

PODSUMOWANIE BADANIA ANKIETOWEGO PRZEPROWADZONEGO W SZKOŁACH PONADPODSTAWOWYCH NA TERENIE POWIATU LEGIONOWSKIEGO

1 Wstęp

Na przełomie października i listopada szkołom ponadpodstawowym, dla których organem prowadzącym jest Powiat Legionowski, udostępniono ankietę skierowaną do młodzieży. Badanie miało na celu **poznanie opinii uczniów i uczennic na temat jakości życia w powiecie, funkcjonowania szkół ponadpodstawowych, dostępności usług publicznych, komunikacji, oferty czasu wolnego, a także planów edukacyjno-zawodowych oraz oczekiwań wobec rozwoju powiatu w perspektywie najbliższych lat.** Ankieta została przygotowana w formie elektronicznej i – zgodnie z prośbą skierowaną do szkół – wypełniana była najczęściej podczas lekcji informatyki, co miało zapewnić młodym ludziom komfortowe i równe warunki udziału w badaniu.

Łącznie ankietę wypełniło 159 uczniów i uczennic szkół ponadpodstawowych **prowadzonych przez powiat.** Uzyskane odpowiedzi – choć niereprezentacyjne dla całej populacji uczniowskiej - **pozwalają lepiej zrozumieć potrzeby,** problemy oraz aspiracje młodych mieszkańców, a także wskazują obszary, które – ich zdaniem – wymagają rozwoju lub poprawy.

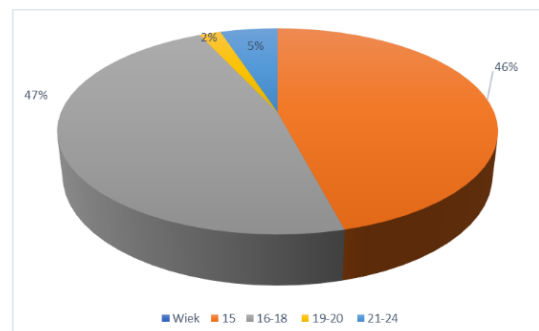
Poniżej zaprezentowano zbiorcze wyniki badania, obejmujące zarówno pytania zamknięte, jak i otwarte, pogrupowane w sześć głównych obszarów: życie w powiecie, edukację i rozwój, mobilność i transport, czas wolny, kulturę i sport, a także zaangażowanie młodzieży w rozwój powiatu.

2 O Tobie

W badaniu wzięło udział 159 uczniów i uczennic szkół ponadpodstawowych prowadzonych przez Powiat Legionowski. Poniżej przedstawiono procentową strukturę respondentów, pozwalającą określić podstawowy profil młodzieży uczestniczącej w ankiecie.

Struktura wieku respondentów jest typowa dla szkół ponadpodstawowych. Najliczniej reprezentowane były dwie główne grupy uczniów:

- około 46% młodzieży było w wieku 15 lat,
- około 47% w wieku 16–18 lat.

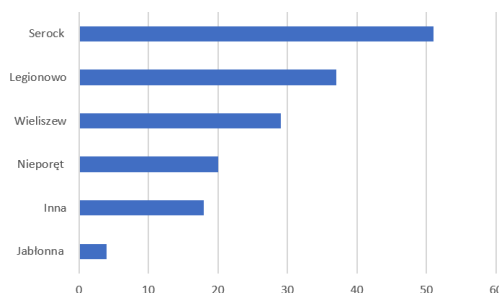


Łącznie oznacza to, że ponad 93% uczestników stanowi młodzież z pierwszych trzech klas szkół ponadpodstawowych. Udział starszych uczniów był niewielki: w wieku 19–20 lat znalazło się ok. 2% respondentów, a w wieku 21–24 lat ok. 5%. Wynik potwierdza, że ankieta dotarła głównie do młodszej części społeczności szkolnej.

Gmina zamieszkania

W badaniu uczestniczyła młodzież ze wszystkich gmin powiatu, przy czym największy odsetek stanowili uczniowie i uczennice mieszkający w:

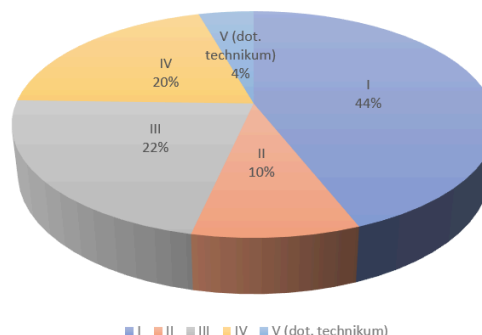
- Serocku – ok. 32%,
- Wieliszewie – ok. 18%,
- Legionowie – ok. 23%,
- Nieporęcie – ok. 13%.



Znacznie mniejszy udział miała młodzież z Jabłonną – ok. 3%. Zwraca uwagę również grupa uczniów (ok. 11%) deklarująca zamieszkanie w „innej” miejscowości, co może wskazywać na udział młodzieży spoza powiatu. Wynik ten potwierdza ponadlokalny charakter szkół powiatowych, przyciągających uczniów także spoza bezpośredniego obszaru zamieszkania.

W strukturze odpowiedzi dominowali uczniowie i uczennice z klas początkowych:

- klasy I – ok. 44%,
- klasy II – ok. 10%,
- klasy III – ok. 22%,
- klasy IV – ok. 20%,
- klasa V (technikum) – ok. 4%.



Mniejszy udział stanowili uczniowie i uczennice klas II – ok. 10% oraz klasy V technikum – ok. 4%. Oznacza to, że badanie w większym stopniu odzwierciedla perspektywę młodzieży rozpoczynającej naukę w szkołach ponadpodstawowych niż osób z najstarszych roczników, co może mieć wpływ na odpowiedzi dotyczące np. planów zawodowych czy oceny oferty edukacyjnej.

Zdecydowaną większość respondentów stanowili **uczniowie i uczennice liceów ogólnokształcących** (ok. **95%** wszystkich uczestników badania). Uczniowie i uczennice techników stanowili tylko ok. **3%**, a szkół branżowych I stopnia ok. **2%**. **Wynik jest pochodną zaangażowania poszczególnych typów szkół** w badanie i nie jest odzwierciedleniem rozkładu uczniów i uczennic pomiędzy poszczególnymi typami szkół.

Uczniowie i uczennice w zdecydowanej większości (bo aż w 58%) docierając do szkoły korzystają z komunikacji publicznej (54% autobusami, 4% koleją). Wynika to ze specyfiki szkół ponadpodstawowych, które znajdują się większym oddaleniu od miejsc zamieszkania niż szkoły podstawowe. Przy czym zwraca uwagę dominacja transportu autobusowego w ramach komunikacji publicznej. 10% uczniów ma na tyle blisko, że do szkoły dochodzą pieszo, a ok. 8% przemieszcza się rowerem lub pojazdem o zbliżonym charakterze (np. elektryczną hulajnogą, urządzenia transportu osobistego). 20% uczniów dowożonych jest samochodami prywatnymi przez rodziców, a 4% spośród respondentów – ze starszych klas, którzy dysponują już prawem jazdy sami dojeżdżają własnymi bądź pożyczanymi od rodziców pojazdami.

Wyniki potwierdzają **kluczową rolę transportu publicznego, szczególnie dla młodzieży z gmin oddalonych od szkół powiatowych oraz znaczący udział**

transportu indywidualnego w codziennych dojazdach. Kwestia ta znajdzie swoje odzwierciedlenie dość mocno w kolejnych częściach ankiety.

3 Czy to miejsce jest dla Ciebie?

To część ankiety, która dotyczy subiektywnego postrzegania powiatu legionowskiego jako miejsca do życia, nauki i dorastania. Uczniowie i uczennice oceniali, na ile ich miejscowość sprzyja rozwojowi młodych ludzi oraz czy wiążą z powiatem swoje plany na przyszłość. Pytania dotyczyły zarówno zamiarów pozostania lub wyjazdu, jak i czynników, które kształtują te decyzje — od relacji społecznych, przez dostępność pracy, po atrakcyjność środowiska i oferty spędzania czasu wolnego. Uczniowie i uczennice wskazywali również elementy, które najbardziej wpływają na ich codzienny komfort życia w miejscowości, w której mieszkają.

Ocena powiatu jako miejsca do życia i rozwoju młodzieży

Wyniki uzyskane w tej części ankiety wskazują, że prawie połowa uczniów i uczennic postrzega powiat legionowski jako **co najmniej dobre** miejsce do życia. Łącznie ok. **49%** respondentów ocenia powiat pozytywnie (w tym ok. **8%** bardzo pozytywnie), co pokazuje, że młodzi ludzie dostrzegają w swoim najbliższym otoczeniu zarówno poczucie bezpieczeństwa, jak i warunki sprzyjające codziennemu funkcjonowaniu. Jednocześnie znacząca grupa – ok. **41%** – określa powiat jako „przeciętne” miejsce do życia, co sugeruje dostrzeganie zarówno mocnych stron, jak i wyzwań, szczególnie w obszarach związanych z ofertą spędzania czasu wolnego, transportem lub dostępnością atrakcji dla młodych.

Okolo **10%** uczniów ocenia powiat negatywnie (w tym ok. **3%** bardzo negatywnie), co również koresponduje z wcześniejszymi badaniami mieszkańców. W poprzednich ankietach wśród dorosłych często wskazywano na braki w ofercie kulturalnej, ograniczone możliwości rozwoju zawodowego oraz uciążliwości komunikacyjne — te same obszary mogą przekładać się na niezadowolenie także wśród młodzieży. Warto zwrócić uwagę, że dominacja ocen umiarkowanych i pozytywnych sugeruje, iż powiat jest odbierany przez młodych jako miejsce stabilne i bezpieczne, ale niekoniecznie w pełni odpowiadające ich aspiracjom lub potrzebom związanym z rozwojem.

Taki rozkład odpowiedzi może świadczyć o tym, że „**codziennosc**” w powiecie jest **oceniana względnie dobrze**, ale młodzież dostrzega ograniczenia, które mogą wpływać na ich decyzje dotyczące przyszłości — zwłaszcza dalszej edukacji czy pracy. W kontekście planowania strategicznego oznacza to potrzebę wzmacniania tych elementów, które mogą podnieść atrakcyjność powiatu dla młodych ludzi: oferty edukacyjnej, przestrzeni dla aktywności społecznej, infrastruktury rekreacyjnej i dostępności nowoczesnych usług.

Plany młodzieży dotyczące przyszłości po ukończeniu szkoły

Wyniki pokazują, że zdecydowana większość młodych ludzi **nie ma jeszcze jednoznacznych planów** dotyczących swojej przyszłości. Odpowiedź „jeszcze nie wiem” wybrało ok. **48%** uczniów i uczennic, co jest naturalne dla wieku, w którym dopiero kształtują się aspiracje edukacyjne, zawodowe i życiowe. Ten brak sprecyzowanych decyzji można jednak potraktować jako realną przestrzeń do działania — im lepszą jakość życia, ofertę rozwoju i możliwości aktywności lokalnej zapewni powiat, tym większe szanse na to, że część tej dziś „niezdecydowanej” grupy wybierze pozostanie lub powrót po studiach.

Okolo **14%** uczniów deklaruje chęć pozostania w powiecie bezpośrednio po ukończeniu szkoły, a kolejne **10%** chciałoby wrócić po studiach. Łącznie oznacza to, że ok. **jedna**

czwarta badanych widzi swoją przyszłość związaną z powiatem — jeśli warunki życia, pracy i rozwoju będą temu sprzyjać. Wynik ten jest umiarkowanie pozytywny i wpisuje się w obserwacje z wcześniejszych badań mieszkańców, gdzie młodzież i dorośli często podkreślali wartość lokalnego środowiska, bezpieczeństwa i bliskości Warszawy, ale jednocześnie wskazywali braki w ofercie dla młodych dorosłych.

