

Euroopa Parlament

EUROB AROM ETER

SOTSIAALMEEDIA
JÄRELEVALVE 2025



**Euroopa
Parlament**

AUTHORS

Raporti on koostanud Euroopa Parlamendi jaoks Ipsos European Public Affair

Projektijuhid

Tommaso CRESTO DINA (veebikommunikatsiooni üksus)

Gonzalo VELASCO MONASTERIO (avaliku arvamuse jälgimise üksus)

Käsikiri valmis 2025. aasta oktoobris

Brüssel, © Euroopa Liit, 2025

AVALIKU KOHTA

Eurobaromeetri kiiruuringu tellis Euroopa Parlamendi kommunikatsiooni peadirektoraat. Koordineeriva üksusega ühenduse võtmiseks kirjutage:

DGCOMM-POM@europarl.europa.eu

lingvistiline versioon

Originaal: ET

LAHTIÜTLUS

Käesolev dokument on koostatud Euroopa Parlamendi liikmete ja töötajate abistamiseks nende parlamentaarses töös ning on mõeldud eelkõige neile. Dokumendi sisu eest vastutavad ainuisikuliselt selle autorid ning selles väljendatud arvamusi ei tohiks käsitada parlamendi ametliku seisukohana.



Pierre Dieumegardi koostatud dokument „[Europe-Democracy-Esperanto](#)“ jaoks

Selle "esialgse" dokumendi eesmärk on võimaldada rohkematelinimestel Euroopa Liidus saada teadlikuks Euroopa Liidu koostatud dokumentidest (mida rahastatakse nende maksudest).

Kui tõlkeid ei ole, jäetakse kodanikud arutelust välja.

See dokument „Eurobarometer“ [oli olemas ainult inglise keeles](#) pdf-failina. Algsest failist lõime Libre Office'i tarkvara poolt koostatud odt-faili masintõlkeks teistesse keeltesse. Tulemused on nüüd kättesaadavad kõigis [ametlikes keeltes](#).

On soovitatav, et ELi administratsioon võtaks üle oluliste dokumentide tõlkimise. Olulised dokumendid ei ole mitte ainult seadused ja määrused, vaid ka oluline teave, mida on vaja teadlike otsuste ühiseks tegemiseks.

Meie ühise tuleviku ühiseks arutamiseks ja usaldusväärsete tõlgete võimaldamiseks oleks rahvusvaheline esperanto keel oma lihtsuse, regulaarsuse ja täpsuse tõttu väga kasulik.

Võtke meiega ühendust:

[Kontakto \(europokune.eu\)](mailto:europokune.eu)

<https://e-d-e.org/-Kontakti-EDE>

Sisukord

SISSEJUHATUS.....	5
Võtme leiud.....	7
1. Teabelehed ja allikad.....	10
1.1. Sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste arutamise sagedus.....	10
1.2. Traditsiooniliste ja digitaalsete teabeallikate kasutamise sagedus.....	12
1.3. Eelistatud teabeallikad sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste jaoks.....	15
1.4. Teabeallikate tähtsuse muutumine viimase aasta jooksul.....	19
1.5. Huvipakkuvad teemad sotsiaalsetes ja poliitilistes päevakajalistes küsimustes.....	23
2. SOTSIAALMEEDIA KASUTAMINE.....	27
2.1. Eelistatud sotsiaalmeedia ja päevakajalised platvormid.....	27
2.2. Aktiivne vs passiivne teabe tarbimine sotsiaalmeedias.....	31
2.3. Sotsiaalse ja poliitilise sisuga tegelemise liigid.....	34
3. Desinformatsiooni ja teabe usaldusväärsusega seotud kulud ja vahendid.....	38
3.1. Tajutav kokkupuude desinformatsiooniga.....	38
3.2. Usaldus desinformatsiooni äratundmise vastu.....	41
3.3. Teabe kontrollimise strateegiad.....	42
4. Järgmised infrapuna- ja CONTENT CREATORS.....	47
4.1. Mõjutajate ja sisuloojate jälgimine.....	47
4.2. Mõjutajate ja sisuloojate eelistatud sisutüübid.....	50
5. INSTITUTSIOONILISE KONTROLLI JA POLIITIKA KONTAKTILISE KONTROLLI AUDIENTS JA PÕHJENDUSED.....	54
5.1. Sotsiaalmeedias jälgitavad institutsioonilised kontod.....	54
5.2. Institutsionaalsete kontode jälgimise põhjused.....	58
5.3. Põhjused, miks ELi institutsioone sotsiaalmeedias ei jälgita.....	66
5.4. Võimalikud motivaatorid ELi institutsioonide jälgimiseks sotsiaalmeedias.....	70
5.5. Soovitud sisu ELi institutsioonidelt.....	75
6. SOTSIAALMEEDIA POLIITIKA PÕHIMÕTETE ESITATUD VORMID.....	79
6.1. Päevakajalisi küsimusi käsitleva teabe eelistatud vormid.....	79
6.2. Videosisu eelistused päevakajaliste küsimuste jaoks.....	83
7. ATTITUDES TOWARDS EL.....	87
7.1. Huvi ELi poliitika vastu.....	87
7.2. ELi liikmesuse tajutav tähtsus.....	89
7.3. Soodne kohtlemine ELi suhtes.....	91
7.4. Enamik usaldusväärseid üksusi.....	93

Märkused.....	97
Tehnilised spetsifikatsioonid.....	98
KÜSIMUSED.....	100
ANDMETE LISA.....	107

SISSEJUHATUS

Käesolev Eurobaromeetri kiiruuring annab ülevaate Euroopa kodanike suhtumisest sotsiaalmeediasse. Selles uuritakse suhtumist peamistesse teemadesse, nagu: 1) sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste teabeharjumused ja -allikad; (2) sotsiaalmeedia kasutusharjumused ja eelistused päevakajaliste küsimuste kohta teabe saamiseks; 3) desinformatsiooniga kokkupuutumine ja sellele reageerimine ning sõnumitoojate usaldamine; 4) suhtlemine sotsiaalmeedias mõjutajate ja sisuloojatega; (5) vaatajaskond ja eelistused seoses institutsiooniliste kontode ja poliitilise sisuga sotsiaalmeedias; (6) sotsiaalmeedia poliitilise sisu eelistatud vormingud ja sisutüübid; 7) suhtumine Euroopa Liitu.

Ipsos küsitles Euroopa Parlamendi kommunikatsiooni peadirektoraadi nimel 15-aastaste ja vanemate ELi kodanike esinduslikku valimit kõigis 27 Euroopa Liidu liikmesriigis. Ajavahemikul 11.–18. juunini 2025 viidi läbi 26 121 intervjuud arvutipõhise veebiküsitluse (CAWI) kaudu, kasutades Ipsose veebipaneele ja nende partnerite võrgustikku.

Märkused

- Uuringutulemuste puhul on lubatud valimi hälbed, mis tähendab, et kõik ilmsed erinevused riikide ja sotsiaaldemograafiliste rühmade vahel ei pruugi olla statistiliselt olulised. Seega on tekstis esile tõstetud ainult statistiliselt olulised erinevused (5 % usaldusnivoo juures), st need, mille puhul võib olla piisavalt kindel, et need ei ole tõenäoliselt juhuslikult tekkinud.
- Protsendid ei pruugi moodustada 100%, kuna need on ümardatud lähima protsendini. Ümardamise tõttu võib juhtuda ka see, et eraldi vastusevariantide protsendid ei vasta täpselt tekstis nimetatud kogusummadele. Vastamise protsent on suurem kui 100 %, kui küsimus võimaldas vastajatel valida mitu vastust.
- Käesolev Eurobaromeetri kiiruuring põhineb varasemates aruannetes, näiteks Euroopa Parlamendi 2022.1 ja 2023.2 aasta meedia- ja uudisteuuringutes tehtud töö. Võimaluse korral vaadeldakse aruandes suundumuse muutusi EL 27 ja riiklikul tasandil võrreldes 2022.¹ ja 2023. aastaga.² Terminit protsendipunkt kasutatakse kahe erineva protsendi võrdlemisel (lühend on pp). Suundumuste erinevused arvutatakse protsentides ühe kümnendkoha täpsusega ja ümardatakse seejärel lähima täisarvuni.

1 Vt: <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2832>

2 Vt: <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/3153>

- Käesolevas aruandes viidatakse riikidele nende ametliku lühendiga. Käesolevas aruandes kasutatud lühendid on esitatud allpool.

BE	Belgia	LT	Leedu
BG	Bulgaaria	LU	Luksemburg
CZ	Tšehhi	HU	Ungari
DK	Taani	MT	Malta
DE	Saksamaa	NL	Madalmaad
EE	Eesti	AT	Austria
IE	Iirimaa	PL	Poola
EL	Kreeka	PT	Portugal
ES	Hispaania	RO	Rumeenia
FR	Prantsusmaa	SI	Sloveenia
HR	Horvaatia	SK	Slovakkia
IT	Itaalia	FI	Soome
CY	Küprose Vabariik*	SE	Rootsi
LV	Läti		

* Küpros tervikuna on üks ELi 27 liikmesriigist. Praktilistel põhjustel viiakse vestlused läbi ainult Küprose Vabariigi valitsuse kontrolli all olevas riigi osas.

Võtme leiud

Teabeharjumused ja -allikad

Veidi üle nelja vastaja kümnest (42%) märkis, et nad arutavad sõprade või sugulastega kokkusaamisel „sageli“ päevakajalisi sotsiaalseid ja poliitilisi küsimusi, ning umbes pooled (51%) märkisid, et nad arutavad seda „mõnikord“. Vähem kui üks kümnest vastajast (6 %) märkis, et nad ei tee seda kunagi.

Kaks kolmandikku (66%) vastanutest kasutab traditsioonilist meediat (telejaamade, ajalehtede, raadiojaamade jne võrguvälised või digitaalsed teenused), et jälgida igapäevaselt sisu sotsiaalsetes ja poliitilistes päevakajalistes küsimustes. Umbes kuus vastajat kümnest (59 %) kasutab muid digitaalseid allikaid (nt sotsiaalmeedia, videod või voogedastusplatvormid, blogid, veebipõhised uudisteportaalid jne), et jälgida igapäevaselt sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste sisu.

Kui küsiti teabeallikate kohta, mida kasutatakse teabe saamiseks sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta, märkis umbes seitse kümnest (71%) teleri kasutamist. Raadiot mainib rohkem kui neli inimest kümnest (43 %), neile järgnevad trükitud ajalehed ja ajakirjad või nende veebiversioonid (41 %), otsingumootorid (nt Google Search või Bing) (40 %), sotsiaalmeedia platvormid (nt Instagram, TikTok, Facebook, X jne) (40 %) ning sõbrad, pereliikmed ja kolleegid (40 %).

Veidi üle nelja vastaja kümnest (42%) vastas, et televisioon on nende jaoks muutunud viimase aasta jooksul olulisemaks. Üks viiest (25%) osutab sotsiaalmeedia platvormidele (nt Instagram, TikTok, Facebook, X jne) ning vähem kui üks neljast aruandest on viimase aasta jooksul suurendanud trükitud ajalehtede ja ajakirjade või nende veebiversioonide (19%), raadio (18%) ja otsingumootorite (nt Google Search või Bing) (18%) tähtsust.

Vastajatelt küsiti mitmesuguste sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste teemade kohta, mida nad üldiselt järgivad või millele nad tähelepanu pööravad. Umbes kuus inimest kümnest (61%) mainib rahvatervist ja tervishoiusüsteeme. Rohkem kui neli vastanut kümnest märkis, et nad üldiselt järgivad või pööravad tähelepanu demokraatialle ja õigusriigile (47%), rände ja varjupaigale (45%) või kliimamuutuste vastastele meetmetele (43%). Kümnest vastajast neli (40 %) märkis, et nad järgivad ELi kaitse- ja julgeolekupoliitikat või pööravad sellele tähelepanu, sama palju mainiti ka vaesuse vähendamist ja sotsiaalset kaasatust (40 %). Rohkem kui kolmandik vastanutest osutas majanduse ja töökohtade loomise toetamisele (37%), samuti välispoliitikale ja kaubandusele (36%) kui teemadele, mis pakuvad huvi sotsiaalsetes ja poliitilistes päevakajalistes küsimustes. Väiksemad osakaalud vastavad sellele, et nad jälgivad või pööravad tähelepanu põllumajandusele ja toiduga kindlustatusele (28%) ning ELi autonoomiale tööstuse ja energeetika valdkonnas (19%).

Sotsiaalmeedia kasutamine

Sotsiaalmeedia ja päevakajalise teabe platvormide kasutajatel paluti teha kindlaks platvormid, mida nad sel eesmärgil kõige rohkem kasutavad. Enam kui iga teine kasutaja nimetab kõige olulisemateks Facebooki (58%) ja YouTube'i (57%), millele järgneb Instagram (46%). Vähem kui kolmandik kasutajatest mainib oluliste platvormidena TikToki (31%), WhatsAppi (27%) ja X-i (Twitter) (25%) ning vähemalt üks kümnest osutab Telegramile (13%) ja LinkedInile (10%).

Uuringu tulemused näitavad sotsiaalse ja poliitilise teabe aktiivse ja passiivse tarbimise kombinatsiooni sotsiaalmeedias, kusjuures paljud kasutajad otsivad sisu tahtlikult ja ootamatult kogevad seda juhusliku sirvimise ajal. Veidi üle kolme neljandiku (76%) vastanutest nõustub väitega, et „sotsiaalmeediat sirvides loen mõnikord sotsiaalset ja poliitilist teavet, millega olen

juhuslikult kokku puutunud, kuigi ma seda aktiivselt ei otsinud“. Teisest küljest nõustub kaks kolmandikku (66%) sotsiaalmeedia ja platvormide kasutajatest väitega, et „otsin aktiivselt teavet sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta sotsiaalmeedias“.

Küsitluses osalejatelt küsiti, kuidas nad sotsiaalmeedias sotsiaalse ja poliitilise sisuga tegelevad, kui üldse. Üle kolmandiku vastanutest teatas, et nad loevad või vaatavad sisu oma kanali(te)s (38%) või et nad meeldivad postitustele või reageerivad neile (36%). Vähem kui üks neljast vastajast (23%) kommenteerib postitusi ja vähem kui üks viiest jagab teiste postitusi oma profiilis või lugudes (19%) või jagab sisu otsesõnumite või privaativestluste kaudu (18%). Umbes üks kümnest (11 %) loob ja postitab oma originaalsisu (nt mõtted/arvamused teemadel).

Väärinfoga kokkupuutumine ja sellele reageerimine ning usaldus sõnumitoojate vastu

Küsimusele, kui sageli nad arvavad, et nad on viimase seitsme päeva jooksul isiklikult kokku puutunud desinformatsiooni ja valeuudistega, vastas üle kolmandiku vastanutest, et nad on kokku puutunud „väga sageli“ (12 %) või „sageli“ (23 %). Kolm vastajat kümnest (31%) teatasid, et nad on viimase nädala jooksul „mõnikord“ kokku puutunud desinformatsiooni ja valeuudistega, ning vähem kui iga neljas teatas, et nad on kokku puutunud „harva“ (16%) või „mitte kunagi“ (7%).

Veidi üle kuue vastanu kümnest on veendunud, et nad suudavad väärinfot ära tunda, kui nad sellega kokku puutuvad (12 % vastanutest on „väga kindlad“, 49 % „mõnevõrra kindlad“). Ligikaudu kolm inimest kümnest ei ole aga kindlad, kas nad suudavad desinformatsiooni ära tunda (millest 26 % „ei ole väga kindel“ ja 6 % „ei ole üldse kindel“).

Seejärel küsiti vastajatelt, mida nad tavaliselt teevad, kui nad ei ole kindlad, kas sotsiaalmeedias olev teave on desinformatsioon. Umbes iga teine vastaja (49%) mainib selle ristkontrollimist teiste teabeallikatega, et näha, kas nad ütlevad sama asja. Kümnest vastajast neli (40 %) märkis, et nad vaatavad, kes selle postitas, et kontrollida, kas see pärineb usaldusväärsest või umbusaldusväärsest allikast. Ligikaudu kolmandik (34%) vastanutest teatas, et nad kontrollivad, kas tegemist on hiljutiste uudistega, mitte vana loo uuesti jagamisega, ning vähem kui kolm vastanut kümnest vastas, et nad kontrollivad kommentaare, et näha, mida teised inimesed selle kohta ütlevad (29%), kontrollivad, kas pildid või videod näevad välja tõelised või võltsitud (25%), või otsivad õigekirja- või grammatikavigu (24%). Vähem kui kaks vastajat kümnest märkis, et kontrollimaks, kas sotsiaalmeedias olev teave on desinformatsioon, küsivad nad inimestelt, keda nad usaldavad, mida nad arvavad (18%), või kasutavad faktide kontrollimise vahendit või veebisaiti (14%). Eelkõige märkis üks kümnest vastajast (10 %), et nad ei tee midagi teabe kontrollimiseks.

Mõjutajate ja sisuloojate jälgimine

Rohkem kui kolmandik vastanutest (37%) märkis, et nad jälgivad sotsiaalmeedia kanalites (nt YouTube, Instagram või TikTok jne) mõjuisikuid või sisuloojaid. Vastajatelt, kes teatasid sotsiaalmeedias mõjutajate või sisuloojate jälgimisest, küsiti seejärel nende kontode eelistatud sisutüüpide kohta. Umbes neli kümnest jälgijast mainib arvustusi (nt tooted, raamatud, kohad jne) (39%), kommentaare sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta (38%) ja seda, kuidas neid koostada (nt õpetused) (38%). Järgneb ülevaade nende igapäevaelust (36%) ja motiveeriv sisu (31%). Väiksem jälgijate osakaal (ligi üks viiest (19 %)) näitab, et eelistatakse kaubanduslike toodete edendamist ja reklaamimist.

Sotsiaalmeedia poliitilise sisu eelistatud vormingud

Veidi üle kahe vastaja kümnest (22 %) märkis, et nad jälgivad „enamasti“ ELi poliitikas toimuvat, ning rohkem kui neli vastajat kümnest (44 %) märkis, et nad teevad seda „aeg-ajalt“. Veel viiendik

(21%) vastanutest mainib „harva“ seda, mis toimub ELi poliitikas. Ligikaudu üks kümnest vastajast (11 %) vastab, et nad ei tee seda kunagi või peaaegu mitte kunagi.

Vastajatelt, kes märkisid, et kasutavad sotsiaalmeediat ja/või platvorme teabe saamiseks sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta, küsiti seejärel, millised on nende eelistatud vormingud sellise teabe esitamiseks sotsiaalmeedias. Rohkem kui neli kasutajat kümnest eelistab lühikesi tekstipõhiseid postitusi (nt lühikese tekstiga pildid, olekuvärskendused) (46%) ja lühikesi videoid (nt TikTok, Instagram Reels, alla 1 minuti) (39%). Seejärel eelistatakse keskmise pikkusega videoid (nt 1–5 minutit) (39%) ja pikemaid videoid (nt YouTube, üle 5 minuti) (35%), millest igaühe valib üle kolmandiku kasutajatest. Umbes iga neljas kasutaja seevastu eelistab lugusid (nt Instagram Stories) (26%), pikemaid tekstipõhiseid artikleid (nt artiklid, blogipostitused) (25%), otseülekandeid või otsevideoid (24%) ja netisaateid (24%). Väiksemad aktsiad mainivad infograafikuid või graafikuid (animeeritud või mitte) (19%) ja uudiskirju (nt LinkedIni uudiskirjad, Substack) (15%).

Vastajatel, kes kasutasid sotsiaalmeediat ja/või platvorme teabe saamiseks päevakajaliste sotsiaalsete ja poliitiliste küsimuste kohta, paluti seejärel väljendada oma videosisu eelistusi seoses päevakajalise teabega sotsiaalmeedias. Rohkem kui neli kasutajat kümnest eelistab videoid, milles uuritakse põhjalikult päevakajalisi küsimusi (47%), intervjuusid ekspertidega (nt akadeemikud või poliitikaanalüütikud) (44%) ja intervjuusid igapäevaste inimeste või kodanikega, keda probleem mõjutab (42%). Veidi üle kolmandiku kasutajatest (34%) viitab intervjuudele poliitikute või valitsusametnikega ning kolm kümnest (30%) kasutajast märgib, et videod, mis ühendavad kaameras olevad inimesed graafika, teksti või animatsioonidega, on eelistatud videosisu tüübid päevakajaliste küsimuste kohta.

Suhtumine ELi

Vastajatel paluti hinnata, kui oluline on, et nende riik oleks ELi liikmesriik skaalal 1–10, kus 1 tähendab „ei ole üldse oluline“ ja 10 tähendab „äärmiselt oluline“. Kogu ELis peab ligikaudu kaks kolmandikku (66%) vastanutest oma riigi liikmesust oluliseks (punktid 8–10) ja 15% peab seda vähetähtsaks (punktid 1–4). Vähem kui kaks vastajat kümnest (16%) valisid skaalal mõõdukama seisukoha (punktid 5–6 „Ei ole oluline ega ebaoluline“).

Üle kuue vastanu kümnest pooldab üldiselt ELi: 27% pooldab ELi ja selle praegust toimimist; 37% pooldab pigem ELi, kuid mitte seda, kuidas see praegu toimib. Umbes viiendik (21%) vastanutest on ELi suhtes üsna skeptilised, kuid võivad oma arvamust muuta, kui selle toimimisviis tõepoolest muutub. Vähem kui üks kümnest vastajast (8 %) on ELi idee vastu üldiselt.

Kui küsiti nende usalduse kohta erinevate üksuste vastu, märkis üle nelja vastaja kümnest, et nad usaldavad kõige rohkem sõpru ja perekonda (45%) ning teadlasi (45%). Üks viiest kuni üks kümnest vastajast teatas, et usaldab kõige rohkem kooliõpetajaid või ülikooli õppejõude (17%), ajakirjanikke (13%), avaliku sektori asutusi (13%), valitsusväliseid organisatsioone (11%) ja meediat (10%). Väiksemad aktsiad usaldavad kõige rohkem mis tahes muud üksust: eraettevõtted (6 %), poliitikud (5 %), mõjutajad või sisuloojad (4 %) või muud (3 %). Eelkõige teatas üks kümnest (10 %) vastajast, et nad ei usalda ühtegi neist loetellu kantud üksustest kõige rohkem.

1. Teabelehed ja allikad

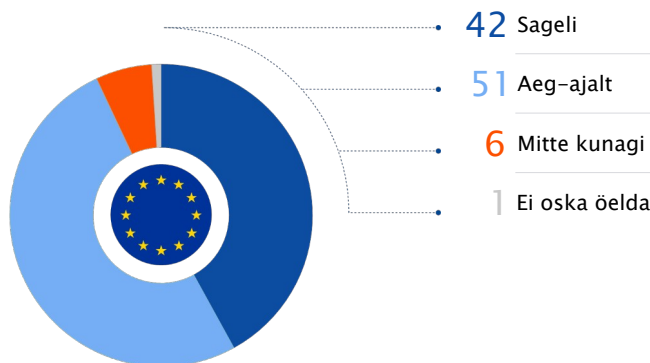
1.1. Sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste arutamise sagedus

Vastajatelt küsiti kõigepealt, kui sageli nad arutavad sotsiaalseid ja poliitilisi päevakajalisi küsimusi, kui nad saavad kokku sõprade või sugulastega. Veidi üle nelja vastaja kümnest (42%) märkis, et nad arutavad sõprade või sugulastega kokkusaamisel „sageli“ päevakajalisi sotsiaalseid ja poliitilisi küsimusi, ning umbes pooled (51%) märkisid, et nad arutavad seda „mõnikord“. Vähem kui üks kümnest vastajast (6 %) märkis, et nad ei tee seda kunagi.

Riikidevahelised erinevused

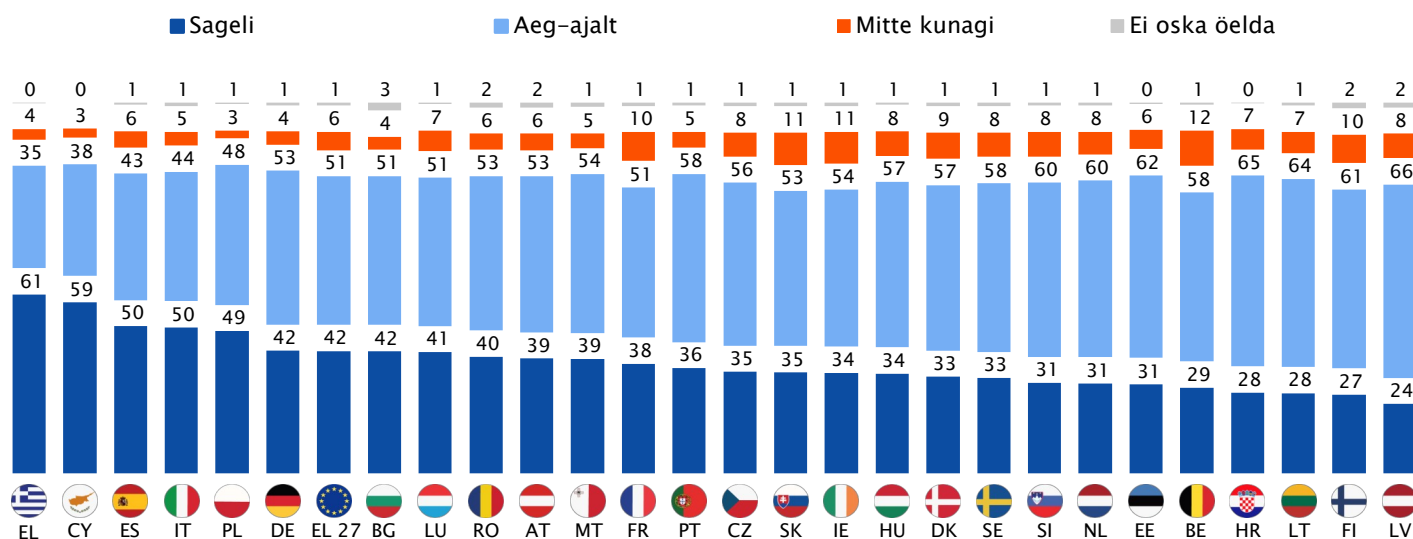
Ligikaudu kuus vastajat kümnest Kreekas (61%) ja Küprosel (59%) on teatanud, et nad arutavad sõprade või sugulastega kokkusaamisel „sageli“ sotsiaalseid ja poliitilisi päevakajalisi küsimusi. Kõigis teistes liikmesriikides ulatub nende vastajate osakaal, kes seda „sageli“ mainivad, 24 %-st Lätis 49 %-ni Poolas ning 50 %-ni Itaalias ja Hispaanias.

Q1 Kui te sõpradega või sugulastega kokku saate, siis kui sageli, kui üldse, arutate sotsiaalseid ja poliitilisi aktuaalseid küsimusi?



(%) Baasväärtus: n=26 121 – kõik vastajad

Q1 Kui te sõpradega või sugulastega kokku saate, siis kui sageli, kui üldse, arutate sotsiaalseid ja poliitilisi aktuaalseid küsimusi?



(%) Baasväärtus: n = 26 121 – kõik vastajad

Enamik 22 liikmesriigi vastajatest märkis, et arutab sõprade või sugulastega kokkusaamisel aeg-ajalt päevakajalisi sotsiaalseid ja poliitilisi küsimusi, kusjuures enamiku suhteline suurus varieerub 51 %st Bulgaarias, Prantsusmaal ja Luksemburgis 66 %ni Lätis. Seevastu Kreekas (35%) ja Küprosel (38%) arutab vähem kui neli vastajat kümnest aeg-ajalt päevakajalisi sotsiaalseid ja poliitilisi küsimusi.

Nende vastajate osakaal, kes teatasid, et nad ei aruta sõprade või sugulastega kokkusaamisel kunagi sotsiaalseid ja poliitilisi päevakajalisi küsimusi, ulatub 3 %-st nii Poolas kui ka Küprosel 12 %-ni Belgias.

Sotsiaaldemograafilised kaalutlused

Meestel (46%) on suurem tõenäosus kui naistel (38%) teatada sõprade või sugulastega kokkusaamisel „sageli“, et nad arutavad päevakajalisi sotsiaalseid ja poliitilisi küsimusi. Naised omakorda märgivad meestest suurema tõenäosusega, et nad teevad seda aeg-ajalt (54% vs. 48%).

15–24-aastased vastajad (38%) mainivad vähem tõenäoliselt kui 25–39-aastased (44%) ja 40–54-aastased (42%), et nad arutavad sõprade või sugulastega kokkusaamisel „sageli“ päevakajalisi küsimusi.

Mõningaid erinevusi sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste arutamise sageduses täheldatakse ka hariduses. Vastajad, kes lõpetasid hariduse 20-aastaselt või hiljem (47%), räägivad päevakajalistest küsimustest suurema tõenäosusega kui need, kes lõpetasid hariduse nooremas eas (30–39%), ja need, kes alles õpivad (41%). Need, kes on omandanud hariduse 15-aastaselt või nooremalt (56 %), teatavad sellest „mõnikord“ suurema tõenäosusega kui need, kes on omandanud hariduse 20-aastaselt või vanemalt (48 %), ja need, kes alles õpivad (51 %). Need, kes on omandanud hariduse 15-aastaselt või nooremalt (12 %), märgivad samuti suurema tõenäosusega kui kõik teised rühmad (4–7 %), et nad ei tee seda kunagi.

1.2. Traditsiooniliste ja digitaalsete teabeallikate kasutamise sagedus

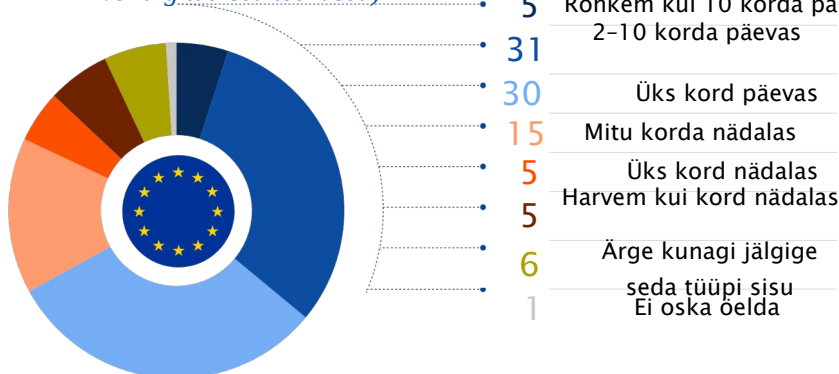
Uuringu tulemused näitavad, et ELi kodanikud kasutavad sageli nii traditsioonilist meediat kui ka muid digitaalseid allikaid, et jälgida sisu sotsiaalsetes ja poliitilistes päevakajalistes küsimustes.

Kaks kolmandikku vastanutest kasutab traditsioonilist meediat (telejaamade, ajalehtede, raadiojaamade jne võrguvälised või digitaalsed teenused), et jälgida igapäevaselt sotsiaal- ja poliitikaemalist sisu: nimelt rohkem kui 10 korda päevas (5 %), 2–10 korda päevas (31 %) või üks kord päevas (30 %). Veel 15% teeb seda mitu korda nädalas. Umbes üks kümnest vastajast teatas, et kasutab traditsioonilist meediat, et jälgida sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste sisu kord nädalas (5 %) või harvemini kui kord nädalas (5 %). Vähem kui üks kümnest (6%) ei jälgi seda tüüpi sisu kunagi aktiivselt.

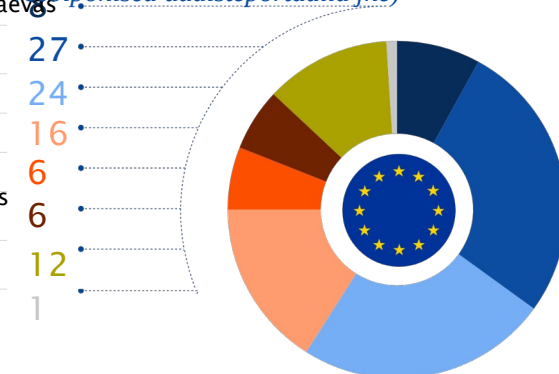
Umbes kuus vastajat kümnest (59 %) kasutab muid digitaalseid allikaid (nt sotsiaalmeedia, videod või voogedastusplatvormid, blogid, veebipõhised uudisteportaalid jne), et jälgida igapäevaselt sotsiaal- ja poliitikaemalist sisu, sealhulgas 8 % vastanutest, kes teevad seda rohkem kui 10 korda päevas, 27 % vastanutest, kes teevad seda 2–10 korda päevas, ja 24 % vastanutest, kes teevad seda kord päevas. Veel 22% teeb seda igal nädalal, millest 16% teeb seda mitu korda nädalas ja 6% kord nädalas. Vähem kui üks kümnest (6%) teatab, et teeb seda harvemini kui kord nädalas. Veidi rohkem kui üks kümnest (12%) mainib seevastu, et nad ei jälgi seda tüüpi sisu kunagi aktiivselt.

Q3 Kui sageli kasutate järgmisi allikaid, et jälgida sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste sisu?

*Traditsiooniline meedia
(telejaamade, ajalehtede,
raadiojaamade jne võrguvälised
või digitaalsed teenused)*



*Muud digitaalsed allikad (nt
sotsiaalmeedia, video- või
voogedastusplatvormid, blogid,
veebipõhised uudisteportaalid jne)*



(%) Baasväärtus: n=26 121 – kõik vastajad

Riikidevahelised erinevused

Nii traditsioonilise meedia kui ka muude digitaalsete allikate sage kasutamine sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste teemadega seotud sisu jälgimiseks on nähtav ka kõigis liikmesriikides.

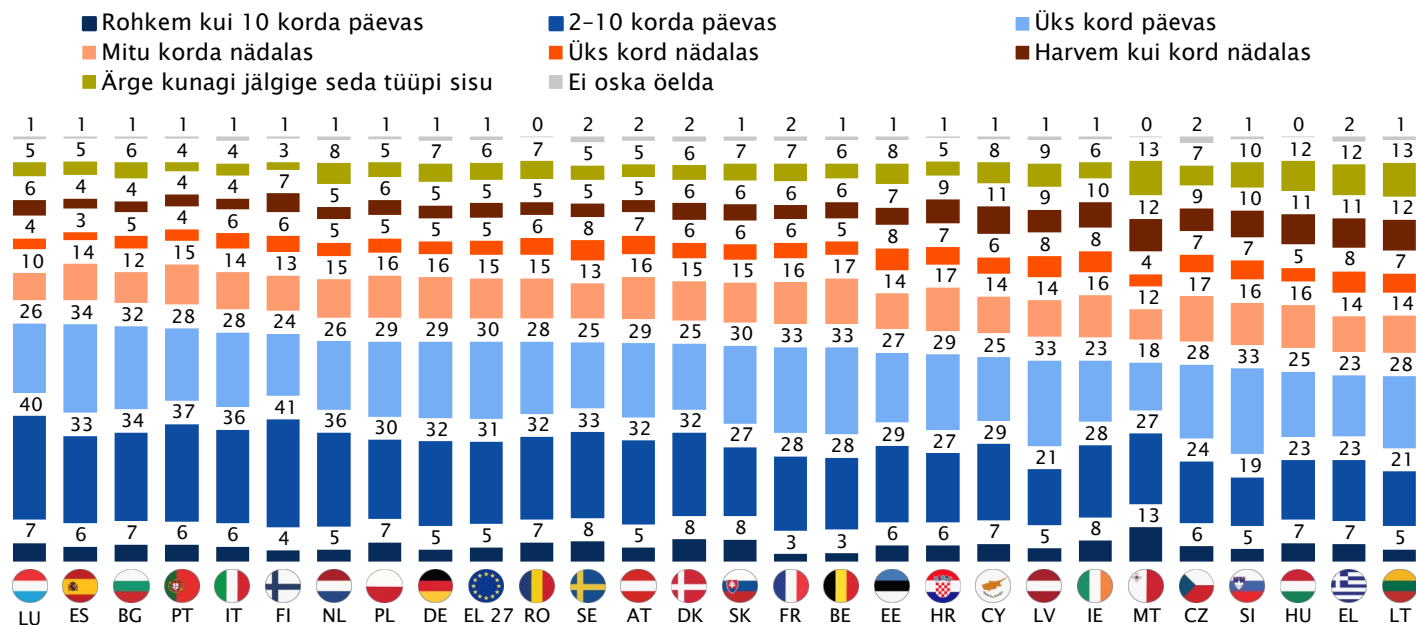
Kõigis liikmesriikides on nende vastajate osakaal, kes kasutavad igapäevaselt sotsiaal- ja poliitikaemalist sisu jälgimiseks traditsioonilist meediat, üle 50 %. Seda mainivate vastajate osakaal ulatub 53 %-st Kreekas ja Leedus 73 %-ni Hispaanias ja Luksemburgis.³ Seevastu 20 %

3 Ümardamise tõttu võib juhtuda ka see, et eraldi vastusevariantide protsendid ei vasta täpselt tekstis nimetatud kogusummadele.

(Luksemburg) kuni 34 % (lirimaa) vastanutest teatas, et nad kasutavad sel eesmärgil traditsioonilisi meediakanaleid iga nädal või harvemini. Üheski liikmesriigis ei näita mitte rohkem kui 13 % vastanutest, et nad ei ole kunagi seda liiki sisu aktiivselt järginud.

Q3_1 Kui sageli kasutate järgmisi allikaid, et jälgida sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste sisu?

