta w serwisach społecznościowych

Najczęściej używaną siecią w badanych krajach jest Facebook (85%). Kolejne miejsca zajmują WhatsApp (58%), Instagram (55%) i YouTube (55%). Średnio 22% użytkowników z krajów V4+5 ma wszystkie posty na swoim profilu publiczne. Najrzadziej publiczne posty mają Finowie (16%) oraz Czesi i Francuzi (19%). Słowacy i Estończycy mają 22%, publiczne posty ma również 23% Węgrów i 25% Niemców. Najwięcej postów pozostawia otwartych Polacy i Słoweńcy (27%). Są to głównie mężczyźni i osoby powyżej 55 roku życia.

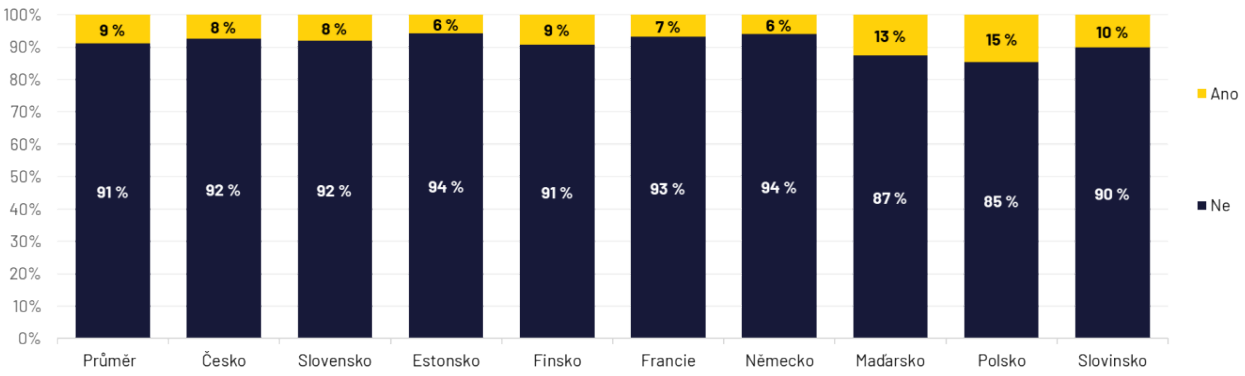
W obecnej fali 9% użytkowników sieci w badanych krajach stwierdziło, że w ciągu ostatniego roku usunięto im treści z konta w niektórych sieciach społecznościowych.

Najwięcej postów zostało usuniętych na Facebooku, Instagramie lub TikToku. Polska (15%) i Węgry (13%) to kraje, w których najczęściej usuwano treści użytkowników. Treści zostały usunięte również 10% użytkownikom z a i Słowenii, 9% użytkownikom z Finlandii, 8% z Czech i Słowacji, 7% z Francji, a najmniej z Niemiec i Estonii (6%). Częściej dotyczyło to osób w wieku do 34 lat.