Jednocześnie ok. **27%** uczniów deklaruje chęć wyjazdu na stałe. To stosunkowo wysoki wynik, ale spójny z trendami obserwowanymi w wielu powiatach podmiejskich — młodzi ludzie szukają bardziej różnorodnych możliwości zawodowych, studenckich czy kulturalnych. Taki wynik nie musi oznaczać ostatecznej rezygnacji z powrotu do powiatu w późniejszym etapie życia, ale wskazuje na potrzebę wzmocnienia lokalnego rynku pracy, komunikacji, przestrzeni dla młodych i atrakcyjnej oferty spędzania czasu.

Podsumowując: plany młodzieży są w znacznej mierze płynne. Otwiera to realną szansę na to, aby poprzez rozwój usług, infrastruktury i oferty społeczno-kulturalnej powiat legionowski stał się miejscem, które młodzi będą chcieli traktować jako atrakcyjne nie tylko „na teraz”, ale również „na później”.

Motywy decyzji o pozostaniu lub wyjazdu z powiatu legionowskiego

W tej części ankiety uczniowie i uczennice, którzy rozważają pozostanie w powiecie, mogli wskazać kilka powodów, dlatego wyniki pokazują **strukturę najważniejszych motywów**, a nie jedną odpowiedź na osobę. Na pierwszy plan zdecydowanie wysuwają się **relacje** – wskazanie „mam tu przyjaciół i bliskich, z którymi chcę być” pojawia się w ok. **25% wszystkich zaznaczonych odpowiedzi**, co czyni je najczęściej wybieranym motywem. Bardzo silnie wybrzmiewa też **zakorzenienie lokalne**: bliskość Warszawy („mogę tu mieszkać, a pracować lub studiować w stolicy”) stanowi ok. **23% wskazań**, a „mam tu zapewnione mieszkanie lub możliwość jego uzyskania” ok. **18%**; dodatkowo ok. **16%** odpowiedzi dotyczy stwierdzenia „lubię to miejsce i czuję się tu u siebie”. Razem tworzy to obraz młodych ludzi, którzy chcą pozostać przede wszystkim dlatego, że tu mają swoich bliskich, znajomych, pozostają w relacji ze swoją grupą rówieśniczą i rodziną, mają tu swoje zaplecze mieszkaniowe i poczucie „oswojonej” przestrzeni, z której łatwo korzystać z oferty metropolii.

Motywy stricte ekonomiczne – **atrakcyjne miejsca pracy**, rozwijanie **firmy rodziców** czy **własnej działalności**, a także docenianie lokalnej przyrody – pojawiają się dużo rzadziej, zwykle na poziomie ok. **3-5% wszystkich wskazań**. Minimalny odsetek odpowiedzi dotyczy argumentów „jest tu bezpiecznie i spokojnie” oraz „widzę, że powiat się rozwija i chcę w tym uczestniczyć” (po ok. **1%**), co sugeruje, że choć bezpieczeństwo i rozwój są ważne w tle, nie są one kluczowym, świadomie formułowanym powodem decyzji o pozostaniu. Na tle wcześniejszych badań dorosłych mieszkańców – gdzie wysoko oceniano m.in. walory środowiskowe i bezpieczeństwo, a krytycznie rynek pracy – widać wyraźnie, że dla młodych **relacje rodzinne i rówieśnicze** oraz gwarancja lub co najmniej łatwość wejścia w **posiadanie mieszkania** na starcie w dorosłość ważą więcej niż czysto ekonomiczne kalkulacje. Z perspektywy strategicznej oznacza to, że działania na rzecz zatrzymania młodych powinny łączyć rozwój oferty mieszkaniowej i możliwości korzystania z Warszawy z budowaniem silnych, lokalnych wspólnot i przestrzeni do podtrzymywania więzi.

Z drugiej strony, wśród tych którzy widzą siebie raczej poza powiatem w najbliższych latach dominują trzy kategorie motywacji, które łącznie tworzą bardzo czytelny obraz: **edukacja**, **praca** oraz **poszukiwanie szerszych możliwości rozwojowych**. Najczęściej wskazywanym powodem jest plan kontynuowania nauki lub podjęcia pracy poza powiatem — tak odpowiedziało ok. **29%** wszystkich zaznaczeń. To zgodne z typowym dla młodych ludzi

procesem wchodzenia w dorosłość, w którym edukacja wyższego stopnia i pierwsze poważne doświadczenia zawodowe niemal automatycznie wiążą się z większymi ośrodkami. Jednocześnie ok. **20-22%** wskazań dotyczy chęci „poznania świata” i zdobycia nowych doświadczeń, co jest naturalną potrzebą eksploracji, charakterystyczną dla osób w wieku licealnym oraz początku studiów. Powyższe motywacje po pierwsze wskazują na aspiracje młodych ludzi, co jest niezwykle pozytywne, po drugie nie przesądzają, iż w dłuższej perspektywie osoby te nie powrócą do miejsc w których się wychowały o ile będą tu stworzone atrakcyjne warunki do życia.

Kolejną grupę motywów można określić jako **strukturalne ograniczenia powiatu**: brak perspektyw na ambitną lub dobrze płatną pracę (ok. **20%** wskazań), zbyt małe możliwości rozwoju zawodowego i kulturalnego (ok. **8%**) oraz uciążliwe dojazdy (ok. **14%**). To sygnały spójne z wcześniejszymi badaniami dorosłych mieszkańców, w których rynek pracy, komunikacja i oferta kulturalna również były wskazywane jako słabsze elementy jakości życia. Młodzież potwierdza, że to właśnie te bariery mogą w największym stopniu zniechęcać do planowania przyszłości w powiecie.

Istotna grupa powodów ma charakter bardziej społeczno-emocjonalny: ok. **12%** odpowiedzi odnosi się do braku miejsc spotkań i przestrzeni do działania, a ok. **10%** uczniów deklaruje chęć spróbowania życia w większym mieście. Około **11%** wskazuje, że „nic ich tu nie trzyma” — co można rozumieć jako brak silnych, lokalnych więzi, atrakcji lub możliwości rozwoju odpowiadających ich potrzebom. To interesujący kontrast wobec motywów pozostania, gdzie więzi społeczne były najczęściej wskazywaną przesłanką — oznacza to, że młodzież „podzielona” jest w dużej mierze na tych, którzy już zbudowali w powiecie bliskie relacje, oraz tych, którzy takiego zakorzenienia nie mają.

W części „inne” pojawiają się odpowiedzi indywidualne i emocjonalne, które – choć jednostkowe – pokazują stany nastrojów, poczucie nieprzynależności lub krytyczną ocenę lokalnego otoczenia społecznego. Wskazują one m.in. na rozbieżność doświadczeń między młodzieżą silnie osadzoną w lokalnych relacjach a tymi, którzy czują, że powiat nie odpowiada ich tożsamości, ambicjom lub stylowi życia. Choć liczbowo niewielkie, jakościowo stanowią ważny sygnał: młodzi ludzie, którzy nie znajdują „swojego miejsca” w lokalnej społeczności, dużo częściej planują wyjazd z powodów emocjonalnych, a nie tylko edukacyjno-zawodowych.

Podsumowując, motywy wyjazdu to przede wszystkim **poszukiwanie większych możliwości** i **naturalna potrzeba rozwoju**, ale istotną rolę odgrywają również **strukturalne ograniczenia powiatu** oraz — u części młodzieży — **brak poczucia zakorzenienia w lokalnej wspólnocie**. To ważny kierunek do refleksji strategicznej: **działania ukierunkowane wyłącznie na infrastrukturę czy komunikację nie zastąpią potrzeby tworzenia atrakcyjnej, otwartej i zróżnicowanej przestrzeni społecznej, w której młodzi ludzie mogą budować relacje, działać i odnajdywać swoją tożsamość.**

Co najbardziej wpływa na to, czy dobrze żyje Ci się w Twojej miejscowości / powiecie?

Wyniki bardzo wyraźnie pokazują, że młodzież ocenia jakość życia przede wszystkim przez **pryzmat mobilności, bliskości metropolii oraz środowiska społecznego**, a dopiero w dalszej kolejności przez lokalną ofertę usług czy estetykę przestrzeni.

Bliskość Warszawy – najważniejszy czynnik jakości życia

Najczęściej wskazywanym elementem była **bliskość Warszawy**, którą wybrało ok. **68%** wszystkich respondentów. To potwierdza trend przewijający się w całym badaniu: młodzi

ludzie postrzegają swoje miejsce zamieszkania w kontekście funkcjonalnych powiązań ze stolicą. Warszawa jest dla nich symbolem:

- możliwości edukacyjnych,
- rynku pracy o wyższej atrakcyjności,
- bogatszej oferty kulturalno-rozrywkowej,
- poczucia „większego świata”.

Wyniki te idealnie pokrywają się z wcześniejszymi wynikami ankiety dorosłych mieszkańców, gdzie również bliskość Warszawy była najważniejszym atutem powiatu. Powiat jawi się więc jako **miejsce do mieszkania**, ale rozwój, praca, kultura i ambicje bardzo często sytuowane są „na zewnątrz”.

Komunikacja – fundament codziennego funkcjonowania

Okolo **32%** uczniów wskazuje na **dobre dojazdy do szkoły** jako klucz do jakości życia. To naturalne w kontekście wcześniejszych wypowiedzi, gdzie autobus był najczęściej wybieraną formą transportu, a uciążliwe dojazdy były jednym z czynników skłaniających do wyjazdu.

Wyniki ankiet dorosłych potwierdzały już wcześniej, że komunikacja – szczególnie wewnątrz powiatu i w kierunku Warszawy – to zarówno jedna z największych potrzeb, jak i jedno z najważniejszych źródeł niezadowolenia. Młodzież widzi to jeszcze bardziej ostro, bo mierzy się z tym codziennie.

Relacje społeczne i poczucie wspólnoty – zaskakująco wysoka ranga

Okolo **34%** odpowiedzi dotyczy **przyjaznych ludzi i poczucia wspólnoty** – to jedno z najwyższych wskazań i ważny sygnał.

Podobnie jak przy pytaniu o powody pozostania, młodzi ludzie w dużej mierze opierają swoje poczucie jakości życia na relacjach z bliskimi, przyjaciółmi czy lokalną społecznością. To czynnik równie silny jak dobra komunikacja czy dostęp do zieleni. Pokazuje to, że **wewnętrzna więź i poczucie osadzenia** mają dla młodzieży ogromne znaczenie – często większe niż infrastruktura.

W ankietach dorosłych ten element był widoczny, ale nie aż tak intensywny. Młodzież jeszcze bardziej „społecznie” definiuje komfort życia.

Dostęp do zieleni i Zalewu Zegrzyńskiego – jeden z filarów atrakcyjności powiatu

Ok. **32%** wskazań dotyczy **terenów zielonych i Zalewu Zegrzyńskiego**. To element często pojawiający się także w badaniach dorosłych jako najważniejsza przewaga konkurencyjna powiatu.

Środowisko naturalne i tereny rekreacyjne są czynnikiem, który młodzi ludzie doceniają, ale – co ważne – same walory przyrodnicze nie równoważą braku miejsc spotkań, ograniczeń komunikacyjnych czy słabszej oferty kulturalnej.

Oferta sportowa, kulturalna i społeczna – umiarkowanie ważna, ale z dużymi oczekiwaniami

Ok. **18%** uczniów wskazuje na dostęp do oferty kulturalnej, sportowej lub społecznej jako kluczowy czynnik jakości życia. Choć to nie jest najwyższy wynik, odpowiedzi „inne” pokazują, że dla części młodzieży temat jest dużo bardziej emocjonalny. W dłuższych wypowiedziach pojawiają się:

- skargi na brak miejsc spotkań,
- brak przestrzeni twórczych i kółek artystycznych,
- brak możliwości wyrażania siebie,

- potrzeba miejsc dla młodzieży, gdzie można być razem bez kupowania czegokolwiek,
- poczucie zaniedbania przestrzeni młodych.

To zbieżne z sygnałami dorosłych, jednak młodzież formułuje je bardziej bezpośrednio i emocjonalnie.