Traditsiooniline meedia (telejaamade, ajalehtede, raadiojaamade jne võrguvälised või digitaalsed teenused)

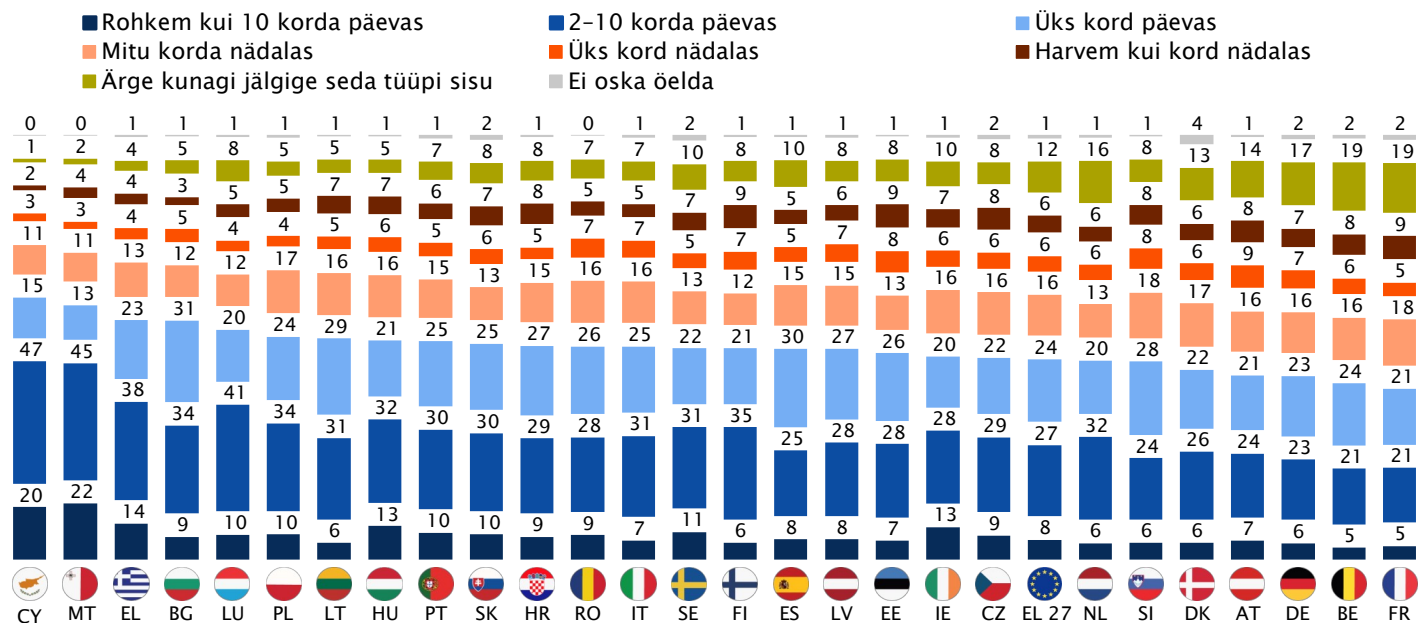


(%) Baasväärtus: n=26 121 – kõik vastajad

Vähemalt iga teine vastaja kõigist liikmesriikidest, välja arvatud Prantsusmaa (48 %), kasutab muid digitaalseid allikaid, et jälgida igapäevaselt sotsiaal- ja poliitikaalast sisu. Täpne teatatud osakaal varieerub veidi vähem kui ühest kahest (48 %) Prantsusmaal kuni kaheksani kümnest või enamast Maltal (80 %) ja Küprosel (82 %). Teisest küljest on suurim osa vastanutest, kes märkisid, et kasutavad nendel eesmärkidel nädalas või harvemini muid digitaalseid allikaid, Sloveenias (33%), samas kui väikseim osakaal on Küprosel (16%) ja Maltal (18%). Prantsusmaal (19%) ja Belgias (19%) mainib umbes kaks vastajat kümnest, et nad ei järgi kunagi aktiivselt seda liiki sisu, samas kui Küprosel jagab seda seisukohta ainult 1% vastanutest.

Q3_2 Kui sageli kasutate järgmisi allikaid, et jälgida sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste sisu?

Muud digitaalsed allikad (nt sotsiaalmeedia, video- või voogedastusplatvormid, blogid, veebipõhised uudisteportaalid jne)



(%) Baasväärtus: n=26 121 - kõik vastajad

Sotsiaaldemograafilised kaalutlused

Traditsioonilise meedia ja muude digitaalsete allikate erinevaid kasutusmustrid päevakajalise sisu jälgimiseks täheldatakse vanuse ja haridustaseme järgi.

Tõenäosus, et traditsioonilisi meediakanaleid kasutatakse nendel eesmärkidel iga päev, suureneb vanuse järgi: 49 %-lt 15–24aastastest vastajatest 75 %-le 55aastastest ja vanematest vastajatest. Teisest küljest märgivad 55-aastased ja vanemad (52%) noorematest vanuserühmadest (62%–65%) väiksema tõenäosusega, et nad kasutavad nendel eesmärkidel iga päev muid digitaalseid allikaid.

Vanemad vastajad olid, kui nad lõpetasid oma hariduse, seda tõenäolisem on, et nad on nii traditsioonilise meedia kui ka muude digitaalsete allikate sagedased kasutajad, et jälgida päevakajalist sisu. Näiteks 47 % vastanutest, kes lõpetasid oma hariduse 15-aastaselt või nooremalt, teatasid, et kasutavad selleks iga päev muid digitaalseid allikaid, võrreldes 63 %ga neist, kes lõpetasid oma hariduse 20-aastaselt või vanemalt.

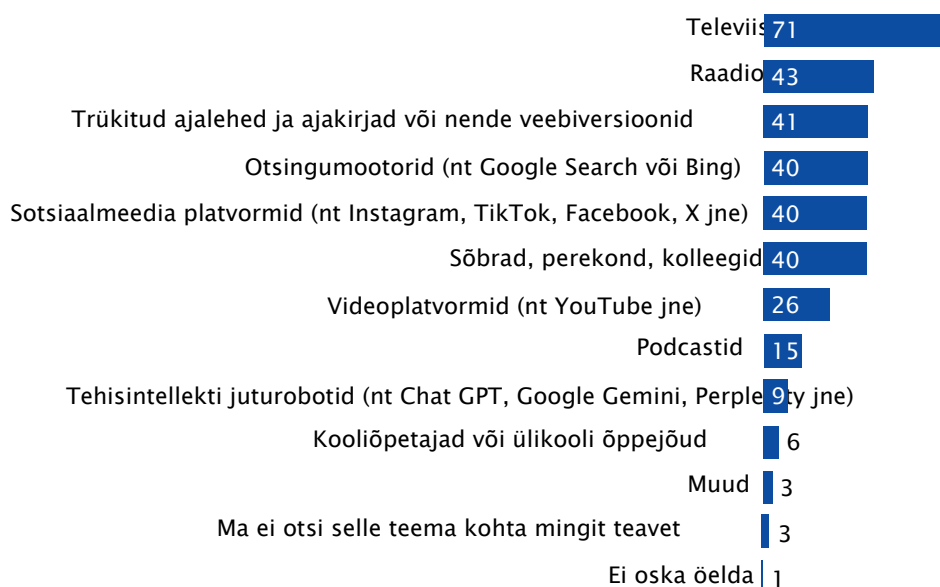
1.3. Eelistatud teabeallikad sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste jaoks

Kui küsiti teabeallikate kohta, mida kasutatakse teabe saamiseks sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta, märkis umbes seitse kümnest (71%) teleri kasutamist. Raadiot mainib rohkem kui neli inimest kümnest (43 %), neile järgnevad trükitud ajalehed ja ajakirjad või nende veebiversioonid (41 %), otsingumootorid (nt Google Search või Bing) (40 %), sotsiaalmeedia platvormid (nt Instagram, TikTok, Facebook, X jne) (40 %) ning sõbrad, pereliikmed ja kolleegid (40 %).

Umbes iga neljas vastaja (26%) teatas, et kasutab videoplatvorme (nt YouTube jne) (26%). Väiksemates osakaaludes mainitakse taskuhäälingsaateid (15 %), tehisintellekti juturoboteid (nt ChatGPT, Google Gemini, Perplexity jne) (9 %), kooliõpetajaid või ülikooli õppejõude (6 %) või muid (3 %).

Q4a Milliseid järgmistest allikatest kasutate teabe saamiseks sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta?

[Mitu vastust]



(%) Baasväärtus: n = 26 121 – kõik vastajad

Riikidevahelised erinevused

Televisioon on kõige sagedamini nimetatud teabeallikas sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta 22 liikmesriigis, kus 60 % või rohkem vastanutest märkis, et nad kasutavad seda allikat. Ülejäänud viies liikmesriigis väljendavad seda eelistust väiksemad osakaalud: Malta (48%), Ungari (53%), Läti (53%), Kreeka (54%) ja Küpros (62%).

Raadio on koos televisiooniga kasutuses esikohal Luksemburgis (64%). Kõigis teistes liikmesriikides jääb nende vastajate osakaal, kes valisid teabeallikaks raadio, vahemikku 27 % Maltal ja 52 % Austrias.

Enam kui pooled vastanutest Luksemburgis (57%), Soomes (55%), Austrias (54%) ja Taanis (51%) märkisid, et nad kasutavad trükitud ajalehti ja ajakirju või nende veebiversioone. Seevastu Lätis ja Ungaris jagab seda seisukohta vaid kaks kümnest (21%).

Kõige suurem osa vastanutest märkis, et nad kasutavad sotsiaal- ja poliitikaküsimuste kohta teabe saamiseks otsingumootoreid (nt Google Search või Bing) Küprosel (57%), Rumeenias (52%) ja Leedus (51%). Madalaim osakaal on omakorda Lätis (27%).

Sotsiaalmeedia platvormid (nt Instagram, TikTok, Facebook, X jne) on kõige valitum teabeallikas Küprosel (76%), Maltal (74%), Kreekas (56%), Lätis (56%) ja Ungaris (55%). Rohkem kui pooled vastanutest märkisid seda teabeallikat ka Bulgaarias (55%), Poolas (52%) ja Slovakkias (51%). Samas mainib iga kolmas (33%) seda allikat Prantsusmaal.

Umbes pooled vastanutest Horvaatias (49%) ja Luksemburgis (49%) märkisid, et kasutavad päevakajaliste küsimuste kohta teabe saamiseks sõpru, perekonda ja kolleege. Umbes kolm vastajat kümnest (31%) Belgias seevastu jagavad seda seisukohta.

Kõigis EL 27 liikmesriikides on väiksemad osakaalud teatanud, et kasutavad sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta teabe saamiseks järgmisi allikaid:

- Videoplatvormid (nt YouTube jne): ulatudes 15%-st Madalmaades kuni 41%-ni Kreekas, Küprosel ja Leedus;
- Podcastid: 8 %-lt Lätis 27 %-le Küprosel;
- AI juturobotid (nt ChatGPT, Google Gemini, Perplexity jne): 6 %-lt Prantsusmaal 17 %-le Küprosel;
- Kooliõpetajad või ülikooli õppejõud: 4 %-lt Horvaatias, Lätis, Leedus ja Ungaris 11 %-le Kreekas.

Q4a Milliseid järgmistest allikatest kasutate teabe saamiseks sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta? [Mitu vastust]

	Tel evii sor id	Raadi o	Trükitud ajalehed ja ajakirjad või nende veebiversioo nid	Otsingu mootorid (nt Google Search või Bing)	Sotsiaalme edia platvormid (nt Instagram, TikTok, Facebook, X jne)	Sõbrad, perekon d, kolleegid	Videoplatv ormid (nt YouTube jne)	Podcastid	Tehisintel lekti juturoboti d (nt Chat GPT, Google Gemini, Perplexit y jne)	Kooliõpeta jad või ülikooli õppejõud
EL 27	71	43	41	40	40	40	26	15	9	6
BE	69	49	42	30	36	31	17	9	8	8
BG	73	32	23	46	55	41	36	20	13	6
CZ	67	28	25	48	43	46	27	20	11	6
DK	66	40	51	42	42	40	18	17	11	7
DE	70	51	48	43	34	46	27	14	9	5
EE	61	45	44	36	49	40	30	12	10	6
IE	62	48	36	41	50	45	25	21	9	6
EL	54	33	34	49	56	39	41	14	14	11
ES	74	43	42	31	38	40	25	16	8	5
FR	73	45	38	32	33	34	17	10	6	5
HR	73	43	27	45	44	49	26	14	8	4
IT	75	36	45	44	39	34	24	13	9	6
CY	62	40	35	57	76	41	41	27	17	5
LV	53	35	21	27	56	40	38	8	11	4
LT	60	35	25	51	48	38	41	19	15	4
LU	64	64	57	49	46	49	24	13	13	5
HU	53	29	21	38	55	34	37	23	11	4
MT	48	27	38	43	74	43	27	21	12	9
NL	66	38	44	33	35	37	15	14	8	5
AT	67	52	54	39	37	38	25	11	10	6
PL	70	46	31	47	52	46	33	18	11	8
PT	80	42	46	43	40	41	22	14	10	7
RO	72	37	34	52	48	45	38	24	16	10
SI	63	44	33	49	40	43	27	9	16	5
SK	67	41	26	37	51	40	24	20	8	6
FI	71	42	55	43	41	43	25	13	7	7
SE	66	40	46	41	44	43	26	14	11	6

Märkus: Mida suurem on vastuse valimise proportsioon, seda tumedam sinine on lahter. Iga riigi kõrgeim vastus on esitatud tumesinises/valges kirjas. Vastust „Muu“, „Ma ei otsi selle teema kohta mingit teavet“ ja „Ei tea“ ei kuvata. (Märkus: eemaldatud selles failis)

(%) Baasväärtus: n=26 121 – kõik vastajad

Sotsiaaldemograafilised kaalutlused

Mehed (30%) kasutavad tõenäolisemalt kui naised (21%) videoplatvorme (nt YouTube jne) sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste teabeallikatena.

Traditsiooniliste teabeallikate kasutamine suureneb vanuse järgi: televisioon (50 %-lt 15–24aastastest vastajatest 82 %-le 55aastastest ja vanematest vastajatest); raadio (22%-lt 50%-le) ning trükitud ajalehed ja ajakirjad või nende veebiversioonid (24%-lt 49%-le). Seevastu teiste digitaalsete allikate kasutamine väheneb vanusega: otsingumootorid (47 %-lt 15–24aastastest 36 %-le 55aastastest ja vanematest), sotsiaalmeediaplatvormid (65 % vs. 27 %), videoplatvormid (39 % vs. 17 %) ja tehisintellekti juturobotid (18 % vs. 4 %). Muud allikad, mis on nooremate vastajate (15–24aastased) seas populaarsemad kui vanemate rühmade seas, on sõbrad, pereliikmed ja kolleegid (47% vs. 37% 55aastastest ja vanematest) ning kooliõpetajad või ülikooli õppejõud (19% vs. 2%). 25–39-aastased vastajad (22%) kasutavad omakorda teabeallikatena podcaste suurema tõenäosusega kui kõik teised vanuserühmad (9%–19%).

Kõigi muude digitaalsete teabeallikate kasutamine päevakajalistes küsimustes on kõige suurem nende vastajate seas, kes alles õpivad. Näiteks väidab 62 % vastanutest, kes alles õpivad, et nad kasutavad allikana sotsiaalmeedia platvorme, võrreldes 32–41 % vastanutega, kes on oma hariduse omandanud. Need, kes alles õpivad, viitavad eelistatud teabeallikatena suurema tõenäosusega ka kooliõpetajatele või ülikoolide õppejõududele (23 vs. 3–5 %) ning sõpradele, pereliikmetele ja kolleegidele (47 % vs. 32–42 %). Teisest küljest märgivad vastajad, kes lõpetasid hariduse 20-aastaselt või vanemalt, suurema tõenäosusega kui need, kes lõpetasid hariduse nooremas eas, teabeallikatena järgmist: raadio (48% vs. 37%–44%), samuti trükitud ajalehed, ajakirjad ja nende veebiversioonid (47% vs. 31%–39%). Telerit kasutatakse teabeallikana omakorda kõige rohkem 16–19-aastaste seas (75% võrreldes 67%-ga nendest, kes lõpetasid 15-aastase või nooremana, ja 72% neist, kes lõpetasid selle 20-aastase või vanemana).

1.4. Teabeallikate tähtsuse muutumine viimase aasta jooksul

Järgmisena küsiti vastajatelt, kes märkisid, et nad kasutavad vähemalt ühte teabeallikat sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste jaoks, millised neist allikatest on muutunud neile viimase aasta jooksul olulisemaks.

Veidi üle nelja vastaja kümnest (42%) vastab, et televisioon on nende jaoks muutunud viimase aasta jooksul olulisemaks. Üks viiest (25%) osutab sotsiaalmeedia platvormidele (nt Instagram, TikTok, Facebook, X jne) ja vähem kui üks neljast aruandest on viimase aasta jooksul suurendanud trükitud ajalehtede ja ajakirjade või nende veebiversioonide (19%), raadio (18%) või otsingumootorite (nt Google Search või Bing) (18%) tähtsust.

Väiksemad osakaalud, mis ei koosne rohkem kui ühest seitsmest vastajast, osutavad mis tahes muule allikale: videoplatvormid (nt YouTube jne) (14 %), sõbrad, pereliikmed ja kolleegid (13 %), netisaated (8 %), tehisintellekti juturobotid (nt ChatGPT, Google Gemini, Perplexity jne) (5 %) ning kooliõpetajad või ülikooli õppejõud (3 %).

Enam kui üks kümnest vastajast (14 %) leiab siiski, et ükski neist allikatest ei ole viimase aasta jooksul muutunud nende jaoks olulisemaks.

Q4b Millised neist meediakanalitest, kui üldse, on muutunud teie jaoks viimase aasta jooksul olulisemaks, et saada teavet sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta?

[Mitu vastust]



(%) Alus: n = 25 104 – kui neljandas kvartalis on valitud vähemalt üks allikas (v.a muu)

Riikidevahelised erinevused

Kõigis liikmesriikides peale kuue mainivad päevakajalisi küsimusi käsitleva teabe taotlejad kõige sagedamini, et televisioon on muutunud nende jaoks viimase aasta jooksul olulisemaks teabe saamiseks päevakajaliste sotsiaalsete ja poliitiliste küsimuste kohta. Kõige suurem on see näitaja Rumeenias (54 %) ja Itaalias (52 %). Madalaim osakaal on omakorda Maltal (24%).

Sotsiaalmeedia platvormid (nt Instagram, TikTok, Facebook, X jne) on viimase aasta jooksul muutunud kõige olulisemaks Maltal (59%), Küprosel (58%), Kreekas (38%), Lätis (35%) ja Ungaris (35%). Seevastu Madalmaades jagab seda seisukohta veidi alla viiendiku vastanutest (18 %).

Luksemburgis on kõige sagedamini nimetatud allikaks trükitud ajalehed ja ajakirjad või nende veebiversioonid, mis on viimase aasta jooksul muutunud teabeotsijate jaoks olulisemaks (35 %). Kõigis teistes liikmesriikides ulatub seda näitav osakaal vähem kui ühest kümnest Leedus (8 %), Lätis (9 %), Ungaris (9 %) ja Tšehhis (9 %) kuni veidi rohkem kui üheni neljast Soomes (27 %) ja Itaalias (26 %).

Ligikaudu iga kolmas (32%) Luksemburgis vastab, et raadio on viimase aasta jooksul muutunud nende jaoks olulisemaks. Seevastu Maltal ja Tšehhis jagab seda seisukohta üks kümnest (10 %).

Enam kui kolmandik (36%) Küprose teabeotsijatest osutab, et otsingumootorid (nt Google Search või Bing) on viimase aasta jooksul muutunud nende jaoks olulisemaks. Ülejäänud liikmesriikides jääb see näitaja vahemikku 10 % Lätis ja 31 % Rumeenias.

Väiksemad osakaalud kõigis liikmesriikides märgivad, et mis tahes muu meediakanal on viimase aasta jooksul muutunud nende jaoks olulisemaks, et saada teavet sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta:

- Videoplatvormid (nt YouTube jne): ulatudes 7 %-st Madalmaades 25 %-ni Kreekas;
- Sõbrad, perekond, kolleegid: 9 %-lt Belgias 22 %-le Rumeenias;
- Podcastid: 2 %-lt Lätis 14 %-le Ungaris;
- AI juturobotid (nt ChatGPT, Google Gemini, Perplexity jne): 3 %-lt Prantsusmaal 11 %-le Küprosel;
- Kooliõpetajad või ülikooli õppejõud: 1 %-lt Eestis, Küprosel, Soomes ja Rootsis 5 %-le Kreekas ja Rumeenias.

Väärrib märkimist, et nende osakaal, kes teatasid, et ükski neist ei ole viimase aasta jooksul muutunud olulisemaks, varieerub 5 %st Rumeenias 28 %ni Madalmaades.

Q4b Millised neist meediakanalitest, kui üldse, on muutunud teie jaoks viimase aasta jooksul olulisemaks, et saada teavet sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta? [Mitu vastust]

	Sotsiaalmee- dia Tel platvormid evi (nt iso Instagram, rid TikTok, Facebook, X jne)		Trükitud ajalehed ja ajakirjad või nende veebiversio- onid	Raadi- o	Otsingu mootori d (nt Google Search või Bing)	Videoplat- vormid (nt YouTube jne)	Sõbrad, perekon- d, kolleegi d	Podcasti d	Tehisint- ellekti juturobo- tid (nt Chat GPT, Google Gemini, Perplexi ty jne)	Kooliõpet- ajad või ülikooli õppejõud	Ükski neist ei ole muutunu- d olulisema- ks
EL 27	42	25	19	18	18	14	13	8	5	3	14
BE	40	23	21	19	11	8	9	4	5	4	21
BG	47	35	12	16	26	21	18	11	8	3	9
CZ	38	25	9	10	22	14	18	11	7	2	17
DK	39	24	24	17	18	9	12	9	7	2	14
DE	34	21	18	17	18	16	12	8	6	2	23
EE	30	28	18	18	11	15	12	3	5	1	19
IE	37	33	17	23	18	13	14	12	4	3	10
EL	28	38	19	16	28	25	14	7	8	5	12
ES	42	23	19	24	13	12	13	7	4	2	10
FR	47	22	17	20	13	9	10	4	3	3	14
HR	43	25	11	14	21	13	14	7	4	2	13
IT	52	25	26	17	23	12	13	8	5	3	8
CY	36	58	23	17	36	24	17	13	11	1	6
LV	32	35	9	16	10	22	13	2	6	2	16
LT	36	29	8	14	22	22	10	8	7	2	10
LU	31	27	35	32	18	12	15	7	8	2	14
HU	31	35	9	13	18	21	14	14	5	2	14
MT	24	59	20	10	23	13	14	11	7	4	9
NL	31	18	17	12	12	7	10	8	5	2	28
AT	36	25	25	22	18	15	12	7	7	3	17
PL	42	32	14	20	22	20	17	10	6	4	13
PT	48	20	18	15	16	10	13	7	6	3	17
RO	54	34	18	20	31	22	22	13	10	5	5
SI	39	26	13	19	24	12	14	5	9	2	16
SK	45	34	14	21	20	15	20	12	5	2	8
FI	43	24	27	13	13	10	12	6	4	1	14
SE	38	25	20	17	15	14	13	6	7	1	15

Märkus: (originaalis...) Mida suurem on vastuse valimise proportsioon, seda tumedam sinine/oranž on lahter. Iga riigi kõrgeim vastus on esitatud tumesinises/valges kirjas. Vastust „ei tea“ ei kuvata.

(%) Baasväärtus: n = 25 104 – kui neljandas kvartalis on valitud vähemalt üks allikas (v.a muu)

Sotsiaaldemograafilised kaalutlused

Mehed (18%) teatavad suurema tõenäosusega kui naised (11%), et viimase aasta jooksul on videoplatvormid (nt YouTube jne) muutunud neile olulisemaks, et saada teavet sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta.

Uuringu tulemused näitavad ka, et teatavate teabeallikate tajutav suurem tähtsus on seotud vanusega. Eakamad vastajad märgivad suurema tõenäosusega, et traditsiooniliste allikate tähtsus on viimase aasta jooksul suurenenud. Näiteks 51% 55-aastastest ja vanematest vastajatest märkis, et televisioon on viimase aasta jooksul muutunud nende jaoks olulisemaks, võrreldes 23%-ga 15–24-aastastest vastajatest. See vanem rühm (18%) teatab samuti suurema tõenäosusega kui nooremad vanuserühmad (7–16%), et ükski loetletud allikatest ei ole viimase aasta jooksul muutunud olulisemaks. Seevastu nooremad vastajad kalduvad viimase aasta jooksul rohkem teatama muude digitaalsete allikate suuremast tähtsusest päevakajaliste sotsiaalsete ja poliitiliste küsimuste teabe jaoks. Näiteks viiendik (20 %) 15–24-aastastest või 25–39-aastastest vastajatest märgib, et videoplatvormid on muutunud nende jaoks olulisemaks, võrreldes 9 %-ga 55-aastastest ja vanematest vastajatest. Lisaks osutavad 15–24-aastased vastajad vanematest rühmadest suurema tõenäosusega sellele, et kooliõpetajad või ülikooli õppejõud (8 % vs. 1–4 %) ning sõbrad, pere liikmed ja kolleegid (18 % vs. 11–14%) on viimase aasta jooksul muutunud neile teabeallikatena olulisemaks.

Kõigi muude digitaalsete allikate tajutav suurenenud tähtsus on suurim nende vastajate seas, kes alles õpivad, mis on tihedalt kooskõlas eelistatud teabeallikates täheldatud sotsiaaldemograafiliste mustritega. Näiteks 44 % vastanutest, kes alles õpivad, märgib, et sotsiaalmeedia platvormid on viimase aasta jooksul muutunud nende jaoks olulisemaks, võrreldes 20–25 %ga muudest haridustasemetest. Lisaks on vastajatel, kes lõpetasid hariduse 15-aastaselt või nooremalt (47%) või vanuses 16–19 (48%), suurem tõenäosus kui neil, kes lõpetasid hariduse vanemas eas (40%), ja neil, kes alles õpivad (27%), teatada, et televisioon on nende jaoks muutunud viimase aasta jooksul olulisemaks. Mida vanemad olid vastajad hariduse omandamise ajal, seda tõenäolisemalt märgivad nad, et trükitud ajalehed ja ajakirjad või nende veebiversioonid on viimase aasta jooksul muutunud nende jaoks olulisemaks (alates 14%-st 15-aastastest ja noorematest kuni 21%-ni 20-aastastest ja vanematest).

1.5. Huvipakkuvad teemad sotsiaalsetes ja poliitilistes päevakajalistes küsimustes

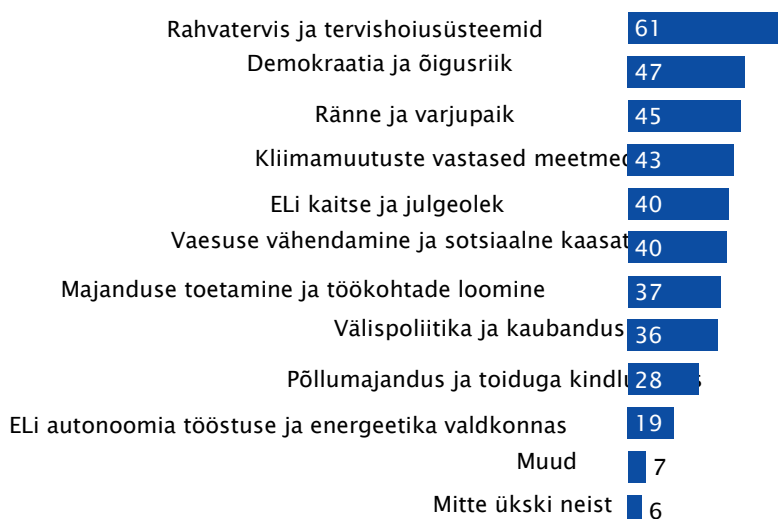
Vastajatelt küsiti mitmesuguste sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste teemade kohta, mida nad üldiselt järgivad või millele nad tähelepanu pööravad.⁴

Kümnest teemast koosnevas loetelus mainib ligikaudu kuus kümnest (61%) rahvatervist ja tervishoiusüsteeme. Rohkem kui neli vastanut kümnest märkis, et nad järgivad või pööravad üldiselt tähelepanu demokraatiale ja õigusriigile (47%), rände ja varjupaigale (45%) ning kliimamuutuste vastastele meetmetele (43%). Kümnest vastajast neli (40 %) märkis, et nad järgivad ELi kaitse- ja julgeolekupoliitikat või pööravad sellele tähelepanu, sama palju mainiti ka vaesuse vähendamist ja sotsiaalset kaasatust (40 %).

Rohkem kui kolmandik vastanutest osutas majanduse ja töökohtade loomise toetamisele (37%), samuti välispoliitikale ja kaubandusele (36%) kui teemadele, mis pakuvad huvi sotsiaalsetes ja poliitilistes päevakajalistes küsimustes. Väiksemad osakaalud vastavad sellele, et nad jälgivad või pööravad tähelepanu põllumajandusele ja toiduga kindlustatusele (28%) või ELi autonoomiale tööstuse ja energeetika valdkonnas (19%).

2. küsimus Millist järgmistest sotsiaalsetest ja poliitilistest päevakajalistest küsimustest te üldiselt järgite või pöörate tähelepanu?

[Mitu vastust]



(%) Baasväärtus: n = 26 121 – kõik vastajad

Riikidevahelised erinevused

Sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste teemade käsitlemisel teatasid vastajad kõige sagedamini kõigist liikmesriikidest peale kolme, et nad üldiselt jälgivad rahvatervist ja tervishoiusüsteeme või pööravad neile tähelepanu. Portugal (72%) paistab silma riigina, kus seda huvipakkuvat teemat mainib kõige rohkem vastanuid. Seevastu Madalmaade (52%) ja Leedu (52%) vastajad jagavad seda seisukohta kõige väiksema tõenäosusega.

Nende vastajate osakaal, kes nimetasid demokraatiat ja õigusriiki huvipakkuvaks teemaks, ulatub ligikaudu kolmest kümnest Lätis (31%) kuni kuueni kümnest (60%) Küprosel.

4 Oluline on märkida, et see küsimus erineb varem esitatud küsimustest „peamiste prioriteetide“ või „peamiste küsimuste“ kohta (nt seoses ELi prioriteetidega), kuna see võimaldas vastajatel märkida mitu huvipakkuvat valdkonda, mida nad üldiselt järgivad või pööravad tähelepanu sotsiaalsetele ja poliitilistele päevakajalistele küsimustele.

Ränne ja varjupaik on kõige sagedamini nimetatud huvipakkuv teema Saksamaal (64%) ja Madalmaades (58%). Veel kolmes liikmesriigis teatas üle poole vastanutest, et nad üldiselt järgivad seda teemat või pööravad sellele tähelepanu: Küpros (66%), Austria (61%) ja Iirimaa (53%). Rumeenias jagab seda seisukohta vähem kui kaks vastajat kümnest (18 %).

Väiksem osakaal kõigis liikmesriikides osutab kliimamuutuste vastastele meetmetele kui huvipakkuvale teemale, mille suhteline suurus jääb vahemikku 18 % Lätis ja 49 % Itaalias.

Leedus (53%) on kõige sagedamini valitud huvipakkuv teema ELi kaitse ja julgeolek. Üle poole vastanutest Soomes (53%), Saksamaal (52%), Eestis (52%) ja Poolas (51%) märkisid samuti, et üldiselt järgivad või pööravad sellele teemale tähelepanu. Seevastu Iirimaa jagab seda seisukohta iga neljas vastaja (25%).

Üle poole vastanutest kolmes liikmesriigis – Küprosel (58 %), Kreekas (57 %) ja Portugalis (54 %) – peab vaesuse vähendamist ja sotsiaalset kaasatust huvipakkuvaks teemaks. Kõigis teistes liikmesriikides ulatub selle teema valimise osakaal 31 %-st Lätis, Poolas ja Rootsis 50 %-ni Soomes.

Küprosel (50 %), Kreekas (51 %), Rumeenias (51 %) ja Hispaanias (52 %) osutab vähemalt iga teine vastaja majanduse toetamisele ja töökohtade loomisele kui huvipakkuvale teemale. Seevastu Leedus jagab seda seisukohta vähem kui iga viies vastaja (17%).

Suurim osa vastanutest, kes pidasid välispoliitikat ja kaubandust huvipakkuvaks teemaks, on Saksamaal (47%), samas kui väikseim osakaal on Maltal (26%) ja Madalmaades (26%).

Ülejäänud kaks huvipakkuvat teemat on kõigis liikmesriikides kõige harvemini valitud. Põllumajandust ja toiduga kindlustatust üldiselt jälgivate või sellele tähelepanu pööravate vastajate osakaal ulatub 13 %-st Küprosel 42 %-ni Horvaatias. Seoses ELi autonoomiaga tööstuse ja energeetika valdkonnas on selle teema valinud vastajate osakaal vahemikus 11 % Lätis ja 26 % Rumeenias.

2. küsimus Millist järgmistest sotsiaalsetest ja poliitilistest päevakajalistest küsimustest te üldiselt järgite või pöörate tähelepanu? [Mitu vastust]

	Rahvatervise ja tervishoiusüsteemid	Demokraatia ja õigusriik	Ränne ja varjupaik	Kliimamuutuste vastased meetmed	ELi kaitse ja julgeolek	Vaesuse vähendamine ja sotsiaalse kaasatus	Majanduse toetamine ja töökohtade loomine	Välispoliitika ja kaubandus	Põllumajandus ja toiduga kindlustatus	ELi autonoomia tööstuse ja energia valdkonnas
EL 27	61	47	45	43	40	40	37	36	28	19
BE	54	37	48	34	39	35	26	27	25	17
BG	62	42	22	33	34	49	39	42	28	19
CZ	46	39	39	24	38	33	32	35	32	19
DK	57	41	39	42	47	32	24	41	26	23
DE	58	54	64	48	52	38	34	47	24	16
EE	60	41	25	24	52	43	43	43	28	15
IE	65	36	53	35	25	41	40	28	24	16
EL	69	59	42	33	28	57	51	34	21	15
ES	64	52	45	46	32	45	52	30	28	22
FR	60	35	41	47	34	36	28	30	36	20
HR	65	49	35	38	38	49	34	32	42	14
IT	66	44	36	49	32	41	43	34	27	19
CY	67	60	66	28	32	58	50	32	13	14
LV	54	31	26	18	41	31	32	33	26	11
LT	52	35	31	24	53	33	17	43	21	13
LU	56	44	47	44	50	40	34	41	23	20
HU	63	53	34	38	36	45	43	35	31	19
MT	66	45	40	36	29	38	35	26	25	15
NL	52	46	58	36	44	38	20	26	22	16
AT	65	46	61	46	42	37	34	36	27	20
PL	66	57	42	38	51	31	34	39	31	19
PT	72	46	44	46	41	54	44	28	24	17
RO	63	54	18	35	49	46	51	39	40	26
SI	65	46	36	37	41	47	36	31	35	16
SK	53	44	28	25	34	36	34	38	35	17
FI	63	45	46	34	53	50	48	42	31	17
SE	53	45	44	34	38	31	27	38	17	13

Märkus: (Alguses...) Mida suurem on vastuse valimise proportsioon, seda tumedam sinine on lahter. Iga riigi kõrgeim vastus on esitatud tumesinisises/valges kirjas. Vastused „muu“ ja „mitte ükski neist“ ei ole esitatud.

(%), baasväärtus: n=26 121 – kõik vastajad

Sotsiaaldemograafilised kaalutlused

Mehed näitavad huvipakkuvate teemadena tõenäolisemalt kui naised: demokraatia ja õigusriik (51 % vs. 43 %), ELi kaitse ja julgeolek (45 % vs. 36 %), välispoliitika ja kaubandus (42 % vs. 30 %) ning ELi autonoomia tööstuse ja energeetika valdkonnas (23 % vs. 15 %). Naised (67%) nimetavad omakorda suurema tõenäosusega kui mehed (55%) rahvatervist ja tervishoiusüsteeme.

Enamiku loetletud teemade mainimine sotsiaalsetes ja poliitilistes päevakajalistes küsimustes suureneb vanusega. Näiteks märkis 44 % 15–24aastastest vastajatest, et nad üldiselt jälgivad rahvatervist ja tervishoiusüsteeme või pööravad neile tähelepanu, võrreldes 71 %ga 55aastastest ja vanematest vastajatest. Seevastu on viide ELi autonoomiale tööstuse ja energeetika valdkonnas kõige suurem 25–39aastaste seas (22 % vs. 15–19 % muudest vanuserühmadest). Lisaks on ootuspäraselt kõige suurem huvi majanduse toetamise ja töökohtade loomise vastu tööealiste vastajate seas (40 % 25–39aastastest ja 41 % 40–54aastastest võrreldes 34–35 % muude vanuserühmadega).

Enamiku loetletud teemadega tegelemine suureneb lõpetatud hariduse vanusega. Erinevus on kõige suurem demokraatia ja õigusriigi valdkonnas (36%-lt 15-aastastest või noorematest hariduse omandanutest 52%-le 20-aastastest või vanematest hariduse omandanutest) ning ELi kaitse ja julgeoleku valdkonnas (vastavalt 29%-lt 45%-le).

2. SOTSIAALMEEDIA KASUTAMINE

2.1. Eelistatud sotsiaalmeedia ja päevakajalised platvormid

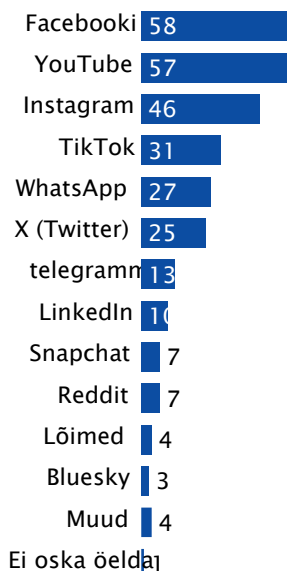
Sotsiaalmeedia ja päevakajalist teavet pakkuvate platvormide kasutajatel paluti teha kindlaks oma platvormid, mida nad sel eesmärgil kõige rohkem kasutavad.

Facebooki (58%) ja YouTube'i (57%) mainib igaüks ligi kuus vastajat kümnest, neile järgneb Instagram (46%). Vähem kui kolmandik kasutajatest mainib oluliste platvormidena TikToki (31%), WhatsAppi (27%) ja X-i (Twitter) (25%) ning vähemalt üks kümnest osutab Telegramile (13%) ja LinkedInile (10%).

Väiksemad aktsiad mainivad mis tahes muud sotsiaalmeediat või platvormi: Snapchat (7%), Reddit (7%), Threads (4%), Bluesky (3%) või mõni muu platvorm (4%).

Q5 Ja millisest sotsiaalmeediast ja platvormidelt saate teavet sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta?

Palun valige enda jaoks kõige olulisemad. [Mitu vastust]



(%)Põhialus: n=14 380- Kasutab sotsiaalmeediat ja/või videoplatvorme teabe saamiseks sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta (Q4a)

Riikidevahelised erinevused

21 liikmesriigis on Facebook tiptasemel sotsiaalmeediaplattform, mis annab teavet sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta; see kehtib näiteks Malta (87%), Bulgaaria (83%), Küprose (82%) ja Ungari (80%) kohta. Seevastu Madalmaades jagab seda seisukohta neli kasutajat kümnest (40%).

YouTube on Saksamaa (62%), Hispaania (56%), Prantsusmaa (52%) ja Austria (51%) kõrgeim sotsiaalmeedia platvorm sotsiaal- ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta teabe saamiseks. Teisest küljest mainib seda sotsiaalmeediaplattform umbes kolmandik Malta kasutajatest (33%).