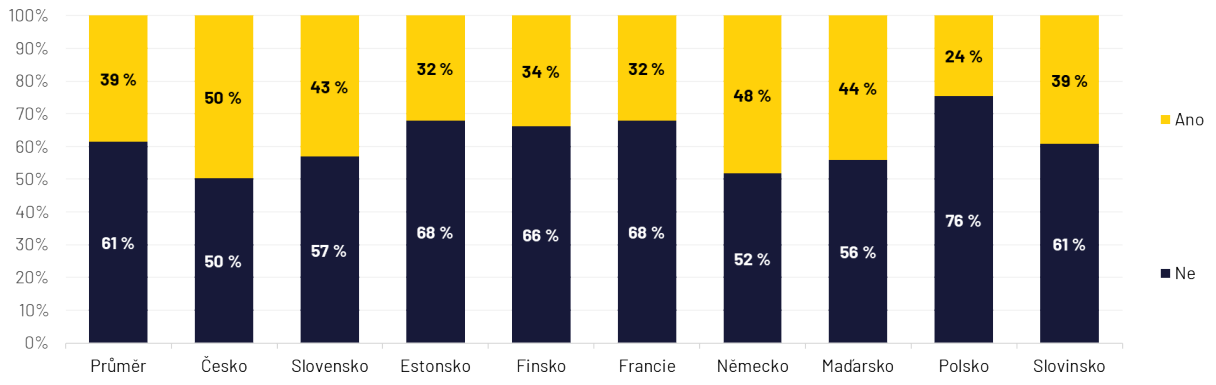
Najczęściej treści były usuwane bezpośrednio przez platformę (39%), a administratorzy lub użytkownicy-moderatorzy usuwali 24% treści w mediach społecznościowych w badanych krajach. W Polsce (31%) i Słowenii (35%) treści były częściej usuwane przez administratorów, w Polsce 24% treści zostało usuniętych przez platformę, a w Słowenii 33% treści użytkowników zostało usuniętych przez platformę. Najwięcej użytkowników, których treści zostały usunięte przez platformę, znajduje się w Niemczech (49%), gdzie administratorzy usunęli 22% treści. W Czechach 39% treści zostało usuniętych przez platformę, a 16% przez administratorów, na Słowacji 42% treści zostało usuniętych przez platformę, a 24% przez administratorów.

Treści zostały usunięte z platformy głównie ze względu na poglądy polityczne (12%), zwłaszcza w Czechach (24%). Na Słowacji i w Niemczech powód ten podało 15% użytkowników, w Słowenii 14%, w Polsce 7%, a w Finlandii tylko 3% użytkowników, którym usunięto treści. W Polsce 20% użytkowników usunęło treści z sieci społecznościowej z powodu osobistych zdjęć, we Francji problem ten dotyczył 14% użytkowników. Przeciwko usunięciu treści odwołano się średnio w 39% przypadków. Najwięcej w Czechach (50%) i Niemczech (48%), najmniej w Polsce (24%). Średnio jednak tylko 20% odwołań zakończyło się sukcesem.

W ubiegłym roku średnio 3% użytkowników zamknęło swoje konta. Głównymi powodami były ataki hakerów, niekorzystanie z konta lub naruszenie zasad platformy.



Pytanie: SOCM05. Czy w ciągu ostatniego roku usunięto treści z Twojego konta w mediach społecznościowych?



Pytanie: SOCM05D. Czy odwołałeś się od decyzji o zaprzestaniu rozpowszechniania treści?