Estetyka przestrzeni i nowoczesne szkoły – ważne, ale nie decydujące

Estetyka i ład przestrzenny (ok. **10%**) oraz nowoczesne szkoły i rozwój (ok. **15%**) mają mniejszą wagę niż czynniki społeczne czy komunikacyjne. Młodzież bardziej reaguje na to, czy ma:

- jak dotrzeć,
- z kim być,
- co robić.

Wygląd przestrzeni czy standard szkół jest dla nich tłem, a nie fundamentem jakości życia.

Odpowiedzi „inne” – ważny jakościowy sygnał

W odpowiedziach otwartych pojawia się kilka bardzo interesujących wątków:

- brak miejsc do spotkań powtarza się wyjątkowo często (zarówno w tej części, jak i wcześniej jako powód wyjazdu),
- potrzeba przestrzeni twórczych — zajęcia artystyczne, koła teatralne, miejsca do działań artystycznych,
- poczucie społecznego niedopasowania u części młodzieży („nic mnie tu nie trzyma”, „nie mam tu swojego miejsca”, „nie widzę tu przestrzeni dla siebie”).

Są to sygnały jakościowe, które pokazują, że młodzi ludzie — mimo przywiązania do relacji — wciąż **nie mają wystarczającego miejsca w strukturze społecznej powiatu**.

Podsumowując, młodzież ocenia swoją jakość życia przede wszystkim przez pryzmat:

- bliskości Warszawy,
- możliwości przemieszczania się,
- relacji rówieśniczych i poczucia wspólnoty,
- środowiska naturalnego,
- atrakcyjnej, dostępnej oferty spędzania czasu (która dziś jest oceniana jako niewystarczająca).

Jest to obraz bardzo spójny z wynikami ankiet dorosłych, ale bardziej wyostrzony w wymiarze społecznym i emocjonalnym. Młodzież w większym stopniu niż dorośli wskazuje, że jakość życia to nie tylko infrastruktura, ale **możliwość bycia razem, działania i rozwijania własnych zainteresowań**.

Dla strategii powiatu oznacza to, że kluczowe obszary inwestycji w jakość życia młodych to:

- komunikacja i mobilność,
- przestrzeń dla młodzieży,
- oferta społeczno-kulturalna,
- umożliwianie kontaktów, aktywności, tworzenia społeczności,
- łączenie lokalnej bazy mieszkaniowej z możliwościami Warszawy.

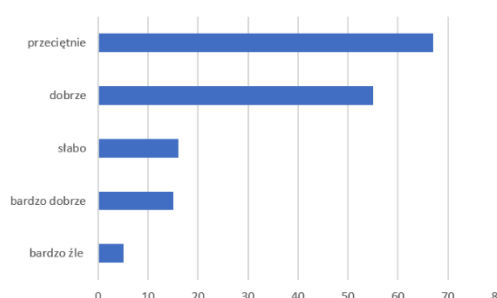
4 Edukacja ponadpodstawowa i rozwój

Kolejna część ankiety dotyczy doświadczeń młodzieży związanych z edukacją ponadpodstawową oraz możliwościami rozwoju, jakie oferują szkoły w powiecie legionowskim. Uczniowie i uczennice oceniali zarówno jakość oferty edukacyjnej, dostępność nowoczesnych metod nauczania i zaplecza dydaktycznego, jak i poziom wsparcia psychologicznego oraz doradztwa zawodowego. Pytania pozwalają uchwycić, na ile szkoły odpowiadają na współczesne potrzeby uczniów, szczególnie w kontekście kompetencji przyszłości i przygotowania do wejścia na rynek pracy. Zebrane opinie pomagają zidentyfikować luki, oczekiwania i pomysły młodzieży dotyczące nowych kierunków, form wsparcia oraz przestrzeni rozwoju, które mogłyby wzmacniać ich szanse edukacyjne i zawodowe.

Ocena oferty szkół ponadpodstawowych w powiecie

Wyniki pokazują, że młodzież najczęściej ocenia ofertę szkół ponadpodstawowych w powiecie jako

przeciętną – tak odpowiedziało ok. **42%** respondentów. Kolejne **35%** ocenia ją pozytywnie („dobrze” lub „bardzo dobrze”), natomiast ok. **13%** wskazuje ocenę negatywną. Oznacza to, że choć znaczna część uczniów uważa ofertę za akceptowalną, to jednocześnie wielu z nich dostrzega braki i ograniczenia, które nie pozwalają wystawić ocen bardzo wysokich. Taki rozkład sugeruje potrzebę dalszego wzmacniania jakości i atrakcyjności edukacji ponadpodstawowej w powiecie, zwłaszcza w kontekście oczekiwań młodzieży dotyczących rozwoju i przygotowania do przyszłości.



Czego brakuje w szkołach ponadpodstawowych

Wyniki pokazują, że młodzież wyraźnie dostrzega luki w obszarach, które są dziś kluczowe dla jakości współczesnej edukacji. Najczęściej wskazywaną potrzebą są **nowoczesne metody nauczania** – odpowiedź tę wybrało ok. **43%** ankietowanych. Uczniowie i uczennice sygnalizują, że szkoły zbyt rzadko stosują praktyczne, projektowe i interaktywne formy pracy, a więc takie, które pozwalają na aktywne uczenie się, współpracę i rozwijanie kompetencji przydatnych na rynku pracy. Co istotne, temat ten pojawia się również w odpowiedziach otwartych, co potwierdza, że jest to nie tylko potrzeba „zaznaczana”, ale także emocjonalnie odczuwana przez część młodzieży.

Drugą bardzo silną potrzebą są **możliwości rozwijania pasji i talentów** (ok. **25%** odpowiedzi). Uczniowie i uczennice wyraźnie podkreślają, że brakuje im kół naukowych, artystycznych, społecznych czy sportowych, a także przestrzeni i czasu na realizację inicjatyw. W wypowiedziach „inne” pojawiają się sygnały o braku miejsca dla kreatywności, sztuki, działań twórczych czy inicjatyw uczniowskich. To wskazuje, że **obszar pozalekcyjny jest ważnym, ale niedostatecznie zagospodarowanym elementem lokalnej edukacji.**

Kolejną grupą oczekiwań są **kompetencje przyszłości i kierunki dopasowane do rynku pracy**. Zarówno zajęcia rozwijające kreatywność, przedsiębiorczość czy komunikację (ok. **23%** wskazań), jak i zapotrzebowanie na nowe profile o charakterze technicznym, usługowym lub medycznym (ok. **24%**) pokazują, że młodzież szuka edukacji, która realnie przygotowuje ich do pracy i studiów. Część uczniów podkreśla również brak praktyk i staży (ok. **17%**), co wpisuje się w ten sam nurt – potrzeba „realnego świata” w edukacji.

Wysoka jest także potrzeba **lepszego klimatu i relacji w szkole** (ok. **27%**), co pokazuje, że dla znacznej grupy młodzieży klimat emocjonalny, wsparcie ze strony nauczycieli i poczucie bezpieczeństwa mają ogromne znaczenie. Równie ważny obszar to **dostęp do nowoczesnych narzędzi informatycznych**, pracowni i sprzętu – wspólnie ok. **36%** wskazań – co pokazuje, że młodzi ludzie widzą lukę w infrastrukturze, ale też życzą sobie edukacji bardziej zanurzonej w świecie technologii.

Warto zwrócić uwagę na trzy wątki pojawiające się również w odpowiedziach „inne”, co wskazuje, że są to potrzeby szczególnie silnie odczuwane:

- nowoczesne metody nauczania;
- rozwijanie pasji i talentów – wielu uczniów wskazuje na brak przestrzeni twórczej, brak kół artystycznych, muzycznych czy naukowych;
- nauka języków obcych – część młodzieży zauważa, że poziom zajęć jest niewystarczający i wpływa na ich możliwości dalszego kształcenia.

Podsumowując, młodzież chce edukacji bardziej angażującej, praktycznej, nowoczesnej i zorientowanej na rozwój indywidualny. Brakuje im zarówno technologii i nowoczesnego podejścia, jak i przestrzeni dla kreatywności, samorealizacji oraz rozwoju pasji. W wielu punktach ich głosy są bardzo spójne z tym, co zgłaszali dorośli w poprzednich ankietach: potrzebę nowoczesnej edukacji, współpracy z otoczeniem i lepszej oferty rozwojowej. Jednocześnie młodzież podkreśla to w sposób bezpośredni i emocjonalny, co pokazuje, że te obszary są dla nich wyjątkowo ważne.

Potrzeba tworzenia nowych kierunków

W ankiecie pojawiły się również wskazania dotyczące **nowych lub pożądanego kierunku kształcenia**, które – zdaniem młodzieży – mogłyby zostać wprowadzone w szkołach średnich powiatu legionowskiego. Wypowiedzi te można podzielić na dwie wyraźne grupy: propozycje **całkowicie nowych, samodzielnych kierunków** oraz oczekiwania dotyczące **profilowania istniejących klas** poprzez odpowiednie połączenia rozszerzeń.

Propozycje nowych kierunków (pełnych ścieżek kształcenia)

W tej grupie dominują kierunki zawodowe, techniczne i specjalistyczne, często związane z konkretnymi zawodami lub branżami:

Kierunki techniczne i branżowe:

- technik reklamy,
- technik leśnik (m.in. propozycja szkoły w gminie Jabłonna we współpracy z nadleśnictwem),
- technik logistyk,
- technik weterynarii,
- technik social-mediów,
- technik zegarmistrz,
- technikum mechaniczne,
- szkoła branżowa z praktykami w lokalnych firmach,
- kierunek budowa i tuning samochodów / motorsport.

Kierunki społeczne i humanistyczne:

- doradztwo zawodowe (jako pełny kierunek),
- ratownictwo medyczne,
- służby mundurowe oraz służby celno-skarbowe,
- kierunek teologiczno-kulturowy.

Kierunki artystyczne:

- kierunki artystyczne ogólne,
- liceum plastyczne,
- profile musicalowe, teatralne, artystyczne.

Kierunki ogólne i międzyobszarowe:

- kierunki sportowe,
- kierunek dotyczący kompetencji życiowych („nauka o dorosłym życiu”, podatki, praktyczne funkcjonowanie).

Zgłoszone propozycje pokazują, że część młodzieży oczekuje **większej różnorodności i specjalizacji** w ofercie szkół powiatowych – w tym kierunków o wyraźnym profilu zawodowym, artystycznym czy technicznym.

Oczekiwania dotyczące nowych profili i rozszerzeń (niepełnych kierunków)

Druga, bardzo liczna grupa wskazań dotyczy **profilowania klas**, czyli kombinacji rozszerzeń w liceach. Są to nie tyle nowe „kierunki”, co potrzeba lepszego dopasowania istniejących klas do zainteresowań uczniów.

Najczęściej wskazywane profile i kombinacje rozszerzeń:

- profil biologiczno-chemiczno-matematyczny,
- profil biologiczno-chemiczno-angielski,
- profil biologiczno-angielsko-hiszpański,
- profil biologia – język hiszpański – język angielski,
- profil chemiczno-geograficzno-angielski,
- profil geograficzno-biologiczny,
- profil lingwistyczny,
- profil psychologiczno-humanistyczny (język polski – język angielski – biologia),
- profil polonistyczno-historyczno-angielski,
- profil polonistyczno-geograficzno-angielski,
- profil matematyczno-geograficzny,
- profil matematyczno-fizyczny,
- profile z rozszerzoną ofertą przedmiotów matematycznych,
- profile informatyczne (grafika komputerowa, programowanie).

W wielu wypowiedziach pojawia się komentarz, że **brakuje klas łączących rozszerzenia w bardziej elastyczny sposób**, co ogranicza możliwości wyboru ścieżki dopasowanej do planów na studia.

Co wynika z tych głosów?