Luksemburgis (54%) ja Madalmaades (49%) valivad kasutajad kõige sagedamini Instagrami platvormiks, mis on neile isiklikult oluline, et saada teavet sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta. Lätis (24%) seevastu eelistab umbes iga neljas (24%) kasutaja sel eesmärgil seda sotsiaalmeediaplattform.

Kõige suurem on nende kasutajate osakaal, kes nimetavad TikTok'i päevakajaliste küsimuste teabeplatvormiks, Rumeenias (46%), Iirimaa (43%) ja Küprosel (41%). Madalaim osakaal on omakorda Maltal (20 %).

Nende kasutajate osakaal, kes märgivad, et WhatsApp on oluline platvorm päevakajaliste küsimuste kohta teabe saamiseks, ulatub 5%-st Leedus ja Ungaris kuni 37%-ni Itaalias.

Hispaanias on rohkem kui neli kasutajat kümnest (44%) teatanud, et nad saavad X-ilt (Twitter) teavet päevakajaliste küsimuste kohta. Üks kümnest (10 %) kasutajast Ungaris soovib selle platvormi.

Kõigis liikmesriikides peab vähem kui iga neljas kasutaja mis tahes muud sotsiaalmeediat või -platvormi enda jaoks oluliseks, et saada teavet sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta:

- Telegramm: osakaal ulatub 4 %-st Maltal 22 %-ni Lätis;
- LinkedIn: 3 %-lt Lätis 19 %-le Madalmaades;
- Snapchat: 1 %-lt Küprosel ja Leedus 15 %-le Prantsusmaal ja Iirimaa;
- Reddit: 3 %-lt Küprosel 12 %-le Eestis, Iirimaa, Soomes ja Rootsis;
- Lõimed: 3 %-lt Bulgaarias, Eestis, Horvaatias, Luksemburgis, Ungaris, Madalmaades, Portugalis ja Slovakkias 7 %-le Kreekas;
- Bluesky: 0%-lt Leedus ja Portugalis 5%-le Austrias ja Rootsis;
- muu: 2 %-lt Belgias, Hispaanias, Poolas ja Portugalis 8 %-le Taanis ja Madalmaades.

Q5 Ja millisest sotsiaalmeediast ja platvormidelt saate teavet sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta? Palun valige enda jaoks kõige olulisemad. [Mitu vastust]

	Facebook	YouTube	Instagram	TikTok	WhatsApp	X (Twitter)	telegram	LinkedIn	Snapchat	Reddit	Lõimed
EL 27	58	57	46	31	27	25	13	10	7	7	4
BE	61	45	49	35	22	22	10	10	11	7	4
BG	83	62	32	31	10	15	21	7	3	4	3
CZ	67	54	47	27	24	22	11	9	4	6	6
DK	69	44	45	28	10	20	9	14	14	11	4
DE	45	62	51	25	36	18	15	7	7	6	4
EE	69	53	31	26	6	21	15	7	4	12	3
IE	53	50	42	43	30	33	10	12	15	12	6
EL	68	56	46	35	10	27	11	8	4	7	7
ES	45	56	47	36	34	44	18	10	3	5	4
FR	47	52	44	32	18	29	7	12	15	5	4
HR	70	50	39	26	23	18	13	10	2	11	3
IT	61	55	52	26	37	24	21	12	3	6	5
CY	82	52	48	41	9	24	5	16	1	3	6
LV	64	55	24	37	20	15	22	3	4	4	6
LT	74	67	28	24	5	13	15	6	1	7	4
LU	53	42	54	26	20	15	5	10	3	6	3
HU	80	58	27	34	5	10	7	5	3	8	3
MT	87	33	35	20	20	18	4	16	3	4	5
NL	40	45	49	28	26	23	8	19	8	8	3
AT	49	51	49	33	30	17	14	8	10	11	5
PL	75	63	38	31	20	29	9	8	6	7	5
PT	59	48	53	28	28	25	12	13	3	7	3
RO	76	66	40	46	36	13	14	13	5	8	4
SI	73	57	41	29	12	26	14	12	10	11	4
SK	75	54	40	27	17	11	13	5	5	5	3
FI	56	49	39	36	22	24	8	8	10	12	5
SE	59	54	54	33	13	27	10	14	17	12	6

Märkus: (Alguses...) Mida suurem on vastuse valimise proportsioon, seda tumedam sinine on lahter. Iga riigi kõrgeim vastus on esitatud tumesinises/valges kirjas. Vastused „muu“ ja „ei tea“ ei ole esitatud.

(%), baasväärtus: n=14 380 – kasutab sotsiaalmeediat ja/või videoplatvorme teabe saamiseks sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta (Q4a)

Sotsiaaldemograafilised kaalutlused

Mehed peavad YouTube'i (64% vs. 49%), X-i (Twitter) (32% vs. 17%), Telegrami (16% vs. 10%) ja Redditit (9% vs. 4%) naistest suurema tõenäosusega olulisteks sotsiaal- ja poliitilise päevakajalise teabe platvormideks. Teisest küljest osutavad naised meestest suurema tõenäosusega Instagramile (49% vs 42%) ja TikTokile (33% vs 28%).

Andmed näitavad, et vanus mõjutab platvormi eelistusi päevakajaliste sündmuste teabe jaoks. Vanemad kasutajad eelistavad rohkem Facebooki (71 % 55-aastastest ja vanematest kasutajatest vs 31 % 15–24-aastastest kasutajatest) ja WhatsAppi (31 % vs 19 %). Seevastu nooremad kasutajad eelistavad tõenäolisemalt Instagrami (64% 15–24-aastastest vs. 33% 55-aastastest ja vanematest), TikToki (54% vs. 17%), Xi (Twitter) (30% vs. 20%) ja Snapchati (12% vs. 2%). 25–39-aastastel kasutajatel on mõned erinevad platvormieelistused, nad eelistavad suurema tõenäosusega YouTube'i (60 % vs. 52–57 % muudest vanuserühmadest), Telegrami (16 % vs. 11–14%) ja Redditit (11 % vs. 2–8%). See vanuserühm (13%) ja 40–54-aastased (12%) eelistavad samuti LinkedIni rohkem kui kõik teised vanuserühmad (5–9 %).

Lõpuks, kasutajad, kes alles õpivad on tõenäolisem kui need, kes juba lõpetanud oma hariduse nooremas eas märkida eelistatud platvormid: Instagram (63% vs 40%-43%), TikTok (50% vs 26%-34%), Snapchat (11% vs 6%-8%), Reddit (10% vs 4%-7%) ja teemad (7% vs 3%-4%). Teisest küljest mainivad nad vähem tõenäoliselt kui need, kes lõpetasid oma hariduse, Facebooki (31% vs 60%-66%) ja WhatsAppi (21% vs 27%-28%). Lisaks osutavad 20-aastased ja vanemad kasutajad (14 %) tõenäolisemalt kui kõik teised rühmad (6–7 %) LinkedInile kui eelistatud platvormile; see rühm (28%) koos nendega, kes alles õpivad (29%), on ka tõenäolisem kui need, kes lõpetasid oma hariduse nooremas eas (19%-22%), osutades X-ile (Twitter) kui nende eelistatud platvormile.

2.2. Aktiivne vs passiivne teabe tarbimine sotsiaalmeedias

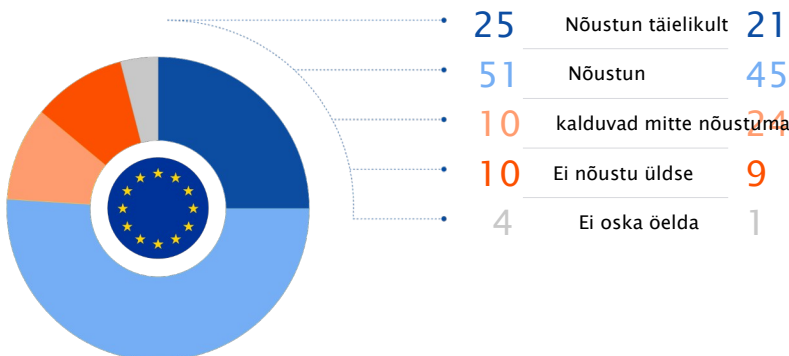
Uuringu tulemused näitavad sotsiaalse ja poliitilise teabe aktiivse ja passiivse tarbimise kombinatsiooni sotsiaalmeedias, kusjuures paljud kasutajad otsivad sisu tahtlikult ja ootamatult kogevad seda juhusliku sirvimise ajal.

Ligikaudu kolm neljandikku (76%) sotsiaalmeediat kasutavatest vastajatest nõustub väitega, et „sotsiaalmeediat sirvides loen mõnikord sotsiaalset ja poliitilist teavet, millega olen juhuslikult kokku puutunud, kuigi ma seda aktiivselt ei otsinud“ (millest 25% „nõustun täielikult“ ja 51% „kaldun nõustuma“). Mittenõustumise osakaal on 10 %, kes „kalduvad mittenõustumisele“, ja 10 %, kes „ei nõustu üldse“.

Umbes kaks kolmandikku (66 %) sotsiaalmeedia ja platvormide kasutajatest nõustub väitega „Olen aktiivselt otsinud sotsiaalmeedias teavet sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta“ (millest 21 % „nõustun täielikult“ ja 45 % „kaldun nõustuma“). Kolmandik (33 %) neist ei nõustu selle väitega (24 % „väga ei nõustu“ ja 9 % „väga ei nõustu“).

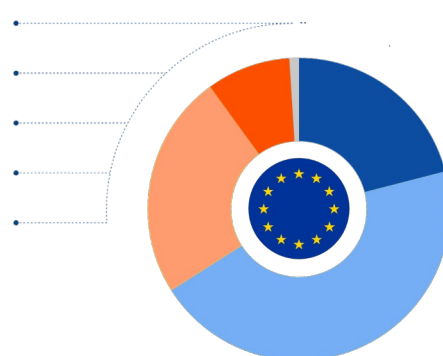
K6. Mil määral nõustute või ei nõustu järgmiste väidetega?

Sotsiaalmeediat sirvides loen mõnikord sotsiaalset või poliitilist teavet, mida olen juhuslikult kohanud, kuigi ma seda aktiivselt ei otsinud.



(%) Baasväärtus: n=26 121 – kõik vastajad

Otsin aktiivselt teavet sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta sotsiaalmeedias



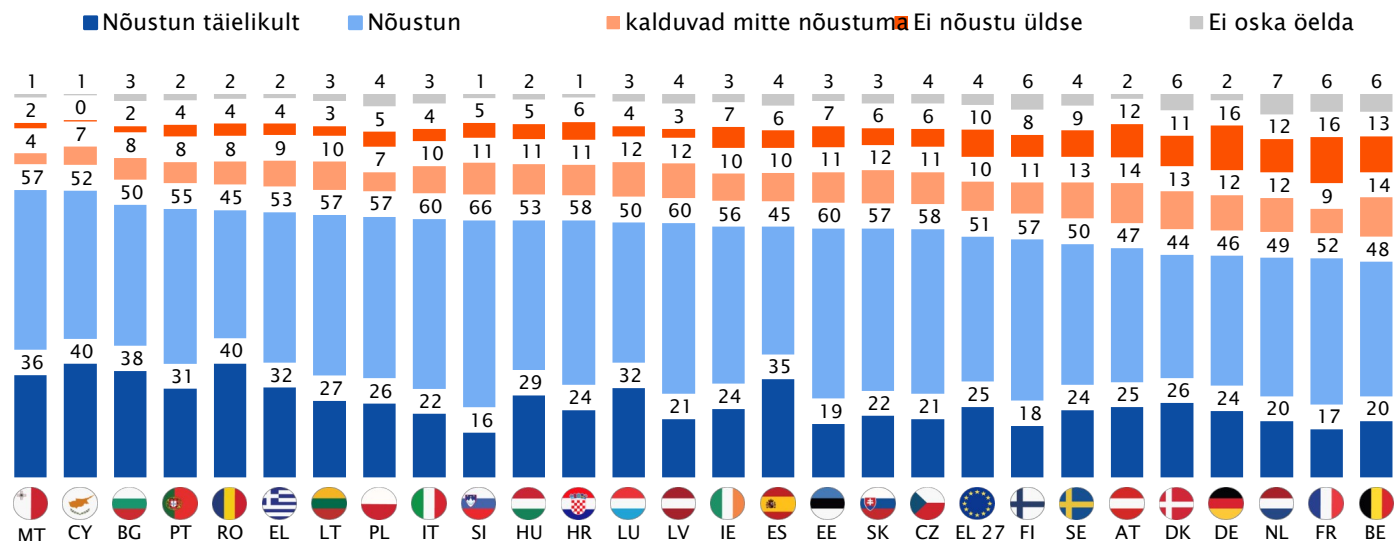
(%) Alus: n=14 380 – kasutab sotsiaalmeediat ja/või videoplatvorme teabe saamiseks sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta (Q4a)

Riikidevahelised erinevused

Kõigis liikmesriikides nõustub vähemalt kaks kolmandikku vastanutest väitega, et „sotsiaalmeediat sirvides loen mõnikord sotsiaalset ja poliitilist teavet, millega olen juhuslikult kokku puutunud, kuigi ma seda aktiivselt ei otsinud“. Kokkulepitud osakaal varieerub 67 %st Belgias 93 %ni nii Küprosel kui ka Maltal.⁵

Q6_2 Mil määral nõustute või ei nõustu järgmiste väidetega?

Sotsiaalmeediat sirvides loen mõnikord sotsiaalset või poliitilist teavet, mida olen juhuslikult kohanud, kuigi ma seda aktiivselt ei otsinud.



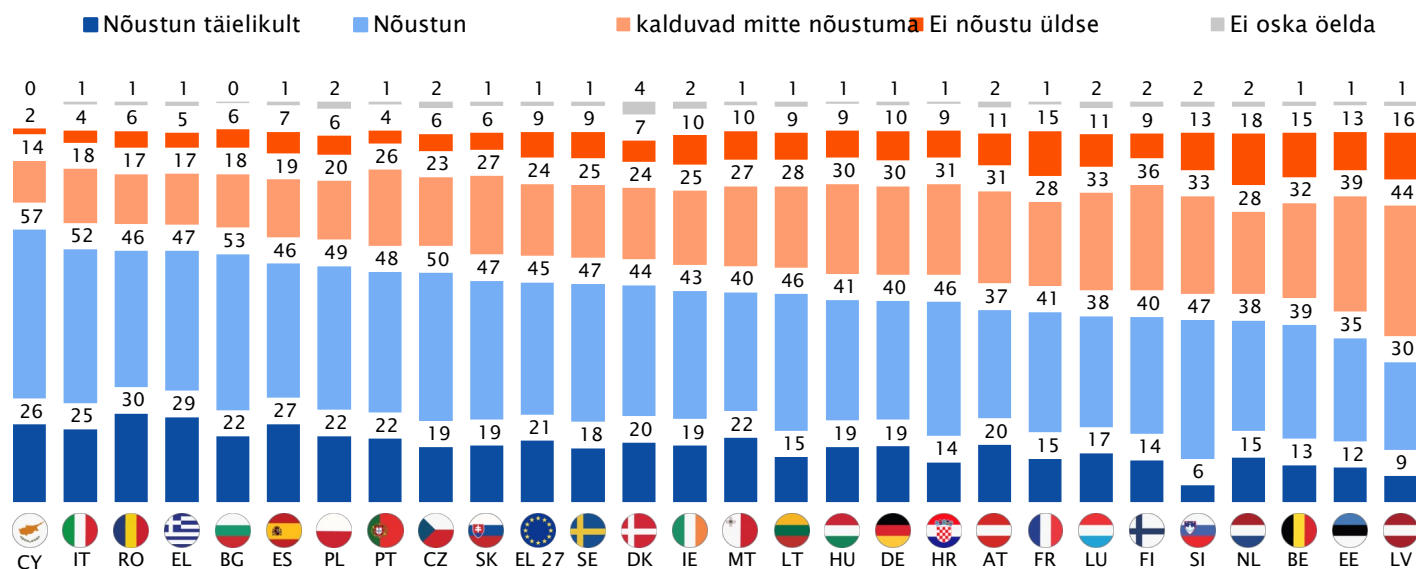
(%) Baasväärtus: n=26 121 – kõik vastajad

⁵ Ümardamise tõttu võib juhtuda ka see, et eraldi vastusevariantide protsendid ei vasta täpselt tekstis nimetatud kogusummadele.

Kui Eesti (47 %) ja Läti (39 %) välja arvata, nõustub enamik sotsiaalmeedia ja -platvormide kasutajaid kõigis liikmesriikides väitega „Olen aktiivselt otsinud sotsiaalmeedias teavet sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta“, kusjuures enamiku suhteline suurus ulatub umbes poolest (51 %) Belgias rohkem kui kaheksani kümnest (84 %) Küprosel.⁶

Q6_1 Mil määral nõustute või ei nõustu järgmiste väidetega?

Otsin aktiivselt teavet sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta sotsiaalmeedias



(%) Alus:n=14 380 – kasutab sotsiaalmeediat ja/või videoplatvorme teabe saamiseks sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta (Q4a)

Sotsiaaldemograafilised kaalutlused

Mehed on mõnevõrra tõenäolisemalt kui naised aktiivsed teabetarbijad sotsiaalmeedias (69% vs. 63%).

Aktiivne teave, mis otsib vanusega suurenemist: 70 % 55aastastest ja vanematest nõustub, et nad otsivad aktiivselt teavet sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta sotsiaalmeedias, võrreldes 67 %ga 40–54aastastest, 66 %ga 25–39aastastest ja 59 %ga 15–24aastastest. Seevastu passiivne info tarbimine väheneb vanusega: 83% nii 15–24-aastastest kui ka 25–39-aastastest nõustub väitega, et „sotsiaalmeediat sirvides loen mõnikord sotsiaalset ja poliitilist teavet, millega olen juhuslikult kokku puutunud, kuigi ma seda aktiivselt ei otsinud“, võrreldes 78%-ga 40–54-aastastest ja 70%-ga 55-aastastest ja vanematest.

Mõningaid erinevusi aktiivse ja passiivse teabe tarbimises sotsiaalmeedias täheldatakse ka hariduses. Kasutajad, kes on omandanud 20-aastase või vanema hariduse (69%), on kõigist teistest haridustasemetest suurema tõenäosusega aktiivsed teabetarbijad sotsiaalmeedias ning nõustuvad väitega „Olen aktiivselt otsinud sotsiaalmeediast teavet sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta“, võrreldes 63%-ga nendest, kes on omandanud hariduse 15-aastaselt või nooremalt. Teisest küljest on vastajad, kes alles õpivad (84%), suurema tõenäosusega passiivsed infotarbijad kui need, kes on oma hariduse juba omandanud (69%–78%), ning nad nõustuvad väitega: „Sotsiaalmeediat sirvides loen mõnikord sotsiaalset ja poliitilist teavet, millega olen juhuslikult kokku puutunud, kuigi ma seda aktiivselt ei otsinud“.

⁶ Ümardamise tõttu võib juhtuda ka see, et eraldi vastusevariantide protsendid ei vasta täpselt tekstis nimetatud kogusummadele.

2.3. Sotsiaalse ja poliitilise sisuga tegelemise liigid

Küsitluses osalejatelt küsiti, kuidas nad sotsiaalmeedias sotsiaalse ja poliitilise sisuga tegelevad, kui üldse.

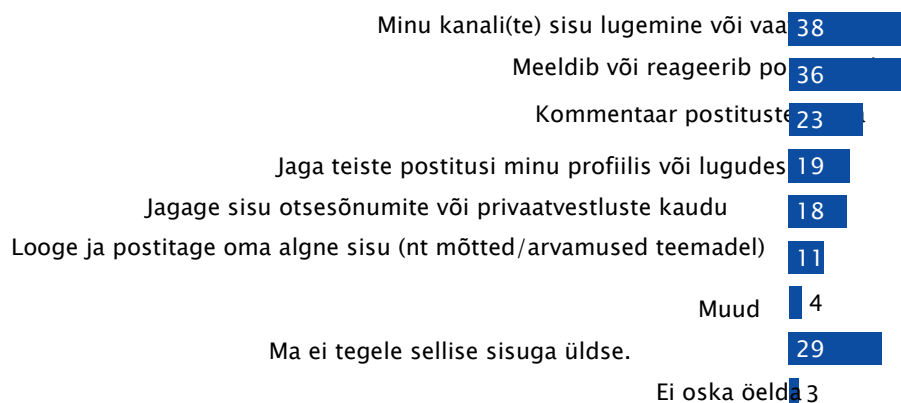
Suurim osa vastanutest teatas, et nad loevad või vaatavad sisu oma kanali(te)s (38%) või et nad meeldivad postitustele või reageerivad neile (36%).

Vähem kui üks neljast vastajast (23%) kommenteerib postitusi ja vähem kui üks viiest jagab teiste postitusi oma profiilis või lugudes (19%) või jagab sisu otsesõnumite või privaatvestluste kaudu (18%). Umbes üks kümnest (11 %) loob ja postitab oma originaalsisu (nt mõtted/arvamused teemadel).

Nimelt ei tegele umbes kolm vastajat kümnest (29%) seda liiki sisuga üldse.

Millistel järgmistest viisidest (kui üldse) kasutate sotsiaalmeedias sotsiaalset ja poliitilist sisu?

[Mitu vastust]



(%) Baasväärtus: n = 26 121 – kõik vastajad

Riikidevahelised erinevused

Kõigis liikmesriikides on oma kanali(te) sisu lugemine või vaatamine ning postitustele meeldimine või reageerimine kaks kõige levinumat sotsiaalse ja poliitilise sisuga tegelemise viisi sotsiaalmeedias:

- Nende kanali(te) sisu lugemine või vaatamine on kõige sagedamini valitud vastus 16 liikmesriigis. Kõigis liikmesriikides ulatub seda liiki koostööle viitavate vastajate suhteline osakaal 24 %-st Tšehhis 62 %-ni Poolas.
- Teisest küljest näib, et ülejäänud 11 liikmesriigis on sotsiaalmeedia sotsiaalse ja poliitilise sisuga tegelemisel esikohal postituste meeldimine või neile reageerimine. Nende vastajate osakaal, kes suhtlevad sotsiaalmeedias sotsiaalse ja poliitilise sisuga, meeldides postitustele või reageerides neile, jääb vahemikku 15 % Lätis ja 58 % Küprosel.

Kõige suurem oli postitusi kommenteerinud vastajate osakaal Küprosel (34%) ja Kreekas (34%), kõige väiksem oli see Lätis (11%).

Nende vastajate osakaal, kes suhtlevad sotsiaalmeedias sotsiaalse ja poliitilise sisuga, jagades teiste postitusi oma profiilis või lugudes, on vahemikus 7 % Lätis ja 27 % nii Kreekas kui ka Bulgaarias.

Sisu jagamist otsesõnumite või privaatvestluste kaudu mainib osa vastanutest, ulatudes 11%-st Lätis 29%-ni Maltal.

Väiksem osakaal (alla 20 %) kõigis liikmesriikides näitab, et nad loovad ja avaldavad oma originaalsisu (nt mõtted/arvamused teemadel). Seda mainiv täpne osakaal jääb Lätis 4 % ja Kreekas 19 % vahele.

Eelkõige teatas osa vastanutest, kelle osakaal ulatus 14 %-st Küprosel kuni üle nelja vastajani kümnest Madalmaades (47%), Belgias (45%) ja Prantsusmaal (41%), et nad ei tegele seda liiki sisuga üldse.

Millistel järgmistest viisidest (kui üldse) kasutate sotsiaalmeedias sotsiaalset ja poliitilist sisu? [Mitu vastust]

	Minu kanali(te) sisu lugemine või vaatamine	Meeldib või reageerib postitustele	Kommentaar postituste kohta	Jaga teiste postitusi minu profiilis või lugudes	Jagage sisu otsesõnumite või privaatvestluste kaudu	Looge ja postitage oma algne sisu (nt mõtted/arvamused teemadel)	Muud	Ma ei tegele sellise sisuga üldse.
EL 27	38	36	23	19	18	11	4	29
BE	28	24	15	14	12	10	2	45
BG	34	52	27	27	20	13	5	20
CZ	24	42	30	22	22	11	4	25
DK	36	34	21	14	15	10	2	32
DE	37	30	19	15	16	10	9	29
EE	41	36	15	15	18	9	4	23
IE	41	43	27	20	22	13	3	23
EL	46	51	34	27	23	19	1	19
ES	31	46	28	26	19	15	3	28
FR	37	26	17	15	17	7	1	41
HR	35	39	21	13	17	8	5	25
IT	33	41	28	22	19	12	3	27
CY	55	58	34	24	24	14	1	14
LV	51	15	11	7	11	4	2	28
LT	52	39	16	15	19	6	2	18
LU	39	34	13	14	15	9	4	28
HU	60	35	18	19	15	7	3	18
MT	44	46	24	19	29	16	2	20
NL	27	24	15	11	14	10	3	47
AT	36	31	18	16	16	10	7	28
PL	62	40	27	21	21	13	2	17
PT	42	35	21	20	18	11	2	32
RO	37	49	30	19	21	13	3	21
SI	48	31	19	16	15	9	3	25
SK	27	38	20	15	14	9	3	33
FI	38	35	20	13	16	11	3	30
SE	47	37	24	18	19	14	4	26

Märkus: (Alguses...) Mida suurem on vastuse valimise proportsioon, seda tumedam sinine/oranž on lahter. Iga riigi kõrgeim vastus on esitatud tumesinisises/valges kirjas. Vastust „ei tea“ ei kuvata.

(%), baasväärtus: n=26 121 – kõik vastajad

Sotsiaaldemograafilised kaalutlused

Mehed (26%) kommenteerivad postitusi tõenäolisemalt kui naised (19%). Teisest küljest märgivad naised (32%) meestest (27%) suurema tõenäosusega, et nad ei tegele seda tüüpi sisuga üldse.

Nooremad vastajad (15–24aastased) loevad või vaatavad oma voo sisu suurema tõenäosusega kui 55aastased ja vanemad (51 % vs. 29 %), meeldivad postitustele või reageerivad neile (46 % vs. 31 %) ning jagavad sisu otsesõnumite või privaatvestluste kaudu (25 % vs. 13 %). Siiski on vähem tõenäoline, et nad kommenteerivad postitusi kui kõik teised vanuserühmad (18% vs. 22%–24%). Teisest küljest jagavad vanemad vastajad (55-aastased ja vanemad) vähem tõenäoliselt teiste postitusi oma profiilis või lugudes (16 % vs. 19–23 % muude vanuserühmade puhul) ning loovad ja postitavad oma algse sisu (8 % vs. 12–15 %). Üldine kaasatus väheneb ka vanusega, kusjuures 41% 55-aastastest ja vanematest inimestest näitab, et nad ei tegele seda tüüpi sisuga üldse, võrreldes 14% -ga 15-24-aastastest.

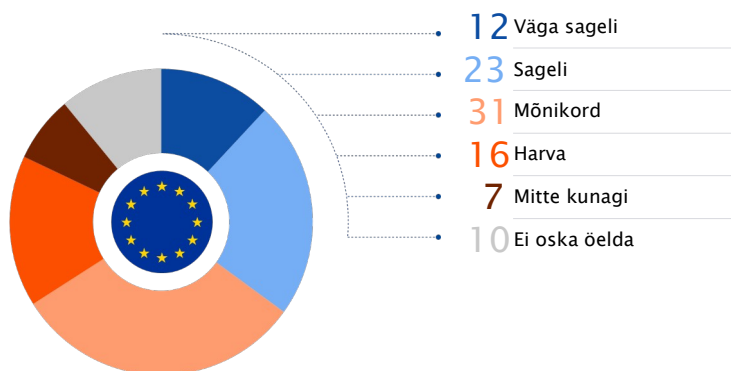
Vastajad, kes alles õpivad, mainivad suurema tõenäosusega kui need, kes on juba oma hariduse omandanud nooremas eas, et nad loevad või vaatavad sisu oma voogudes (51% vs. 25%–42%), nagu postitused või reageerivad neile (46% vs. 32%–37%) ning jagavad sisu otsesõnumite või privaatvestluste kaudu (25% vs. 14%–20%). Teisest küljest on see rühm (19%) vähem tõenäoline kui need, kes lõpetasid oma hariduse vanuses 16-19 (23%) või 20 ja üle selle (24%), et teatada, et nad kommenteerivad postitusi. Vastajad, kes lõpetasid hariduse 16–19-aastaselt, on vähem tõenäolised kui need, kes lõpetasid hariduse vanemas eas, ja need, kes alles õpivad, et mainida, loovad ja postitavad oma algse sisu (9 % vs 12–14%).

3. Desinformatsiooni ja teabe usaldusväärsusega seotud kulud ja vahendid

3.1. Tajutav kokkupuude desinformatsiooniga

Küsimusele, kui sageli nad arvavad, et nad on viimase seitsme päeva jooksul isiklikult kokku puutunud desinformatsiooni ja vaeuudistega, vastas üle kolmandiku vastanutest, et nad on kokku puutunud „väga sageli“ (12 %) või „sageli“ (23 %). Ligikaudu kolm vastajat kümnest (31%) teatas, et nad on viimase nädala jooksul „mõnikord“ kokku puutunud desinformatsiooni ja vaeuudistega, ning vähem kui iga neljas teatas, et nad on kokku puutunud „harva“ (16%) või „mitte kunagi“ (7%).

Q17 Kui sageli olete enda arvates viimase seitsme päeva jooksul isiklikult kokku puutunud desinformatsiooni ja vaeuudistega?



(%) Baasväärtus: n=26 121 – kõik vastajad

Riikidevahelised erinevused

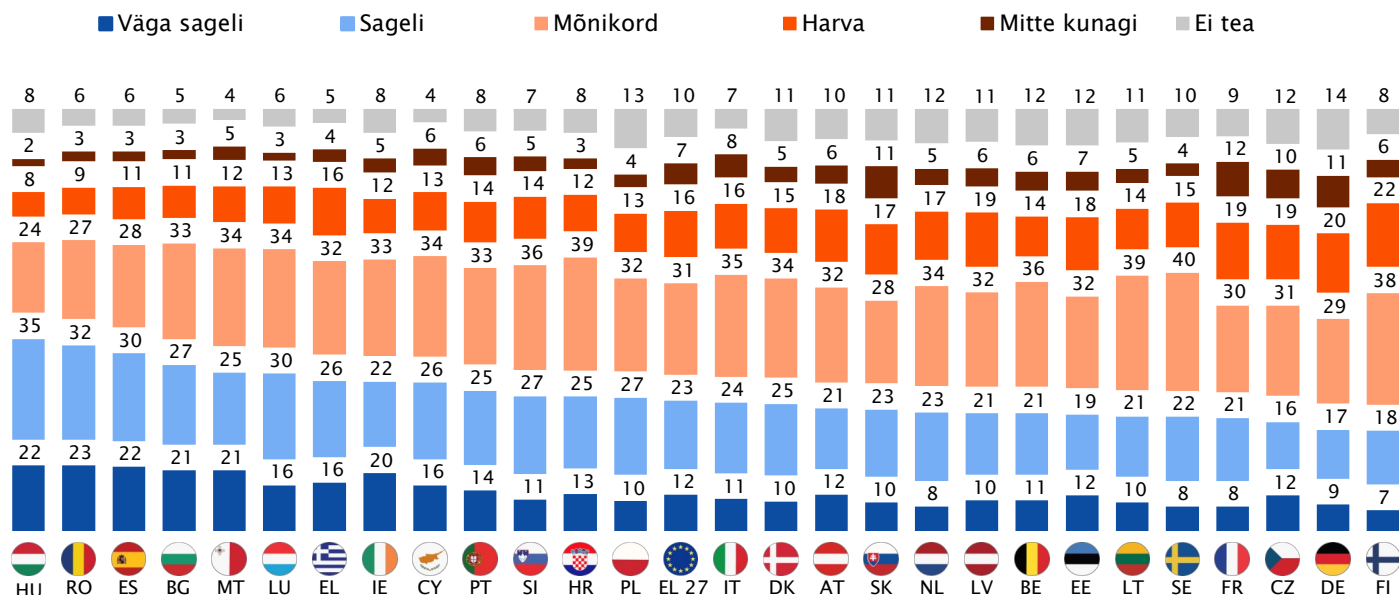
Enamik kolme liikmesriigi vastajatest märkis, et nad on viimase nädala jooksul desinformatsiooni ja vaeuudistega „väga sageli“ või „sageli“ kokku puutunud: Ungari (57%), Rumeenia (55%) ja Hispaania (52%). Üle nelja vastaja kümnest jagab seda seisukohta ka Bulgaarias (48%), Luksemburgis (45%), Maltal (45%), Kreekas (43%), Iirimaa (42%) ja Küprosel (42%).⁷ Teisest küljest on vähem kui kolm vastajat kümnest Saksamaal (26%), Soomes (26%) ja Tšehhis (29%) teatanud, et nad on viimase seitsme päeva jooksul desinformatsiooniga „sageli“ või „väga sageli“ kokku puutunud.

Nende vastajate osakaal, kes märkisid, et nad on viimase nädala jooksul „mõnikord“ kokku puutunud desinformatsiooni ja vaeuudistega, ulatub 24 %-st Ungaris ligikaudu neljani kümnest Rootsis (40 %), Leedus (39 %) ja Horvaatias (39 %).

Kõigis liikmesriikides ei ole rohkem kui kolmandik vastanutest teatanud, et nad on viimase seitsme päeva jooksul väärinfo ja vaeuudistega „harva“ või „mitte kunagi“ kokku puutunud. Seda mainitakse kõige rohkem Prantsusmaal (31%), Saksamaal (31%), Tšehhis (29%), Soomes (28%) ja Slovakkias (28%). Seevastu Ungaris jagab seda seisukohta vaid iga kümnes vastaja (11 %).

⁷ Ümardamise tõttu võib juhtuda ka see, et eraldi vastusevariantide protsendid ei vasta täpselt tekstis nimetatud kogusummadele.

Q17 Kui sageli olete enda arvates viimase seitsme päeva jooksul isiklikult kokku puutunud desinformatsiooni ja valeuudistega?



(%) Baasväärtus: n=26 121 – kõik vastajad

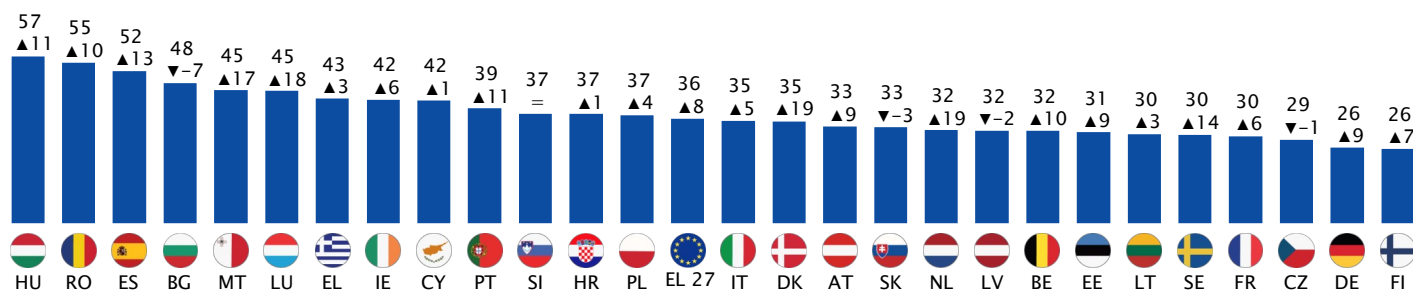
Suundumus võrreldes 2022. aastaga

Alates 2022. aastast, mil seda küsimust viimati küsiti (Media & News Survey 2022), on nende vastajate osakaal, kes teatasid, et on viimasel nädalal „sageli“ või „väga sageli“ kokku puutunud desinformatsiooni ja valeuudistega, suurenenud ELi tasandil kaheksa protsendipunkti (28 %-lt 2022. aastal 36 %-le 2025. aastal). Riikide tasandil on see osakaal märkimisväärselt suurenenud rohkem kui pooltes liikmesriikides. Suurim kasv on toimunud Madalmaades (32 %, +19 protsendipunkti), Taanis (35 %, +19 protsendipunkti), Luksemburgis (45 %, +18 protsendipunkti), Maltal (45 %, +17 protsendipunkti), Rootsis (30 %, +14 protsendipunkti) ja Hispaanias (52 %, +13 protsendipunkti).

Q17 Kui sageli olete enda arvates viimase seitsme päeva jooksul isiklikult kokku puutunud desinformatsiooni ja valeuudistega?

% „väga sageli“ või „sageli“

Suundumus võrreldes 2022. aasta oktoobriga (Eurobaromeetri kiiruuring FL012EP Media & 2022. aasta uudisteuuring)



(%) Baasväärtus: n=26 121 – kõik vastajad

Sotsiaaldemograafilised kaalutlused

Mehed (40 %) näitavad suurema tõenäosusega kui naised (32 %), et nad on viimase seitsme päeva jooksul sageli (st „sageli“ või „väga sageli“) kokku puutunud desinformatsiooni ja valeuudistega.

Vanusega väheneb arusaam, et viimase seitsme päeva jooksul puututakse sageli kokku desinformatsiooni ja valeuudistega: 46% 15–25-aastastest vastajatest teatas sagedasest kokkupuutest sellega, võrreldes 43%-ga 25–39-aastastest, 36%-ga 40–54-aastastest ja 29%-ga 55-aastastest ja vanematest.

Hariduse valdkonnas tunnistavad vastajad, kes alles õpivad (46 %), ning need, kes on omandanud hariduse vähemalt 20-aastaselt (37 %), suurema tõenäosusega kui need, kes on omandanud hariduse nooremas eas (32–33 %), et nad on viimase nädala jooksul sageli kokku puutunud desinformatsiooni ja valeuudistega.

3.2. Usaldus desinformatsiooni äratundmise vastu

Veidi üle kuue vastanu kümnest on veendunud, et nad suudavad väärinfot ära tunda, kui nad sellega kokku puutuvad (12 % vastanutest on „väga kindlad“, 49 % „mõnevõrra kindlad“).

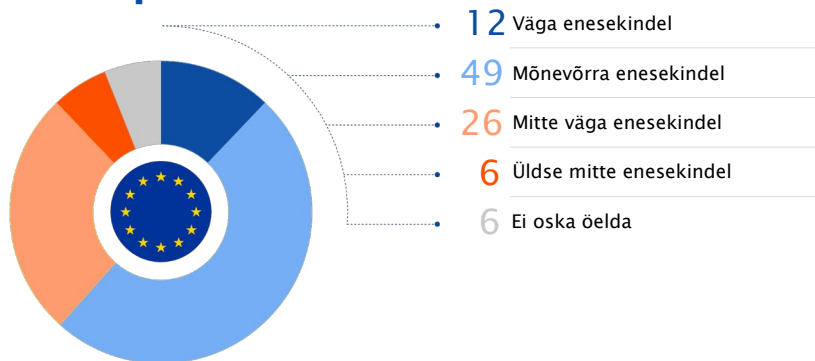
Ligikaudu kolmandik (32%) ei ole aga kindlad, kas nad suudavad desinformatsiooni ära tunda (millest 26% „ei ole väga kindel“ ja 6% „ei ole üldse kindel“).