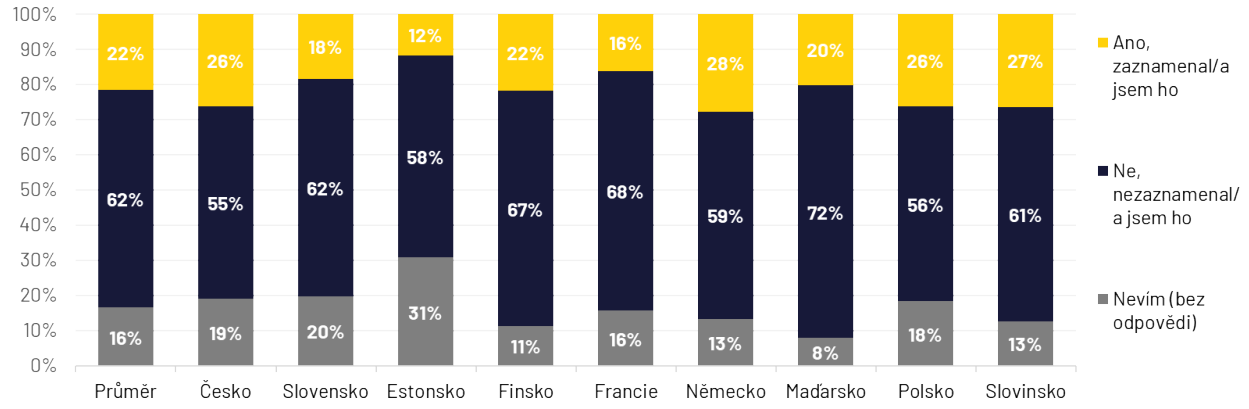
3 Chat Control 2.0

Pod koniec listopada 2025 r. przedstawiciele państw członkowskich Unii Europejskiej uzgodnili projekt mający na celu walkę z rozpowszechnianiem w środowisku internetowym materiałów przedstawiających wykorzystywanie seksualne dzieci. O przygotowywanym rozporządzeniu wiedziało średnio 22% osób w krajach V4+5. Najczęściej w Niemczech (28%), Słowenii (27%), ale często także w Czechach (26%) i Polsce (26%). W Estonii o przygotowywanym rozporządzeniu wiedziało tylko 12% osób. Rozporządzenie Chat Control 2.0 częściej odnotowali mężczyźni, podobnie jak osoby młode w wieku do 34 lat.

W związku z przygotowywanym rozporządzeniem europejskim średnio 58% populacji badanych krajów wierzy, że organy europejskie będą stosować rozporządzenie CSAM wyłącznie w zamierzonym celu ochrony przed wykorzystywaniem seksualnym dzieci oraz że przygotowywane rozporządzenie europejskie CSAM przyczyni się do zwiększenia bezpieczeństwa środowiska internetowego.

Najbardziej sceptyczni w odniesieniu do powyższych stwierdzeń są Czesi. Tylko 53% z nich wierzy, że europejskie organy będą stosować rozporządzenie CSAM wyłącznie w zamierzonym celu, a mniej niż połowa czeskiej populacji (48%) uważa, że CSAM przyczyni się do zwiększenia bezpieczeństwa w środowisku internetowym. Najbardziej wierzą w to, że rozporządzenie przyczyni się do bezpiecznego środowiska online, Francuzi (67%) i Słoweńcy (64%). Zaufanie do poprawy bezpieczeństwa podzielają również Estończycy i Finowie (63%). Polacy (53%), Węgrzy (55%) i Słowacy (55%) są

bardziej sceptyczni, podobnie jak Czesi. Jednak to Słoweńcy najbardziej obawiają się (51%), że ktoś może wysłać im plik, który podczas skanowania ich urządzenia zostanie oznaczony jako szkodliwy i niezgodny z rozporządzeniem CSAM. Obawy przed taką sytuacją zgłosiło średnio 38% mieszkańców krajów V4+5.



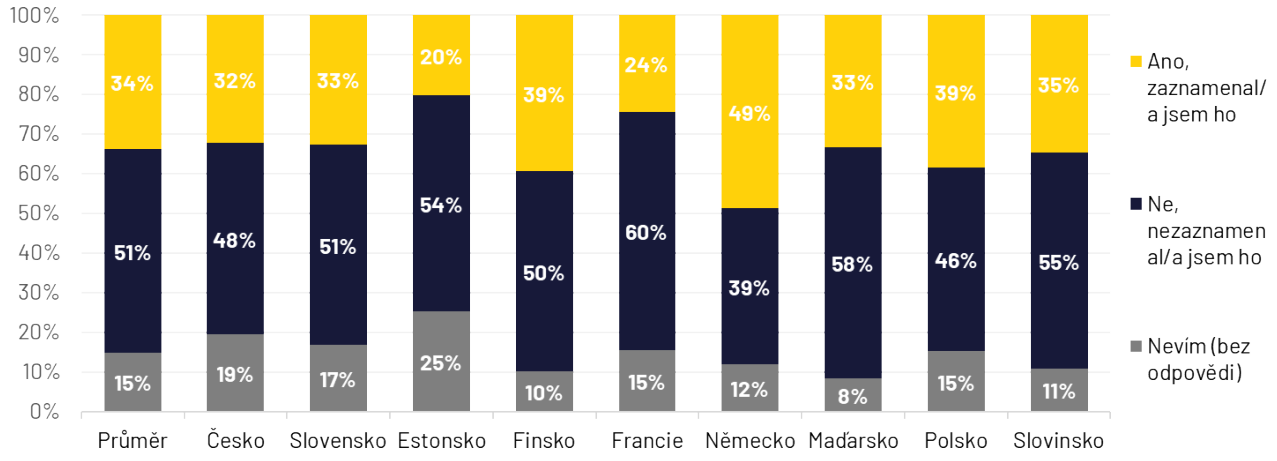
Pytanie: CHATCON01. Czy śledzisz najnowsze wydarzenia związane z rozporządzeniem CSAM, a konkretnie Chat Control 2.0?