Kilka głównych kierunków potrzeb powtarza się w wielu odpowiedziach:

- **duże oczekiwanie specjalizacji i różnorodności** - młodzież wyraźnie sygnalizuje, że klasy „klasyczne” nie odpowiadają w pełni ich zainteresowaniom. Chcą bardziej niszowych i dopasowanych profili, szczególnie łączących nauki przyrodnicze, języki i kompetencje społeczne;
- **silny głód kierunków artystycznych i kreatywnych** - w wielu odpowiedziach (także w części „inne”) pojawia się brak przestrzeni dla sztuki, kreatywności i pasji. To spójne z wcześniejszą częścią ankiety, gdzie rozwijanie talentów było jednym z najczęściej wskazywanych braków;

- **oczekiwanie kierunków praktycznych i bliskich potrzebom rynku pracy** - kierunki techniczne, logistyczne, mechaniczne czy weterynaryjne pokazują, że młodzież chce edukacji „bliższej życia”, dającej realne kompetencje;
- **silna potrzeba nowoczesnych kompetencji** - propozycje związane z informatyką, grafiką, programowaniem i techniką reklamy wpisują się w globalne zmiany w edukacji;
- **część uczniów nie oczekuje nowych kierunków** - pojawiają się głosy, że obecna oferta jest wystarczająca — to sygnał, że zmiany nie muszą oznaczać masowej przebudowy systemu, ale raczej rozszerzanie i uzupełnianie oferty.

To bardzo ważny sygnał dla strategii edukacyjnej powiatu – młodzi ludzie oczekują nie tylko większej liczby kierunków, ale przede wszystkim **edukacji bliższej współczesnym potrzebom**, bardziej kreatywnej, praktycznej i odpowiadającej na ich różnorodne zainteresowania.

Propozycja utworzenia Centrum Kompetencji Młodych

Zadano też pytanie o chęć korzystania z Centrum Kompetencji Młodych, gdyby takowe powstało w powiecie legionowskim. Centrum mogłoby być nowoczesną przestrzenią edukacyjno-rozwojową, która mogłaby pełnić rolę uzupełniającą wobec szkół ponadpodstawowych w powiecie. W takim miejscu młodzież mogłaby uczestniczyć w **kursach i szkoleniach z kompetencji cyfrowych, zawodowych i społecznych**, korzystać z **profesjonalnego doradztwa edukacyjno-zawodowego**, brać udział w **warsztatach tematycznych**, a także realizować **projekty w specjalnie przygotowanych pracowniach i przestrzeniach kreatywnych**. Centrum mogłoby również współpracować z firmami, uczelniami i organizacjami społecznymi, dzięki czemu młodzież miałaby dostęp do praktycznej wiedzy, inspirujących mentorów i realnych możliwości rozwoju w środowisku lokalnym.

W odpowiedzi na pytanie o to, czy uczniowie i uczennice korzystaliby z takiego centrum, deklaracje rozłożyły się niemal po równo: ok. **48%** uczniów zadeklarowało zainteresowanie, a ok. **52%** odpowiedziało, że nie korzystałoby z jego oferty. Wynik ten może być zaskakujący, ponieważ w poprzednich pytaniach młodzież wskazywała na liczne braki w edukacji ponadpodstawowej — w tym zwłaszcza ograniczoną dostępność zajęć dodatkowych, wsparcia psychologicznego, doradztwa zawodowego czy praktycznych kompetencji przyszłości. Wszystkie te elementy są częścią oferty, którą mogłoby realizować Centrum Kompetencji Młodych, a także często podnosi, iż nie ma miejsc spotkań, a Centrum mogłoby w jakiejś mierze to oczekiwanie wyczerpywać.

Jednocześnie pozytywnym sygnałem jest to, że niemal **połowa** uczniów wyraża gotowość korzystania z tego typu przestrzeni. To pokazuje, że istnieje znacząca grupa młodzieży, która dostrzega potrzebę takiego miejsca i mogłaby być jego aktywnymi użytkownikami. Centrum mogłoby więc stać się ważnym uzupełnieniem lokalnej oferty edukacyjnej, szczególnie dla uczniów poszukujących możliwości rozwoju, których nie znajdują w swoich szkołach.

Wynik ten sugeruje, że jeśli powiat rozważyłby stworzenie takiego centrum, dobrym rozwiązaniem byłoby **partycypacyjne projektowanie jego formuły** — wspólnie z młodymi ludźmi. To właśnie młodzież mogłaby najlepiej określić, jakie zajęcia, rozwiązania i przestrzenie byłyby dla niej interesujące i wartościowe, co zwiększyłoby szanse na to, że centrum będzie miejscem żywym, chętnie odwiedzanym i realnie odpowiadającym na potrzeby lokalnej społeczności młodych.

Wsparcie psychologiczne – diagnoza potrzeb i barier wśród młodzieży

Rosnące obciążenia psychiczne, presja edukacyjna, zmiany społeczne oraz zaburzenia relacyjne powodują, że dostępność i jakość wsparcia psychologicznego stają się jednym z kluczowych elementów środowiska edukacyjnego. W tej części ankiety młodzież szczegółowo oceniała zarówno dostęp do pomocy psychologicznej, jak i bariery uniemożliwiające korzystanie z niej oraz preferowane formy wsparcia.

Ocena dostępności pomocy psychologicznej

Większość uczniów ocenia dostęp do pomocy psychologicznej jako **niewystarczający**. Odpowiedzi neutralne lub negatywne dominują wyraźnie:

- ok. 36% określa dostęp jako przeciętny,
- ok. 21% jako słaby,
- ok. 13% jako bardzo słaby.

Tylko ok. 30% młodych ocenia dostęp pozytywnie. Już to zestawienie pokazuje, że dla większości uczniów system wsparcia jest niewystarczający – niewydolny, trudno dostępny lub nieodpowiadający na realne potrzeby.

Największe bariery w korzystaniu z pomocy psychologicznej

Wśród barier trzy czynniki dominują:

- **brak informacji** – ok. **40%**. Młodzi ludzie nie wiedzą:
 - o gdzie szukać pomocy,
 - o jakie formy wsparcia są dla nich dostępne,
 - o w jakich godzinach mogą liczyć na pomoc,
 - o czym różni się pomoc w szkole, poradni czy ośrodku zewnętrznym.

Brak informacji jest najczęściej wskazywaną barierą — to sygnał, że problem dotyczy nie tylko jakości usług, ale również komunikacji systemu wsparcia.

- **długie czasy oczekiwania** – ok. **36%**. Młodzież zgłasza, że terminy wizyt są zbyt odległe, a pomoc nie jest dostępna „tu i teraz”, kiedy najbardziej jej potrzebują. W wypowiedziach otwartych pojawiają się również obserwacje dotyczące niewydolności poradni i braku specjalistów.
- **stygmatyzacja** – ok. **11%**. Część młodzieży nadal obawia się:
 - o oceniania przez rówieśników,
 - o braku zrozumienia,
 - o braku akceptacji ze strony dorosłych,
 - o „łatki” osoby z problemami.

W wypowiedziach padają też słowa o braku zaufania, poczuciu niezrozumienia i obawach przed odrzuceniem — są to sygnały wymagające poważnego potraktowania.

- **wskazania „inne”** – dodatkowy sygnał jakościowy. Młodzi zgłaszają m.in.:
 - o brak empatii i „rozumienia” ze strony części specjalistów,
 - o obawy przed niską jakością pomocy,
 - o przekonanie o braku kompetencji psychologów,
 - o nieufność, wstyd, poczucie izolacji,
 - o a czasem negację samej potrzeby korzystania z pomocy.

W kilku wypowiedziach pojawia się rozczarowanie „systemem”, ale także wątki społeczne — presja, samotność, brak przestrzeni do rozmowy i wsparcia.

Z jakich form wsparcia młodzież chciałaby korzystać?

Pomimo wielu barier — zapotrzebowanie na pomoc psychologiczną jest realne. Najbardziej oczekiwane formy to:

- **indywidualne konsultacje twarzą w twarz** – ok. **54%**. To najczęściej wskazywana forma pomocy. Uczniowie i uczennice potrzebują rozmowy, relacji, uważności i zaufania;
- **warsztaty radzenia sobie ze stresem** – ok. **15%**. To forma grupowa, ale bez ekspozycji tak dużej jak w rozmowie indywidualnej. Potrzeby dotyczą:
 - o radzenia sobie z napięciem,
 - o technik relaksacyjnych,
 - o umiejętności emocjonalnych;
- **konsultacje online** – ok. **10%**. To rozwiązanie dla osób ceniących anonimowość lub mających ograniczenia transportowe;
- **spotkania klasowe o rozwoju psychicznym** – ok. **8%**. Mniejsza, ale istotna grupa wskazuje potrzebę edukacji psychologicznej „dla wszystkich”, a nie tylko dla osób w kryzysie. W odpowiedziach otwartych pojawiają się także:
 - o chęć dostępu do terapii całodobowej,
 - o potrzeba kompetentnych specjalistów,
 - o oczekiwanie darmowej i natychmiastowej pomocy dla młodych,
 - o potrzeba edukacji dotyczącej „dorosłego życia”,
 - o a czasem negacja potrzeby pomocy („wszystko można znaleźć w internecie”).

Jakiej dodatkowej pomocy młodzież potrzebuje w kontekście rynku pracy?

Choć pytanie dotyczyło rynku pracy, większość odpowiedzi ponownie dotyczyła **zdrowia psychicznego i dobrostanu**, co pokazuje, że w świadomości młodych dobrostan psychiczny jest bezpośrednio związany z możliwością radzenia sobie w dorosłym życiu.

Wskazywano m.in. na:

- potrzebę nieograniczonego dostępu do konsultacji psychologicznych,
- lepsze kompetencje psychologów w poradniach,
- warsztaty i zajęcia o zdrowiu psychicznym,
- wsparcie edukacyjne i doradztwo zawodowe,
- pomoc w budowaniu pewności siebie i rozumienia swoich kompetencji,
- potrzeby bardziej praktyczne: lepsza komunikacja publiczna, pomoc w nauce, kursy i szkolenia.

Trzeba też oddać, iż część uczniów podkreśla, że obecna oferta jest dla nich wystarczająca lub nie widzą potrzeby korzystania z dodatkowych form wsparcia.

Wnioski końcowe: kondycja psychofizyczna młodzieży i rola powiatu

Zestawienie odpowiedzi pokazuje obraz młodzieży, która **ma rosnącą świadomość swoich potrzeb emocjonalnych**, ale jednocześnie często czuje się zagubiona w systemie wsparcia. Młodzi ludzie doświadczają:

- presji edukacyjnej i społecznej,
- trudności z komunikacją i dojazdami,
- poczucia osamotnienia lub niezrozumienia,
- nieufności wobec instytucji,
- braku stabilności i przewidywalności w dostępie do pomocy.

Jednocześnie jasno deklarują, że potrzebują **bezpiecznych, łatwo dostępnych, profesjonalnych** form wsparcia psychologicznego.

Co z tego wynika dla powiatu?

W ramach swoich kompetencji powiat może i powinien:

- Wspierać szkoły w dostępie do specjalistów:
 - o zwiększając liczbę psychologów i pedagogów,
 - o zapewniając stabilną obecność specjalistów,
 - o dbając o ich kompetencje i szkolenia.
- Poprawić komunikację i widoczność dostępnych form pomocy:
 - o proste informacje w szkołach,
 - o kampanie informacyjne,
 - o jasne procedury,
 - o widoczne systemy zgłaszania potrzeb.
- Rozwijać ofertę profilaktyczną:
 - o warsztaty o emocjach, stresie, relacjach,
 - o działania anty-stygmatyzacyjne,
 - o programy psychoedukacyjne dla całych klas.
- Umożliwić dostęp do nowoczesnych, dyskretnych form wsparcia:
 - o konsultacje online,
 - o aplikacje wsparciowe,
 - o czaty psychologiczne.
- Wzmacniać współpracę z poradniami i instytucjami zdrowia psychicznego:
 - o skracanie czasu oczekiwania,
 - o kierowanie do specjalistów,
 - o zwiększanie zasobów kadrowych.
- Tworzyć lokalne środowisko sprzyjające dobrostanowi:
 - o bezpieczne przestrzenie spotkań,
 - o młodzieżowe przestrzenie aktywności,
 - o działania na rzecz zdrowia psychicznego w społeczności lokalnej.