Riikidevahelised erinevused

Kui Poola välja arvata (49 %), teatas enamik vastanutest kõigist liikmesriikidest, et nad tunnevad end desinformatsiooniga kokku puutudes selle äratundmise võimes kindlalt („väga kindel“ või „mõnevõrra kindel“). Vähemalt kaks kolmandikku vastanutest märkis seda Maltal (84%), Iirimaa (72%), Luksemburgis (69%), Bulgaarias (68%), Horvaatias (68%), Rumeenias (67%), Soomes (67%), Rootsis (67%) ja Prantsusmaal (66%).⁸

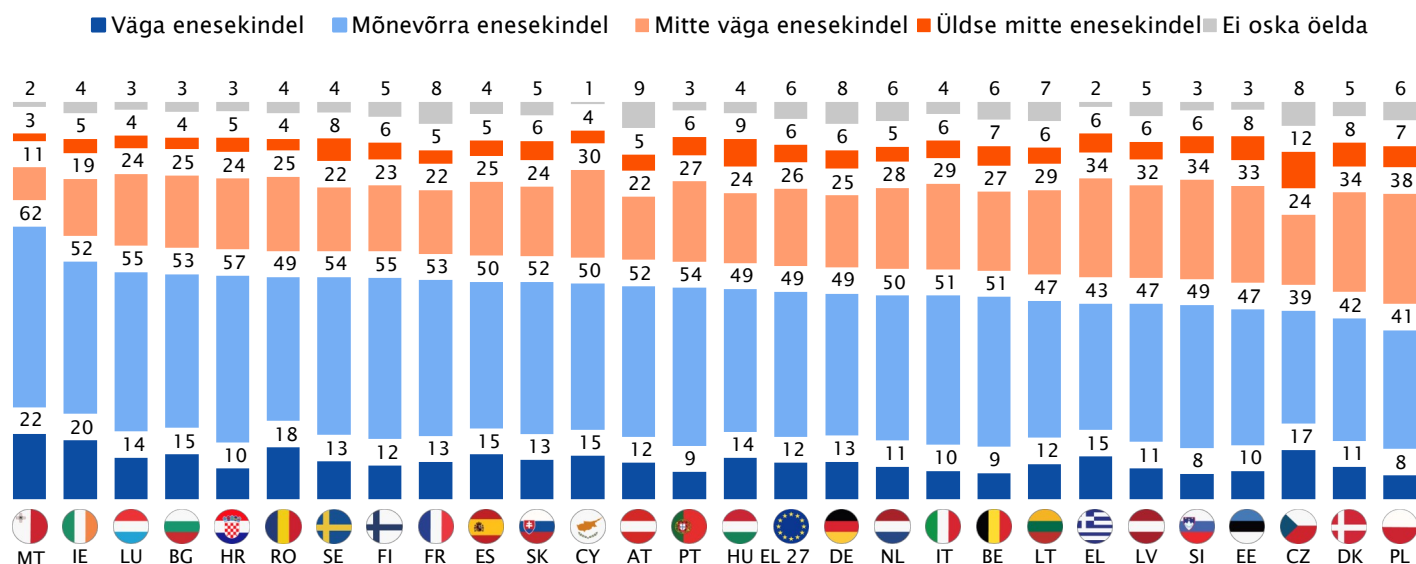
Nende vastajate osakaal, kes ei tunne end desinformatsiooni äratundmise võimes kindlalt („ei ole väga kindel“ või „ei ole üldse kindel“), ulatub 14 %-st Maltal rohkem kui neljani kümnest Poolas (45 %), Taanis (42 %) ja Eestis (41 %).

Q18 Kas olete kindel, et saate desinformatsiooni ära tunda, kui sellega kokku puutute?



(%) Baasväärtus: n=26 121 – kõik vastajad

Q18 Kas olete kindel, et saate desinformatsiooni ära tunda, kui sellega kokku puutute?



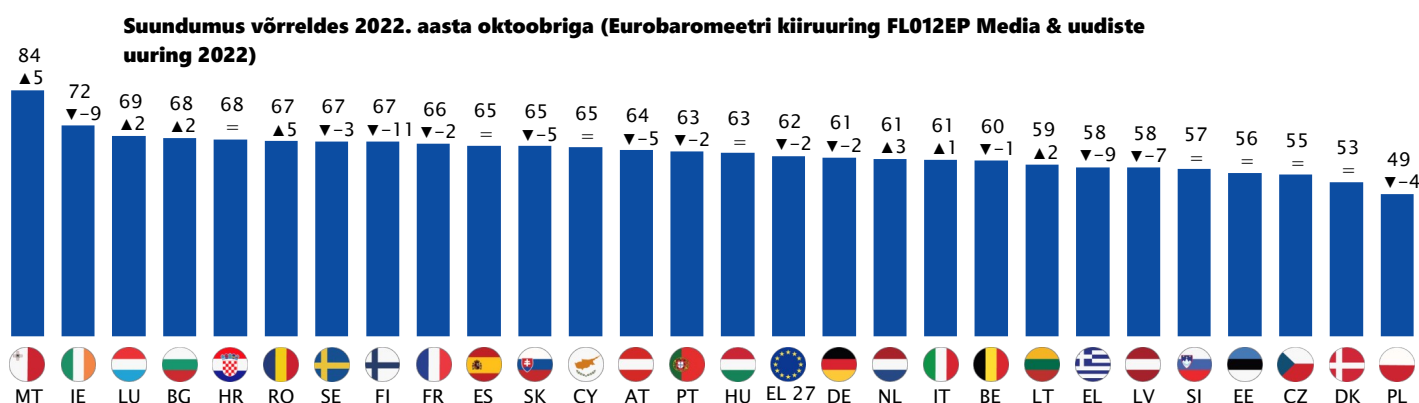
(%) Baasväärtus: n=26 121 – kõik vastajad

⁸ Ümardamise tõttu võib juhtuda ka see, et eraldi vastusevariantide protsendid ei vasta täpselt tekstis nimetatud kogusummadele.

Suundumus võrreldes 2022. aastaga

Alates 2022. aastast (Media & News Survey 2022) on nende vastajate osakaal, kes on teatanud, et nad on kindlad oma suutlikkuses desinformatsiooni ära tunda, kui nad sellega kokku puutuvad, olnud järjepidev. Riigi tasandil on kindlustunne desinformatsiooni äratundmise suhtes märkimisväärselt suurenenud Maltal (84 %, +5 protsendipunkti) ja Rumeenias (67 %, +5 protsendipunkti). Teisest küljest on see vähenenud Iirimaa (72 %, -9 protsendipunkti), Soomes (67 %, -11 protsendipunkti), Slovakkias (65 %, -6 protsendipunkti), Austrias (64 %, -5 protsendipunkti), Kreekas (58 %, -9 protsendipunkti), Lätis (58 %, -6 protsendipunkti) ja Poolas (49 %, -3 protsendipunkti).

Q18 Kas olete kindel, et saate desinformatsiooni ära tunda, kui sellega kokku puutute? % „väga enesekindel“ või „mõnevõrra enesekindel“



(%) Baasväärtus: n=26 121 – kõik vastajad

Sotsiaaldemograafilised kaalutlused

Mehed tunnevad end desinformatsiooni äratundmise võimes suurema tõenäosusega kui naised (68% vs. 56%).

Vanusega väheneb kindlustunne, et inimene suudab väärinfot ära tunda: 71% 15–24-aastastest vastajatest on selles võimes kindlad, võrreldes 69%-ga 25–39-aastastest, 63%-ga 40–54-aastastest ja 54%-ga 55-aastastest ja vanematest.

Hariduse valdkonnas on 20-aastastel ja vanematel vastajatel (67 %) ja veel õppivatel vastajatel (68 %) suurem tõenäosus kui noorematel vastajatel (52–57 %) olla kindel, et nad suudavad desinformatsiooni ära tunda.

3.3. Teabe kontrollimise strateegiad

Seejärel küsiti vastajatelt, mida nad tavaliselt teevad, kui nad ei ole kindlad, kas sotsiaalmeedias olev teave on desinformatsioon.

Umbes pooled vastanutest (49%) mainivad selle riskikontrollimist teiste teabeallikatega, et näha, kas nad ütlevad sama asja. Kümnest vastajast neli (40%) märkis, et nad vaatavad, kes selle postitas, et kontrollida, kas see pärineb usaldusväärsest või umbusaldusväärsest allikast.

Umbes kolmandik (34%) vastanutest teatas, et nad kontrollivad, kas tegemist on hiljutiste uudistega, mitte vana loo uuesti jagamisega, ja vähem kui kolm vastajat kümnest vastas, et nad kontrollivad kommentaare, et näha, mida teised inimesed selle kohta ütlevad (29%), kontrollida,

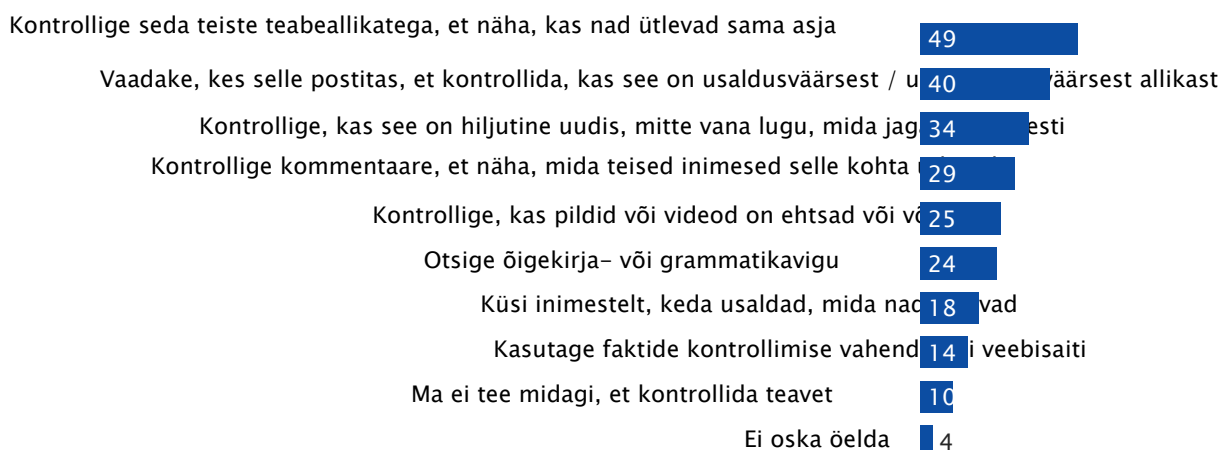
kas pildid või videod näevad välja tõelised või võltsitud (25%) või vaatavad õigekirja- või grammatikavigu (24%).

Vähem kui kaks vastajat kümnest märkis, et kontrollimaks, kas sotsiaalmeedias olev teave on desinformatsioon, küsivad nad inimestelt, keda nad usaldavad, mida nad arvavad (18%), või kasutavad faktide kontrollimise vahendit või veebisaiti (14%).

Üks kümnest (10 %) vastajast märkis, et nad ei tee midagi teabe kontrollimiseks.

Q19 Kui te ei ole kindel, kas sotsiaalmeedias olev teave on desinformatsioon, mida te tavaliselt teete?

[Mitu vastust]



(%) Baasväärtus: n = 26 121 – kõik vastajad

Riikidevahelised erinevused

Kõigis liikmesriikides peale kolme (Sloveenia, Leedu ja Tšehhi) on sotsiaalmeedias oleva teabe kontrollimise kõige olulisem strateegia võrrelda seda muude teabeallikatega, et näha, kas nad ütlevad sama. Seda strateegiat mainivate vastajate osakaal on suurim Küprosel (67%), Luksemburgis (65%) ja Kreekas (64%). Seevastu Tšehhis märkis vähem kui kolm vastajat kümnest (29 %), et nad teevad seda tavaliselt.

Sloveenias (46%), Leedus (44%) ja Tšehhis (35%) märkisid vastajad teabe kontrollimise strateegiana kõige sagedamini, et nad vaatavad, kes selle postitas, et kontrollida, kas see pärineb usaldusväärsest või umbusaldusväärsest allikast. Ka Taanis (41%) ja Slovakkias (41%) on see strateegia esikohal, kõrvutades teavet teiste teabeallikatega, et näha, kas nad ütlevad sama. Seda kontrollistrateegiat mainib suur osa vastanutest ka Küprosel (60 %), Maltal (55 %), Luksemburgis (51 %) ja Kreekas (50 %).

Nende vastajate osakaal, kes viitasid kontrollimisele, kas tegemist on hiljutiste uudistega, mitte vana loo taasajamisele ühe kõige levinuma kontrollistrateegiana, on suurim nii Luksemburgis (43%) kui ka Maltal (43%) ning väikseim Lätis (24%).

Nende vastajate osakaal, kes märkisid, et nad kontrollivad kommentaare, et näha, mida teised inimesed selle kohta kontrollistrateegiana ütlevad, ulatub 21 %-st Austrias 50 %-ni Maltal.

Luksemburgis märkis kolmandik (33%) vastanutest, et nad kontrollivad, kas videopildid näivad kontrollistrateegiana ehtsad või võltsitud. Seevastu Lätis järgib seda strateegiat vähem kui üks viiest vastajast (19 %).

Osa vastanutest vahemikus 13 % (Küpros) kuni 37 % (Leedu) teatas, et otsib õigekirja- või grammatikavigu, kui nad ei ole kindlad, kas sotsiaalmeedias olev teave on desinformatsioon.

Lisaks mainib mitte rohkem kui iga neljas vastaja kõigist EL 27 liikmesriikidest mis tahes muud teabe kontrollimise strateegiat sotsiaalmeedias. Nimelt:

- Küsi inimestelt, et nad usaldaksid seda, mida nad arvavad: vastanute osakaal ulatub 14 %-st Prantsusmaal, Madalmaades ja Soomes 25 %-ni Küprosel ja Kreekas;
- Kasutage faktide kontrollimise vahendit või veebisaiti: 10 %-lt Prantsusmaal 24 %-le Maltal;

3 % (Küpros) kuni 15 % (Tšehhi) vastanutest teatas, et nad ei tee midagi teabe kontrollimiseks.

Q19 Kui te ei ole kindel, kas sotsiaalmeedias olev teave on desinformatsioon, mida te tavaliselt teete? [Mitu vastust]

	Kontrollige seda teiste teabeallikatega, et näha, kas nad ütlevad sama asja	Vaadake, kes selle postitab, et kontrollida, kas see on usaldusväärne / umbusaldusväärne allikast	Kontrollige, kas see on hiljutine uudis, mitte vana lugu, mida jagatakse uuesti	Kontrollige kommentaare, et näha, mida teised inimesed selle kohta ütlevad	Kontrollige, kas pildid või videod on ehtsad või võltsitud	Otsige õigekirja- või grammatilisi vigu	Küsi inimestelt, keda usaldate, mida nad arvavad	Kasutage faktide kontrollimise vahendit või veebisaiti	Ma ei tee midagi, et kontrollida teavet
EL 27	49	40	34	29	25	24	18	14	10
BE	45	37	30	25	24	28	16	14	14
BG	52	40	38	37	24	16	22	19	6
CZ	29	35	33	30	20	23	22	22	15
DK	41	41	34	32	28	29	16	19	11
DE	46	39	36	23	27	30	17	13	12
EE	50	47	37	36	27	32	21	21	11
IE	42	38	36	34	31	27	20	23	10
EL	64	50	38	45	30	17	25	20	5
ES	53	40	35	28	22	16	21	16	9
FR	47	36	28	27	22	24	14	10	13
HR	46	45	33	40	21	19	24	18	11
IT	53	42	32	28	24	19	19	12	6
CY	67	60	41	50	32	13	25	17	3
LV	44	37	24	36	19	26	16	14	13
LT	43	44	35	39	21	37	15	12	10
LU	65	51	43	36	33	33	23	15	6
HU	48	46	39	37	24	34	15	13	8
MT	58	55	43	38	29	19	18	24	5
NL	49	42	34	25	23	27	14	19	13
AT	45	39	36	21	27	29	21	13	10
PL	47	39	36	39	25	18	19	14	8
PT	53	42	36	34	30	31	18	21	8
RO	57	43	38	36	32	27	19	22	5
SI	42	46	33	34	28	18	24	20	11
SK	41	41	26	32	23	22	20	17	10
FI	51	45	31	32	30	21	14	12	9
SE	49	48	38	30	30	22	21	15	9

Märkus: (Alguses...) Mida suurem on vastuse valimise proportsioon, seda tumedam sinine/oranž on lahter. Iga riigi kõrgeim vastus on esitatud tumesinisises/valges kirjas. Vastust „ei tea“ ei kuvata.

(%), baasväärtus: n=26 121 – kõik vastajad

Sotsiaaldemograafilised kaalutlused

Nooremad vastajad kasutavad tõenäolisemalt erinevaid kontrollistrateegiaid:

- Vaadates, kes selle postitas, et kontrollida, kas see pärineb usaldusväärsest/umbusaldusväärsest allikast (47 % 15–24aastastest vs 37 % 55aastastest ja vanematest);
- Kommentaaride kontrollimine, et näha, mida teised inimesed selle kohta ütlevad (40% vs 24%);
- kontrollida, kas pildid või videod näevad välja ehtsad või võltsitud (36% vs. 19%);
- Usaldusväärsetelt inimestelt arvamuse küsimine (22% 15-24-aastastest ja 21% 25-39-aastastest, võrreldes 16%-ga vanematest vanuserühmadest).

Seevastu tõenäosus, et teavet ei kontrollita, suureneb koos vanusega (4% 15–24-aastastest vs. 14% 55-aastastest ja vanematest). Vanemad vastajad (55-aastased ja vanemad) kasutavad samuti väiksema tõenäosusega faktikontrolli vahendeid või veebisaite (12% vs. 14%–19% muude vanuserühmade puhul) ja kontrollivad, kas tegemist on hiljutiste uudistega, mitte vana loo uuesti jagamisega (31% vs. 35%–37%).

Kooskõlas nende vanusega seotud mustritega kasutavad endiselt uurivad vastajad suurema tõenäosusega kui kõik teised rühmad enamikku kontrollistrateegiaid. Näiteks kontrollib 51% allika usaldusväärset, võrreldes 29%-43%-ga hariduse omandanud inimestest. Seevastu need, kes omandasid hariduse nooremas eas (13 % nii 15-aastaste kui ka nooremate kui 16–19-aastaste puhul), märgivad suurema tõenäosusega, et nad ei tee midagi teabe kontrollimiseks võrreldes nendega, kes omandasid hariduse 20-aastaselt ja hiljem (8 %) või õpivad veel (4 %).

4. Järgmised infrapuna- ja CONTENT CREATORS

4.1. Mõjutajate ja sisuloojate jälgimine

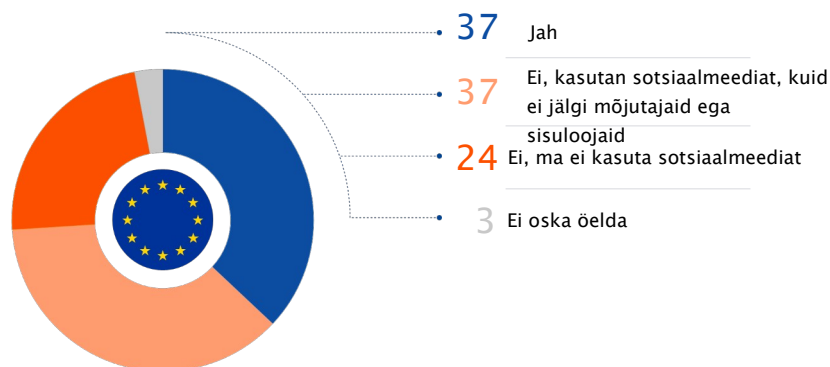
Rohkem kui kolmandik vastanutest (37%) jälgib sotsiaalmeedia kanalites (nt YouTube, Instagram või TikTok jne) mõjutajaid või sisuloojaid.

Võrdne osakaal (37%) valib vastusena „ei, ma kasutan sotsiaalmeediat, kuid ei jälgi mõjutajaid ega sisuloojaid“. Veidi vähem kui iga neljas vastaja (24%) vastas: „Ei, ma ei kasuta sotsiaalmeediat“.

Riikidevahelised erinevused

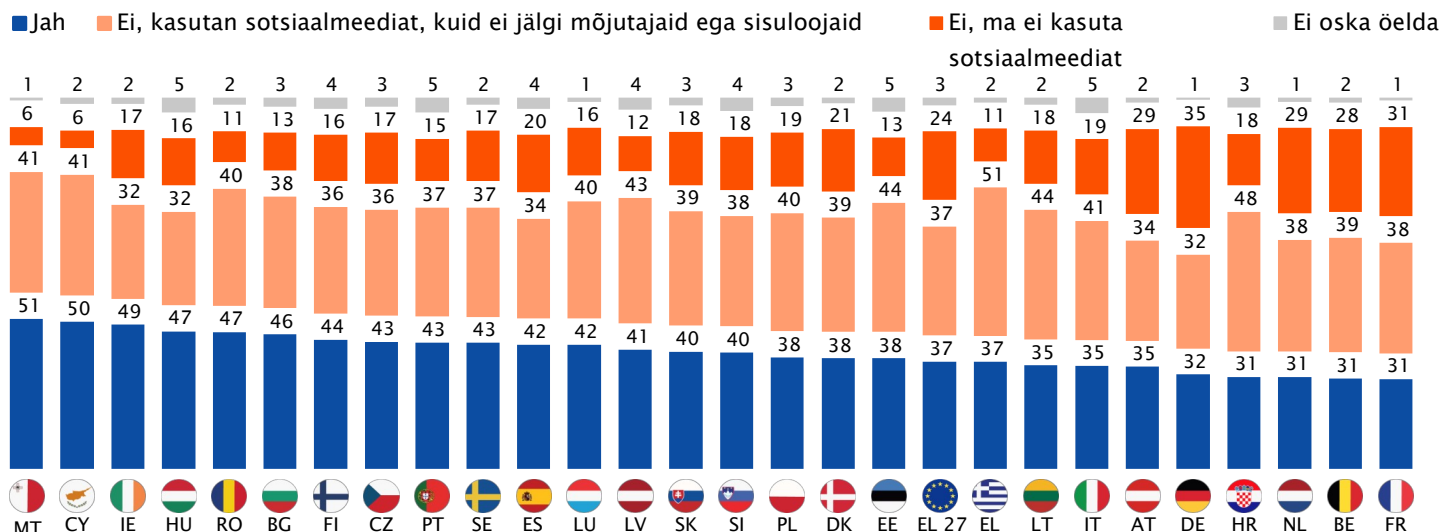
Ligikaudu iga teine vastaja Maltal (51%) ja Küprosel (50%) märkis, et nad jälgivad sotsiaalmeedia kanalites mõjutajaid või sisuloojaid. Vähemalt neli vastajat kümnest märkis seda 13% liikmesriigis, näiteks Iirimaa (49%), Ungaris (47%), Rumeenias (47%) ja Bulgaarias (46%). Teisest küljest valis selle vastuse veidi üle kolme vastaja kümnest (31 %) Horvaatias, Madalmaades (31 %), Belgias (31 %) ja Prantsusmaal (31 %).

Q13 Kas jälgite sotsiaalmeedia kanalites (nt YouTube, Instagram või TikTok jne) mõjutajaid või sisuloojaid?



Baasväärtus: n=26 121 – kõik vastajad

Q13 Kas jälgite sotsiaalmeedia kanalites (nt YouTube, Instagram või TikTok jne) mõjutajaid või sisuloojaid?



(%) Baasväärtus: n = 26 121 – kõik vastajad

11 liikmesriigis märkis vähemalt 40 % vastanutest, et kuigi nad kasutavad sotsiaalmeediat, ei jälgi nad mõjutajaid ega sisuloojaid; see kehtib näiteks Kreeka (51%), Horvaatia (48%), Eesti (44%), Leedu (44%) ja Läti (43%) kohta.

Nende vastajate osakaal, kes teatasid, et nad ei kasuta üldse sotsiaalmeediat, ulatub alla 10 %st Maltal (6 %) ja Küprosel (6 %) kuni üle 30 %ni Saksamaal (35 %) ja Prantsusmaal (31 %).

Suundumus võrreldes 2023. aastaga

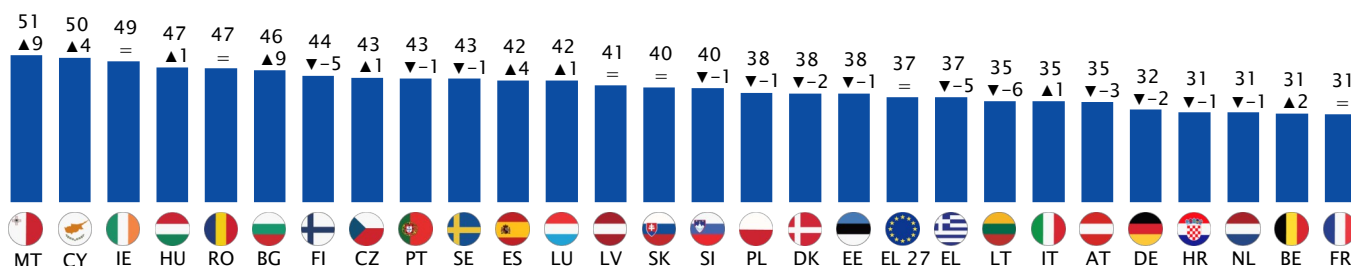
Võrreldes 2023. aastaga, mil seda küsimust viimati küsiti (Media & News Survey 2023), on nende vastajate keskmine osakaal ELis, kes märkisid, et nad jälgivad sotsiaalmeediakanalites (nt YouTube, Instagram või TikTok jne) mõjutajaid või sisuloojaid, jäänud samaks. Riigi tasandil on see osakaal siiski märkimisväärselt suurenenud Maltal (51 %, +9 protsendipunkti) ja Bulgaarias (46 %, +8 protsendipunkti); see on aga märkimisväärselt vähenenud Soomes (44 %, –5 protsendipunkti), Kreekas (37 %, –5 protsendipunkti) ja Leedus (35 %, –6 protsendipunkti).

Kuna sõnastust on muudetud, analüüsitakse ja näidatakse alloleval diagrammil ainult „Jah“-vastuse suundumust.

Q13 Kas jälgite sotsiaalmeedia kanalites (nt YouTube, Instagram või TikTok jne) mõjutajaid või sisuloojaid?

% Jah

Suundumus võrreldes 2023. aasta oktoobriga (Eurobaromeetri kiiruuring FL012EP Media & 2023. aasta uudisteuring)



(%) Baasväärtus: n=26 121 – kõik vastajad

Sotsiaaldemograafilised kaalutlused

Nagu võib eeldada, on vanuse ja sotsiaalmeedia kanalites mõjutajate või sisuloojate jälgimise tõenäosuse vahel tugev seos. Mõjutajate või sisuloojate jälgimise tõenäosus väheneb vanusega: 74% 15–24-aastastest vastajatest teatas sellisest käitumisest, võrreldes 61%-ga 25–34-aastastest, 36%-ga 40–54-aastastest ja vaid 14%-ga 55-aastastest ja vanematest. Seevastu tõenäosus kasutada sotsiaalmeediat ilma järgmiste mõjutajateta suureneb vanusega: 47 %-lt 55aastastest ja vanematest kuni 20 %-ni 15–24aastastest). Tõenäosus, et sotsiaalmeediat üldse ei kasutata, suureneb ka vanusega: alates 5 %-st 15–24aastastest kuni 36 %-ni 55aastastest ja vanematest.

Kooskõlas eespool nimetatud sotsiaaldemograafiliste tulemustega vanuse kohta on vastajatel, kes alles õpivad (69 %), suurem tõenäosus kui neil, kes on juba oma hariduse omandanud (30–36 %), teatada, et nad jälgivad sotsiaalmeedia kanalites mõjutajaid või sisuloojaid.

4.2. Mõjutajate ja sisuloojate eelistatud sisutüübid

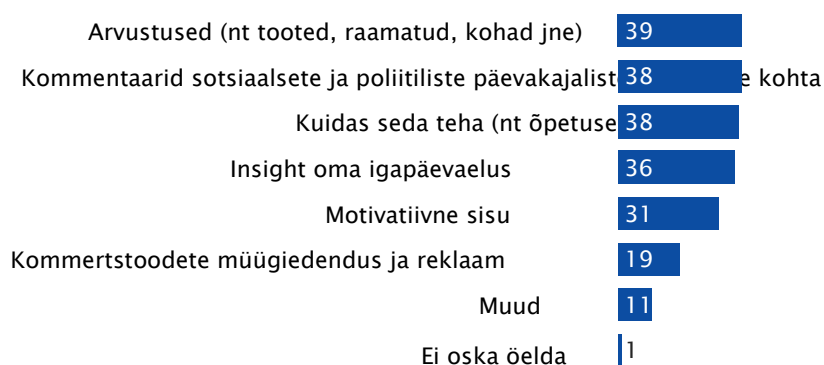
Vastajatelt, kes teatasid sotsiaalmeedias mõjutajate või sisuloojate jälgimisest, küsiti seejärel nende kontode eelistatud sisutüüpide kohta.

Umbes võrdne osa kümnest vastajast mainib arvustusi (nt tooted, raamatud, kohad jne) (39%), kommentaare sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta (38%) ja seda, kuidas seda teha (nt õpetused) (38%). Järgneb ülevaade nende igapäevaelust (36%) ja motiveeriv sisu (31%).

Väiksem jälgijate osakaal, umbes üks viiest (19 %), näitab, et eelistatakse kaubanduslike toodete edendamist ja reklaamimist.

Q14 Millist sisu mõjutajatelt või sisuloojatelt eelistate?

[Mitu vastust]



(%) Baasväärtus: n = 10 441 – kui jälgite sotsiaalmeedias mõjutajaid või sisuloojaid (13. küsimus)

Riikidevahelised erinevused

Mõjutajate ja sisuloojate eelistatud sisutüübid on riigiti väga erinevad. Üheksas liikmesriigis nimetavad jälgijad kõige sagedamini arvustusi (nt tooted, raamatud, kohad jne) nende kontode eelistatud sisuliigina: Itaalia (52 %), Poola (51 %), Malta (50 %), Horvaatia (48 %), Hispaania (46 %), Rumeenia (45 %), Iirimaa (44 %), Tšehhi (41 % koos sellega, kuidas toimida) ja Eesti (39 % koos sellega, kuidas toimida). Teisest küljest jagab veidi üle viiendiku (22%) Austrias seda seisukohta.

Kõrgeima taseme sisutüüp Küprosel (57%), Kreekas (50%), Leedus (40%) ja Ungaris (39%) on kommentaar sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta. Seda sisutüüpi mainiv osakaal on suur ka Poolas (44%), Hispaanias (43%), Itaalias (43%) ja Rumeenias (42%). Seevastu Madalmaades (29%), Slovakkias (29%), Horvaatias (26%), Lätis (26%) ja Belgias (26%) mainib seda eelistusena vähem kui kolm jälgijat kümnest.

Viies liikmesriigis on mõjutajate või sisuloojate kõige sagedamini eelistatud sisuliik see, kuidas seda teha (nt õpetused); see kehtib jälgijate kohta Luksemburgis (51%), Lätis (49%), Bulgaarias (48%), Prantsusmaal (45%) ja Slovakkias (41%). Kahes liikmesriigis on see sisuliik koos ülevaadetega esikohal: Tšehhi (41%) ja Eesti (39%). Seevastu Sloveenias (22%) ja Leedus (23%) mainib seda sisutüüpi vähem kui iga neljas jälgija.

Nende igapäevaelu ülevaade on kõige valitum sisuliik Soomes (45%), Rootsis (44%), Saksamaal (43%), Belgias (42%), Madalmaades (40%) ja Portugalis (39%). Kümnest jälgijast rohkem kui neli viitavad sellele eelistusele ka Küprosel (46%), Austrias (43%), Prantsusmaal (42%), Taanis (41%) ja Kreekas (41%). Seevastu Itaalias on sellisest eelistusest teatanud jälgijate osakaal kõige väiksem (25 %).

Ülejäänud kolmes liikmesriigis – Austrias (44 %), Taanis (43 %) ja Sloveenias (42 %) – näib motiveeriv sisu olevat mõjutajate või sisuloojate kõige sagedamini eelistatud sisuliik. Ka Soomes (42%) jagab seda seisukohta rohkem kui neli kümnest jälgijast. Teisest küljest mainib iga neljas riik seda eelistust Prantsusmaal (23%) ja Küprosel (24%).

Nende jälgijate osakaal, kes nimetavad eelistatuima sisuliigina kommertstoodete müügiedendust ja reklaami, ulatub 7%-st Lätis kuni 28%-ni Kreekas.

Q14 Millist sisu mõjutajatelt või sisuloojatelt eelistate? [Mitu vastust]

	Arvustused (nt tooted, raamatud, kohad jne)	Kommentaari d sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta	Kuidas seda teha (nt õpetused)	Insight oma igapäevaelus	Motivatiivne sisu	Kommertstoo dete müügiedendu s ja reklaam	Muud
EL 27	39	38	38	36	31	19	11
BE	34	26	34	42	26	22	6
BG	40	40	48	26	29	19	8
CZ	41	38	41	38	33	17	6
DK	35	32	30	41	43	14	10
DE	27	37	37	43	37	12	20
EE	39	34	39	33	34	19	9
IE	44	36	37	39	37	21	7
EL	43	50	31	41	26	28	5
ES	46	43	37	30	31	24	9
FR	29	32	45	42	23	17	14
HR	48	26	46	30	37	13	8
IT	52	43	42	25	25	24	8
CY	42	57	37	46	24	27	6
LV	38	26	49	30	36	7	6
LT	36	40	23	35	30	14	6
LU	45	31	51	36	31	11	15
HU	33	39	31	33	33	17	11
MT	50	37	36	36	37	27	7
NL	31	29	33	40	37	16	13
AT	22	37	35	43	44	19	10
PL	51	44	39	34	30	20	5
PT	38	32	25	39	35	24	11
RO	45	42	32	36	33	27	5
SI	35	36	22	37	42	22	8
SK	40	29	41	36	36	17	8
FI	33	35	34	45	42	16	9
SE	34	38	29	44	39	19	6

Märkus: (Alguses...) Mida suurem on vastuse valimise proportsioon, seda tumedam sinine on lahter. Iga riigi kõrgeim vastus on esitatud tumesinises/valges kirjas. Vastust „ei tea“ ei kuvata.

(%), baasväärtus: n=10 441 – Mõjutajate või sisuloojate jälgimine sotsiaalmeedias (13. küsimus)

Sotsiaaldemograafilised kaalutlused

Mehed (44%) valivad tõenäolisemalt kui naised (33%) arvamusiidrite või sisuloojate eelistatud sisuliigina kommentaare sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta. Naised seevastu nimetavad meestest suurema tõenäosusega oma lemmiksisuna arvustusi (nt tooted, raamatud, kohad jne) (43 % vs. 35 %) ja ülevaadet oma igapäevaelust (42 % vs. 30 %).

Mõningaid erinevusi eelistatud sisutüüpides täheldatakse ka vanuse järgi. 55-aastased ja vanemad jälgijad eelistavad noorematest rühmadest tõenäolisemalt kommentaare sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta (48% vs. 35%–38%), kuid vähem tõenäoliselt eelistavad motiveerivat sisu (24% vs. 31%–35%). Mõjutajate igapäevaelust ülevaate saamise eelistus väheneb vanusega: alates 43 %-st 15–24aastastest jälgijatest kuni 30 %-ni 55aastastest ja vanematest jälgijatest. Nooremad jälgijad vanuses 15-24 (34%) on seevastu vähem tõenäolised kui vanemad vanuserühmad (39%), kes eelistavad juhiseid (nt õpetused). 25–39-aastased (21%) ja 40–54-aastased (22%) jälgijad eelistavad kaubanduslike toodete reklaamimist ja reklaamimist rohkem kui 15–24-aastased (15%) ning 55-aastased ja vanemad (17%).

Seoses haridusega märgivad jälgijad, kes on omandanud hariduse 20-aastaselt või vanemalt (40 %), tõenäolisemalt kui need, kes lõpetasid hariduse nooremalt (29–36 %), oma eelistatud sisuliigina arvustusi (nt tooted, raamatud, kohad jne); see rühm (42%) eelistab ka rohkem kui need, kes alles õpivad (36%) ja need, kes on lõpetanud oma hariduse vanuses 16–19 (35%), kommentaare sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta. Teisest küljest osutavad need, kes alles õpivad (15 %), vähem tõenäoliselt kui need, kes on juba oma hariduse omandanud (20–22%), kaubanduslike toodete edendamisele ja reklaamimisele kui mõjutajate eelistatud sisutübile.

5. INSTITUTSIOONILISE KONTROLLI JA POLIITIKA KONTAKTILISE KONTROLLI AUDIENTS JA PÕHJENDUSED

5.1. Sotsiaalmeedias jälgitavad institutsioonilised kontod

Vähem kui kolm vastajat kümnest jälgivad aktiivselt mõnda loetletud institutsioonilist kontot sotsiaalmeedias (nt jälgides oma kontosid või kontrollides korrapäraselt oma vooge).

Umbes iga neljas vastaja (26%) mainib, et jälgib aktiivselt oma riigi valitsust sotsiaalmeedias. Samas annab iga kord vähem kui iga neljas vastaja aru riigi poliitikute (23%), riigi tasandi erakondade (21%) ja kohaliku/kohaliku omavalitsuse (20%) järgi.

Väiksem osa vastanutest jälgib aktiivselt kohalikke poliitikuid (17%), rahvusvahelisi organisatsioone (nt NATO, ÜRO) (13%), Euroopa Liidu (EL) institutsioone (13%), ELi tasandi poliitikuid (11%) ja ELi tasandi erakondi (9%).

Peaaegu iga teine vastaja (48%) märgib, et nad ei jälgi sotsiaalmeedias aktiivselt ühtegi neist kontodest.

Q8 Millist järgmistest (kui üldse) jälgite aktiivselt sotsiaalmeedias (nt jälgite nende kontosid või kontrollite korrapäraselt nende vooge)?