4 Odnotowanie rozporządzenia DSA w praktyce

Na początku grudnia ubiegłego roku Komisja Europejska nałożyła na firmę X grzywnę w wysokości 2,9 mld koron za naruszenie obowiązków w zakresie przejrzystości zgodnie z rozporządzeniem w sprawie usług cyfrowych (DSA). Była to pierwsza grzywna nałożona w ramach stosowania DSA. W związku z tym właściciel firmy X, Elon Musk, a także prezydent USA Donald Trump oskarżyli Komisję Europejską o cenzurę. Mimo że większość osób w różnych krajach nadal zgadza się, że nie ma wystarczających informacji na temat DSA jako całości (63%), fakt, że Komisja Europejska nałożyła na firmę X tę grzywnę, odnotowało 34% osób w badanych krajach. Najczęściej w Niemczech (49%), ale znaczna część osób wie o tej sprawie również w Polsce (39%) i Finlandii (39%). Najrzadziej o wydarzeniach związanych z grzywną dowiedzieli się mieszkańcy Estonii (20%) i Francji (24%). Tam również mieszkańcy są ogólnie najmniej poinformowani o rozporządzeniu DSA (70%). Mężczyźni częściej słyszeli o grzywnie nałożonej na firmę X, podobnie jak osoby powyżej 55 roku życia.

Jeśli chodzi o nałożoną karę i reakcję na nią ze strony przedstawicieli rządu USA, 61% osób w badanych krajach twierdzi, że przedstawiciele ci sprzeciwiają się europejskiemu rozporządzeniu (DSA) przede wszystkim w celu ochrony interesów

finansowych amerykańskich firm technologicznych, takich jak Meta lub X. Najmniej osób jest tego zdania w Czechach (51%), a najwięcej w Finlandii (73%) i Niemczech (70%).



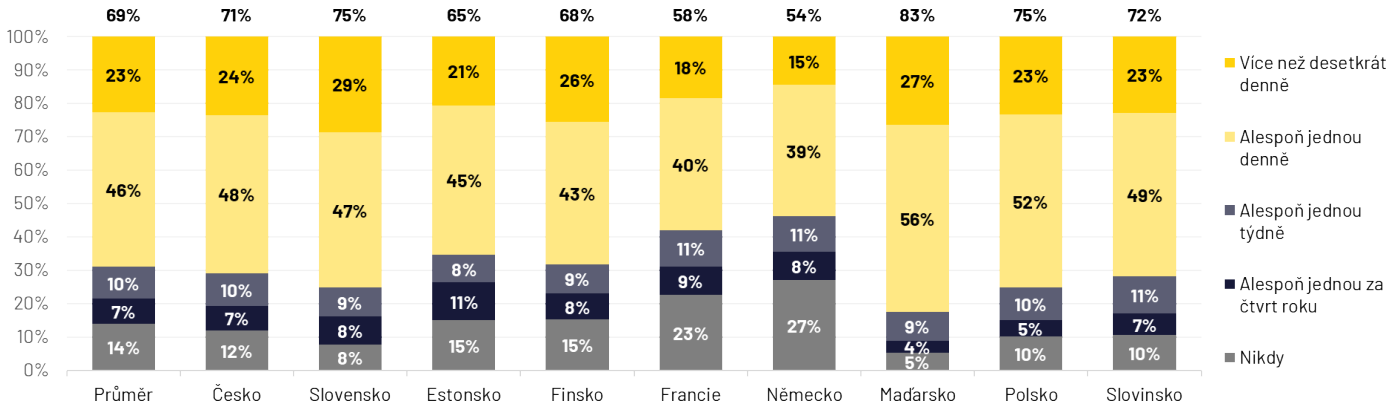
Pytanie: DSA08. Czy śledziłeś wydarzenia związane z nałożeniem europejskiej kary na firmę X?