Reasumując, młodzież powiatu legionowskiego potrzebuje zarówno **łatwo dostępnej pomocy psychologicznej**, jak i **środowiska sprzyjającego dobrostanowi**, relacjom i pewności siebie. Odpowiedzialność za ten obszar spoczywa częściowo na szkołach, ale w dużej mierze również na powiecie — który może pełnić funkcję koordynatora, integratora usług i inicjatora systemowych działań chroniących zdrowie psychiczne młodych ludzi.

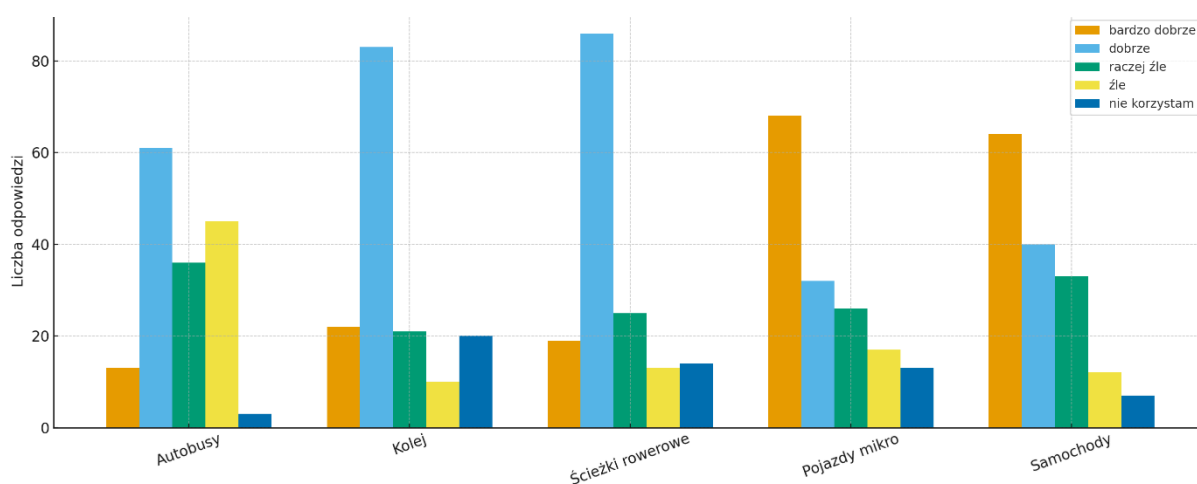
5 Mobilność i dostępność

Mobilność młodzieży – zarówno codzienna, związana z dojazdami do szkół, jak i ta dotycząca korzystania z oferty powiatu – jest jednym z kluczowych elementów jakości życia młodych mieszkańców. W tej części ankiety uczniowie i uczennice oceniali funkcjonowanie komunikacji publicznej i infrastruktury transportowej, a także wskazywali, jakie zmiany najbardziej poprawiłyby ich codzienne przemieszczanie się. Pytania obejmowały zarówno transport autobusowy i kolejowy, jak i infrastrukturę rowerową, stan dróg oraz nowe formy mobilności, takie jak hulajnogi czy pojazdy elektryczne. Zebrane odpowiedzi pozwalają lepiej zrozumieć, w jaki sposób młodzież doświadcza komunikacji w powiecie i które jej elementy wymagają poprawy, aby codzienna mobilność była wygodniejsza, bezpieczniejsza i lepiej dopasowana do ich potrzeb.

Ocena komunikacji w powiecie (jakość, dostępność, odpowiadanie na potrzeby)

Ocena komunikacji w powiecie dokonana przez młodzież pokazuje, że **jakość i dostępność transportu jest dla nich jednym z kluczowych obszarów życia codziennego**. Warto interpretować te wyniki w bezpośrednim powiązaniu z wcześniejszymi danymi dotyczącymi sposobów dojazdu do szkoły: aż **ok. 54%** uczniów korzysta z **autobusów**, ok. **20%** jest dowożonych samochodem jako pasażerowie, a tylko niewielki odsetek dojeżdża **koleją** lub **rowerem**. To sprawia, że subiektywna ocena jakości transportu jest ściśle związana z tym, jakim środkiem młodzi faktycznie podróżują.

Największe problemy widoczne są w ocenie **komunikacji autobusowej**, którą znaczna część młodzieży określa jako **przeciętną lub złą**. Wynika to prawdopodobnie z dużej zależności uczniów od autobusów oraz doświadczeń związanych z opóźnieniami, nieregularnością kursów czy brakiem koordynacji z odjazdami pociągów. Z kolei **komunikacja kolejowa**, mimo iż rzadziej wykorzystywana, jest oceniana wyraźnie lepiej – jako solidna, przewidywalna i odpowiadająca na potrzeby osób dojeżdżających na większe odległości, szczególnie w kierunku Warszawy.



Infrastruktura rowerowa otrzymuje oceny umiarkowanie pozytywne, jednak nadal spora grupa ankietowanych wskazuje na jej ograniczenia – zwłaszcza na brak spójnych, bezpiecznych tras między miejscowościami. Jest to istotne, zwłaszcza że jedynie niewielka część uczniów dojeżdża rowerem, co może wynikać właśnie z bariery infrastrukturalnej, a nie z braku chęci.

Bardzo pozytywne oceny dotyczą urządzeń transportu osobistego, hulajnóg elektrycznych (hulajnóg, deskorolek elektrycznych, segwayów). Wysoka ocena tej kategorii wynika jednak częściowo z faktu, że korzystają z nich głównie ci, którzy mają do nich dostęp i potrafią ich używać – pozostali deklarują brak korzystania. Nie jest to więc „powszechna” forma mobilności, a raczej uzupełniająca.

Oceniając **możliwość przemieszczania się samochodem**, młodzież wskazuje na stosunkowo dobrą jakość, choć uwagi dotyczą zatłoczenia i jakości dróg, zwłaszcza na trasach do szkół. Wynik ten koresponduje z faktem, że ok. 20% młodych jest dowożonych przez rodziców – może to być reakcja na niedostatki w transporcie publicznym, szczególnie autobusowym.

Łącznie wyniki te pokazują, że **kluczowe problemy młodzieży dotyczą komunikacji zbiorowej** – przede wszystkim autobusów – oraz **spójności i bezpieczeństwa infrastruktury między miejscowościami**. Różnice w ocenach wyraźnie wskazują, że jakość transportu, który młodzież faktycznie wykorzystuje, jest oceniana najniżej. To zaś

przekłada się bezpośrednio na komfort codziennych podróży i całościowe doświadczenie życia w powiecie.

Co najbardziej poprawiłoby Twoje codzienne dojazdy?

Najczęściej wskazywane potrzeby

- Najwięcej wskazań (ok. **61%**) uczniów zaznaczyło, że **więcej połączeń autobusowych między gminami powiatu** poprawiłoby ich codzienne dojazdy. To bardzo wyraźny sygnał, że komunikacja wewnątrz powiatu – między miejscowościami – jest dla młodzieży głównym wyzwaniem.
- Drugą najczęściej wskazywaną opcją (ok. **53%**) była **lepsza koordynacja rozkładów autobusów z odjazdami pociągów**. Wskazuje to, że wielu uczniów korzysta z kombinacji autobus-kolej i doświadcza trudności związanych z przesiadkami lub złym dopasowaniem czasowym.
- Trzecią pod względem liczby wskazań była opcja dotycząca **lepszych dróg i mniejszych korków na trasach do szkół** – wybrało ją ok. **53%** (lub w tej samej wielkości grupie). Oznacza to, że infrastruktura drogowa i warunki jazdy samochodem również są ważnym elementem mobilności młodych ludzi.

Rzadziej wskazywane, ale istotne potrzeby

- Ponad ok. **18%** wskazało potrzebę dostępu do tańszych lub wspólnych (łączonych) biletów (np. bilet metropolitalny) jako ważną poprawę — co pokazuje aspirację do łatwiejszego, tańszego transportu i powiązania taryfowego z Warszawą.
- Mniej osób (ok. **14%**) zaznaczyło kwestie związane z lepszymi informacjami o połączeniach (aplikacja, tablice).
- Również stosunkowo niewiele osób (ok. **8%**) wybrało stworzenie miejsc „park&ride” lub „bike&ride” przy stacjach kolejowych — co może sugerować, że choć to rozwiązanie jest technicznie przydatne, nie jest jeszcze postrzegane jako kluczowe przez większość młodzieży.
- Tylko ok. **8%** wskazało na nowe lub bezpieczniejsze ścieżki rowerowe między miejscowościami — co może wynikać z faktu, że stosunkowo mała grupa młodzieży dojeżdża rowerem.

Wypowiedzi w kategorii „inne” i problem linii 10P

Wśród odpowiedzi „inne” powtarza się bardzo wiele uwag dotyczących **linii autobusu 10 P** – m.in. prośby o zwiększenie pojemności autobusu, zastąpienie go większym pojazdem, zwiększenie częstotliwości kursów, poprawę jakości kierowcy, lepsze przystanki i komunikację z Załubic/Łajsk. To jasny sygnał: Linia 10 P wyraźnie pokazuje, że dla wielu młodych osób przydałoby się wprowadzić pewne usprawnienia, szczególnie jeśli chodzi o częstsze kursy w godzinach, gdy dojeżdżają do szkół i z powrotem. Chodzi głównie o tych uczniów, którzy brali udział w badaniu. Obecnie autobus bywa bardzo zatłoczony, a jego rozkład i komfort nie do końca odpowiadają potrzebom młodzieży, co wpływa na wygodę i pewność dojazdu. Choć formalnie nie było pytania o konkretną linię, młodzież sama wskazała ten fragment systemu jako problemowy.

Inne wypowiedzi sygnalizują:

- konieczność lepszego rozkładu jazdy linii L-8,
- poprawę dojazdów wieczornych / weekendowych – uczniowie i uczennice wskazują, że komunikacja po zajęciach czy w wolnym czasie jest ograniczona, co wpływa na ich mobilność społeczną, nie tylko edukacyjną.

Interpretacja całościowa

Wyniki tej części badania wyraźnie pokazują, że dla młodzieży w powiecie legionowskim **infrastruktura transportowa i jej funkcjonowanie** są kluczowym warunkiem codziennego funkcjonowania – zarówno w kontekście edukacji, jak i życia społecznego.

Największym wyzwaniem jest **komunikacja autobusowa między gminami** oraz **logistyka połączeń autobus-kolej**, co wskazuje, że wiele uczniów musi korzystać z kilku środków transportu i doświadcza opóźnień, niedogodnych przesiadek, tłoku lub braku kursów

Mniej wskazań dotyczy ścieżek rowerowych czy rowerowej infrastruktury – co może oznaczać, że rola roweru w codziennych dojazdach uczniów jest ograniczona i infrastruktura nie stwarza odpowiednich warunków do większego jego użycia. Z drugiej strony duża liczba wskazań dotyczących dróg i korków sugeruje, że **transport indywidualny (samochód)** ciągle odgrywa istotną rolę i jego warunki również wymagają poprawy.