[Mitu vastust]



(%) Baasväärtus: n = 26 121 – kõik vastajad

Riikidevahelised erinevused

Riigi valitsus, välja arvatud Saksamaa (17 %), Horvaatia (25 %) ja Ungari (27 %), on sotsiaalmeedias kõige sagedamini järgitav institutsioonilise konto liik. Seda tüüpi kontode osakaal on kõige suurem Rumeenias (43 %), Küprosel (40 %), Leedus (40 %) ja Sloveenias (40 %) ning kõige väiksem Saksamaal (17 %), Belgias (20 %) ja Prantsusmaal (21 %).

Ungaris on kõige sagedamini järgitavad institutsioonilised kontod riigi poliitikud (35%). Seevastu Saksamaal (15%), Belgias (18%), Horvaatias (18%), Madalmaades (18%), Austrias (18%), Prantsusmaal (19%) ja Lätis (19%) jagab sellist käitumist vähem kui iga viies vastaja.

Saksamaal nimetasid vastajad kõige sagedamini riigi tasandi erakondi oma kõige valitumaks institutsioonilise konto liikiks sotsiaalmeedias (18 %). Kõigis teistes liikmesriikides jääb neid arveid järgivate vastajate osakaal vahemikku 11 % Lätis kuni 31 % Maltal.

Horvaatias (26 %) ja Lätis (24 % koos riigi valitsusega) näib kohalik/kohalik omavalitsus olevat kõige valitum institutsioonilise konto liik, mida sotsiaalmeedias aktiivselt jälgitakse. Ülejäänud liikmesriikides on kõige rohkem kohalikke omavalitsusi järgivaid riike Rumeenias (36 %) ja Luksemburgis (34 %) ning kõige vähem Saksamaal (11 %), Austrias (12 %), Prantsusmaal (13 %) ja Taanis (13 %).

Kohalikke poliitikuid mainitakse kõige rohkem Maltal (35%) ja Küprosel (30%) ning kõige vähem Madalmaades (11%).

Rumeenias (24%) ja Maltal (23%) teatas üle viiendiku vastanutest, et nad jälgivad sotsiaalmeedias aktiivselt rahvusvahelisi organisatsioone (nt NATO, ÜRO). Seevastu Prantsusmaal jagab seda seisukohta vähem kui üks kümnest (9%).

ELi institutsioone nimetavate vastajate osakaal on suurim Maltal (28%) ning väikseim Saksamaal (8%), Prantsusmaal (8%), Lätis (9%) ja Madalmaades (9%).

Mis tahes muud liiki institutsionaalse konto mainimine jääb kõigis liikmesriikides alla 25 %:

- ELi tasandi poliitikud: vastanute osakaal ulatus 6 %-st (Madalmaad) 23 %-ni (Küpros);
- ELi tasandi erakonnad: 4%-lt Lätis 16%-le Küprosel.

Eelkõige teatas enamik vastanutest kuues liikmesriigis, et nad ei jälgi aktiivselt ühtegi neist institutsioonilistest kontodest sotsiaalmeedias: Saksamaa (61%), Prantsusmaa (57%), Madalmaad (54%), Austria (53%), Belgia (52%) ja Taani (51%). Seevastu Maltal (26%) ja Rumeenias (27%) jagab seda seisukohta vähem kui kolm inimest kümnest.

Q8 Millist järgmistest (kui üldse) jälgite aktiivselt sotsiaalmeedias (nt jälgite nende kontosid või kontrollite korrapäraselt nende vooge)? [Mitu vastust]

	[RIIKLIK] riigi valitsus	Riiklikud poliitikud	Riiklikud erakonnad	Kohalik/omavalitsus	Kohalikud poliitikud	Rahvusvahelised organisatsioonid (nt NATO, ÜRO)	Euroopa Liidu (EL) institutsioonid	ELi tasandi poliitikud	ELi tasandi erakonnad	Mitte ükski neist
EL 27	26	23	21	20	17	13	13	11	9	48
BE	20	18	16	16	15	14	12	10	8	52
BG	30	26	21	28	17	15	19	14	8	37
CZ	33	25	23	21	23	14	12	15	10	38
DK	23	21	15	13	20	13	12	13	8	51
DE	17	15	18	11	12	11	8	10	8	61
EE	32	22	18	25	18	18	14	12	6	41
IE	30	21	19	15	27	16	17	12	10	39
EL	25	23	20	24	15	18	17	13	11	43
ES	26	25	21	24	19	13	14	10	10	46
FR	21	19	18	13	13	9	8	8	6	57
HR	25	18	16	26	25	10	12	9	5	45
IT	30	27	23	27	20	15	19	11	11	38
CY	40	29	21	30	30	14	18	23	16	33
LV	24	19	11	24	15	13	9	9	4	44
LT	40	22	17	20	18	18	17	13	6	36
LU	36	34	24	34	20	19	20	17	13	34
HU	27	35	16	25	20	12	17	14	11	37
MT	39	27	31	26	35	23	28	20	13	26
NL	22	18	19	17	11	11	9	6	5	54
AT	23	18	17	12	14	13	12	11	9	53
PL	38	36	28	22	23	15	15	16	9	40
PT	32	25	23	23	15	13	16	10	7	42
RO	43	32	29	36	28	24	24	20	14	27
SI	40	23	19	25	22	17	14	18	9	39
SK	33	24	24	24	14	16	13	18	13	36
FI	39	26	20	20	20	20	14	17	9	41
SE	29	21	19	18	18	16	17	16	9	46

Märkus: (Alguses...) Mida suurem on vastuse valimise proportsioon, seda tumedam sinine/oranž on lahter. Iga riigi kõrgeim vastus on esitatud tumesinises/valges kirjas.

(%), baasväärtus: n=26 121 – kõik vastajad

Sotsiaaldemograafilised kaalutlused

Mehed jälgivad sotsiaalmeedias suurema tõenäosusega kui naised aktiivselt oma riigi valitsust (29% vs. 24%), riigi poliitikuid (26% vs. 20%), riigi erakondi (24% vs. 17%) ja ELi institutsioone (16% vs. 11%). Teisest küljest teatavad naised (52%) meestest (43%) suurema tõenäosusega, et nad ei järgi ühtegi neist kontodest.

55-aastased ja vanemad vastajad jälgivad vähem tõenäoliselt kui nooremad vanuserühmad rahvusvaheliste organisatsioonide (10% vs. 12%–18%), ELi tasandi poliitikute (9% vs. 11%–16%) ja ELi tasandi erakondade (7% vs. 8%–13%) aruandeid. Samuti on vähem tõenäoline, et nad jälgivad ELi institutsioonide raamatupidamisaruandeid kui 15–24-aastased ja 25–39-aastased (vastavalt 11 % vs. 14 % ja 18 %). Teisest küljest ei järgi see vanem rühm noorematest vanuserühmadest suurema tõenäosusega ühtegi neist kontodest (54% vs. 39%–48%).

Haridustase mõjutab ka mustrite järgimist. Vastajad, kes on omandanud hariduse vähemalt 20-aastaselt, teatavad suurema tõenäosusega kui nooremad, et jälgivad aktiivselt riigi poliitikute (26% vs. 19%–21%) ja riigi tasandi erakondade (23% vs. 16%–20%) sotsiaalmeediakontosid. Vastajad, kes on omandanud hariduse vanuses 15–19 või nooremad kui muud haridustasemed, märgivad vähem tõenäoliselt, et nad jälgivad aktiivselt rahvusvahelisi institutsioone (11% mõlema puhul vs. 15%–18%), ELi institutsioone (vastavalt 9% ja 11% vs. 15% muust haridustasemest) ja ELi tasandi poliitikuid (vastavalt 8% ja 9% vs. 13% muust haridustasemest). Teisest küljest näitavad vastajad, kes alles õpivad (39%), vähem tõenäoliselt kui need, kes on oma hariduse juba lõpetanud (46%–51%), et nad ei järgi ühtegi neist kontodest.

5.2. Institutsionaalsete kontode järgimise põhjused

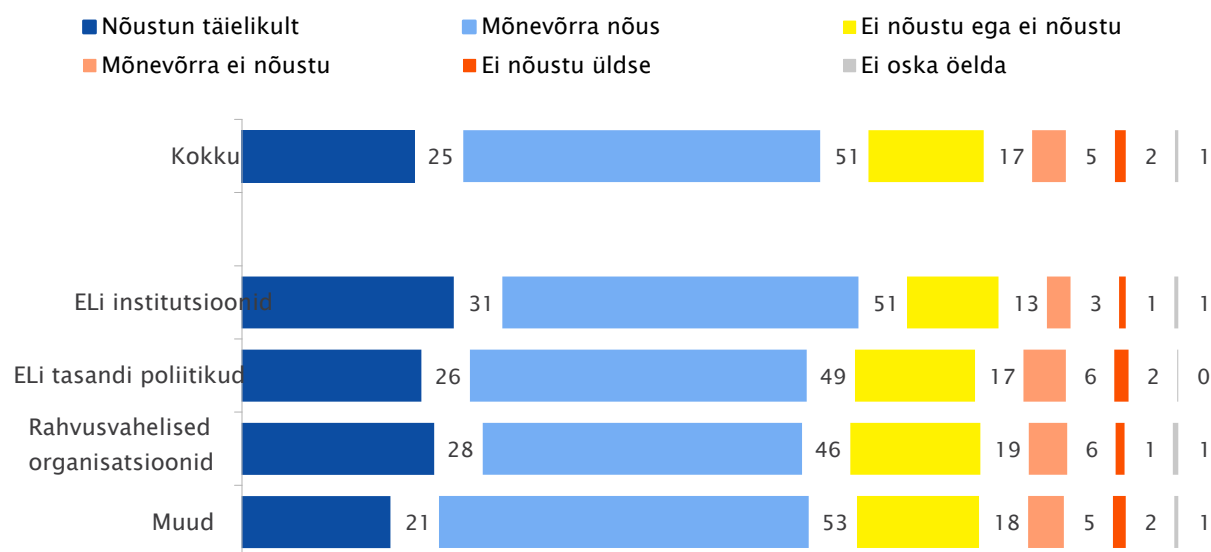
Vastajatelt, kes jälgisid sotsiaalmeedias aktiivselt vähemalt ühte institutsioonilist kontot, küsiti nende kontode jälgimise põhjuste kohta.

Koondtasandil nõustub ligikaudu kolm neljandikku (76 %) sellest rühmast, et nad järgivad seda liiki sotsiaalmeediakontosid, sest nad annavad ajakohast teavet jooksvate sündmuste kohta (millest 25 % „nõustub täielikult“ ja 51 % „nõustub mõnevõrra“). Vähem kui üks viiendik (17%) sellest rühmast „ei nõustu ega ole vastu“ ning vähem kui üks kümnest ei nõustu (millest 5% „mingil määral ei nõustu“ ja 2% „ei nõustu üldse“).

Vastajad, kes jälgivad aktiivselt ELi institutsioonide sotsiaalmeediakontosid (26 % neist, kes märgivad, et jälgivad aktiivselt vähemalt ühte institutsioonilist kontot sotsiaalmeedias), on kõige tõenäolisemalt nõus, et nad jälgivad neid kontosid, sest nad annavad ajakohast teavet jooksvate sündmuste kohta (82 % „nõustun täielikult“ või „nõustun mõnevõrra“ vs 74–75 % neist, kes jälgivad muud liiki kontosid).

Q9_4 Sotsiaalmeedias esitatud küsimuses märkisite, et järgite: Milmääral nõustute järgmise väitega: Ma jälgin seda tüüpi sotsiaalmeedia kontot, sest ...

... nad annavad ajakohast teavet jooksvate sündmuste kohta

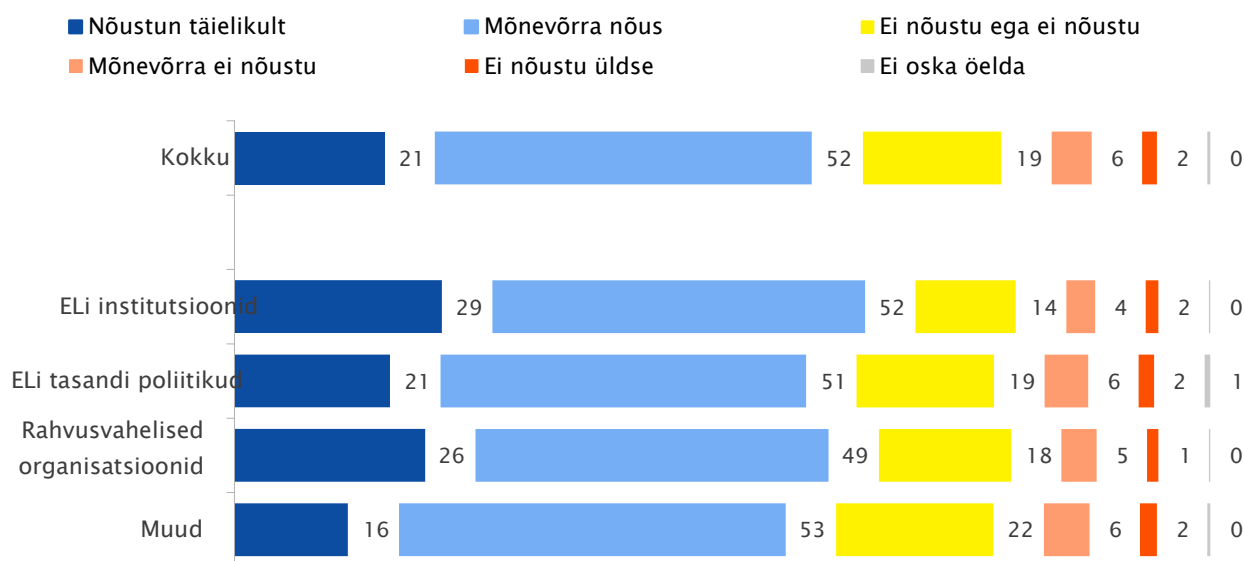


(%) Baasväärtus: n=15 152– Kui sotsiaalmeedias jälgis aktiivselt vähemalt üks organisatsioon (8. küsimus)

Ligikaudu kolm neljandikku (73 %) sellest rühmast, kes jälgivad aktiivselt vähemalt ühte institutsioonilist kontot sotsiaalmeedias, teatab, et nad teevad seda, sest nad aitavad neil mõista päevakajalisi küsimusi (21 % „nõustun täielikult“ ja 52 % „nõustun mõnevõrra“ selle väitega). Ligikaudu üks viiendik sellest rühmast (19 %) „ei nõustu ega ole vastu“ ning vähem kui üks kümnest ei nõustu (6% „mingil määral ei nõustu“ ja 2% „ei nõustu üldse“).

Keskmisest suurem osa vastajatest, kes jälgivad aktiivselt ELi institutsioone, nõustub selle väitega (80 % vastajatest „nõustun täielikult“ või „nõustun mõnevõrra“ võrreldes 69–75 %ga vastajatest, kes jälgivad muud liiki kontosid).⁹

Q9_2Sotsiaalmeedias esitatud küsimuses märkisite, et järgite: **Milmääral nõustute järgmise väitega: Ma jälgin seda tüüpi sotsiaalmeedia kontot, sest ...**
... nad aitavad mul mõista päevakajalisi asju



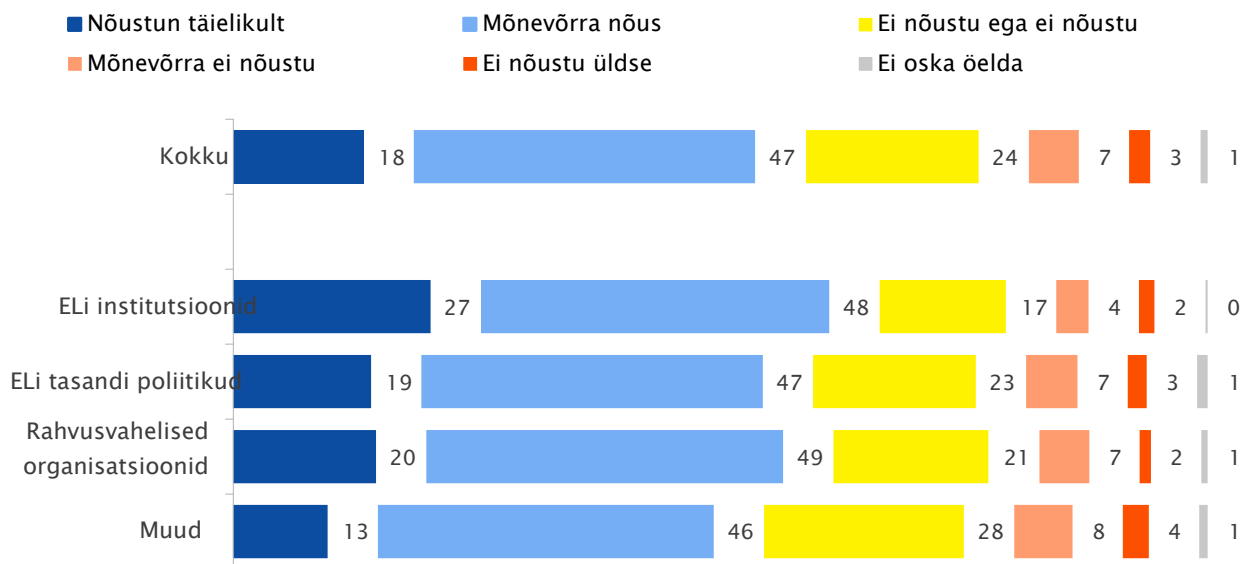
(%)Põhialus: n=15 152- Kui sotsiaalmeedias jälgis aktiivselt vähemalt üks organisatsioon (8. küsimus)

⁹ Ümardamise tõttu võib juhtuda ka see, et eraldi vastusevariantide protsendid ei vasta täpselt tekstis nimetatud kogusummadele.

Veidi alla kahe kolmandiku (65%) vähemalt ühte kontot jälgivatest isikutest nõustub, et nad järgivad seda liiki kontosid, sest need aitavad neil mõista, milliseid meetmeid nad saavad probleemide lahendamiseks võtta (18% „nõustun täielikult“ ja 47% „nõustun mõnevõrra“). Ligikaudu üks neljandik (24 %) sellest rühmast „ei nõustu ega ei nõustu“ ning üks kümnest ei nõustu selle seisukohaga (7 % „mingil määral ei nõustu“ ja 3 % „ei nõustu üldse“).

Vastajad, kes märkisid, et nad jälgivad ELi institutsioone, nõustuvad keskmisest tõenäolisemalt, et nad järgivad neid kontosid, kuna need aitavad neil mõista, milliseid meetmeid nad saavad probleemide lahendamiseks võtta (76 % vastanutest „nõustun täielikult“ või „nõustun mõnevõrra“ vs 59–69 % vastanutest, kes järgivad muud liiki kontosid).¹⁰

Q9_3 Sotsiaalmeedias esitatud küsimuses märkisite, et järgite: **Milmääral nõustute järgmise väitega: Ma jälgin seda tüüpi sotsiaalmeedia kontot, sest ...**
... nad aitavad mul mõista, milliseid meetmeid ma saan võtta küsimustes



(%)Põhialus: n=15 152- Kui sotsiaalmeedias jälgis aktiivselt vähemalt üks organisatsioon (8. küsimus)

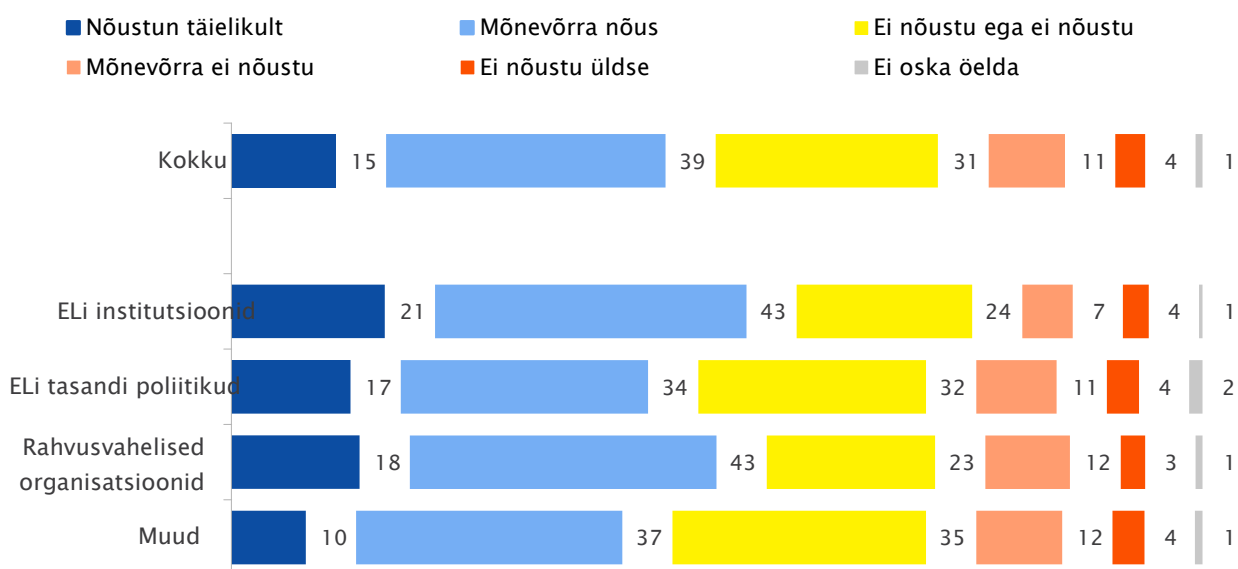
¹⁰ Ümardamise tõttu võib juhtuda ka see, et eraldi vastusevariantide protsendid ei vasta täpselt tekstis nimetatud kogusummadele.

Veidi üle poole (53 %) sellest rühmast nõustub, et nad järgivad institutsionaalseid kontosid, sest need on usaldusväärsed (millest 15 % „nõustub täielikult“ ja 39 % „nõustub mõnevõrra“). Umbes kolm kümnest (31 %) „ei ole nõus ega eriarvamusel“. Seevastu 11 % „mingil määral ei nõustu“ ja 4 % „ei nõustu üldse“.

Selle väitega nõustuvate vastajate osakaal on keskmisest märkimisväärselt suurem nende vastajate seas, kes märkisid, et nad jälgisid aktiivselt ELi institutsioone (64 % vastanutest „nõustusid täielikult“ või „nõustusid mõnevõrra“ vs 47–61 % vastanutest, kes jälgisid muud liiki kontosid).

Q9_1 Sotsiaalmeedias esitatud küsimuses märkisite, et järgite: Mil määral nõustute järgmise väitega: Ma jälgin seda tüüpi sotsiaalmeedia kontot, sest ...

Nad on usaldusväärsed

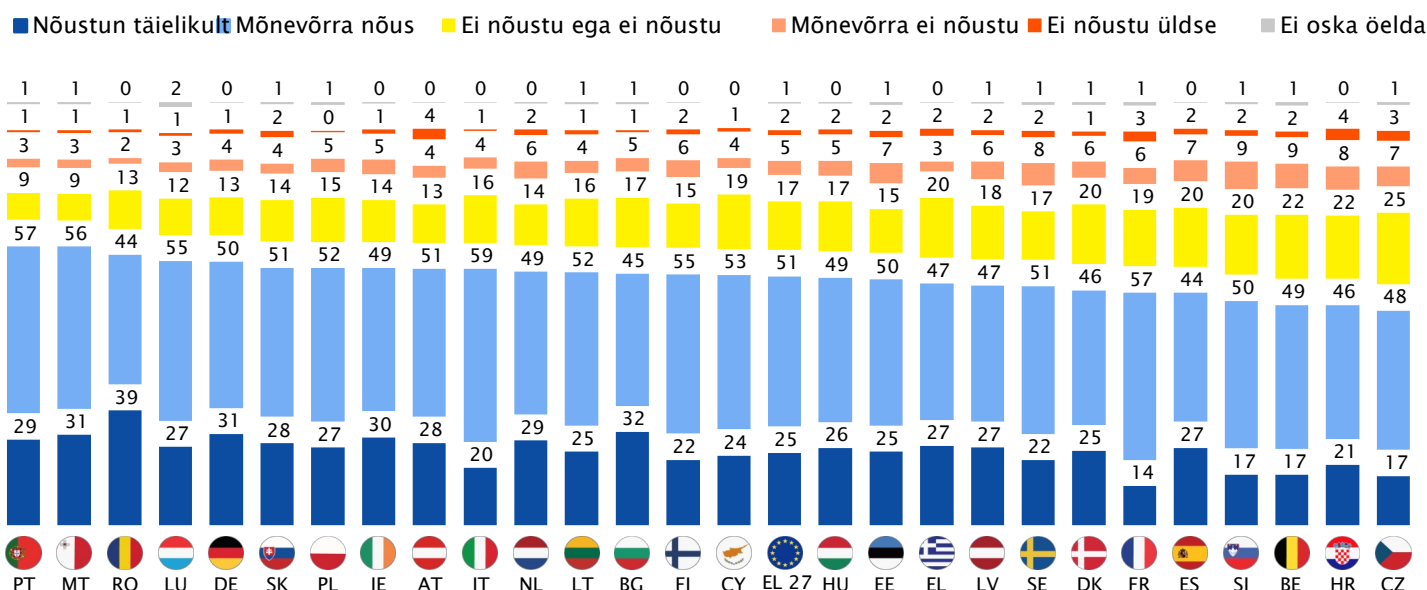


(%)Põhialus: n=15 152- Kui sotsiaalmeedias jälgis aktiivselt vähemalt üks organisatsioon (8. küsimus)

Riikidevahelised erinevused

Igas EL 27 liikmesriigis on vähemalt kaks kolmandikku institutsionaalsete sotsiaalmeediakontode jälgijatest „mõnevõrra nõus“ või „täiesti nõus“, et nad järgivad seda liiki sotsiaalmeediakontosid, sest nad annavad ajakohast teavet jooksvate sündmuste kohta. Selle väitega nõustuvad kõige tõenäolisemalt järgijad Maltal (87%) ja Portugalis (87%); kõige väiksema tõenäosusega nõustuvad sellega Tšehhi (65%), Belgia (66%), Horvaatia (66%) ja Sloveenia (68%).¹¹

Q9_4Sotsiaalmeedias esitatud küsimuses märkisite, et järgite: Milmääral nõustute järgmise väitega: Ma jälgin seda tüüpi sotsiaalmeedia kontot, sest ...
...need annavad ajakohast teavet praeguste sündmuste kohta

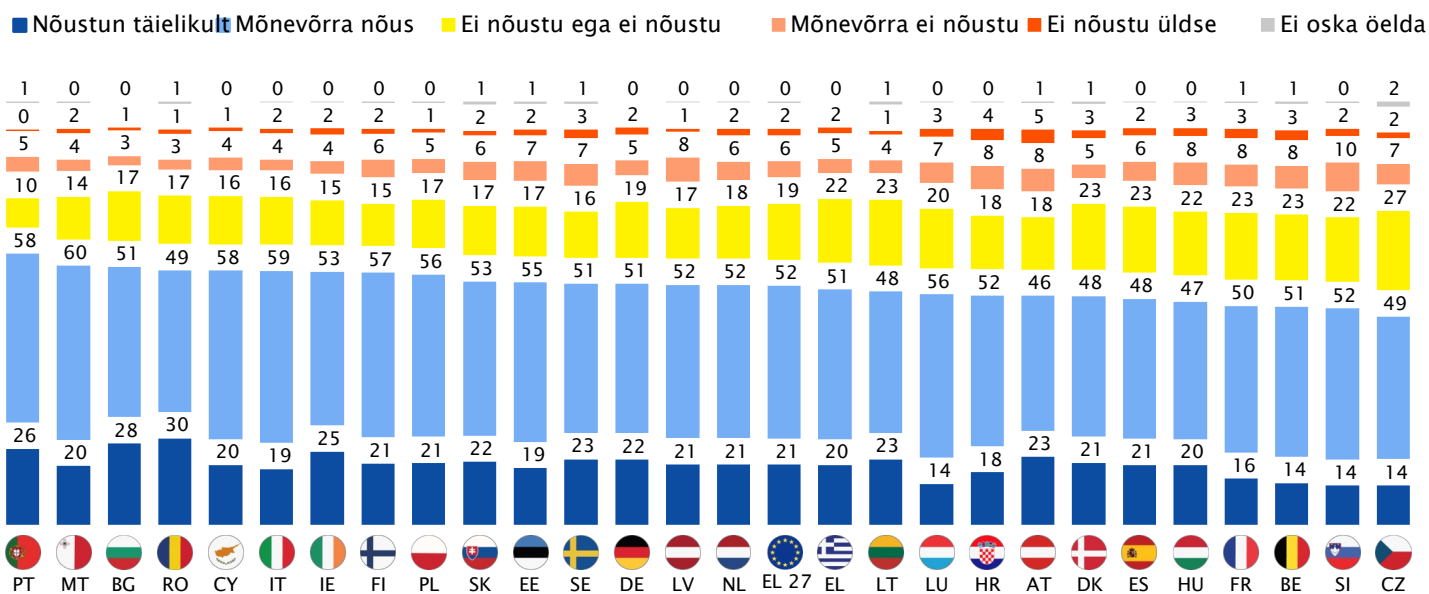


(%)Põhialus: n=15 152- Kui sotsiaalmeedias jälgis aktiivselt vähemalt üks organisatsioon (8. küsimus)

11 Ümardamise tõttu võib juhtuda ka see, et eraldi vastusevariantide protsendid ei vasta täpselt tekstis nimetatud kogusummadele.

Rohkem kui kuus kümnest sellisest rühmast kõigis liikmesriikides nõustub järgima seda liiki kontosid, sest need aitavad neil mõista päevakajalisi küsimusi. Kokkuvõttes ulatub selle väitega nõustuv osakaal 62 %-st Tšehhis 84 %-ni Portugalis.¹²

Q9_2 Sotsiaalmeedias esitatud küsimuses märkisite, et järgite: **Milmääral nõustute järgmise väitega: Ma jälgin seda tüüpi sotsiaalmeedia kontot, sest ...**
...need aitavad mul mõista päevakajalisi asju

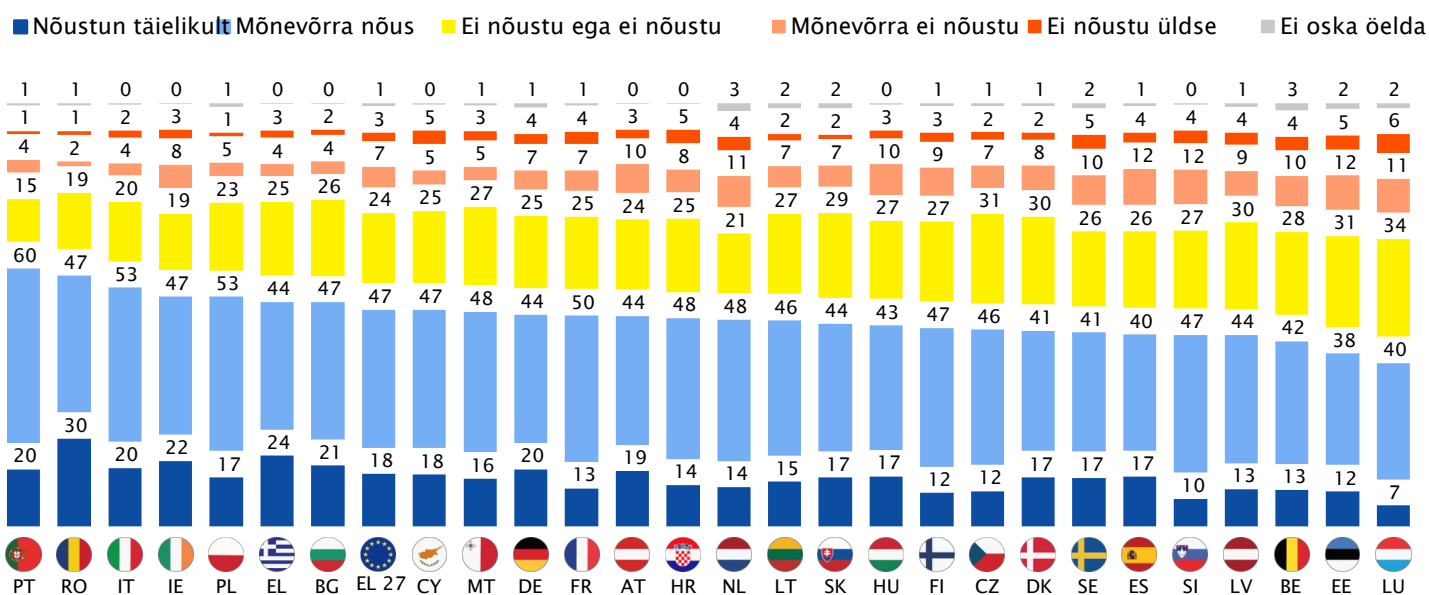


(%) Põhialus: n=15 152 – Kui sotsiaalmeedias jälgis aktiivselt vähemalt üks organisatsioon (8. küsimus)

¹² Ümardamise tõttu võib juhtuda ka see, et eraldi vastusevariantide protsendid ei vasta täpselt tekstis nimetatud kogusummadele.

Kui Luksemburg (47 %) välja arvata, nõustub vähemalt iga teine liikmesriik, et nad järgivad seda liiki kontosid, sest need aitavad neil mõista, milliseid meetmeid nad saavad probleemide lahendamiseks võtta. Rohkem kui seitse kümnest nõustub selle seisukohaga Portugalis (79%), Rumeenias (77%) ja Itaalias (73%).¹³

Q9_3 Sotsiaalmeedias esitatud küsimuses märkisite, et järgite: **Milmääral nõustute järgmise väitega: Ma jälgin seda tüüpi sotsiaalmeedia kontot, sest ...**
...need aitavad mul mõista, mida ma saan probleemide korral ette võtta

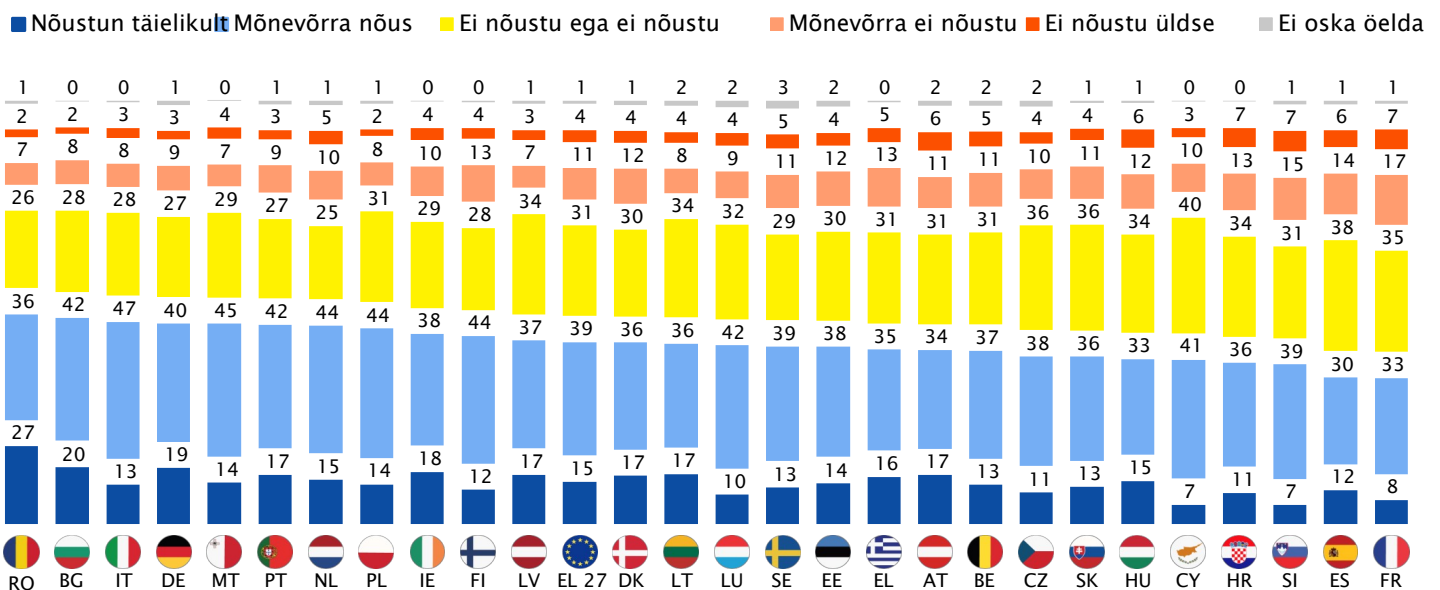


(%) Põhialus: n=15 152 – Kui sotsiaalmeedias jälgis aktiivselt vähemalt üks organisatsioon (8. küsimus)

13 Ümardamise tõttu võib juhtuda ka see, et eraldi vastusevariantide protsendid ei vasta täpselt tekstis nimetatud kogusummadele.

Selle rühma enamuse 18 liikmesriigis nõustub väitega, et nad järgivad neid kontosid, sest need on usaldusväärsed, kusjuures selle enamuse suhteline suurus varieerub 51 %st Kreekas ja Austrias kuni 63 %ni Rumeenias. Teisest küljest ei nõustu selle seisukohaga rohkem kui üks kahest rühmast Hispaanias (41%), Prantsusmaal (41%), Horvaatias (46%), Sloveenias (46%), Küprosel (47%), Ungaris (48%), Slovakkias (48%), Tšehhis (48%) ja Belgias (50%).¹⁴

Q9_1 Sotsiaalmeedias esitatud küsimuses märkisite, et järgite: Mil määral nõustute järgmise väitega: Ma jälgin seda tüüpi sotsiaalmeedia kontot, sest ... Nad on usaldusväärsed



(%) Põhialus: n=15 152 - Kui sotsiaalmeedias jälgis aktiivselt vähemalt üks organisatsioon (8. küsimus)

Sotsiaaldemograafilised kaalutlused

25–39-aastased jälgivad nõustuvad kõige tõenäolisemalt seisukohaga, et nad järgivad seda liiki kontosid, sest need aitavad neil mõista, milliseid meetmeid nad saavad probleemide lahendamiseks võtta (68% vs. 63%–66% muude vanuserühmade puhul). See rühm (58%) ning 40–54-aastased (56%) jälgivad neid kontosid suurema tõenäosusega kui 15–24-aastased (50%) ning 55-aastased ja vanemad (50%), sest nad on usaldusväärsed. Teisest küljest nõustuvad vanemad jälgijad (77% 40–54-aastastest ja 78% 55-aastastest ja vanematest) tõenäolisemalt kui 15–24-aastased (72%), et nad järgivad neid kontosid jooksvate sündmuste ajakohastamiseks.