5 Korzystanie z mediów społecznościowych w krajach V4

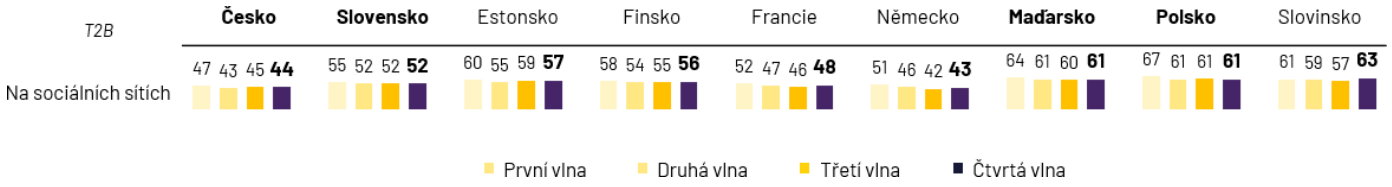
Badanie analizuje między innymi, w jaki sposób mieszkańcy poszczególnych krajów korzystają z mediów społecznościowych i w jakim stopniu sieci te są poszukiwanym źródłem informacji o bieżących wydarzeniach. Średnio 69% osób w badanych krajach V4+5 i V4 korzysta z mediów społecznościowych przynajmniej raz dziennie w ramach codziennych czynności. W krajach grupy V4 media społecznościowe przynajmniej raz dziennie najczęściej korzystają Węgrzy (83%), Polacy i Słowacy po 75%, a najmniej często z krajów V4 Czesi (71%).

Jeśli chodzi o konsumpcję wiadomości za pośrednictwem kanałów informacyjnych, średnio 54% populacji krajów V4 korzysta właśnie z mediów społecznościowych jako źródła informacji. Węgrzy i Polacy najczęściej śledzą wiadomości w mediach społecznościowych co najmniej raz dziennie (61%). Najrzadziej robią to Czesi (44%) i Słowacy (52%). Wiadomości w telewizji ogląda co najmniej raz dziennie 54% osób w krajach V4, w porównaniu z 58% ogółem (kraje V4+5). W krajach V4 różnica między konsumpcją telewizji, stron internetowych i sieci społecznościowych w zakresie wiadomości jest zatem wyrównana.

W przypadku wystąpienia sytuacji nadzwyczajnej średnio 14% osób w krajach V4 zwraca się do sieci jako pierwszego źródła informacji. Najwięcej w Węgrzech i na Słowacji (17%), w Polsce 16%, a najmniej w Czechach, 10%. Jednak w przypadku nadzwyczajnych wydarzeń mieszkańcy krajów grupy V4 najczęściej jako pierwsze źródło informacji wybierają wyszukiwarkę internetową (27%). W Czechach jest to 35%, na Słowacji 28%, w Węgrzech 26%, a w Polsce najmniej, bo 21%.



Pytanie: SOCM01. Jak często korzystasz z mediów społecznościowych, w których masz utworzony własny profil i na których udostępniasz posty – zdjęcia, filmy (np. Facebook, Instagram, TikTok, X)?
Uwaga: T2B = Ponad dziesięć razy dziennie + Co najmniej raz dziennie



Pytanie: IWP01. Kiedy myślisz o minionym miesiącu, jak często w ciągu zwykłego tygodnia oglądałeś/aś, czytałeś/aś i słuchałeś/aś wiadomości...?
Uwaga: T2B = Kilka razy dziennie + Raz dziennie, wartości podane w %