Wnioski dla powiatu i rekomendacje

Dla strategii transportowej powiatu kluczowe są następujące kierunki działań:

- **Zwiększenie częstotliwości kursów autobusów między gminami** – to najważniejszy postulat młodzieży. Powiat powinien współpracować z powiatowymi przewoźnikami i organami gminnymi, aby dopasować ofertę przewozową do rzeczywistych potrzeb uczniów i mieszkańców.
- **Lepsza koordynacja rozkładów autobusów z odjazdami kolei** – aby zminimalizować czas oczekiwania na przesiadkę i zwiększyć atrakcyjność transportu zbiorowego dla uczniów komunikujących się między gminą a kierunkiem szkoły lub Warszawą.
- **Specjalne interwencje w liniach o dużym obciążeniu (jak 10P)** – analiza stanu tej linii, zwiększenie częstotliwości, wprowadzenie pojazdów o większej pojemności (szczególnie w godzinach dojazdów do szkół i powrotów z zajęć), poprawa jakości obsługi i komfortu – wszystko to istotne dla mobilności uczniów.
- **Poprawa infrastruktury drogowej i redukcja korków na trasach szkolnych** – modernizacja dróg, poprawa bezpieczeństwa, redukcja zatłoczenia – aby wspierać nie tylko autobusowy, ale także samochodowy dojazd uczniów.
- **Rozwijanie transportu wieczornego i weekendowego** – ponieważ młodzież wskazuje, że mobilność w czasie pozalekcyjnym (spotkania, zajęcia) jest ograniczona, co wpływa na ich życie społeczne i rozwój poza szkołą.
- **Dalsze inwestycje w infrastrukturę rowerową i aktywną mobilność** – choć niewielki odsetek uczniów wskazał na to jako główny postulat, rozwijanie bezpiecznych tras rowerowych może być dobrą inwestycją w mobilność przyszłości, zwłaszcza w kontekście promocji zdrowia i ekologii.

6 Czas wolny, kultura, sport

Ta część badania dotyczy tego, jak młodzież spędza czas wolny w powiecie oraz na ile lokalna oferta kulturalna, sportowa i rekreacyjna odpowiada jej potrzebom. Uczniowie i uczennice wskazywali elementy, których najbardziej im brakuje – od miejsc spotkań i wydarzeń kulturalnych, po przestrzenie dla twórczości, wolontariatu i aktywności społecznej. Pytania pozwoliły również określić, jak często młodzi korzystają z oferty Warszawy zamiast lokalnie, co jest istotną miarą atrakcyjności życia w powiecie. Zebrane odpowiedzi pokazują, które obszary wymagają rozwoju, aby powiat stał się miejscem bardziej przyjaznym młodzieży w codziennym funkcjonowaniu i czasie wolnym.

Czego brakuje młodym w powiecie?

Odpowiedzi młodzieży bardzo wyraźnie pokazują, że to, czego najbardziej brakuje młodym ludziom w powiecie legionowskim, to przede wszystkim **przestrzeń do bycia razem**. Jest to najczęściej wskazywana potrzeba – ok. **58%** młodych mówi wprost, że brakuje miejsc, w których można się spotykać po lekcjach: kawiarni, klubów młodzieżowych, stref chillout, przestrzeni otwartych i zamkniętych, w których po prostu „jest, gdzie pójść”. Ten motyw powraca w wielu częściach ankiety i stanowi swoisty **znak czasu**: młodzież poszukuje relacji, wspólnoty i poczucia przynależności, a brak miejsc spotkań – niezależnie od ich formy – staje się jedną z największych barier jakości życia w powiecie.

Na drugim miejscu znajdują się potrzeby związane z **życiem kulturalnym** – ok. **31%** uczniów wskazuje, że brakuje im koncertów, kina, teatru czy po prostu ciekawych wydarzeń. W połączeniu z ograniczoną mobilnością wieczorną (którą jako problem wskazuje ok. **33%** młodych) tworzy to obraz powiatu, w którym młodzież ma utrudniony dostęp zarówno do oferty, jak i do sposobu dotarcia na wydarzenia. W ankietach dorosłych podobne wątki również się pojawiały, ale młodzi mówią o tym z większą intensywnością: chcą atrakcji, ale przede wszystkim chcą **mieć realną możliwość uczestniczenia w nich**.

Wysokie wskazania dotyczą również **infrastruktury sportowej i rekreacyjnej**, zarówno w formie nowoczesnych obiektów dostępnych po szkole (ok. **20%**), jak i otwartych przestrzeni – boisk, skateparków, tras nad Zalewem (ok. **19%**). W wypowiedziach „inne” pojawia się m.in. głos o braku sali siatkarskiej otwartej po godzinach, co pokazuje, że dostęp do istniejącej infrastruktury jest często równie ważny, jak jej budowa. Młodzi chcą miejsca ruchu i aktywności – ale odpowiednio dostępnego, żywego i otwartego.

Istotną grupą potrzeb są również kwestie związane z **pracą i rozwojem**. Około **31%** młodzieży wskazuje, że brakuje im ofert pracy wakacyjnej lub weekendowej, a ok. **12%** – tanich lub darmowych kursów i szkoleń. Razem tworzy to wyraźny sygnał, że młodzież chce zdobywać kompetencje, angażować się, pracować i rozwijać – ale nie zawsze ma do tego lokalne warunki. Brakuje też miejsc dla twórców (ok. **7-8%**), co łączy się z wcześniejszymi wypowiedziami o niedoborze przestrzeni kreatywnych.

Wypowiedzi w kategorii „inne”, choć nieliczne, wzmacniają ogólny obraz: młodzi chcieliby toru gokartowego, sal sportowych otwartych po lekcjach, więcej zajęć, lepszej komunikacji wieczornej, a czasem... po prostu Starbucks'a. Te komentarze, często półzartobliwe, pokazują jedno – **młodzież szuka miejsc, w których może być sobą i być razem**. Deficyt takich przestrzeni jest dla niej odczuwalny bardziej niż brak infrastruktury technicznej czy oficjalnych instytucji.

Z odpowiedzi młodzieży wyłania się jasny wniosek: powiat – jako obszar - by stać się miejscem atrakcyjnym dla młodych ludzi, musi zapewnić im **przestrzeń – fizyczną i symboliczną – do spotkań, aktywności, rozwoju i uczestnictwa w kulturze**. Dotyczy to zarówno małych, codziennych miejsc spotkań, jak i większej oferty wydarzeń, dobrej komunikacji wieczornej, infrastruktury sportowej i możliwości pracy czy wolontariatu. To nie jest lista zachcianek, ale **elementy budujące więź z miejscem** – a wcześniej przeprowadzona ankieta dorosłych pokazywała, że więź ta jest jednym z kluczowych czynników kształtujących jakość życia mieszkańców.

Jeśli młodzi mają chcieć w przyszłości wracać lub zostawać w powiecie, muszą czuć, że jest tu „ich miejsce” – i właśnie ono najbardziej dziś wymaga stworzenia.

Jak często korzystasz z oferty w Warszawie zamiast lokalnie?

Wyniki wyraźnie pokazują, że Warszawa pełni dla znacznej części młodzieży funkcję **głównego centrum aktywności, kultury, edukacji i życia społecznego**. Tylko ok. **3%** uczniów deklaruje, że w powiecie mają wszystko, czego potrzebują, a z oferty Warszawy nie korzystają wcale. Większość młodych odwiedza stolicę co najmniej kilka razy w roku, a bardzo duża grupa — nawet regularnie. Najliczniejszą grupę stanowią uczniowie i uczennice, którzy jeżdżą do Warszawy **2-3 razy w miesiącu** (ok. **23%**), a kolejna duża część robi to **co tydzień lub częściej** (łącznie ok. **30%** — „raz w tygodniu” i „kilka razy w tygodniu”).

Szczególnie istotny jest jednak fakt, że aż ok. **17%** młodzieży bywa w Warszawie **prawie codziennie** — to osoby dojeżdżające tam na zajęcia dodatkowe lub w celach towarzyskich. Pokazuje to, że dla części młodych Warszawa nie jest „atrakcją” czy „alternatywą”, ale naturalną częścią ich codzienności. W praktyce oznacza to, że granica między powiatem legionowskim a Warszawą zaciera się w życiu młodych mieszkańców — powiat staje się ich „bazą mieszkalną”, ale to Warszawa zapewnia im dużą część oferty rozwojowej, edukacyjnej i społecznej.

Z powyższej części badania płyną następujące wnioski:

- **Warszawa pełni dla młodzieży rolę centrum kultury, edukacji i życia społecznego**, uzupełniając luki w ofercie powiatu - zwłaszcza tam, gdzie brakuje wydarzeń, przestrzeni spotkań, możliwości aktywności czy zajęć rozwijających.
- **Powiat i stolica funkcjonują dla młodzieży jako jeden układ metropolitalny**: wielu uczniów postrzega przemieszczanie się między nimi jako naturalny element swojej codzienności. To wzmacnia potrzebę sprawnej komunikacji, szczególnie wieczornej i weekendowej.
- Wyniki bardzo mocno korespondują z wcześniejszymi deklaracjami dotyczącymi braków w powiecie — młodzież korzysta z Warszawy wtedy, kiedy **lokalna oferta nie odpowiada jej potrzebom** (kultura, sport, spotkania, kreatywność, praca, edukacja).
- **Im częściej młodzi korzystają z Warszawy, tym bardziej powiat staje się miejscem „sypialnianym”**, a to w długiej perspektywie wpływa na tożsamość lokalną i decyzje młodych o pozostaniu lub wyjeździe.
- **Jednocześnie wielu młodych nie korzystałoby tak często z Warszawy, gdyby w powiecie mieli atrakcyjne alternatywy** - szczególnie w zakresie miejsc spotkań, kultury, mobilności i oferty dla młodzieży.

7 Głos młodych i zaangażowanie w rozwój powiatu

Ostatnia, siódma część ankiety, przenosi uwagę z codziennych doświadczeń młodzieży na ich wizję przyszłości oraz oczekiwania wobec rozwoju powiatu. Uczniowie i uczennice wskazywali, jakie kierunki rozwoju uważają za najważniejsze, z czym Powiat Legionowski powinien kojarzyć się w roku 2035 oraz jak chcieliby być informowani o sprawach istotnych dla lokalnej społeczności. Co ciekawe – w tej części jedno z pytań zadano w sposób identyczny jak osobom dorosłym. Pozostałe pytania dotyczyły kanałów komunikacji oraz pomysłów na konkretne działania, które mogłyby realnie poprawić jakość życia młodych w najbliższych latach. Zebrane odpowiedzi pokazują, w jakim kierunku młodzież chciałaby, aby powiat się rozwijał i jaką rolę jest gotowa odegrać w tym procesie.

Co jest najważniejsze dla rozwoju Powiatu?

Wyniki pokazują, że **młodzież patrzy na rozwój powiatu w sposób bardzo praktyczny i realistyczny** — koncentrując się na tych elementach, które najbardziej wpływają na

codzienne funkcjonowanie mieszkańców i komfort życia. Najsilniej wybrzmiewają kwestie związane z **infrastrukturą drogową i jakością transportu**, co jest spójne ze wszystkimi poprzednimi częściami badania.

Dominujące priorytety młodych – drogi i komunikacja

Najczęściej wskazywaną potrzebą rozwojową jest **poprawa stanu dróg i połączeń drogowych** (ok. **50%** odpowiedzi). To jedno z najważniejszych wskazań w całej ankiecie dotyczącej mobilności – młodzi bardzo wyraźnie sygnalizują, że infrastruktura drogowa w powiecie jest dla nich podstawowym warunkiem sprawnego przemieszczania się, dojazdów do szkoły i uczestnictwa w życiu społecznym.

Drugie bardzo mocne wskazanie dotyczy **lepszego skomunikowania powiatu – zarówno wewnętrznego, jak i zewnętrznego** (ok. **35%**). Młodzież widzi rozwój powiatu przez pryzmat mobilności: lepszych połączeń między gminami, koordynacji transportu, szybkości dojazdu i łatwości przesiadek. To potwierdzenie, że mobilność – jej jakość, regularność, bezpieczeństwo – jest fundamentem życia młodych w powiecie.

Usługi społeczne i rekreacyjne – kształtowanie jakości życia

Na trzecim miejscu znalazła się potrzeba rozwoju **usług społecznych** – edukacji, kultury, zdrowia, sportu i rekreacji (ok. **24%**). To sygnał, że młodzież oczekuje **poszerzenia oferty edukacyjnej i kulturalnej oraz inwestycji w zdrowie psychiczne i fizyczne** – wątek wielokrotnie przewijający się w poprzednich częściach ankiety.