Need, kes lõpetasid oma hariduse vanuses 15 või alla selle, on vähem tõenäoline kui need, kes lõpetasid selle vanemas eas, nõustuvad kõigi väidetega. Erinevus on kõige märgatavam, kui tegemist on nende kontode järgimisega, sest need pakuvad ajakohast teavet praeguste sündmuste kohta: Selle seisukohaga nõustub 68% 15-aastastest või noorematest hariduse omandanutest, võrreldes 78%-ga vanemas eas hariduse omandanutest.

14 Ümardamise tõttu võib juhtuda ka see, et eraldi vastusevariantide protsendid ei vasta täpselt tekstis nimetatud kogusummadele.

5.3. Põhjused, miks ELi institutsioone sotsiaalmeedias ei jälgita

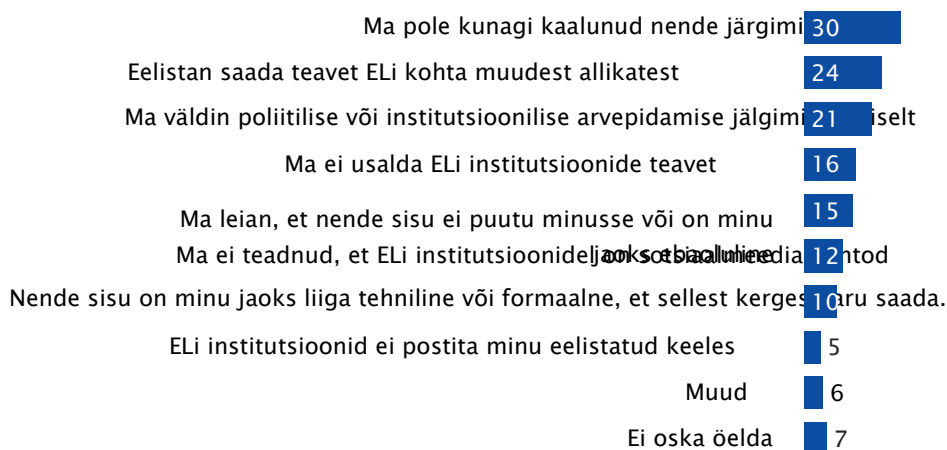
Vastajatelt, kes ei jälgi sotsiaalmeedias ühtegi ELi institutsiooni, küsiti selle peamiste põhjuste kohta.

Kolm kümnest (30%) sellest rühmast näitavad, et nad ei järgi neid kontosid, sest nad ei ole kunagi kaalunud nende jälgimist. Ligikaudu iga neljas (24%) rühma aruandest eelistab selle peamiste põhjuste hulgas saada teavet ELi kohta muudest allikatest, millele järgneb eelistus vältida poliitiliste või institutsiooniliste kontode jälgimist üldiselt (21%).

Vähem kui iga viies mainib põhjusena, miks nad ei usalda ELi institutsioonidelt saadud teavet (16%), et nende arvates ei ole nende sisu nendega seotud või on nende jaoks ebaoluline (14%) või et nad ei teadnud, et ELi institutsioonidel on sotsiaalmeedia kontod (12%). Väiksemad turuosaliselised märgivad põhjusena, et nende sisu on liiga tehniline või formaalne, et sellest kergesti aru saada (10 %), ning et ELi institutsioonid ei avalda seda nende eelistatud keeles (5 %).

Q10 Te mainisite, et te ei jälgi sotsiaalmeedias ühtegi ELi institutsiooni. Millised on selle peamised põhjused?

[Mitu vastust]



(%) Põhialus: n=22 171 – Kui ELi institutsioonid ei jälgi aktiivselt sotsiaalmeediat (8. küsimus)

Riikidevahelised erinevused

Kõigis liikmesriikides peale nelja on kõige sagedamini mainitud põhjus, miks ei jälgita sotsiaalmeedias ühtegi ELi institutsiooni, see, et nad ei ole kunagi kaalunud nende jälgimist. Kõige suurem osakaal valis selle põhjuse Eestis (39%), Rootsis (37%) ja Madalmaades (37%). Kõige vähem valis selle põhjuse Kreeka (23%).

Kahes liikmesriigis märgivad ELi institutsioonide mittejärgijad kõige sagedamini põhjusena, miks nad eelistavad saada ELi kohta teavet muudest allikatest: Saksamaa (30%) ja Soome (29%). See põhjus on esikohal ka Austrias (29%) ja Leedus (25%) koos asjaoluga, et nad ei ole kunagi kaalunud nende jälgimist. Seevastu Lätis jagab seda seisukohta 15% mittejärgijatest.

Kreekas (32%) ja Bulgaarias (31%) on nende kontode mittejärgimise peamine põhjus see, et nad väldivad poliitiliste või institutsiooniliste kontode jälgimist üldiselt. Kõige väiksem osakaal oli sel põhjusel Soomes (13 %).

Mittejärgijate osakaal, mis ulatub vähem kui ühest kümnest Portugalis (7 %), Soomes (9 %) ja Luksemburgis (9 %) kuni rohkem kui üheni viiest Kreekas (25 %), Bulgaarias (23 %), Tšehhis (21 %) ja Küprosel (21 %), nimetab põhjusena usalduse puudumist ELi institutsioonidelt saadud teabe vastu.

Mis tahes muud põhjust mainib mitte rohkem kui 20 % mittejärgivatest isikutest igas liikmesriigis:

- Leida nende sisu, mis ei ole nendega seotud või on nende jaoks ebaoluline: nimetatud osakaaluga vahemikus 8 % (Bulgaaria) kuni 19 % (Tšehhi);
- Teadmata, kas ELi institutsioonidel oli sotsiaalmeedia kontosid: 9 %-lt (nii Leedus kui ka Belgias) 16 %-le (Soomes);
- Leides, et nende sisu on liiga tehniline või formaalne, et neist oleks lihtne aru saada: 5 %-lt (nii Austrias kui ka Rootsis) 16 %-le Leedus;
- ELi institutsioonid, kes ei postita oma eelistatud keeles: 2 %-lt (Prantsusmaa) 9 %-le (nii Bulgaarias kui ka Rumeenias);
- muu: 2 %-lt (nii Poolas kui ka Kreekas) 8 %-le (Saksamaal, Madalmaades ja Rootsis).

Q10 Te mainisite, et te ei jälgi sotsiaalmeedias ühtegi ELi institutsiooni. Millised on selle peamised põhjused? [Mitu vastust]

	Ma pole kunagi kaalunud nende järgimist.	Eelistan saada teavet ELi kohta muudest allikatest	Ma väldin poliitilise või institutsioonilise arvepidamise jälgimist üldiselt	Ma ei usalda ELi institutsioonide teavet	Ma leian, et nende sisu ei puutu minusse või on minu jaoks ebaoluline	Ma ei teadnud, et ELi institutsioonidel on sotsiaalmeedia kontod	Nende sisu on minu jaoks liiga tehniline või formaalne, et sellest kergesti aru saada.	ELi institutsioonid ei postita minu eelistatud kohta
EL 27	30	24	21	16	15	12	10	5
BE	28	24	19	14	16	9	9	4
BG	30	17	31	23	8	12	10	9
CZ	27	22	15	21	19	11	10	7
DK	31	22	18	11	12	11	8	4
DE	26	30	22	15	15	11	6	4
EE	39	20	23	11	16	14	11	8
IE	31	20	20	14	11	14	13	4
EL	23	28	32	25	16	12	13	8
ES	34	22	22	16	16	12	12	5
FR	31	22	20	18	16	11	10	2
HR	35	17	23	15	14	12	14	4
IT	28	24	23	15	15	13	15	6
CY	30	26	28	21	13	11	7	3
LV	30	15	22	11	18	10	12	5
LT	25	25	17	12	14	9	16	6
LU	30	25	19	9	11	14	9	5
HU	31	21	22	14	15	13	8	6
MT	32	19	26	13	17	12	15	6
NL	37	22	16	13	14	10	7	3
AT	29	29	25	17	13	11	5	4
PL	28	25	22	17	14	12	11	5
PT	31	25	18	7	12	14	10	3
RO	32	17	19	13	12	14	12	9
SI	31	20	26	18	15	10	13	6
SK	26	21	22	19	10	14	10	8
FI	26	29	13	9	17	16	14	6
SE	37	23	16	12	15	14	5	4

Märkus: Mida suurem on vastuse valimise proportsioon, seda tumedam sinine/oranž on lahter. Iga riigi kõrgeim vastus on esitatud tumesinisises/valges kirjas. Vastused „muu“ ja „ei tea“ ei ole esitatud.

(%), baasväärtus: n=22 171 – Kui ELi institutsioonid ei jälgi aktiivselt sotsiaalmeedias (8. küsimus)

Sotsiaaldemograafilised kaalutlused

Mehed nimetavad naistest suurema tõenäosusega kolme põhjust, miks nad ei järgi ELi institutsioonide arvepidamist: eelistades saada teavet ELi kohta muudest allikatest (27 % vs. 22 %), mitte usaldades ELi institutsioonidelt saadud teavet (19 % vs. 13 %) ning leides, et sisu ei ole nende jaoks siduv või asjakohane (18 % vs. 12 %).

Vanus mõjutab ka põhjuseid, miks ELi institutsioonilist arvepidamist ei järgita. Nooremad mittejärgijad (15–24aastased) viitavad suurema tõenäosusega kui kõik teised vanuserühmad sellele, et nad ei ole kunagi kaalunud nende järgimist (36% vs. 26%–31%) või ei tea, et ELi institutsioonidel olid sotsiaalmeedia kontod (18% vs. 10%–14%). Vanemate vanuserühmadega võrreldes on aga vähem tõenäoline, et nad teatavad usalduse puudumisest ELi institutsioonide teabe vastu (11 % vs. 15–17% vanematest vanuserühmadest). Teisest küljest eelistavad vanemad, 55-aastased ja vanemad mittejärgijad noorematest vanuserühmadest suurema tõenäosusega saada ELi kohta teavet muudest allikatest (29% vs. 20%–22%), kuid väiksema tõenäosusega leiavad nad, et nende sisu ei ole nendega seotud või on nende jaoks ebaoluline (11% vs. 15%–20%).

Mittejärgijad, kes alles õpivad, mainivad suurema tõenäosusega kui need, kes on juba oma hariduse omandanud, et nad ei ole kunagi kaalunud nende järgimist (37% vs. 27%–29%) ja ei tea, et ELi institutsioonidel on sotsiaalmeedia kontod (18% vs. 11% kõigist muudest haridustasemetest). Lisaks leiab see rühm (18%) suurema tõenäosusega kui need, kes on lõpetanud hariduse 15-aastaselt või nooremalt (12%) või 16-19-aastaselt (14%), et nende sisu ei ole nendega seotud või on nende jaoks ebaoluline. Teisest küljest nimetavad nad (12 %) vähem tõenäoliselt kui need, kes on oma hariduse juba omandanud (16–17%), põhjusena usalduse puudumist ELi institutsioonidelt saadud teabe vastu.

5.4. Võimalikud motivaatorid ELi institutsioonide jälgimiseks sotsiaalmeedias

Vastajatelt, kes märkisid, et nad ei jälgi aktiivselt ELi institutsioone sotsiaalmeedias, küsiti seejärel, mis muudaks nende asutuste kontode jälgimise tõenäolisemaks.

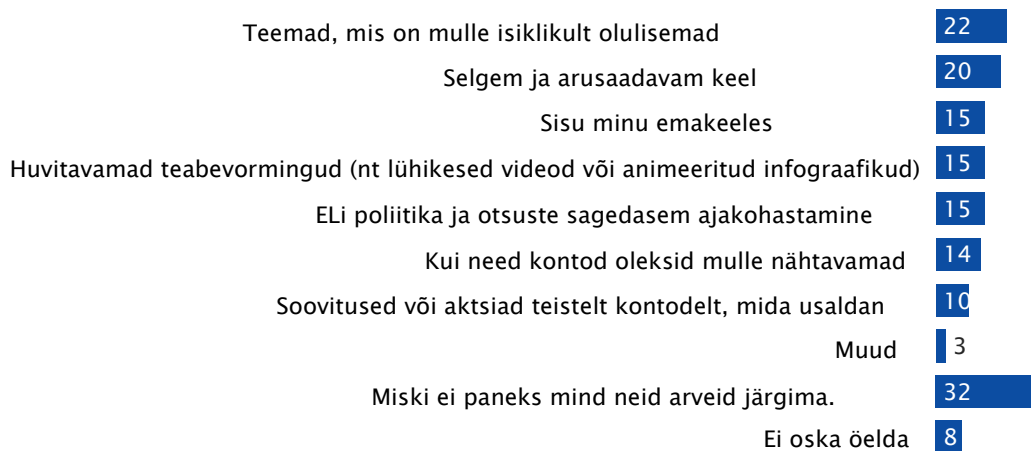
Veidi üle viiendiku mittejärgijatest mainib võimaliku motivaatorina nende jaoks isiklikult asjakohasemate teemade hõlmamist (22%), millele järgneb selgem ja arusaadavam keel (20%).

Muud võimalikud motivaatorid on nende emakeelne sisu (15 %), köitvamad teabevormingud (nt lühivideod või animeeritud infograafikud) (15 %), sagedasem ELi poliitika ja otsuste ajakohastamine (15 %) ning need kontod on neile nähtavamad (14 %). Üks kümnest mittejärgijast osutab teiste kontode soovitudele või aktsiatele, mida nad usaldavad (10 %), kui võimalikule motivaatorile jälgida ELi institutsioone sotsiaalmeedias.

Ligikaudu kolmandik (32%) mittejärgijatest märgib, et miski ei pane neid neid neid kontosid järgima.

Q11 Mis suurendaks tõenäosust, et jälgite Euroopa Liidu (EL) institutsioonide kontosid sotsiaalmeedias?

[Mitu vastust]



(%)Põhialus: n=22 171 – Kui ELi institutsioonid ei jälggi aktiivselt sotsiaalmeediat (8. küsimus)

Riikidevahelised erinevused

18 liikmesriigis mainivad mittejärgijad kõige sagedamini nende jaoks asjakohasemate teemade kajastamist kui võimalikku motivaatorit ELi institutsioonide jälgimiseks sotsiaalmeedias. Kõige suurem osakaal selle vastuse valimisel oli Horvaatias (36%) ja Maltal (36%). Väikseim osakaal selle motivaatori valimisel on Belgias (17 %).

Viies liikmesriigis osutavad mittejärgijad kõige sagedamini võimaliku motivaatorina selgemale ja arusaadavamale keelekasutusele: Portugal (29%), Rumeenia (29%), Itaalia (27%), Hispaania (26%) ja Belgia (21%). See potentsiaalne motivaator on esikohal ka Prantsusmaal (18%) koos teemadega, mis on neile isiklikult olulisemad. Madalaim seda motivaatorit näitavate mittejärgijate osakaal on seevastu Taanis (12 %).

Leedus (32%) ja Ungaris (27%) on peamine potentsiaalne motivaator nende emakeelne sisu. Seevastu Lirimaa teatab sellest motivaatorist vähem kui üks kümnest mittejärgijast (5 %).

Mittejärgijate osakaal vahemikus 10 % (Tšehhi) kuni 28 % (Küpros) mainib võimaliku motivaatorina rohkem köitvaid teabevorminguid (nt lühivideod või animeeritud infograafikud).

Nende osakaal, mis viitab sellele, et nad järgiksid neid kontosid tõenäolisemalt, kui ELi poliitikat ja otsuseid ajakohastataks sagedamini, varieerub alla ühe vastaja kümnest Horvaatias (8 %) ja Madalmaades (8 %) ning üks vastaja neljast (25 %) Küprosel.

Luksemburgis (24%) ja Rootsis (22%) mainivad mittejärgijad kõige sagedamini potentsiaalse motivaatorina, kui need kontod oleksid neile nähtavamad. Seda motivaatorit mainib ka rohkem kui üks viiest mittejärgijast Küprosel (29%). Teisest küljest jagab seda seisukohta üks kümnest (10 %) mittejärgijast Saksamaal.

Suurim osakaal, mis viitab soovitudele või teiste kontode osakaaludele, mida nad võimaliku motivaatorina usaldavad, on Küprosel (18 %) ja väikseim Prantsusmaal (6 %).

Viies liikmesriigis väidab aga rohkem kui kolmandik vastanutest, et miski ei sunni neid neid kontosid järgima, vaid valima võimaliku motivaatori. Nii on see Saksamaal (43%), Prantsusmaal (43%), Madalmaades (43%), Belgias (39%) ja Austrias (36%). Seevastu Leedus (15 %), Rumeenias (16 %), Küprosel (16 %) ja Maltal (18 %) jagab seda seisukohta vähem kui iga viies mittejärgija.

Q11 Mis suurendaks tõenäosust, et jälgite Euroopa Liidu (EL) institutsioonide kontosid sotsiaalmeedias? [Mitu vastust]

	Teemad, mis on mulle isiklikult olulisemad	Selgem ja arusaadavam keel	Sisu minu emakeeles	Huvitavamad teabevormid (nt lühikesed videod või animeeritud)	ELi poliitika ja otsuste sagedasem ajakohastamine	Kui need kontod oleksid mulle nähtavamad	Soovitused või aktsiad teistelt kontodelt, mida usaldan	Muud	Miski ei paneks mind neid arveid järgima.	Ei tea
EL 27	22	20	15	15	15	14	10	3	32	8
BE	17	21	12	14	11	12	9	2	39	9
BG	32	23	27	15	10	13	12	3	25	5
CZ	22	20	21	10	12	14	9	2	30	9
DK	18	12	12	13	11	13	10	5	33	15
DE	20	15	10	11	15	10	9	3	43	9
EE	26	20	25	15	15	14	12	2	29	6
IE	25	24	5	17	16	21	13	4	23	8
EL	27	24	21	21	18	16	16	4	23	3
ES	24	26	16	17	15	16	15	5	25	6
FR	18	18	11	15	12	15	6	2	43	7
HR	36	22	26	17	8	12	11	3	24	6
IT	22	27	16	17	19	15	11	2	21	9
CY	35	24	22	28	25	29	18	3	16	4
LV	28	18	21	14	12	14	10	2	23	10
LT	28	25	32	20	13	15	11	3	15	9
LU	23	19	15	22	14	24	8	5	24	9
HU	20	18	27	14	12	15	8	4	29	8
MT	36	25	13	27	17	23	15	5	18	5
NL	16	15	11	15	8	14	8	3	43	9
AT	25	15	12	13	18	11	10	3	36	8
PL	23	22	22	16	17	16	13	2	22	12
PT	20	29	18	17	18	17	10	3	22	9
RO	27	29	26	18	20	18	13	2	16	7
SI	30	14	18	21	16	13	16	3	25	6
SK	22	15	19	15	15	16	12	3	28	10
FI	29	18	19	15	13	19	10	3	22	12
SE	21	13	10	14	12	22	12	4	25	15

Märkus: (Alguses...) Mida suurem on vastuse valimise proportsioon, seda tumedam sinine/oranž on lahter. Iga riigi kõrgeim vastus on esitatud tumesinises/valges kirjas.

(%), baasväärtus: n=22 171 – Kui ELi institutsioonid ei jälggi aktiivselt sotsiaalmeedias (8. küsimus)

Sotsiaaldemograafilised kaalutlused

Nooremad mittejärgijad (15-24-aastased ja 25-39-aastased) on tõenäolisemalt motiveeritud kui 55-aastased ja vanemad: köitvamad teabevormingud (nt lühivideod või animeeritud infograafikud) (vastavalt 26 % ja 21 % vs. 9 %), nende jaoks asjakohasemate teemade hõlmamine (vastavalt 26 % ja 24 % vs. 19 %), ELi poliitika ja otsuste sagedasem ajakohastamine (19 % ja 18 % vs. 13 %), konto suurem nähtavus (vastavalt 21 % ja 18 % vs. 11 %) ning usaldusväärsed soovitusel (15 % ja 14 % vs. 8 %). Seevastu tõenäosus, et miski ei motiveeri neid, suureneb vanusega: 18 %-lt 15–24aastastest 39 %-le 55aastastest ja vanematest.

Haridus mõjutab ka potentsiaalseid motivaatoreid. Mittejärgijad, kes alles õpivad, on tõenäolisemalt motiveeritud kui need, kes on oma hariduse juba lõpetanud: nende jaoks isiklikult asjakohasemate teemade hõlmamine (28% vs. 18%–23%), köitvamad teabevormingud (26% vs. 11%–16%), ELi poliitika ja otsuste sagedasem ajakohastamine (19% vs. 13%–16%), konto suurem nähtavus (22% vs. 12%–15%) ja usaldusväärsed soovitusel (17% vs. 9%–10%). Teisest küljest on vähem tõenäoline, et need, kes on oma hariduse juba lõpetanud, ei ütle midagi, mis neid motiveeriks (18% vs 32%-35%).

5.5. Soovitud sisu ELi institutsioonidelt

Vastajatelt küsiti ka selle kohta, millist konkreetset liiki sotsiaalmeediasisu nad ELi institutsioonist (nt Euroopa Parlamendist) huvitavaks peavad.

Üle nelja vastaja kümnest (45%) teatab ELi institutsioonidelt soovitud sisuna praegustest uudistest ja uuendustest.

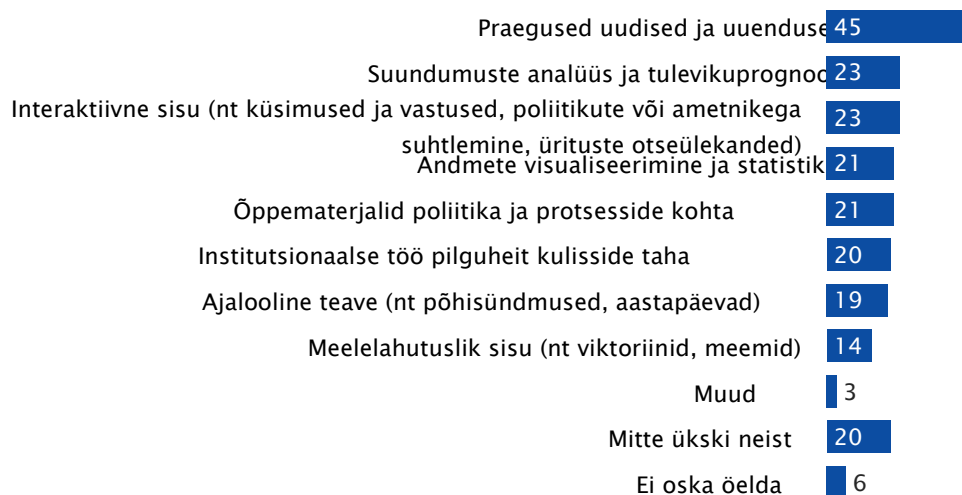
Seevastu vähem kui üks neljast vastajast (23%) viitab suundumuste analüüsile ja tulevikuprognosidele ning interaktiivsele sisule (nt küsimused ja vastused; poliitikute või ametnikega suhtlemine, ürituste otseülekanded) (23%).

Ligikaudu üks viiest vastajast väljendas huvi andmete visualiseerimise ja statistika vastu (21%), poliitikaid ja protsesse käsitlevate õppematerjalide vastu (21%), ülevaadete vastu institutsionaalsest tööst (20%) ja ajaloolise teabe vastu (nt põhisündmused, aastapäevad) (19%). Väikseim osakaal mainib meelelahutuslikku sisu (nt viktoriinid, meemid) (14 %).

Üks viiest vastajast (20 %) teatas, et nad ei leiaks, et ükski neist konkreetset liiki sotsiaalmeedia sisust oleks huvitav mõnest ELi institutsioonist.

Küsimus 12. Millist konkreetset liiki sotsiaalmeedia sisu oleks Teie arvates huvitav saada mõnest ELi institutsioonist (nt Euroopa Parlamendist)?

[Mitu vastust]



(%) Baasväärtus: n = 26 121 – kõik vastajad

Riikidevahelised erinevused

Kõigis EL 27 liikmesriikides on praegused uudised ja uuendused kõige sagedamini mainitud sotsiaalmeediasisu liik, mida vastajad peavad huvitavaks mõnest ELi institutsioonist (nt Euroopa Parlament). Seda liiki sisu mainitakse kõige rohkem Küprosel (62%), Maltal (58%), Luksemburgis (56%) ja Leedus (56%), kõige vähem Prantsusmaal (37%).

Nende vastajate osakaal, kes viitavad suundumuste analüüsile ja tulevastele prognoosidele kui soovitud liiki sisule ELi institutsioonidest, varieerub vähem kui iga viienda vastaja puhul Saksamaal (15 %), Madalmaades (16 %), Belgias (17 %), Austrias (18 %), Rootsis (18 %) ja Taanis (19 %) ning nelja vastaja puhul kümnest (40 %) Rumeenias.

Osa vastanutest, alates umbes ühest kümnest (11 %) Madalmaades kuni rohkem kui kolmandikuni Küprosel (37 %) ja Rumeenias (35 %), teatas, et interaktiivne sisu (nt Q& nagu ka poliitikud või ametnikud, ürituste otseülekanded) on nende eelistatud sisuliik.

Rumeenias märkis veidi üle kolme vastaja kümnest (32%), et soovitud sisutüübiks on andmete visualiseerimine ja statistika. Seevastu Madalmaades jagab seda seisukohta 13% vastanutest.

Rohkem kui 30 % vastanutest Rumeenias (33 %), Itaalias (32 %), Iirimaa (31 %) ja Maltal (31 %) väljendas huvi selle vastu, et ELi institutsioonid pakuksid sotsiaalmeedias poliitika ja protsesside kohta õppematerjale. Prantsusmaal eelistab iga kümnes vastaja (10 %) sellist sisu.

Osa vastanutest, kes jäid vahemikku 13 % Lätis ja rohkem kui üks neljast Bulgaarias (27 %), Rumeenias (27 %), Soomes (27 %), Luksemburgis (27 %), Küprosel (26 %) ja Ungaris (26 %), nimetasid taustapilte institutsioonilisest tööst soovitud sisuliigina.

Nende vastajate osakaal, kes märkisid ELi institutsioonide eelistatud sisuliigina varasemat teavet (nt põhisündmused, aastapäevad), on suurim Küprosel (33%) ja Maltal (32%); teisest küljest on väikseim osakaal Madalmaades (13 %).

Lõpuks osutab osa vastanutest, kes ulatusid 11 %-st Itaalias ja Madalmaades 26 %-ni Maltal, meelelahutuslikule sisule (nt viktoriinid, meemid) kui soovitud sisutüübile ELi institutsioonilistelt kontodelt.

Küsimus 12. Millist konkreetset liiki sotsiaalmeedia sisu oleks Teie arvates huvitav saada mõnest ELi institutsioonist (nt Euroopa Parlamendist)? [Mitu vastust]

	Praegused uudised ja uuendused	Suundumuste analüüs ja tulevikuproгноosid	Interaktiivne sisu (nt küsimused ja vastused, poliitikute või ametnikega suhtlemine, ürituste otseülekanne d)	Andmet e visualise erimine ja statistika	Õppematerjalid poliitika ja protsesside kohta	Institutsionaals e töö pilguheit kulisside taha	Ajalooline teave (nt põhisündmused, aastapäevad)	Meelelahutustlik sisu (nt viktoriinid, meemid)	Muud	Mitte ükski neist
EL 27	45	23	23	21	21	20	19	14	3	20
BE	41	17	17	14	15	17	16	14	2	27
BG	51	35	24	27	21	27	21	14	5	11
CZ	40	22	22	18	17	18	19	15	3	21
DK	40	19	16	14	14	17	19	12	4	23
DE	45	15	20	17	17	22	17	15	4	28
EE	47	29	26	22	26	17	18	17	2	17
IE	51	25	27	18	31	23	26	19	1	14
EL	52	28	33	21	25	19	29	15	2	11
ES	45	24	28	27	23	22	21	16	3	15
FR	37	20	19	19	10	15	15	12	1	30
HR	46	28	26	20	20	20	20	20	2	14
IT	45	27	24	25	32	19	17	11	2	13
CY	62	33	37	24	30	26	33	24	2	7
LV	46	27	20	19	19	13	17	15	2	13
LT	56	28	19	22	17	18	24	16	2	9
LU	56	25	27	28	23	27	25	14	3	14
HU	52	21	29	15	18	26	21	16	4	13
MT	58	28	25	27	31	25	32	26	4	9
NL	41	16	11	13	18	19	13	11	2	29
AT	44	18	23	17	17	25	19	14	2	22
PL	49	32	25	23	23	20	21	16	3	12
PT	52	34	24	29	28	16	24	15	2	10
RO	49	40	35	32	33	27	28	15	2	9
SI	47	34	24	21	18	23	20	19	3	14
SK	46	25	26	21	19	25	18	17	3	13
FI	52	20	23	24	14	27	20	16	2	12
SE	45	18	23	21	23	18	19	12	2	15

Märkus: (Alguses...) Mida suurem on vastuse valimise proportsioon, seda tumedam sinine/oranž on lahter. Iga riigi kõrgeim vastus on esitatud tumesinises/valges kirjas. Vastust „ei tea“ ei kuvata.

(%), baasväärtus: n=26 121 – kõik vastajad

Sotsiaaldemograafilised kaalutlused

Mehed nimetavad ELi institutsioonide soovitud sotsiaalmeedia sisuna naistest suurema tõenäosusega suundumuste analüüsi ja tulevikuprognose (26% vs. 21%) ning andmete visualiseerimist ja statistikat (25% vs. 18%).

Vanus mõjutab ELi institutsioonilise sotsiaalmeedia sisu eelistusi. Eakamad, 55-aastased ja vanemad vastajad eelistavad noorematest vanuserühmadest tõenäolisemalt värskeid uudiseid ja uuendusi (48% neist vs. 40% 15–24-aastastest), kuid vähem tõenäoliselt väljendavad nad huvi järgmise vastu: suundumuste analüüs ja tulevikuprognosisid (21% vs. 24%–26%), interaktiivne sisu (17% vs. 21%–33%), andmete visualiseerimine ja statistika (16% vs. 21%–27%), õppematerjalid (15% vs. 20–28%), ülevaated institutsioonilisest tööst kulisside taga (16% vs. 20–27%), ajalooline teave (15% vs. 17%–25%) ja meelelahutuslik sisu (7% vs. 14%–25%).

Vastajad, kes alles õpivad, näitavad suurema tõenäosusega kui need, kes on juba oma hariduse omandanud, üles suuremat huvi interaktiivse sisu (35% vs. 19%–24%), andmete visualiseerimise ja statistika (28% vs. 13%–25%), õppematerjalide (31% vs. 17%–22%), kulissidetaguse institutsioonilise töö (28% vs. 15%–22%), ajaloolise teabe (27% vs. 15%–21%) ja meelelahutusliku sisu (24% vs. 11%–14%) vastu. See rühm ja need, kes on oma hariduse omandanud vähemalt 20-aastaselt, väljendavad samuti suurema tõenäosusega huvi suundumuste analüüsi ja tulevikuprognosiside vastu (29% ja 27% vs. 14%–19%). Need, kes on omandanud hariduse 15-aastaselt või nooremalt (33 %), väljendavad vähem tõenäoliselt kui need, kes omandasid hariduse vanemas eas (44–48 %), ja need, kes alles õpivad (45 %), huvi ELi institutsioonide sotsiaalmeedia sisuna ajakohaste uudiste ja uuenduste vastu.

6. SOTSIAALMEEDIA POLIITIKA PÕHIMÕTETE ESITATUD VORMID

6.1. Päevakajalisi küsimusi käsitleva teabe eelistatud vormid

Vastajatelt, kes kasutavad sotsiaalmeediat ja/või platvorme teabe saamiseks sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta, küsiti seejärel, millised on nende eelistatud vormingud sellise teabe esitamiseks sotsiaalmeedias.

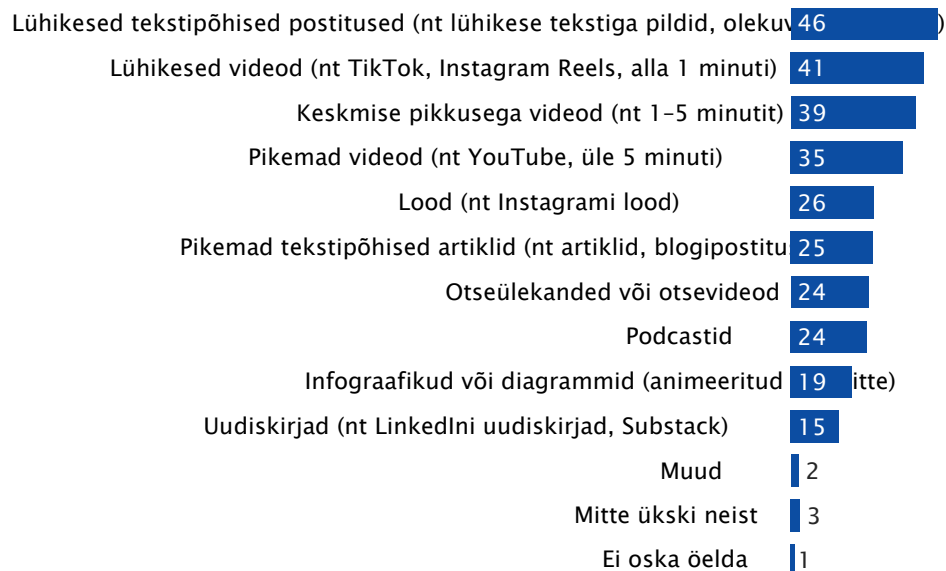
rohkem kui neli kasutajat kümnest (46%) eelistab lühikesi tekstipõhiseid postitusi (nt lühikese tekstiga pildid, olekuvärskendused) (46%); umbes neli kümnest (41 %) eelistab lühivideoid (nt TikTok, Instagram Reels, alla 1 minuti). Seejärel eelistatakse keskmise pikkusega videoid (nt 1–5 minutit) (39%) ja pikemaid videoid (nt YouTube, üle 5 minuti) (35%), millest igaühe valib üle kolmandiku kasutajatest.

Neli sisuvormingut näitasid kasutajate seas peaaegu samaväärset eelistuste määra, millest igaüht eelistas umbes veerand vastanutest: lood (nt Instagram Stories) (26%), pikemad tekstipõhised artiklid (nt artiklid, blogipostitused) (25%), otseülekanded või otsevideod (24%) ja taskuhäälingud (24%).

Väiksemad aktsiad mainivad infograafikuid või graafikuid (animeeritud või mitte) (19%) ja uudiskirju (nt LinkedIni uudiskirjad, Substack) (15%).

Q15 Millist järgmistest vormingutest eelistate üldiselt sotsiaalmeedias teabe saamiseks sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta?

[Mitu vastust]



(%)Põhialus: n=14 380– Kasutab sotsiaalmeediat ja/või videoplatvorme teabe saamiseks sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta (Q4a)

Riikidevahelised erinevused

Lühitekstipõhised postitused (nt lühikese tekstiga pildid, olekuvärskendused) on kõigis liikmesriikides peale viie kõige paremusjärjestuses sotsiaalmeedia päevakajalise teabe vorming. Seda tüüpi vormi valis kõige rohkem Austria (51 %), Küpros (51 %), Malta (50 %), Luksemburg (50 %) ja Portugal (50 %). Seevastu Leedus (35%) ja lirimaal (37%) jagab seda seisukohta vähem kui neli inimest kümnest.

Küprosel (52%), lirimaal (51%), Rumeenias (48%) ja Hispaanias (46%) valivad kasutajad kõige sagedamini eelistatud vorminguks lühivideod (nt TikTok, Instagram Reels, alla 1 minuti). Teisest küljest jagab seda seisukohta Leedus vähem kui kolm kasutajat kümnest (27%).

Rumeenias on esikohal keskmise pikkusega videod (nt 1–5 minutit) koos lühivideotega (mõlemat mainis 45 % vastanutest). Seevastu Lätis väljendab seda eelistust vähem kui kolm kasutajat kümnest (28%).

Pikemad videod (nt YouTube, üle 5 minuti) on Leedus igat liiki teabevormingute seas esikohal (41%). Rohkem kui neli kasutajat kümnest jagab seda seisukohta ka Rumeenias (44%) ja Hispaanias (41%). Seevastu Maltal on see arvamus ühel kasutajal viiest (20 %).

Nende kasutajate osakaal, kes näitavad sotsiaalmeedias lugusid (nt Instagram Stories) eelistatud vorminguna, on suurim Luksemburgis (34%) ja lirimaal (31%); väikseim osakaal on seevastu Lätis (14%) ja Leedus (15%).

Nende kasutajate osakaal, kes eelistavad sotsiaalmeedias teabevorminguna pikemaid tekstipõhiseid artikleid (nt artiklid, blogipostitused), on suurim Kreekas (34%) ja väikseim Lätis (15%).

Üle kolme kasutaja kümnest Kreekas (34%), Poolas (33%), Bulgaarias (32%), Ungaris (32%) ja Leedus (31%) eelistab otseülekandeid või otsevideoid. Seevastu Madalmaades jagab seda seisukohta umbes iga kümnes (11%) kasutaja.

Vähemalt kolmandik Küprose (38%), Rumeenia (38%) ja Tšehhi (33%) kasutajatest eelistab sotsiaalmeedias päevakajaliste küsimuste puhul teabevorminguna taskuhäälingsaateid. Lätis seevastu väljendab seda seisukohta 13% kasutajatest.

11% (Bulgaaria, Leedu ja Ungari) kuni 26% (Luksemburg) kasutajatest eelistab infograafikuid või graafikuid (animeeritud või mitte).

Taanis (22%) ja Rootsis (21%) eelistab üle viiendiku kasutajatest üldiselt, et teave päevakajaliste küsimuste kohta sotsiaalmeedias esitatakse uudiskirjadena (nt LinkedIni uudiskirjad, Substack). Seevastu Horvaatias (4 %), Lätis (6 %), Leedus (6 %), Slovakkias (7 %), Eestis (7 %) ja Tšehhis (8 %) jagab seda arvamust vähem kui iga kümnes kasutaja.