Podobne znaczenie ma rozwój **turystyki i terenów rekreacyjnych** (ok. **19%**) – młodzi widzą potencjał powiatu w naturze, Zalewie Zegrzyńskim i terenach zielonych, ale chcieliby, aby były one bardziej dostępne, atrakcyjne i różnorodne.

Estetyka i środowisko – troska o jakość przestrzeni wspólnej

Wskazania na **poprawę estetyki** (ok. **20%**) oraz **dbałość o jakość środowiska i czystość** (również ok. **20%**) pokazują, że młodzi zwracają uwagę na wizualny i ekologiczny wymiar przestrzeni – chcą miejsc zadbane, czyste, atrakcyjnych, bezpiecznych. Wyniki te są bardzo zbieżne z wcześniejszymi ankietami dorosłych, gdzie środowisko naturalne i ład przestrzenny były ważnymi elementami tożsamości powiatu.

Gospodarka i przedsiębiorczość – umiarkowane, ale obecne znaczenie

Średni poziom wskazań pojawia się przy:

- rozwoju usług komercyjnych (ok. 16%),
- rozwoju instytucji wspierających przedsiębiorczość (ok. 12%),
- rozwoju terenów inwestycyjnych (ok. 8%).

To pokazuje, że choć młodzi dostrzegają wagę rozwoju gospodarczego, to kwestie te nie stanowią dla nich najważniejszego elementu wizji powiatu. Są ważne, ale nie definiujące – młodzi bardziej cenią jakość życia, mobilność i przestrzeń wspólną niż rozwój stricte biznesowy.

Relacje społeczne, promocja i otwartość – mniejsze priorytety

Niższe wskazania dotyczą:

- poprawy relacji wewnątrz wspólnot lokalnych (ok. 9%),
- większej dbałości o obszary chronione (ok. 13%),
- lepszej promocji powiatu (ok. 6%),
- otwartości na cudzoziemców (ok. 4%).

Oznacza to, że choć młodzież dostrzega te obszary jako element całości, nie traktuje ich jako kluczowych dla rozwoju powiatu. Ważne jest jednak to, że relacje i otwartość społeczna nie są ignorowane — po prostu ustępują miejsca pilniejszym wyzwaniom infrastrukturalnym i środowiskowym.

Dokonano także porównania tego samego pytania w dwóch różnych badaniach – wśród młodzieży oraz wśród dorosłych mieszkańców powiatu. Okazało się, że obie grupy zaskakująco zgodnie wskazują na ten sam fundament rozwoju: **sprawną komunikację i infrastrukturę drogową**. Zarówno młodzi, jak i dorośli uważają, że lepsze skomunikowanie powiatu (wewnętrzne i zewnętrzne) oraz poprawa stanu dróg są absolutnie kluczowe – bez nich trudno mówić o rozwoju usług, turystyki czy codziennej jakości życia. W obu badaniach wysokie znaczenie uzyskuje także **rozwój usług społecznych** (edukacja, zdrowie, kultura, sport) oraz **dbałość o środowisko i estetykę przestrzeni**, a także wykorzystanie **potencjału turystyczno-rekreacyjnego** powiatu.

Różnice między grupami są bardziej kwestią akcentów niż sprzecznych oczekiwań. Młodzież patrzy przede wszystkim przez pryzmat codzienności – wygody dojazdów, dostępu do ciekawych miejsc, obiektów sportowych, terenów rekreacyjnych i ogólnej „przyjazności” powiatu jako miejsca do życia. Dorośli częściej myślą w kategoriach systemowych i gospodarczych: poza drogami i komunikacją ważne są dla nich tereny inwestycyjne, rozwój instytucji otoczenia biznesu czy otwartość na inwestorów zewnętrznych. W obu grupach silnie obecny jest jednak wątek środowiskowy – ochrona obszarów cennych przyrodniczo i dbałość o czystość oraz ład przestrzenny.

W efekcie otrzymujemy dwa spojrzenia, które raczej się uzupełniają, niż wykluczają. Dorośli wnoszą perspektywę stabilności, rozwoju gospodarczego i sprawnego systemu, młodzi – perspektywę jakości życia, relacji i atrakcyjności codziennego funkcjonowania. Z punktu widzenia strategii to dobra wiadomość: **można budować polityki rozwojowe, które jednocześnie poprawiają infrastrukturę transportową, wzmacniają usługi społeczne i środowisko, a przy okazji tworzą powiat „do życia” dla młodych i „do funkcjonowania” dla dorosłych**. Międzypokoleniowe wnioski są więc spójne: kierunek rozwoju jest wspólny, a różnice dotyczą raczej tego, na co w pierwszej kolejności zwrócić uwagę przy wdrażaniu strategii.

Z czym powinien kojarzyć się Powiat Legionowski w roku 2035?

W odpowiedziach młodych osób bardzo wyraźnie widać, że ich wizja przyszłości powiatu nie jest oderwana od realnych, codziennych doświadczeń i problemów, które pojawiały się w całej ankiecie. Najsilniejszym oczekiwaniem jest, aby powiat w roku 2035 **był bezpiecznym i atrakcyjnym miejscem do życia (82 wskazania)**. To najsilniejszy sygnał: młodzi chcą przede wszystkim przestrzeni do życia „normalnego”, spokojnego, komfortowego, z dobrą infrastrukturą i poczuciem stabilności. To miejsce, w którym widzą potencjał na zakładanie własnej rodziny i budowanie przyszłości.

Drugim filarem tej wizji jest **dobra infrastruktura komunikacyjna i łatwość przemieszczania się (59 wskazań)**. To spójne z wcześniejszymi wynikami dotyczącymi mobilności: młodzież chce powiatu, który nie „uwięzi” ich logistycznie, lecz pozwoli swobodnie dojeżdżać do szkół, pracy, uczelni, a przede wszystkim – do Warszawy. Mobilność jest dla nich jednoznacznie warunkiem jakości życia.

Kolejne kluczowe oczekiwania dotyczą:

- **dobrej oferty edukacyjnej i bazy oświatowej (48 wskazań)** – młodzi chcą szkół rozwijających kompetencje, nowoczesnych i dających konkurencyjne możliwości;

- **poczucia bezpieczeństwa w wymiarze zdrowotnym, socjalnym i publicznym** (47 wskazań) – to sygnał, że bezpieczeństwo staje się kategorią „dobrego życia” dla młodego pokolenia, a nie tylko dla starszych;
- **dobrego stanu środowiska** (46 wskazań) – czystość, zieleń, powietrze, estetyka;
- **bogatej i zróżnicowanej oferty kulturalnej** (28 wskazań) – co łączy się z brakami wskazywanymi w poprzednich częściach ankiety.

Znacznie słabsze znaczenie mają kwestie gospodarcze, takie jak „zaplecze gospodarcze” (13 wskazań) czy „klimat dla przedsiębiorczości” (20). I to jest interesujący sygnał — młodzi nie patrzą na powiat jako na przestrzeń budowania dużego biznesu lub centrów logistycznych, ale jako na **przestrzeń do życia**, a nie do intensywnej eksploatacji.

Odpowiedzi „inne” podkreślają to jeszcze mocniej: pojawia się pragnienie czystego środowiska, ograniczenia niekontrolowanej zabudowy, jakości życia „jak w Konstancinie”, czy miejsca do działania w wolontariacie. Jedna osoba wskazała, że nie chce, aby powiat stał się zbyt atrakcyjny, ponieważ obawia się nadmiernej urbanizacji i napływu ludności — to ważny sygnał lęku przed utratą lokalnego charakteru i „przeludnieniem”.

Dokonane porównanie odpowiedzi młodzieży i dorosłych, którzy odpowiadali na identyczne pytanie we wcześniejszym badaniu dotyczącym najważniejszych kierunków rozwoju powiatu, pokazuje, że obie grupy postrzegają przyszłość powiatu przez podobne kategorie, choć różnią się w akcentach i w interpretacji tego, co oznacza „dobry rozwój”. Zarówno młodzi, jak i starsi wskazują, że podstawą funkcjonowania powiatu jest **sprawna mobilność**, obejmująca dobre skomunikowanie zewnętrzne i wewnętrzne oraz poprawę stanu dróg. To bez wątplenia najważniejsza wspólna oś priorytetów – mobilność w ich oczach decyduje o jakości życia, możliwościach edukacyjnych, zawodowych i społecznych, a także o atrakcyjności całego regionu.

Drugim silnym obszarem podobieństw jest szeroko rozumiana **jakość życia**, w tym rozwój usług społecznych, edukacji, kultury, zdrowia, sportu, rekreacji, a także troska o środowisko i czystość przestrzeni. W obu grupach widać świadomość tego, że warunki życia codziennego – bezpieczeństwo, dostęp do usług, czyste powietrze, atrakcyjne i estetyczne otoczenie – tworzą fundament, na którym buduje się przyszłość powiatu. To punkt zgody międzypokoleniowej: mieszkańcy, niezależnie od wieku, chcą powiatu wygodnego, zadbanego i społecznie inkluzywnego.

Różnice ujawniają się tam, gdzie odpowiedzi zahaczają o **charakter powiatu jako przestrzeni gospodarczej**. U dorosłych mocniej wybrzmiewa oczekiwanie rozwoju terenów inwestycyjnych, centrów logistycznych czy usług komercyjnych oraz chęć przyciągania inwestorów. Widać tu podejście pragmatyczne: rozwój rozumiany jako budowa fundamentów gospodarczych, zwiększanie możliwości zatrudnienia i tworzenie zasobów podatkowych. Młodzi natomiast wyraźnie mniej interesują się rozwojem gospodarczym rozumianym w kategoriach infrastruktury biznesowej. Ich wizja powiatu jako przestrzeni przyszłego życia koncentruje się na bezpieczeństwie, edukacji, kulturze, czystym środowisku i dobrej mobilności, a mniej na tworzeniu zaplecza gospodarczego. Dla młodych powiat to nie „system gospodarczy”, ale przede wszystkim **miejsce do życia**, w którym chcą czuć się bezpiecznie, swobodnie i komfortowo.

W istocie więc różnice nie dotyczą tego, czy powiat powinien się rozwijać, ale **jakiego typu rozwój jest najważniejszy**. Dorośli częściej wskazują na elementy funkcjonalne i gospodarcze, młodzi – na elementy społeczne i jakościowe. Różnice te są naturalne i wynikają z etapu życia: młodzi patrzą z perspektywy przyszłych mieszkańców i użytkowników usług, dorośli z perspektywy odpowiedzialności ekonomicznej, stabilności i efektywności

systemu. Co kluczowe, nie są to różnice sprzeczne, lecz **uzupełniające się**, co daje powiatowi dużą szansę na budowanie strategii, która będzie równocześnie pragmatyczna i prospołeczna.

Wspólny mianownik – **mobilność, dobra infrastruktura i wysoka jakość usług** – pokazuje, że zarówno młodzi, jak i dorośli chcą powiatu nowoczesnego, funkcjonalnego i przyjaznego do życia. Różnice w akcentach dowodzą natomiast, że strategia powiatowa powinna umiejętnie balansować między twardymi inwestycjami a rozwojem jakości życia, pamiętając, że to dzisiejsza młodzież będzie mieszkańcami, pracownikami, rodzicami i liderami lokalnymi w roku 2035. Integracja tych perspektyw pozwala budować powiat nie tylko efektywny, ale także atrakcyjny i stabilny społecznie.

Komunikacja z młodymi

Zapytano uczestników badania czy uważają, że są dobrze informowani o sprawach ważnych dla powiatu, a także o ofercie wydarzeń (kulturalnych, sportowych, rekreacyjnych i społecznych), które odbywają się na terenie powiatu. Otrzymane wyniki pokazują, że **młodzież w większości nie czuje się dobrze poinformowana o tym, co dzieje się w powiecie**. Aż **88 osób** (ok. 59%) deklaruje brak wystarczającej wiedzy o wydarzeniach, ofertach czy sprawach ważnych dla lokalnej społeczności, podczas gdy tylko **62 osoby** (ok. 41%) oceniają poziom informacji pozytywnie.