Q15 Millist järgmistest vormingutest eelistate üldiselt sotsiaalmeedias teabe saamiseks sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta? [Mitu vastust]

	Lühikesed tekstipõhis ed postitused (nt lühikese tekstiga pildid, olekuvärsk endused)	Lühikesed videod (nt TikTok, Instagram Reels, alla 1 minuti)	Keskmi se pikkuse ga videod (nt 1–5 minutit)	Pikemad videod (nt YouTube, üle 5 minuti)	Lood (nt Instagrami lood)	Pikemad tekstipõhi sed artiklid (nt artiklid, blogiposti tused)	Otseül ekande d või otsevid eod	Podcast id	Infograafik ud või diagrammi d (animeeritu d või mitte)	Uudiskirjad (nt LinkedIni uudiskirjad , Substack)
EL 27	46	41	39	35	26	25	24	24	19	15
BE	44	40	31	26	24	26	19	17	18	18
BG	47	33	36	31	18	22	32	26	11	10
CZ	45	39	34	36	27	23	27	33	13	8
DK	40	37	31	30	20	27	15	25	18	22
DE	49	42	37	37	28	28	21	24	23	20
EE	43	37	37	34	19	26	24	18	19	7
IE	37	51	36	31	31	17	22	27	16	16
EL	48	40	39	35	23	34	34	19	20	19
ES	40	46	39	41	26	26	23	30	17	12
FR	47	42	41	34	29	24	21	18	21	17
HR	49	39	41	27	21	18	25	24	14	4
IT	46	43	45	34	28	25	25	19	22	13
CY	51	52	42	23	26	25	29	38	19	15
LV	42	35	28	31	14	15	23	13	12	6
LT	35	27	35	41	15	27	31	19	11	6
LU	50	48	36	29	34	23	14	27	26	10
HU	48	34	38	32	17	26	32	29	11	10
MT	50	48	33	20	28	19	24	27	25	13
NL	44	33	33	28	18	22	11	19	21	17
AT	51	46	36	31	25	24	21	19	20	19
PL	46	39	37	35	28	26	33	26	20	11
PT	50	37	42	26	28	19	26	21	17	13
RO	44	48	48	44	23	27	27	38	14	16
SI	47	38	36	31	21	21	30	14	14	13
SK	44	34	33	30	21	24	28	30	14	7
FI	49	39	38	32	25	24	20	22	20	15
SE	43	37	33	32	27	26	17	21	14	21

Märkus: (Alguses...) Mida suurem on vastuse valimise proportsioon, seda tumedam sinine on lahter. Iga riigi kõrgeim vastus on esitatud tumesinises/valges kirjas. Vastused „muu“, „mitte ükski neist“ ja „ei tea“ ei ole esitatud.

(%), baasväärtus: n=14 380 – kasutab sotsiaalmeediat ja/või videoplatvorme teabe saamiseks sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta (Q4a)

Sotsiaaldemograafilised kaalutlused

Naised eelistavad meestest suurema tõenäosusega lühikesi tekstipõhiseid postitusi (48% vs. 43%) ja lugusid (nt Instagram Stories) (29% vs. 23%) kui sotsiaalmeedia vorme päevakajaliste küsimuste kohta teabe saamiseks. Mehed seevastu näitavad suurema tõenäosusega pikemaid videoid (nt YouTube, üle 5 minuti) (42% vs. 28%) ja pikemaid tekstipõhiseid artikleid (nt artiklid, blogipostitused) (28% vs. 23%).

Mida nooremad on kasutajad, seda tõenäolisemalt eelistavad nad lühivideoid (nt 60 % 15–24aastastest vs. 26 % 55aastastest ja vanematest) ja lugusid (nt Instagrami lood) (vastavalt 36 % vs. 15 %). Teisest küljest eelistavad 15–24aastased kasutajad vähem tõenäoliselt uudiskirju (9 % vs. 15–19%) ning otseülekandeid või -videoid (17 % vs. 23–29%). 25–39-aastased eelistavad podcaste suurema tõenäosusega kui kõik teised rühmad (29% vs. 20%–23%), samas kui see rühm ja 40–54-aastased eelistavad teistest vanuserühmadest suurema tõenäosusega pikemaid tekstipõhiseid artikleid (28% kummastki vs. 21%–24% muudest vanuserühmadest). Teisest küljest eelistavad 55-aastased ja vanemad rühmad vähem kui kõik teised vanuserühmad pikemaid videoid (31% vs 35%-38%) ja infograafikuid või diagramme (11% vs 18%-25%).

Mõningaid erinevusi täheldatakse ka hariduses. Endiselt õppivad kasutajad eelistavad teistest vanuserühmadest suurema tõenäosusega lühivideoid (57% vs. 36%–40%), lugusid (35% vs. 21%–26%) ja infograafikuid või graafikuid (27% vs. 12%–21%), kuid vähem tõenäoliselt otseülekandeid või otsevideoid (17% vs. 26% 16–19-aastastest või 20-aastastest ja vanematest hariduse omandanutest). Teisest küljest eelistavad need, kes lõpetasid oma hariduse 20-aastaselt või hiljem, tõenäolisemalt kui need, kes lõpetasid selle nooremas eas, ja need, kes alles õpivad, pikemaid tekstipõhiseid artikleid (29% vs. 18%–24%) ja uudiskirju (18% vs. 10–13%). Alla 15-aastased kasutajad eelistavad lühemaid tekstipõhiseid ametikohti vähem kui kõik teised haridustasemed (33% vs. 45%–49%).

6.2. Videosisu eelistused päevakajaliste küsimuste jaoks

Vastajatel, kes kasutasid sotsiaalmeediat ja/või platvorme teabe saamiseks päevakajaliste sotsiaalsete ja poliitiliste küsimuste kohta, paluti seejärel väljendada oma videosisu eelistusi seoses päevakajalise teabega sotsiaalmeedias.

Rohkem kui neli kasutajat kümnest eelistab videoid, milles uuritakse põhjalikult päevakajalisi küsimusi (47%), intervjuusid ekspertidega (nt akadeemikud või poliitikaanalüütikud) (44%) ja intervjuusid igapäevaste inimeste või kodanikega, keda probleem mõjutab (42%).

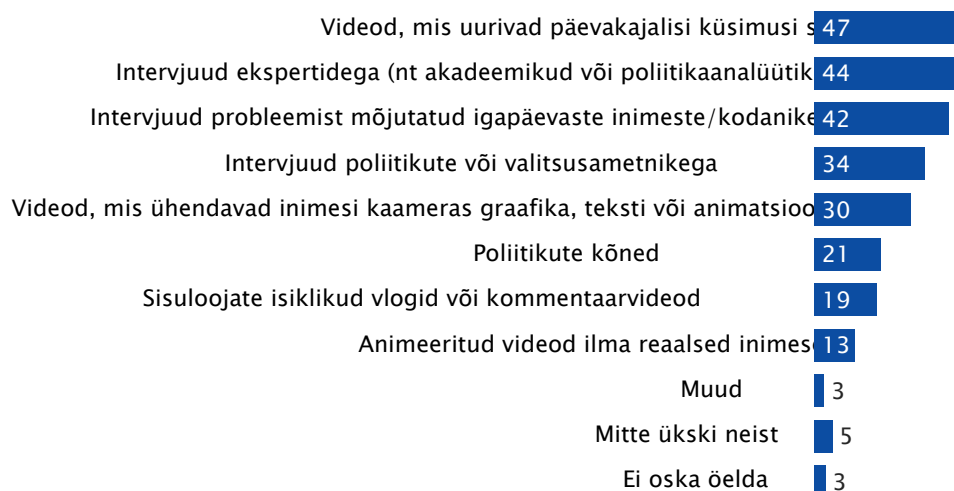
Veidi üle kolmandiku kasutajatest (34%) viitab intervjuudele poliitikute või valitsusametnikega ning kolm kümnest (30%) kasutajast märgib, et videod, mis ühendavad kaameras olevad inimesed graafika, teksti või animatsioonidega, on eelistatud videosisu tüübid päevakajaliste küsimuste kohta.

Väiksemates osakaaludes mainitakse seevastu poliitikute kõnesid (21%), sisuloojate isiklikke vloge või kommentaarvideoid (19%) ja animeeritud videoid ilma reaalsete inimesteta (13%).

Vähem kui üks kasutaja kümnest (5 %) ei eelista ühtegi sellist liiki sisu.

Küsimus 16. Millist järgmistest sisuliikidest eelistaksite sotsiaalmeedias sotsiaal- ja poliitilisi päevakajalisi küsimusi käsitlevate videote puhul?

[Mitu vastust]



(%) Baasväärtus: n=14 380 – kasutab sotsiaalmeediat ja/või videoplatvorme teabe saamiseks sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta (Q4a)

Riikidevahelised erinevused

Videod, mis uurivad päevakajalisi küsimusi põhjalikult, on 11 liikmesriigis sotsiaalmeedias päevakajalisi küsimusi käsitleva videosisu esirinnas. Suurim osakaal, kes eelistab sellist videosisu, on Leedus (56%), Itaalias (54%) ja Saksamaal (52%). Seevastu Belgias jagab seda seisukohta veidi üle kolmandiku kasutajatest (35%).

Üheksas liikmesriigis on intervjuud ekspertidega (nt akadeemikute või poliitikaanalüütikutega) kõige populaarsem videosisu liik, mida kasutajad eelistaksid sotsiaalmeedias: Bulgaaria (54%), Küpros (54%), Rumeenia (52%), Malta (51%), Poola (51%), Tšehhi (47%), Luksemburg (47%), Madalmaad (40%) ja Belgia (37%). Ka Eestis on esikohal intervjuud ekspertidega koos videotega, mis uurivad põhjalikult päevakajalisi küsimusi (48%).

Kasutajad seitsmes liikmesriigis nimetavad kõige sagedamini oma eelistatud videosisu liigina intervjuusid igapäevaste inimeste või kodanikega, keda see probleem mõjutab: Horvaatia (57%), Kreeka (55%), Iirimaa (49%), Slovakkia (47%), Rootsi (44%), Taani (42%) ja Läti (42%). Seda tüüpi videosisu on esikohal ka Küprosel (54%) koos ekspertidega tehtud intervjuudega. Kõige vähem kasutajaid valis seda tüüpi sisu Prantsusmaal (33%).

Poolas (43%), Rootsis (43%) ja Rumeenias (41%) viitab üle nelja kasutaja kümnest sellele, et sotsiaalmeedias on eelistatud videosisu liik intervjuud poliitikute või valitsusametnikega. Seevastu Belgias on umbes ühel kasutajal viiest sama seisukoht (26%).

Väiksem kasutajate osakaal kõigis liikmesriikides märgib, et nad eelistaksid mis tahes muud liiki videosisu päevakajaliste küsimuste kohta sotsiaalmeedias:

- Videod, mis ühendavad inimesi kaameras graafika, teksti või animatsioonidega: vastajate osakaal, kes eelistaksid seda videosisu liiki, jääb vahemikku 14 % Lätis ja 37 % Prantsusmaal;
- Poliitikute kõned: Lätis 8 % ja Rumeenias 30 % vahel;
- Sisuloojate isiklikud vlogid või kommentaarvideod: Prantsusmaal 11 % ja Rumeenias 34 % vahel;
- animeeritud videod ilma reaalsed inimesed: Lätis 7% ja Belgias 19% vahel.

Igas liikmesriigis mainib vähem kui üks kümnest vastajast, et nad ei eelistaks ühtegi sellist videosisu liiki.

Küsimus 16. Millist järgmistest sisuliikidest eelistaksite sotsiaalmeedias sotsiaal- ja poliitilisi päevakajalisi küsimusi käsitlevate videote puhul? [Mitu vastust]

	Videod, mis uurivad päevakajalisi küsimusi sügavuti	Intervjuud ekspertidega (nt akadeemikud või poliitikaanalütikud)	Intervjuud probleemist mõjutatud igapäevaste inimeste/kojanikega	Intervjuud poliitikute või valitsusametnikega	Videod, mis ühendavad inimesi kaameras graafika, teksti või animatsioonidega	Poliitilised kõned	Sisuloojate isiklikud vlogid või kommentaarvideod	Animeeritud videod ilma reaalsed inimesed
EL 27	47	44	42	34	30	21	19	13
BE	35	37	35	26	32	17	21	19
BG	51	54	50	32	28	10	21	10
CZ	41	47	45	37	19	26	20	13
DK	41	41	42	34	29	20	19	12
DE	52	39	42	40	28	26	20	14
EE	48	48	46	33	27	17	21	12
IE	40	40	49	38	30	19	24	14
EL	49	49	55	27	32	15	24	17
ES	49	42	42	31	31	17	24	13
FR	42	38	33	28	37	18	11	14
HR	44	48	57	29	27	14	17	8
IT	54	44	39	28	32	16	14	11
CY	45	54	54	36	31	15	20	10
LV	39	37	42	27	14	8	19	7
LT	56	51	41	35	17	15	18	10
LU	45	47	45	34	33	21	17	16
HU	51	50	44	38	20	23	18	9
MT	37	51	49	37	29	18	19	14
NL	37	40	36	29	33	15	16	14
AT	44	41	40	31	28	21	22	13
PL	44	51	43	43	32	25	21	11
PT	49	45	45	39	25	21	16	13
RO	43	52	49	41	28	30	34	13
SI	48	40	42	30	30	17	18	14
SK	46	42	47	35	19	19	19	8
FI	48	47	43	34	25	23	22	11
SE	36	41	44	43	26	24	24	10

Märkus: Mida suurem on vastuse valimise proportsioon, seda tumedam sinine on lahter. Iga riigi kõrgeim vastus on esitatud tumesinisises/valges kirjas. Vastused „muu“, „mitte ükski neist“ ja „ei tea“ ei ole esitatud.

(%), baasväärtus: n=14 380 – kasutab sotsiaalmeediat ja/või videoplatvormi teabe saamiseks sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta (Q4a)

Sotsiaaldemograafilised kaalutlused

Mehed nimetavad eelistatud videosisu liikidena tõenäolisemalt intervjuusid poliitikute või valitsusametnikega (37% vs. 31%), videoid, mis ühendavad kaameras viibivaid inimesi graafika, teksti või animatsioonidega (32% vs. 27%), ning poliitikute kõnesid (24% vs. 17%). Naised seevastu teatavad suurema tõenäosusega kalduvusest küsitleda igapäevaseid inimesi või kodanikke, keda probleem mõjutab (44% vs. 39%).

Mõningaid erinevusi videosisu eelistustes täheldatakse ka vanuse järgi. 55-aastased ja vanemad kasutajad (51%) eelistavad suurema tõenäosusega kui kõik teised vanuserühmad (42%–46%) videoid, milles uuritakse põhjalikult päevakajalisi küsimusi; see rühm eelistab 15–24aastastest suurema tõenäosusega ka intervjuusid ekspertidega (48% vs. 38%), intervjuusid probleemist mõjutatud igapäevaste inimeste või kodanikega (44% vs. 39%), intervjuusid poliitikute või valitsusametnikega (37% vs. 31%) ja poliitikute kõnesid (23% vs. 19%). Teisest küljest eelistavad 55-aastased ja vanemad kasutajad noorematest vanuserühmadest vähem videoid, mis ühendavad inimesi kaameras graafika, teksti või animatsioonidega (19% vs. 29%–39%), sisuloojate isiklikke vloge või kommentaarvideoid (13% vs. 20%–25%) ja animeeritud videoid ilma reaalse inimesteta (6% vs. 11%–18%).

Need, kes lõpetasid hariduse 20-aastaselt või hiljem, eelistavad tõenäolisemalt intervjuusid ekspertidega (50 vs. 32%–39%) ja intervjuusid poliitikutega (37% vs. 28%–33%); see rühm ja need, kes lõpetasid hariduse 16–19-aastaselt, eelistavad samuti suurema tõenäosusega videoid, mis uurivad põhjalikult päevakajalisi teemasid (mõlemad 47 % ja 49 % võrreldes 39 %ga). Kasutajad, kes alles õpivad, eelistavad teistest haridustasemetest tõenäolisemalt videoid, mis ühendavad inimesi kaameras graafika, teksti või animatsioonidega (41% vs 22%-32%), sisuloojate isiklikke vloge või kommentaarvideoid (26% vs 16%-19%) ja animeeritud videoid ilma reaalse inimesteta (19% vs 9%-13%). 16–19-aastased (24%) õpingud lõpetanud eelistavad suurema tõenäosusega kui kõik teised rühmad (17%–20%) poliitikute sõnavõtte. Kasutajad, kes on omandanud 15-aastase või noorema hariduse (10 %), märgivad suurema tõenäosusega kui kõik teised haridustasemed (3–6 %), et nad ei eelista ühtegi sellist liiki sisu.

7. ATTITUDES TOWARDS EL

7.1. Huvi ELi poliitika vastu

Vastajatele tutvustati preambulit: „Mõned inimesed jälgivad ELi poliitikas toimuvat, olenemata sellest, kas valimised toimuvad või mitte. Teised ei ole sellest huvitatud.“ Seejärel küsiti neilt, kas nad ütleksid, et jälgivad ELi poliitikas toimuvat.

Veidi üle kahe vastaja kümnest (22 %) märkis, et nad jälgivad „enamasti“ ELi poliitikas toimuvat, ning rohkem kui neli vastajat kümnest (44 %) märkis, et nad teevad seda „aeg-ajalt“. Veel viiendik (21%) vastanutest mainib „harva“ seda, mis toimub ELi poliitikas. Ligikaudu üks kümnest vastajast (11 %) vastab, et nad ei tee seda kunagi või peaaegu mitte kunagi.

Küsimus 23. Mõned inimesed jälgivad Euroopa Liidu poliitikas toimuvat, olenemata sellest, kas valimised toimuvad või mitte.

Teised ei ole sellest huvitatud.

Kas te jälgiksite, mis toimub Euroopa Liidu poliitikas?



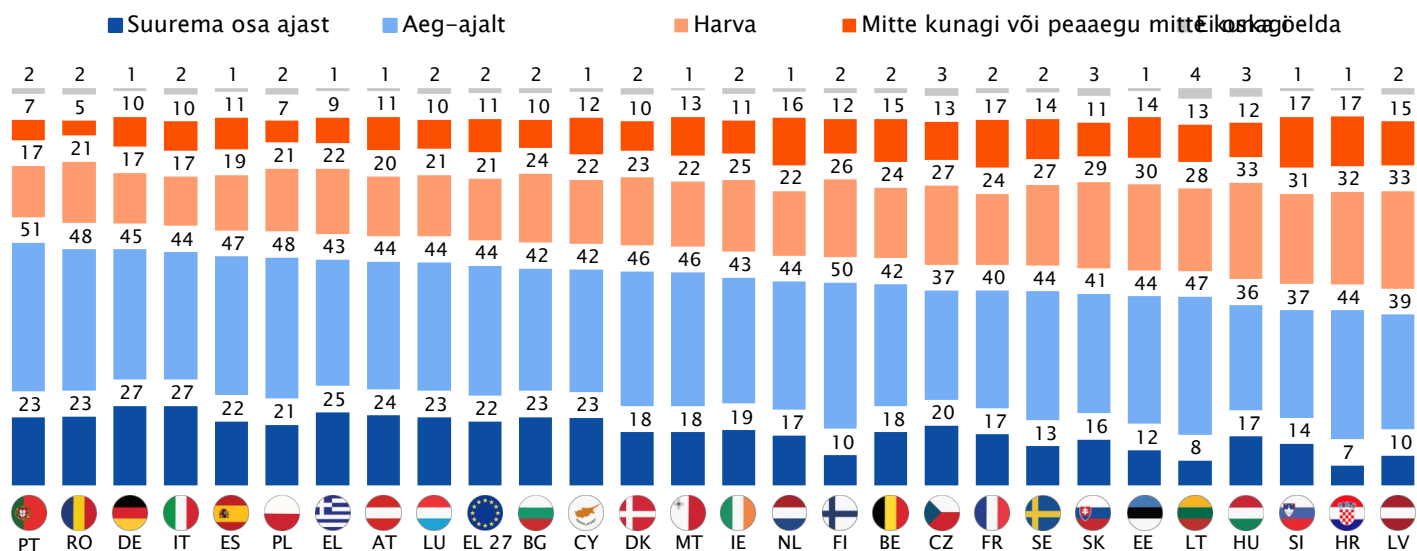
Riikidevahelised erinevused

Enamik liikmesriike, välja arvatud Läti (49 %), mainib, et nad jälgivad vähemalt aeg-ajalt ELi poliitikas toimuvat (st „aeg-ajalt“ ja „enamikul juhtudel“). Rohkem kui kaks kolmandikku vastanutest märkis seda Portugalis (74%), Saksamaal (72%), Rumeenias (72%), Itaalias (71%), Hispaanias (69%), Poolas (69%) ja Kreekas (68%).¹⁵

Lätis (33%), Ungaris (33%), Horvaatias (32%) ja Sloveenias (31%) teatas veidi üle kolme vastanu kümnest, et nad jälgivad ELi poliitikas toimuvat „harva“. Seevastu Saksamaal (17%), Itaalias (17%), Portugalis (17%) ja Hispaanias (19%) mainib seda vähem kui kaks vastajat kümnest. Suurim osa vastajatest, kes vastasid, et nad „ei ole kunagi või peaaegu mitte kunagi“ järgivad ELi poliitikas toimuvat, on Prantsusmaal (17%), Horvaatias (17%), Sloveenias (17%) ja Madalmaades (16%). See seisukoht on seevastu kõige vähem levinud Rumeenias (5 %), Poolas (7 %) ja Portugalis (7 %).

¹⁵ Ümardamise tõttu võib juhtuda ka see, et eraldi vastusevariantide protsendid ei vasta täpselt tekstis nimetatud kogusummadele.

Küsimus 23. Mõned inimesed jälgivad Euroopa Liidu poliitikas toimuvat, olenemata sellest, kas valimised toimuvad või mitte. Teised ei ole sellest huvitatud. Kas te jälgiksite, mis toimub Euroopa Liidu poliitikas?



(%) Baasväärtus: n=26 121 - kõik vastajad

Sotsiaaldemograafilised kaalutlused

Mehed teatavad suurema tõenäosusega kui naised sellest, mis toimub ELi poliitikas „enamasti“ (26 % vs. 18 %); teisest küljest mainivad naised oma kolleegidest suurema tõenäosusega „mitte kunagi või peaaegu mitte kunagi“ (14% vs. 9%).

Tõenäosus, et ELi poliitikas toimuvat jälgitakse „enamasti“, on suurim

55-aastaste ja vanemate hulgas (26% vs 15%–21%). Seevastu 55-aastased ja vanemad vastajad (18%) mainivad ELi poliitikas toimuvat „harva“ vähem kui kõik nooremad rühmad (22%–25%).

Vanemad vastajad olid hariduse omandamise ajal seda tõenäolisemad, et nad teatavad „enamasti“ ELi poliitika järgimisest: 16 %-lt 15-aastastest või noorematest hariduse omandanutest 25 %-le 20-aastastest ja vanematest hariduse omandanutest. Vastajad, kes alles õpivad (48%), ja need, kes on omandanud hariduse vähemalt 20-aastaselt (46%), teatavad sellest „aeg-ajalt“ suurema tõenäosusega kui need, kes omandasid hariduse nooremas eas (39%–42%). Teisest küljest märgivad 15-aastased või nooremad vastajad (17 %) suurema tõenäosusega kui kõik teised haridustasemed (9–13 %), et nad ei tee seda kunagi või ei tee seda peaaegu kunagi.

7.2. ELi liikmesuse tajutav tähtsus

Vastajatel paluti hinnata, kui oluline on, et nende riik oleks ELi liikmesriik skaalal 1–10, kus 1 tähendab „ei ole üldse oluline“ ja 10 tähendab „äärmiselt oluline“.

Kogu ELis peab ligikaudu kaks kolmandikku (66%) vastanutest oma riigi liikmesust oluliseks (punktid 8–10) ja 15% peab seda vähetähtsaks (punktid 1–4). Vähem kui kaks vastajat kümnest (16 %) valisid skaalal mõõdukama seisukoha (punktid 5–6 „Ei ole oluline ega ebaoluline“).

Riikidevahelised erinevused

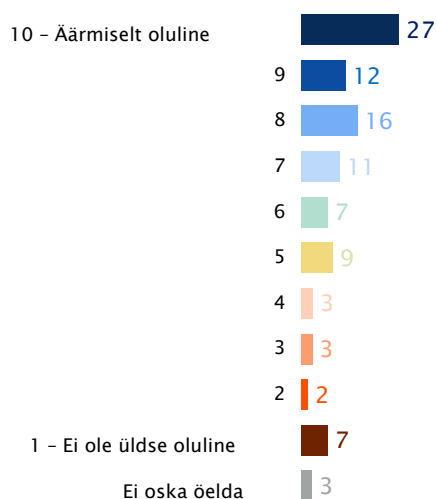
Kõigis liikmesriikides peale ühe (Tšehhi) peab enamik vastanutest oma riigi ELi liikmesust oluliseks (punktid 8–10), kusjuures selle enamuse suhteline suurus ulatub 55 %-st Austrias 82 %-ni Portugalis. Seevastu 45 % Tšehhi vastanutest jagab seda seisukohta.

Nende vastajate osakaal, kes väljendasid olulisuse skaala suhtes mõõdukamat seisukohta (punktid 5–6), varieerub ligikaudu ühest kümnest vastajast Rumeenias (10 %), Luksemburgis (11 %) ja Portugalis (11 %) ligikaudu neljandikuni Tšehhis (24 %).

Kõige suurem osa vastanutest pidas oma riigi ELi liikmesust vähetähtsaks (punktid 1–4) Tšehhis (28%), Austrias (24%) ja Bulgaarias (24%). Seevastu Portugalis (5 %), Luksemburgis (8 %), Rumeenias (8 %) ja Leedus (9 %) jagab seda seisukohta vähem kui iga kümnes vastaja.

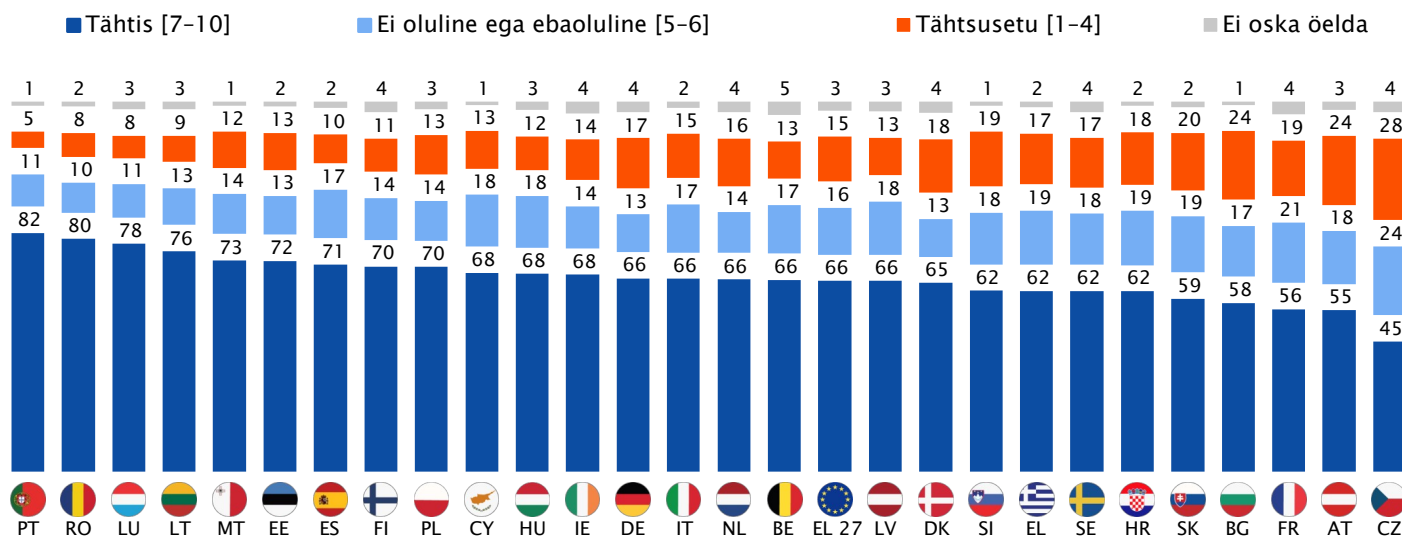
Q20 Kui oluline on teie jaoks see, et (RIIK) on Euroopa Liidu liikmesriik?

Palun kasutage skaalat 1–10, kus 1 tähendab „ei ole üldse oluline“ ja 10 tähendab „väga oluline“.



(%) Baasväärtus: n=26 121 – kõik vastajad

Q20 Kui oluline on teie jaoks see, et (RIIK) on Euroopa Liidu liikmesriik? Palun kasutage skaalat 1–10, kus 1 tähendab „ei ole üldse oluline“ ja 10 tähendab „väga oluline“.



(%) Baasväärtus: n=26 121 – kõik vastajad

Sotsiaaldemograafilised kaalutlused

Järgmised sotsiaaldemograafilised rühmad peavad oma riigi liikmesust suurema tõenäosusega oluliseks (punktid 7–10):

- 55-aastased ja vanemad vastajad (69% vs 62%–64% kõigist teistest vanuserühmadest);
- 20-aastased ja vanemad vastajad (71% vs 56%–62% muust haridustasemest).

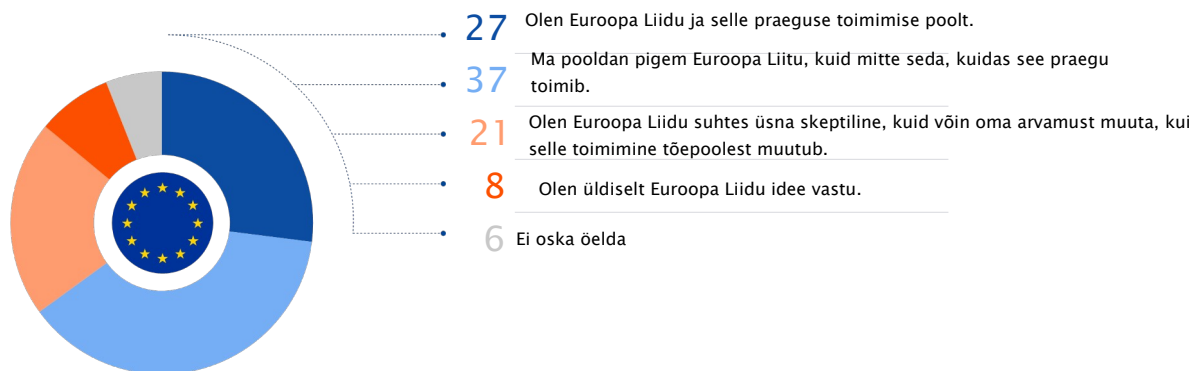
Seevastu järgmised sotsiaaldemograafilised rühmad peavad oma riigi liikmesust mõnevõrra suurema tõenäosusega vähetahtsaks (punktid 1–4):

- mehed (17% vs 14% naistest);
- 40–54-aastased vastajad (vs nt 13% 15–24-aastastest)
- 19-aastased või nooremad vastajad (17% võrreldes 14%-ga 20-aastastest ja vanematest ning 13%-ga nendest, kes alles õpivad).

7.3. Soodne kohtlemine ELi suhtes

Üle kuue vastanu kümnest pooldab üldiselt ELi: 27% pooldab ELi ja selle praegust toimimist; 37% pooldab pigem ELi, kuid mitte seda, kuidas see praegu toimib. Umbes viiendik (21%) vastanutest on ELi suhtes üsna skeptilised, kuid võivad oma arvamust muuta, kui selle toimimisviis tõepoolest muutub. Vähem kui üks kümnest vastajast (8 %) on ELi idee vastu üldiselt.

Küsimus 21. Milline järgmistest väidetest Euroopa Liidu kohta on Teie arvamusele kõige lähemal?



(%) Baasväärtus: n=26 121 – kõik vastajad

Riikidevahelised erinevused

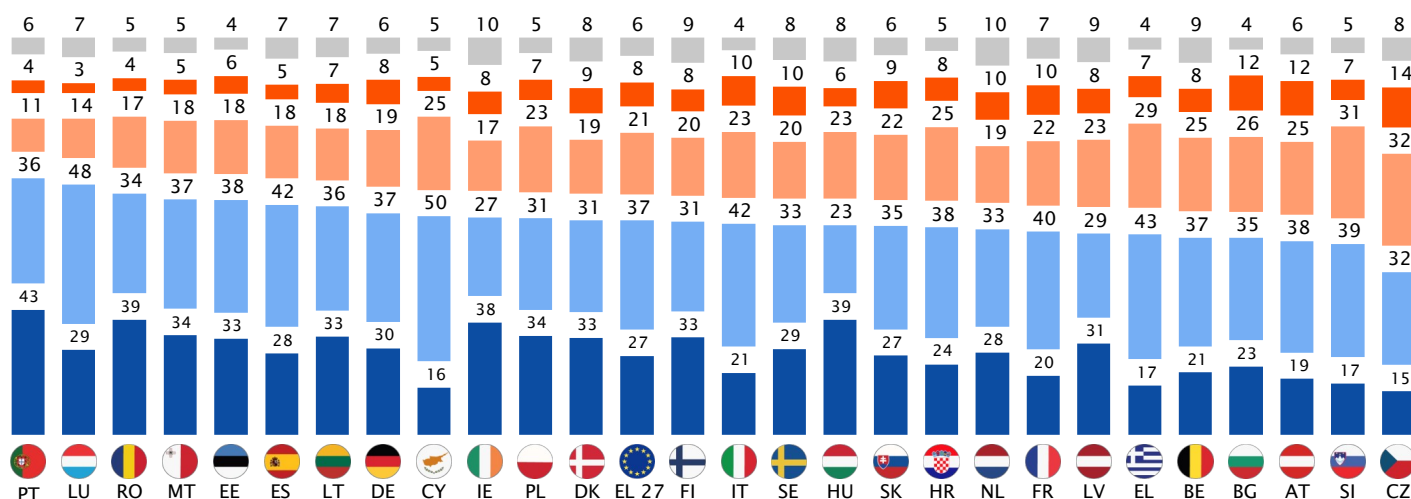
Üldiselt ELi pooldavate vastajate osakaal saavutab enamuse kõigis liikmesriikides peale ühe (Tšehhi, kus see näitaja on 47 %). Märkimisväärne on aga see, et ELile ja selle praegusele toimimisviisile antav toetus ei saavuta üheski liikmesriigis kunagi enamust ning ulatub 15 %-st Tšehhis 43 %-ni Portugalis. Teisest küljest on nende vastajate osakaal, kes väidavad, et nad pooldavad pigem ELi, kuid mitte seda, kuidas see praegu toimib, vahemikus 23 % Ungaris ja 50 % Küprosel.

Vähemalt kolm vastajat kümnest Tšehhis (32%) ja Sloveenias (31%) on ELi suhtes üsna skeptilised, kuid võivad oma arvamust muuta, kui selle toimimine tõepoolest muutub. Seevastu Portugalis jagab seda seisukohta umbes iga kümnes vastaja (11 %).

Nende vastajate osakaal, kes on üldiselt ELi idee vastu, jääb alla 10 % kõigis liikmesriikides peale seitsme: Tšehhi (14 %), Austria (12 %), Bulgaaria (12 %), Madalmaad (10 %), Prantsusmaa (10 %), Itaalia (10 %) ja Rootsi (10 %). Teisest küljest on väikseimad osakaalud, mis viitavad vastuseisule, Luksemburgis (3 %).

Küsimus 21. Milline järgmistest väidetest Euroopa Liidu kohta on Teie arvamusele kõige lähemal?

- Olen Euroopa Liidu ja selle praeguse toimimise poolt.
- Ma pooldan pigem Euroopa Liitu, kuid mitte seda, kuidas see praegu toimib.
- Olen Euroopa Liidu suhtes üsna skeptiline, kuid võin oma arvamust muuta, kui selle toimimine tõepoolest muutub.
- Olen üldiselt Euroopa Liidu idee vastu.
- Ei oska öelda



(%) Baasväärtus: n=26 121 – kõik vastajad

Sotsiaaldemograafilised kaalutlused

15–24-aastased vastajad (31%) pooldavad suurema tõenäosusega kui kõik teised vanuserühmad (24%–28%) ELi ja selle praegust toimimist; see rühm (17 %) teatab tõenäoliselt ka teistest vanuserühmadest (21–23 %), et on ELi suhtes üsna skeptiline, kuid soovib oma arvamust muuta, kui selle toimimisviis tõepoolest muutub. Seevastu 40–54-aastased vastajad on kõigist teistest rühmadest suurema tõenäosusega ELi idee vastu üldiselt (11 % vs. 5–8 %).

Mis puudutab haridust, siis 20-aastased või vanemad vastajad (29%) ja need, kes alles õpivad (31%), teatavad suurema tõenäosusega kui need, kes lõpetasid hariduse nooremas eas (19%–24%), et nad pooldavad ELi ja selle praegust töökorraldust. Vastajad, kes on omandanud 20-aastase või vanema hariduse, on samuti suurema tõenäosusega kui kõik teised haridustasemed, kui mainida, et nad pooldavad pigem ELi, kuid mitte seda, kuidas see praegu toimib (40 % vs. 32–36 %). Seevastu vastajad, kes on omandanud hariduse vanuses 15–19 aastat või vanuses 16–19 aastat, märgivad teistest haridustasemetest suurema tõenäosusega, et nad on ELi suhtes üsna skeptilised, kuid soovivad oma arvamust muuta, kui selle toimimine tegelikult muutub (vastavalt 28 % ja 22 % vs 18–20 %), ning märgivad, et nad on vastu ELi ideele üldiselt (11 % ja 10 % vs 5–7 %).

7.4. Enamik usaldusväärseid üksusi

Kui küsiti nende usalduse kohta eri üksuste vastu, märkis üle nelja vastanu kümnest, et nad usaldavad kõige rohkem sõpru ja perekonda (45%); Samasugust osakaalu täheldatakse teadlaste puhul (45%).

Üks viiest kuni üks kümnest vastajast teatas, et usaldab kõige rohkem kooliõpetajaid või ülikooli õppejõude (17%), ajakirjanikke (13%), avaliku sektori asutusi (13%), valitsusväliseid organisatsioone (11%) ja meediat (10%). Väiksemad aktsiad usaldavad kõige rohkem mis tahes muud üksust: eraettevõtted (6 %), poliitikud (5 %), mõjutajad või sisuloojad (4 %) või muud (3 %).

Eelkõige teatas üks kümnest (10 %) vastajast, et nad ei usalda ühtegi neist loetellu kantud üksustest kõige rohkem.

Q22 Millist järgmistest usaldate kõige rohkem?

[Mitu vastust]



(%) Baasväärtus: n = 26 121 – kõik vastajad

Riikidevahelised erinevused

Enamiku liikmesriikide vastajad nimetavad kõige sagedamini sõpru ja perekonda kõige usaldusväärsemaks rühmaks; see kehtib näiteks Horvaatia (54%), Sloveenia (53%), Iirimaa (53%), Tšehhi (53%), Kreeka (52%) ja Küprose (50%) kohta.

Kõige rohkem reageerisid teadlased Hispaanias (54%), Eestis (52%), Itaalias (52%), Luksemburgis (52%), Belgias (45%), Madalmaades (45%) ja Leedus (42%).