To duża różnica i jednocześnie sygnał, że **system komunikacji z młodymi jest niewystarczający lub rozmija się z kanałami, z których rzeczywiście korzystają**. Wynik ten koresponduje z innymi odpowiedziami — choć młodzież często wskazuje, że „w powiecie mało się dzieje”, część tej oceny może wynikać po prostu z braku informacji, a nie z faktycznego braku oferty.

Relatywnie niski poziom „czucia się poinformowanym” oznacza, że:

- informacja nie dociera tam, gdzie młodzi są aktywni,
- nie jest podana w atrakcyjnej, młodzieżowej formie,
- nie ma jednego, jasnego źródła, które uznawaliby za wiarygodne i regularnie odwiedzane;
- odbiorca po prostu nie jest nią zainteresowany.

W konsekwencji oznacza to, że aby zwiększyć zaangażowanie młodzieży w życie powiatu oraz frekwencję na zajęciach, wydarzeniach czy inicjatywach, konieczne jest przebudowanie systemu komunikacji — bardziej cyfrowego, bardziej „ich językiem” i opartego na kanałach, z **których młodzi realnie korzystają**. A dane są tu niezwykle jednoznaczne.

Najsukuteczniejsze dla młodych są przede wszystkim **Instagram (108 wskazań)** i **TikTok (101 wskazań)** – to zdecydowanie **dwa główne kanały komunikacji, w których obecność powiatu powinna być absolutną podstawą**. Na dalszych pozycjach znajduje się **Facebook (48 wskazań)**, jednak z wyraźnym zaznaczeniem, że chodzi głównie o **grupy szkolne i lokalne**, a więc nie klasyczny fanpage. Kolejne źródła to **YouTube (36 wskazań)**, **szkolne dzienniki elektroniczne (27)**, **Discord (16)** oraz informacje przekazywane bezpośrednio przez nauczycieli (23).

Tradycyjne kanały – jak plakaty w szkołach (12), strony internetowe (10) czy lokalne media (8) – mają tu znaczenie marginalne. To oznacza, że komunikacja nastawiona głównie na te formy **z definicji nie dotrze do zdecydowanej większości młodzieży**.

Jeżeli zatem samorząd – któregokolwiek ze szczebli, czy też szkoła - chce skutecznie docierać do młodych ludzi, musi być obecny tam, gdzie oni są – w mediach społecznościowych nowej

generacji, w formach prostych, szybkich, atrakcyjnych wizualnie i dostosowanych do młodzieżowego stylu komunikacji. Musi też mówić językiem, który jest dla nich naturalny i zrozumiały. Tylko wtedy informacja przestanie się „rozpyływać”, a młodzi będą realnie wiedzieć, co dzieje się w powiecie i jak mogą w tym uczestniczyć.

Jeden konkretny pomysł, który najbardziej poprawi życie młodych w powiecie w najbliższych trzech latach

W analizowanym pytaniu młodzież zgłosiła **łącznie 96 indywidualnych pomysłów**. Mimo że odpowiedzi są bardzo zróżnicowane, po ich pogrupowaniu widać kilka wyraźnych, dominujących obszarów potrzeb. Co ważne, niemal wszystkie dotyczą bardzo **praktycznych, codziennych kwestii** – młodzi nie formułują wielkich projektów strategicznych, lecz wskazują na te bariery, które realnie utrudniają im życie „tu i teraz”.

Dominująca kategoria: komunikacja, mobilność i korki (ok. 45% wszystkich odpowiedzi)

To zdecydowanie najczęściej powtarzający się temat — w skali całej ankiety i również w tym ostatnim pytaniu. Najczęstsze wątki:

- „lepsza komunikacja miejska”,
- „więcej autobusów”,
- „częstsze odjazdy SKM”,
- „lepszy rozkład jazdy”,
- „lepsze połączenia między gminami”,
- „bezpośrednie połączenia autobusowe”,
- „mniej korków”,
- „zakończenie budowy dróg”,
- „poprawa jakości jazdy komunikacją”,
- „dofinansowanie biletów”,
- i absolutny hit tej listy: powiększenie lub wymiana autobusu linii P10, które pojawia się kilkanaście razy.

To pokazuje jednoznacznie, że dla młodych **mobilność jest barierą numer jeden**. Bez dobrej komunikacji nie mogą się spotykać, wracać wieczorem, brać udziału w wydarzeniach ani nawet dojechać na zajęcia.

Druga najważniejsza potrzeba: miejsca do spotkań i spędzania czasu (ok. 30% odpowiedzi)

Ten motyw powtarza się w różnej formie przez cały kwestionariusz i wraca także tutaj. Najczęstsze treści:

- „więcej miejsc spotkań”,
- „miejsce dla młodzieży w Legionowie”,
- „ciepłe miejsce do spotkań”,
- „bezpieczny, oświetlony park”,
- „nowoczesna sala sportowa dostępna po lekcjach”,
- „strefa relaksu”,
- „park z ławkami i przestrzenią do odpoczynku”,
- „kawiarnie (w tym powtarzające się kilkakrotnie Starbucks)”,
- „miejsce do gry w siatkówkę niezależnie od pogody”.

Znów widać, że **deficyt przestrzeni wspólnych to fundamentalny problem pokolenia** — młodzi nie mają gdzie być, gdzie spędzać czasu, gdzie rozwijać relacje. To spójne z

wynikami wcześniejszych pytań i z analizą wcześniejszych ankiet dorosłych (gdzie również pojawiał się motyw braku miejsc integracji społecznej).

Infrastruktura sportowa, rekreacyjna i eventowa (ok. 15% odpowiedzi)

Tu pojawiają się:

- nowe boiska,
- orliki dostępne dla zwykłych użytkowników,
- siłownia,
- tor wyścigowy,
- więcej wydarzeń kulturalnych i koncertów,
- teatr,
- więcej eventów dla młodzieży,
- rozwój turystyki i usług rekreacyjnych.

To pokazuje, że oprócz miejsc stricte „do siedzenia i spędzania czasu”, młodzi chcieliby także **bardziej różnorodnej, dynamicznej oferty aktywności.**

Edukacja i rozwój (ok. 5-7% odpowiedzi)

Pojawiają się:

- krytyka systemu edukacji i postulat jego „uzdrowienia”,
- lepsze przygotowanie do życia zawodowego,
- dodatkowe kierunki i koła rozwijające pasje,
- instytucje wspierające rozwój talentów,
- nowe profile w szkołach.

Choć jest to mniejszy udział procentowy, to widać grupę młodych, która myśli bardziej długofalowo i oczekuje edukacji praktycznej, nowoczesnej, równającej do wyzwań rynku pracy.

Jednostkowe, ale symboliczne wątki (ok. 5% odpowiedzi) pokazują emocjonalny stosunek do codzienności – czasem irytację, czasem potrzebę modernizacji, czasem potrzebę wygody.

Wnioski końcowe – co naprawdę poprawiłoby życie młodych?

1. Mobilność to kluczowy problem systemowy

Brak sprawnej komunikacji to największa bariera rozwojowa dla młodych. Poprawa transportu (szczególnie autobusowego) byłaby odczuwalna natychmiast i masowo.

2. Młodzież potrzebuje „trzeciego miejsca”

Nie szkoły, nie domu — **miejsca dla młodych**, bezpiecznego, ciepłego, otwartego po godzinach. To może być centrum młodzieżowe, sala sportowa, klub, przestrzeń rekreacyjna. Deficyt takich przestrzeni jest jednym z najsilniejszych motywów całego badania.

3. Oferta wydarzeń i infrastruktury jest niewystarczająca

Młodzi chcą koncertów, eventów, przestrzeni sportowych, stref rekreacji.

4. Edukacja wymaga modernizacji

Część młodych zgłasza potrzebę bardziej praktycznych umiejętności, kierunków i wsparcia rozwoju.

5. Większość pomysłów dotyczy bardzo realnych, codziennych barier

To pokazuje pragmatyzm młodego pokolenia – zanim zaczną myśleć o wielkich wizjach, chcą mieć: jak wrócić do domu, gdzie się spotkać, gdzie rozwijać zainteresowania oraz dojechać do szkoły lub pracy.

8 Podsumowanie i wnioski końcowe

Przeprowadzone badanie pokazuje bardzo spójny obraz doświadczeń, potrzeb i oczekiwań młodzieży powiatu legionowskiego. To głos dojrzały, realistyczny i mocno osadzony w codzienności — młodzi ludzie nie formułują abstrakcyjnych postulatów, lecz wskazują na konkretne bariery, które realnie wpływają na ich życie, mobilność, relacje i poczucie przynależności do miejsca. Z wyników wyłania się kilka kluczowych obszarów, które determinują jakość życia młodzieży oraz w największym stopniu zadecydują o tym, czy za kilka lat będą chcieli w powiecie pozostać lub do niego wracać.

Najsilniejszym, stale powracającym wątkiem jest **mobilność**. Dla młodych to nie tylko kwestia transportu, lecz fundament funkcjonowania — od dojazdu do szkoły, przez możliwość spotkań i uczestnictwa w kulturze, po dostęp do edukacji i pracy w Warszawie. Niedomagająca komunikacja autobusowa, słaba koordynacja połączeń, brak wieczornych kursów i chroniczne korki tworzą realne bariery społeczne i edukacyjne. To także główny powód frustracji młodych oraz najczęściej formułowany postulat zmian.

Drugim równie silnym obszarem jest **dramatyczny deficyt miejsc spotkań** — zarówno otwartych, jak i zadaszonych. Młodzież wielokrotnie powtarza, że „nie ma gdzie być”, co w dłuższej perspektywie przekłada się na poczucie izolacji, osłabienie więzi i brak lokalnej tożsamości. To nie tylko brak kawiarni czy klubów młodzieżowych, ale również brak ogólnodostępnych boisk, sal sportowych po lekcjach, stref rekreacji i kreatywnych przestrzeni. Właśnie ta potrzeba — bycia razem — wybrzmiewa najmocniej w całej ankiecie.

Trzecim kluczowym obszarem jest **edukacja i rozwój**. Młodzież oczekuje nowoczesnych metod nauczania, większej liczby zajęć rozwijających pasję, lepszej atmosfery w szkołach oraz kierunków odpowiadających rynkowi pracy. Chce edukacji, która przygotowuje do życia, a nie tylko do egzaminów. Widzi też ogromną lukę w dostępności wsparcia psychologicznego — zarówno organizacyjną, jak i komunikacyjną.

Czwarty obszar dotyczy **jakości życia i przestrzeni publicznej**. Młodzi chcą powiatu bezpiecznego, czystego, dobrze zorganizowanego, z dostępem do terenów zielonych, atrakcyjnej oferty sportowej i kulturalnej oraz zadbanej estetyki przestrzeni. Ich wizja roku 2035 to nie „powiat biznesowy”, lecz powiat przyjazny do życia.

Wreszcie — kluczowym problemem okazuje się **brak skutecznej komunikacji samorządu z młodymi**. Większość nie czuje się dobrze poinformowana, a preferowane przez nich kanały — Instagram i TikTok — pozostają poza głównym nurtem oficjalnych komunikatów. To pokazuje, że bez zmiany sposobu dialogu, młodzież nie będzie angażowała się w działania powiatu, nawet jeśli oferta istnieje.

Zebrane wnioski jasno pokazują, że młodzi mieszkańcy patrzą na rozwój powiatu z perspektywy jakości codziennego życia, relacji, dostępności i mobilności. Ich głosy są zgodne z opiniami dorosłych, choć bardziej emocjonalne i społeczne. Razem tworzą bardzo klarowną mapę priorytetów: **lepsza komunikacja, więcej miejsc spotkań, nowoczesna edukacja, bogatsza oferta kultury i sportu oraz dbałość o środowisko i estetykę przestrzeni**. To właśnie te obszary zadecydują o tym, czy

dzisiejsi uczniowie i uczennice w 2035 roku będą chcieli powiat legionowski nazywać swoim domem — już jako dorośli mieszkańcy, pracownicy, rodzice czy lokalni liderzy.