Umbes viiendiku või vähemate vastajate väiksem osakaal näitab, et mis tahes muu üksus on kõige usaldusväärsem:

- Kooliõpetajad või ülikooli õppejõud: osakaal ulatub 9 %-st Saksamaal ja Lätis 26 %-ni Kreekas;
- Ajakirjanikud: 6 %-lt Kreekas 22 %-le Madalmaades;
- Avaliku sektori asutused: 5 %-lt Küprosel 24 %-le Rootsis;
- valitsusvälised organisatsioonid: 4 %-lt Sloveenias 22 %-le nii Ungaris kui ka Maltal;
- Meedia: 3 %-lt Kreekas 20 %-le Portugalis;
- Eraettevõtted: 3 %-lt Horvaatias, Küprosel, Luksemburgis, Ungaris ja Soomes 8 %-le Taanis;
- Poliitikud: 1 %-lt Küprosel 9 %-le Rootsis;
- Mõjutajad/sisuloojad: 1 %-lt Luksemburgis 7 %-le Bulgaarias, Tšehhis ja Kreekas.

Osa vastanutest, kes jäid vahemikku 5 % (Soomes ja Rootsis) kuni 17 % (Küproses), ei pidanud ühtegi neist kõige usaldusväärsemaks.

Q22 Millist järgmistest usaldade kõige rohkem? [Mitu vastust]

	Sõbra d ja perek ond	Teadl ased	Kooliõpet ajad / ülikooli õppejõud	Ajakirjan ikud	Avaliku sektori asutuse d	valits usväl ised orga nisat sioo nid	Mee dia	Eraettev õtted	Poliitiku d	Mõjutaja d / sisulooja d	Muu d	Mitt e üksk i neis t
U27	45	45	17	13	13	11	10	6	5	4	3	10
BE	36	45	19	18	9	8	14	6	4	5	2	8
BG	41	38	19	14	13	12	16	4	4	7	6	12
CZ	53	37	10	8	10	10	9	6	5	7	4	8
DK	44	42	14	11	13	6	11	8	8	2	2	7
DE	48	44	9	13	16	8	10	6	5	4	3	12
EE	50	52	14	11	17	6	13	5	5	4	2	6
IE	53	35	19	17	14	7	11	5	7	6	2	6
EL	52	46	26	6	9	5	3	4	5	7	3	10
ES	51	54	19	11	11	13	12	6	4	5	2	6
FR	42	41	19	12	11	14	8	7	4	3	2	13
HR	54	43	14	8	7	18	6	3	2	3	3	9
IT	38	52	21	11	15	13	6	7	5	3	3	11
CY	50	48	18	7	5	5	7	3	1	4	3	17
LV	47	30	9	12	14	5	13	4	3	4	2	11
LT	40	42	11	11	14	9	16	4	2	4	3	12
LU	46	52	16	19	21	9	10	3	3	1	2	7
HU	49	35	14	8	6	22	7	3	3	6	4	12
MT	45	32	21	19	11	22	10	4	7	4	3	7
NL	42	45	13	22	11	6	11	4	6	3	3	9
AT	44	41	17	11	18	6	11	4	5	5	2	11
PL	41	41	19	16	10	12	11	6	4	4	2	13
PT	48	44	24	17	11	13	20	4	2	3	2	6
RO	46	43	20	15	10	10	11	7	4	5	3	9
SI	53	43	15	7	10	4	7	7	2	4	3	12
SK	37	37	13	13	13	9	13	5	6	4	4	14
FI	48	47	14	9	20	11	12	3	5	5	3	5
SE	48	46	15	15	24	10	11	5	9	3	2	5

Märkus: Mida suurem on vastuse valimise proportsioon, seda tumedam sinine/oranž on lahter. Iga riigi kõrgeim vastus on esitatud tumesinises/valges kirjas. Vastust „ei tea“ ei kuvata.

(%), baasväärtus: n=26 121 – kõik vastajad

Sotsiaaldemograafilised kaalutlused

Mehed usaldavad teadlasi suurema tõenäosusega kui naised (47% vs 42%).

Mõningaid erinevusi täheldatakse ka vanuse järgi. Nimelt suureneb vanusega usaldus teadlaste vastu (39%-lt 15–24-aastastest vastajatest 48%-le 55-aastastest ja vanematest), nagu ka kalduvus mitte usaldada ühtegi loetletud üksust (6%-lt 15–24-aastastest 12%-le 55-aastastest ja vanematest). Seevastu usaldus mõjutajate ja sisuloojate vastu väheneb vanusega (8%-lt 15–24-aastastest kuni 1%-ni 55-aastastest ja vanematest).

Vastajad, kes lõpetasid hariduse 20-aastaselt või hiljem (51%), usaldavad teadlasi suurema tõenäosusega kui need, kes lõpetasid hariduse nooremas eas (37%–41%) ja need, kes alles õpivad (44%). Vastajad, kes alles õpivad, usaldavad suurema tõenäosusega enamikku kooliõpetajaid või ülikooli õppejõude (24% vs. 12–18%) ja valitsusväliseid organisatsioone (13% vs. 8%–12%). See rühm on ka vähem tõenäoline kui need, kes lõpetasid oma hariduse, et näidata, et nad usaldavad kõige rohkem ühtegi neist (6% vs 9%-13%).

Märkused

(Pierre Dieumegard)

Kahju, et puuduvad arvuliste väärtuste tabelid sotsiaaldemograafiliste aspektide kohta. See oleks lihtsustanud vanuse või sotsiaalse kategooria erinevuste tähenduse mõistmist.

Vestlusrobotid ei ole (veel) muutunud oluliseks teabeallikaks (Q4a): 6 % Prantsusmaal ja 17 % Küprosel. Minu isiklik kogemus keskkooliõpilastega näitab siiski, et alla 15-aastaste noorte seas on juturobotitega konsulteerimine väga levinud.

Tehnilised spetsifikatsioonid

11.–18. juunil 2025 korraldas Ipsos Euroopa Parlamendi kommunikatsiooni peadirektoraadi taotlusel Eurobaromeetri kiiruuringu FL014EP. Eurobaromeetri kiiruuring hõlmab ELi kodanikke, Euroopa Liidu ühe 27 liikmesriigi elanikke ning 15-aastaseid ja vanemaid.

Kõik intervjuud viidi läbi arvutipõhise veebiintervjuu (CAWI) kaudu, kasutades Ipsose veebipaneele ja nende partnerite võrgustikku. Vastajad valiti veebipõhistest juurdepääsupaneelidest, eelvárvatud isikute rühmadest, kes on nõustunud teadusuuringutes osalema. Proovivõtukvoot kehtestati vanuse (15–24aastased, 25–34aastased, 35–49aastased, 55–64aastased ja üle 65aastased), soo ja geograafilise piirkonna (NUTS1, NUTS2 või NUTS 3, olenevalt riigi suurusest ja NUTSi piirkondade arvust) alusel.

Veamäär

Uuringutulemuste suhtes kohaldatakse proovivõtul lubatud hälbeid. Veapiir mõõdab ebakindlust uuringu tulemuste suhtes (või nende usaldusväärsust). Üldjuhul, mida rohkem küsitlusi läbi viiakse (valimi suurus), seda väiksem on veamäär. 500-liikmelise valimi veamäär ei ületa 4,4 protsendipunkti ja 1000-liikmelise valimi veamäär ei ületa 3,1 protsendipunkti.

Proovivõtu lubatud hälvetest tulenevad statistilised hälbed

(95 % usaldusnivoo juures)

	erinevad valimi suurused on ridades			erinevad täheldatud tulemused on veergudes			
	5 %	10 %	25 %	50 %	75 %	90 %	95 %
n = 50	±6,0	±8,3	±12,0	±13,9	±12,0	±8,3	±6,0
n = 100	±4,3	±5,9	±8,5	±9,8	±8,5	±5,9	±4,3
n = 200	±3,0	±4,2	±6,0	±6,9	±6,0	±4,2	±3,0
n = 500	±1,9	±2,6	±3,8	±4,4	±3,8	±2,6	±1,9
n = 1000	±1,4	±1,9	±2,7	±3,1	±2,7	±1,9	±1,4
n = 1500	±1,1	±1,5	±2,2	±2,5	±2,2	±1,5	±1,1
n = 2000	±1,0	±1,3	±1,9	±2,2	±1,9	±1,3	±1,0

	Intervjuude arv	Välitööde kuupäevad	Populatsioon 15+ (absoluutarvud)	Üle 15-aastane elanikkond (% EL 27 elanikkonnast)
EL 27	26121	11.06.2025-18.06.2025	383 603 764	100,00 %
BE	1010	11.06.2025-17.06.2025	9 892 796	2.58%
BG	1011	11.06.2025-17.06.2025	5 534 456	1.44%
CZ	1036	11.06.2025-17.06.2025	9 172 797	2.39%
DK	1036	11.06.2025-18.06.2025	5 022 981	1.31%
DE	1038	11.06.2025-18.06.2025	71 818 299	18.72%
EE	1023	11.06.2025-18.06.2025	1 154 359	0.30%
IE	1017	11.06.2025-17.06.2025	4 338 938	1.13%
EL	1044	11.06.2025-18.06.2025	9 041 201	2.36%
ES	1039	11.06.2025-17.06.2025	42 189 318	11.00%
FR	1037	11.06.2025-16.06.2025	56 855 864	14.82%
HR	1014	11.06.2025-18.06.2025	3 319 752	0.87%
IT	1058	11.06.2025-16.06.2025	51 784 963	13.50%
CY	506	11.06.2025-17.06.2025	818 909	0.21%
LV	1032	11.06.2025-18.06.2025	1 579 066	0.41%
LT	1005	11.06.2025-18.06.2025	2 467 008	0.64%
LU	504	11.06.2025-17.06.2025	566 303	0.15%
HU	1000	11.06.2025-17.06.2025	8 199 448	2.14%
MT	500	11.06.2025-17.06.2025	493 961	0.13%
NL	1085	11.06.2025-17.06.2025	15 228 902	3.97%
AT	1020	11.06.2025-18.06.2025	7 842 929	2.04%
PL	1005	11.06.2025-17.06.2025	31 082 980	8.10%
PT	1018	11.06.2025-17.06.2025	9 275 958	2.42%
RO	1040	11.06.2025-17.06.2025	16 034 437	4.18%
SI	1009	11.06.2025-17.06.2025	1 811 104	0.47%
SK	1023	11.06.2025-17.06.2025	4 557 290	1.19%
FI	1008	11.06.2025-17.06.2025	4 771 619	1.24%
SE	1003	11.06.2025-17.06.2025	8 748 126	2.28%

KÜSIMUSED

[KÕIK]

Q1 Kui sa saad kokku sõprade või sugulastega, siis kui tihti, kui üldse, sa arutleda ühiskondlike ja poliitiliste aktuaalsete küsimuste üle?

[Üks vastus]

Sageli 1

Aeg-ajalt 2

Mitte kunagi 3

Ei oska öelda 998

[KÕIK]

2. küsimus Millist järgmistest sotsiaalsetest ja poliitilistest päevakajalistest teemadest te üldiselt järgite?

Või pöörata tähelepanu? Palun valige kõik sobivad variandid.

[Mitmehäälelised]

[RANDOMISE ITEMS 1–10]

Välispoliitika ja kaubandus 1

Majanduse toetamine ja töökohtade loomine 2

Kliimamuutuste vastased meetmed 3

Rahvatervis ja tervishoiusüsteemid 4

Vaesuse vähendamine ja sotsiaalne kaasatus 5

Ränne ja varjupaik 6

Demokraatia ja õigusriik 7

ELi kaitse ja julgeolek 8

Põllumajandus ja toiduga kindlustatus 9

ELi autonoomia tööstuse ja energia valdkonnas 10

muud 11

Mitte ükski neist 12

[KÕIK]

Q3 Kui sageli kasutate järgmisi allikaid, et jälgida sotsiaal- ja

Poliitilised päevakajalised küsimused?

[Üks vastus liini kohta]

Avaldused

Traditsiooniline meedia (telejaamade, ajalehtede, raadiojaamad jne)

Muud digitaalsed allikad (nt sotsiaalmeedia, video- või voogedastusplatvormid, blogid, veebipõhised uudisteportaalid jne)

RESPONSE SCALE

Rohkem kui 10 korda päevas 1

2–10 korda päevas 2

Üks kord päevas 3

Mitu korda nädalas 4

Üks kord nädalas 5

Harvem kui kord nädalas 6

Ärge kunagi jälgige seda tüüpi sisu aktiivselt 7

Ei oska öelda 998

[KÕIK]

Q4a Milliseid järgmistest allikatest kasutate teabe saamiseks sotsiaalsete ja

Poliitilised päevakajalised küsimused? Palun valige kõik sobivad variandid.

[Mitmehäälelised]

[RANDOMISE ITEMS 1–10]

TV 1

Raadio 2

Trükitud ajalehed ja ajakirjad või nende veebiversioonid 3

Otsingumootorid (nt Google Search või Bing) 4
Videoplatvormid (nt YouTube jne) 5
Podcastid 6
Sotsiaalmeedia platvormid (nt Instagram, TikTok, Facebook, X jne) 7
Tehisintellekti juturobotid (nt Chat GPT, Google Gemini, Perplexity jne) 8
Kooliõpetajad või ülikooli õppejõud 9
Sõbrad, perekond, kolleegid 10
muud 11
Ma ei otsi selle teema kohta mingit teavet 12
Ei oska öelda 998

[Ärge küsige, kui Q4a = 12 VÕI 998 VÕI 11 (kui on ainult valitud)]
Q4b Milline neist meediakanalistest, kui üldse, on muutunud olulisemaks teid viimase aasta jooksul, et saada teavet sotsiaalse ja poliitilise hetkeolukorra kohta Asjad?

[Mitmehäälelised]
[Näita ainult Q3a-s kirjeldatud esemeid]

TV 1
Raadio 2
Trükitud ajalehed ja ajakirjad või nende veebiversioonid 3
Otsingumootorid (nt Google Search või Bing) 4
Videoplatvormid (nt YouTube jne) 5
Podcastid 6
Sotsiaalmeedia platvormid (nt Instagram, TikTok, Facebook, X jne) 7
Tehisintellekti juturobotid (nt Chat GPT, Google Gemini, Perplexity jne) 8
Kooliõpetajad või ülikooli õppejõud 9
Sõbrad, perekond, kolleegid 10
Ükski neist ei ole muutunud olulisemaks 12
Ei oska öelda 998

[ASK IF Q4a = 5 VÕI 7]
Q5 Ja millisest sotsiaalmeediast ja platvormidelt saate teavet Sotsiaalsed ja poliitilised päevakajalised küsimused? Palun valige kõige olulisemad Sinu jaoks isiklikult.

[Mitmehäälelised]
[RANDOMISE 1–12]

WhatsApp 1
Facebook 2
YouTube 3
Lõimed 4
Instagram 5
X (Twitter) 6
TikTok 7
LinkedIn 8
Snapchat 9
Telegramm 10
Bluesky 11
Reddit 12
Muud 13
Ei oska öelda 998

[KÕIK]

K6. Mil määral nõustute või ei nõustu järgmiste väidetega? avaldused?

[Üks vastus liini kohta]
Avaldused

[ASK IF Q3a IS EQUAL TO 5 OR 7] Otsin aktiivselt teavet järgmise kohta:

Sotsiaalsed ja poliitilised päevakajalised küsimused sotsiaalmeedias

Sotsiaalmeediat sirvides loen mõnikord sotsiaalset või poliitilist teavet
et olen kohanud juhuslikult, kuigi ma ei otsinud aktiivselt
selle eest

2

RESPONSE SCALE

Nõustun täielikult 1
Nõustun 2
Väidab, et ei nõustu 3
Ei nõustu üldse 4
Ei oska öelda 998

[KÕIK]

Q7 Millisel järgmistest viisidest, kui üldse, te suhtlete sotsiaalsete ja
Poliitiline sisu sotsiaalmeedias?

[Mitmehäälelised]
[RANDOMISE 1–6]

Minu kanali(te) sisu lugemine või vaatamine 1
Meeldib või reageerib postitustele 2
Kommentaar postituste kohta 3
Jaga teiste postitusi minu profiilil või lugusid 4
Jagage sisu otsesõnumite või privaatvestluste kaudu 5
Looge ja postitage oma algne sisu (nt mõtted/arvamused teemadel) 6
Muud 7
Ma ei tegele sellise sisuga üldse 8
Ei oska öelda 998

[KÕIK]

Q8 Millist järgmistest, kui üldse, jälgite aktiivselt sotsiaalmeedias (nt
jälgides nende raamatupidamist või kontrollides korrapäraselt nende söötasid)?

[Mitmehäälelised]
[RANDOMISE 1–3, 4–5, 6–7, 8–9 (+ plokkide sees)]

Riiklikud poliitikud 1
Kohalikud poliitikud 2
ELi tasandi poliitikud 3
[Rahvusvaheline] Valitsus 4
Kohalik/omavalitsus 5
Euroopa Liidu institutsioonid 6
Rahvusvahelised organisatsioonid (nt NATO, ÜRO) 7
Riigi tasandi erakonnad 8
ELi tasandi erakonnad 9
Mitte ükski neist kümnest

[Kinnitage, kui Q8 ei ole 10]

Küsimus 9 Sotsiaalmeedias esitatud küsimuses märkisite, et järgite: [Näita seda]

TÄHELEPANU VII KÄESOLEVA TÄHELEPANU KÄESOLEVA TÄHELEPANU KÄESOLEVALE TÄHELEPANULE: 1) ELi
institutsioonid; (2) EL-

tase POLITICIANS; (3) rahvusvahelised organisatsioonid; (4) RANDOMISE
muud]. Mil määral nõustute järgmise väitega: „Jälgin
seda liiki sotsiaalmeediakonto, sest ...“:

[Üks vastus liini kohta]

AVALDUSED [RANDOMISE ITEMS 1-4]

Nad on usaldusväärsed

...need aitavad mul mõista päevakajalisi asju

...need aitavad mul mõista, mida ma saan probleemide korral ette võtta

...need annavad ajakohast teavet praeguste sündmuste kohta
RESPONSE SCALE

Nõustun täielikult 1
Mõnevõrra nõus 2
Ei nõustu ega ei nõustu 3
Mõnevõrra ei nõustu 4
Ei nõustu üldse 5
Ei oska öelda 998

[Kinnitage, kui Q8 ei ole 6]
Q10 Te mainisite, et te ei jälgi sotsiaalmeedias ühtegi ELi institutsiooni. Mis on
Kas need on selle peamised põhjused?
[MÄRKUS 3 ANSWERS ALLOWED]
[RANDOMISE 1–8]

Ma ei teadnud, et ELi institutsioonidel on sotsiaalmeedia kontod 1
Ma ei ole kunagi kaalunud nende järgimist 2
Ma ei usalda ELi institutsioonidelt saadud teavet 3
Eelistan saada teavet ELi kohta muudest allikatest 4
Ma leian, et nende sisu ei puutu minusse või on minu jaoks ebaoluline 5
Ma väldin üldiselt poliitiliste või institutsiooniliste kontode jälgimist 6
Nende sisu on minu jaoks liiga tehniline või formaalne, et sellest kergesti aru saada 7
ELi institutsioonid ei postita minu eelistatud keeles 8
Muud 9
Ei oska öelda 998

[Kinnitage, kui Q8 ei ole 6]
Q11 Mis paneks teid tõenäolisemalt järgima Euroopa Liidu (EL) institutsiooni?
Kontod sotsiaalmeedias? Valige kõik sobivad variandid.
[Mitmehäälelised]
[RANDOMISE 1–7]

Kui need kontod oleksid mulle nähtavamad 1
Huvitavamad teabevormingud (nt lühikesed videod või animeeritud
infograafika)

2

Teemad, mis on mulle isiklikult olulisemad 3
ELi poliitika ja otsuste sagedasem ajakohastamine 4
Selgem ja arusaadavam keel 5
Soovitused või aktsiad teistelt kontodelt, mida usaldan 6
Sisu minu emakeeles 7
Muud 8
Miski ei paneks mind neid kontosid järgima 9
Ei oska öelda 998

[KÕIK]
Q12 Millist konkreetset tüüpi sotsiaalmeedia sisu peate huvitavaks
ELi institutsioonilt (nt Euroopa Parlamendilt)? Valige kõik sobivad variandid.
[Mitmehäälelised]
[RANDOMISE KIRJED 1–8]

Ajalooline teave (nt põhisündmused, aastapäevad) 1
Viimased uudised ja uuendused 2
Suundumuste analüüs ja tulevikuproгноosid 3
Meelelahutuslik sisu (nt viktoriinid, meemid) 4
Õppematerjalid poliitika ja protsesside kohta 5
Institutsionaalse töö pilguheit kulisside taha 6
Andmete visualiseerimine ja statistika 7
Interaktiivne sisu (nt Q&Nagu poliitikute või ametnikega, otseülekanded
üritused)

8

Muud 9

Mitte ükski neist kümnest

Ei oska öelda 998

INTRO Järgmised kaks küsimust puudutavad inimesi, kes kasutavad sotsiaalmeediat reklaamimiseks tooteid, jagada õpetusi või luua sisu peamiselt selleks, et mõjutada inimeste maitseid, ostud või arvamused. Neid inimesi nimetatakse mõnikord „mõjutajad“ või „sisuloojad“.

[KÕIK]

Q13 Kas jälgite sotsiaalmeedia kanalites mõjutajaid või sisuloojaid (nt. YouTube, Instagram või TikTok jne)?

[Üks vastus]

Jah 1

Ei, ma kasutan sotsiaalmeediat, kuid ei jälgi mõjutajaid ega sisuloojaid 2

Ei, ma ei kasuta sotsiaalmeediat 3

Ei oska öelda 998

[ASK IF Q13 = 1]

Q14 Millist sisu mõjutajatelt või sisuloojatelt eelistate?

[MÄRKUS 3 ANSWERS ALLOWED]

[RANDOMISE 1–6]

Kommentaaris sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta 1

Arvustused (nt tooted, raamatud, kohad jne) 2

Kuidas seda teha (nt õpetused) 3

Insight oma igapäevaelus 4

Motiveeriv sisu 5

Kaubanduslike toodete müügiedendus ja reklaam 6

Muud 7

Ei oska öelda 998

INTRO Nüüd soovime küsida teie sotsiaalmeedia teabe eelistatud vormingute kohta:

Sotsiaalsed ja poliitilised päevakajalised küsimused.

[ASK IF Q4a = 5 VÕI 7]

Q15 Millist järgmistest vormingutest Te üldiselt eelistate, et saada teavet järgmise kohta:

Sotsiaalsed ja poliitilised küsimused sotsiaalmeedias?

[Mitmehäälised]

[RANDOMISE 1-10 (1-2, 3-6 BLOCKis)]

Lühikesed tekstipõhised postitused (nt lühikese tekstiga pildid, olekuvärskendused) 1

Pikemad tekstipõhised artiklid (nt artiklid, blogipostitused) 2

Lühikesed videod (nt TikTok, Instagram Reels, alla 1 minuti) 3

Keskmise pikkusega videod (nt 1–5 minutit) 4

Pikemad videod (nt YouTube, üle 5 minuti) 5

Otseülekanded või otsevideod 6

Infograafikud või diagrammid (animeeritud või mitte) 7

Podcastid 8

Lood (nt Instagrami lood) 9

Uudiskirjad (nt LinkedIni uudiskirjad, Substack) 10

muud 11

Mitte ükski neist 12

Ei oska öelda 998

[ASK IF Q4a = 5 VÕI 7]

Q16 Sotsiaalseid ja poliitilisi päevakajalisi küsimusi käsitlevate videote jaoks sotsiaalmeedias, milline neist järgmist tüüpi sisu, mida eelistaksite? Valige kõik sobivad variandid.

[Mitmehäälelised]

[RANDOMISE KIRJED BLOKKIDES: 1-3, 4-7 & 8 (+ plokkide sees)]

Intervjuud ekspertidega (nt akadeemikud või poliitikaanalüütikud) 1

Intervjuud probleemist mõjutatud igapäevaste inimeste/kodanikega 2

Intervjuud poliitikute või valitsusametnikega 3

Animeeritud videod ilma reaalse inimesed 4

Videod, mis uurivad päevakajalisi küsimusi sügavuti 5

Sisuloojate isiklikud vlogid või kommentaarvideod 6

Videod, mis ühendavad inimesi kaameras graafika, teksti või animatsioonidega 7

Poliitikute kõned 8

Muud 9

Mitte ükski neist kümnest

Ei oska öelda 998

INTRO Nüüd mõned küsimused desinformatsiooni kohta.

Väärinfo viitab valele või eksitavale teabele, mida levitatakse tahtlikult.

Eesmärgiga avalikkust petta.

[KÕIK]

Q17 Kui sageli olete enda arvates desinformatsiooniga isiklikult kokku puutunud?

Võltsuudised viimase 7 päeva jooksul?

[Üks vastus]

Väga sageli 1

Sageli 2

Mõnikord 3

Harva 4

Mitte kunagi 5

Ei tea 998

[KÕIK]

Q18 Kas olete kindel, et saate desinformatsiooni ära tunda, kui sellega kokku puutute?

või?

[Üks vastus]

Väga kindel 1

Mõnevõrra enesekindel 2

Mitte väga enesekindel 3

Üldse mitte kindel 4

Ei oska öelda 998

[KÕIK]

Q19 Kui te pole kindel, kas sotsiaalmeedias olev teave on

Desinformatsioon, mida te tavaliselt teete? Valige kõik sobivad variandid.

[Mitmehäälelised]

[RANDOMISE 1–8]

Vaadake, kes selle postitas, et kontrollida, kas see on usaldusväärsest / umbusaldusväärsest allikast 1

Kontrollige seda teiste teabeallikatega, et näha, kas nad ütlevad sama asi

2

Kontrollige, kas see on hiljutine uudis, mitte vana lugu, mida jagatakse uuesti 3

Otsige õigekirja- või grammatikavigu 4

Kasutage faktide kontrollimise vahendit või veebisaiti 5

Kontrollige, kas pildid või videod näevad välja tõelised või võltsitud 6
Vaadake kommentaare, et näha, mida teised inimesed selle kohta ütlevad 7
Küsi inimestelt, keda sa usaldad, mida nad arvavad 8
Ma ei tee midagi, et kontrollida teavet 9
Ei oska öelda 998

[KÕIK]

Q20 Kui oluline on teie jaoks see, et (RIIK) on Euroopa Liidu liikmesriik?
Liit? Palun kasutage skaalat 1–10, kus 1 tähendab „ei ole üldse oluline“ ja 10
„äärmiselt oluline“.

[Üks vastus]

1 – ei ole üldse oluline 1

2 2

3 3

4 4

5 5

6 6

7 7

8 8

9 9

10 - Äärmiselt oluline 10

Ma ei tea 998

[KÕIK]

Küsimus 21. Milline järgmistest väidetest Euroopa Liidu kohta on kõige lähemal
Teie arvamus?

[Üks vastus]

Olen Euroopa Liidu ja selle praeguse töökorralduse poolt 1

Ma pooldan pigem Euroopa Liitu, kuid mitte seda, kuidas see toimib.
kohal

2

Olen Euroopa Liidu suhtes üsna skeptiline, kuid võin oma arvamust muuta, kui
kuidas see toimib tõesti muutub

3

Olen üldiselt Euroopa Liidu idee vastu 4

Ei oska öelda 998

[KÕIK]

Q22 Millist järgmistest usaldade kõige rohkem?

[MÄRKUS 3 ANSWERS ALLOWED]

[RANDOMISE 1–10]

Ajakirjanikud 1

Valitsusvälised organisatsioonid 2

Meedium 3

Eraettevõtted 4

Poliitikud 5

Avaliku sektori asutused 6

Kooliõpetajad / ülikooli õppejõud 7

Mõjutajad / sisuloojad 8

Teadlased 9

Sõbrad ja perekond 10

muud 11

Mitte ükski neist 12

Ei oska öelda 998

[KÕIK]

Q23 Mõned inimesed jälgivad Euroopa Liidu poliitikas toimuvat, olenemata sellest, kas
Valimised toimuvad või mitte. Teised ei ole sellest huvitatud. Kas sa ütleksid, et sa
jälgida, mis toimub Euroopa Liidu poliitikas?

[Üks vastus]

Suurema osa ajast 1

Aeg-ajalt 2

Harva 3

Mitte kunagi või peaaegu mitte kunagi 4

Ma ei tea 998

ANDMETE LISA

Q1 Kui te sõpradega või sugulastega kokku saate, siis kui sageli, kui üldse, arutate sotsiaalseid ja poliitilisi aktuaalseid küsimusi?

	Sageli	Aeg-ajalt	Mitte kunagi	Ei oska öelda	
EL 27	42	51	6		1
BE	29	58	12		1
BG	42	51	4		3
CZ	35	56	8		1
DK	33	57	9		1
DE	42	53	4		1
EE	31	62	6		0
IE	34	54	11		1
EL	61	35	4		0
ES	50	43	6		1
FR	38	51	10		1
HR	28	65	7		0
IT	50	44	5		1
CY	59	38	3		0
LV	24	66	8		2
LT	28	64	7		1
LU	41	51	7		1
HU	34	57	8		1
MT	39	54	5		1
NL	31	60	8		1
AT	39	53	6		2
PL	49	48	3		1
PT	36	58	5		1
RO	40	53	6		2
SI	31	60	8		1
SK	35	53	11		1
FI	27	61	10		2
SE	33	58	8		1

(%), baasväärtus: n=26 121 – kõik vastajad

2. küsimus Millist järgmistest sotsiaalsetest ja poliitilistest päevakajalistest küsimustest te üldiselt järgite või pöörate tähelepanu? Palun valige kõik sobivad variandid. [Mitu vastust]

	Rahvatervis ja tervishoiusüsteemid	Demokraatia ja õigusriik	Ränne ja varju paik	Kliimamuutuste vastased meetmed	ELi kaitse ja julgeolek	Vaesus vähendamine ja sotsiaalne kaasatus	Majanduse toetamine ja töökohtade loomine	Välispoliitika ja kaubandus	Põllumajandus ja toiduga kindlustatus	ELi autonoomia ja tööstuse ja energeetika valdkonnas	Muud	Mitte ükski neist
EL 27	61	47	45	43	40	40	37	36	28	19	7	6
BE	54	37	48	34	39	35	26	27	25	17	6	8
BG	62	42	22	33	34	49	39	42	28	19	15	7
CZ	46	39	39	24	38	33	32	35	32	19	8	11
DK	57	41	39	42	47	32	24	41	26	23	11	7
DE	58	54	64	48	52	38	34	47	24	16	11	6
EE	60	41	25	24	52	43	43	43	28	15	6	5
IE	65	36	53	35	25	41	40	28	24	16	5	6
EL	69	59	42	33	28	57	51	34	21	15	4	3
ES	64	52	45	46	32	45	52	30	28	22	6	7
FR	60	35	41	47	34	36	28	30	36	20	7	5
HR	65	49	35	38	38	49	34	32	42	14	4	5
IT	66	44	36	49	32	41	43	34	27	19	6	3
CY	67	60	66	28	32	58	50	32	13	14	6	3
LV	54	31	26	18	41	31	32	33	26	11	5	8
LT	52	35	31	24	53	33	17	43	21	13	6	6
LU	56	44	47	44	50	40	34	41	23	20	10	4
HU	63	53	34	38	36	45	43	35	31	19	8	7
MT	66	45	40	36	29	38	35	26	25	15	10	4
NL	52	46	58	36	44	38	20	26	22	16	9	8
AT	65	46	61	46	42	37	34	36	27	20	7	4
PL	66	57	42	38	51	31	34	39	31	19	2	5
PT	72	46	44	46	41	54	44	28	24	17	5	5
RO	63	54	18	35	49	46	51	39	40	26	8	5
SI	65	46	36	37	41	47	36	31	35	16	6	7
SK	53	44	28	25	34	36	34	38	35	17	5	9
FI	63	45	46	34	53	50	48	42	31	17	5	4
SE	53	45	44	34	38	31	27	38	17	13	9	7

(%), baasväärtus: n=26 121 – kõik vastajad

Q3_1 Kui sageli kasutate järgmisi allikaid, et jälgida sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste sisu? Traditsiooniline meedia (telejaamade, ajalehtede, raadiojaamade jne võrguvälised või digitaalsed teenused)

	Rohkem kui 10 korda päevas	2–10 korda päevas	Üks kord päevas	Mitu korda nädalas	Üks kord nädalas	Harvem kui kord nädalas	Ärge kunagi jälgige seda tüüpi sisu	Rohkem kui 10 korda päevas	Ei oska öelda
EL 27	5	31	30	15	5	5	6	1	5
BE	3	28	33	17	5	6	6	1	3
BG	7	34	32	12	5	4	6	1	7
CZ	6	24	28	17	7	9	7	2	6
DK	8	32	25	15	6	6	6	2	8
DE	5	32	29	16	5	5	7	1	5
EE	6	29	27	14	8	7	8	1	6
IE	8	28	23	16	8	10	6	1	8
EL	7	23	23	14	8	11	12	2	7
ES	6	33	34	14	3	4	5	1	6
FR	3	28	33	16	6	6	7	2	3
HR	6	27	29	17	7	9	5	1	6
IT	6	36	28	14	6	4	4	1	6
CY	7	29	25	14	6	11	8	1	7
LV	5	21	33	14	8	9	9	1	5
LT	5	21	28	14	7	12	13	1	5
LU	7	40	26	10	4	6	5	1	7
HU	7	23	25	16	5	11	12	0	7
MT	13	27	18	12	4	12	13	0	13
NL	5	36	26	15	5	5	8	1	5
AT	5	32	29	16	7	5	5	2	5
PL	7	30	29	16	5	6	5	1	7
PT	6	37	28	15	4	4	4	1	6
RO	7	32	28	15	6	5	7	0	7
SI	5	19	33	16	7	10	10	1	5
SK	8	27	30	15	6	6	7	1	8
FI	4	41	24	13	6	7	3	1	4
SE	8	33	25	13	8	5	5	2	8

(%), baasväärtus: n=26 121 – kõik vastajad

Q3_2 Kui sageli kasutate järgmisi allikaid, et jälgida sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste sisu? Muud digitaalsed allikad (nt sotsiaalmeedia, video- või voogedastusplatvormid, blogid, veebipõhised uudisteportaalid jne)

	Rohkem kui 10 korda päevas	2–10 korda päevas	Üks kord päevas	Mitu korda nädalas	Üks kord nädalas	Harvem kui kord nädalas	Ärge kunagi jälgige seda tüüpi sisu	Rohkem kui 10 korda päevas	Ei oska öelda
EL 27	8	27	24	16	6	6	12	1	8
BE	5	21	24	16	6	8	19	2	5
BG	9	34	31	12	5	3	5	1	9
CZ	9	29	22	16	6	8	8	2	9
DK	6	26	22	17	6	6	13	4	6
DE	6	23	23	16	7	7	17	2	6
EE	7	28	26	13	8	9	8	1	7
IE	13	28	20	16	6	7	10	1	13
EL	14	38	23	13	4	4	4	1	14
ES	8	25	30	15	5	5	10	1	8
FR	5	21	21	18	5	9	19	2	5
HR	9	29	27	15	5	8	8	1	9
IT	7	31	25	16	7	5	7	1	7
CY	20	47	15	11	3	2	1	0	20
LV	8	28	27	15	7	6	8	1	8
LT	6	31	29	16	5	7	5	1	6
LU	10	41	20	12	4	5	8	1	10
HU	13	32	21	16	6	7	5	1	13
MT	22	45	13	11	3	4	2	0	22
NL	6	32	20	13	6	6	16	1	6
AT	7	24	21	16	9	8	14	1	7
PL	10	34	24	17	4	5	5	1	10
PT	10	30	25	15	5	6	7	1	10
RO	9	28	26	16	7	5	7	0	9
SI	6	24	28	18	8	8	8	1	6
SK	10	30	25	13	6	7	8	2	10
FI	6	35	21	12	7	9	8	1	6
SE	11	31	22	13	5	7	10	2	11

(%), baasväärtus: n=26 121 – kõik vastajad

Q4a Milliseid järgmistest allikatest kasutate teabe saamiseks sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta? Palun valige kõik sobivad variandid. [Mitu vastust]

	Tel evi iso rid	Raad io	Trükitud ajalehed ja ajakirjad või nende veebiversio onid	Otsingu mootori d (nt Google Search või Bing)	Sotsiaalm eedia platvormid (nt Instagram , TikTok, Facebook , X jne)	Sõbrad, pereko nd, kolleegi d	Videoplat vormid (nt YouTube jne)	Podcasti d	Tehisint ellekti juturobo tid (nt Chat GPT, Google Gemini, Perplexi ty jne)	Kooliõpet ajad või ülikooli õppejõud	Muu d	Ma ei otsi selle teema kohta mingit teavet	Ei oska öelda
EL 27	71	43	41	40	40	40	26	15	9	6	3	3	1
BE	69	49	42	30	36	31	17	9	8	8	3	4	1
BG	73	32	23	46	55	41	36	20	13	6	7	2	0
CZ	67	28	25	48	43	46	27	20	11	6	4	3	1
DK	66	40	51	42	42	40	18	17	11	7	3	4	1
DE	70	51	48	43	34	46	27	14	9	5	6	3	1
EE	61	45	44	36	49	40	30	12	10	6	2	4	0
IE	62	48	36	41	50	45	25	21	9	6	2	3	1
EL	54	33	34	49	56	39	41	14	14	11	3	2	0
ES	74	43	42	31	38	40	25	16	8	5	3	2	0
FR	73	45	38	32	33	34	17	10	6	5	2	3	0
HR	73	43	27	45	44	49	26	14	8	4	3	3	0
IT	75	36	45	44	39	34	24	13	9	6	3	1	1
CY	62	40	35	57	76	41	41	27	17	5	1	1	0
LV	53	35	21	27	56	40	38	8	11	4	2	5	0
LT	60	35	25	51	48	38	41	19	15	4	2	3	0
LU	64	64	57	49	46	49	24	13	13	5	2	1	0
HU	53	29	21	38	55	34	37	23	11	4	4	4	1
MT	48	27	38	43	74	43	27	21	12	9	3	2	0
NL	66	38	44	33	35	37	15	14	8	5	6	5	1
AT	67	52	54	39	37	38	25	11	10	6	2	3	0
PL	70	46	31	47	52	46	33	18	11	8	3	3	1
PT	80	42	46	43	40	41	22	14	10	7	1	1	1
RO	72	37	34	52	48	45	38	24	16	10	3	3	1
SI	63	44	33	49	40	43	27	9	16	5	3	5	1
SK	67	41	26	37	51	40	24	20	8	6	2	4	1
FI	71	42	55	43	41	43	25	13	7	7	4	3	1
SE	66	40	46	41	44	43	26	14	11	6	3	3	1

(%), baasväärtus: n=26 121 – kõik vastajad

Q4b Millised neist meediakanalitest, kui üldse, on muutunud teie jaoks viimase aasta jooksul olulisemaks, et saada teavet sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta? [Mitu vastust]

		Sotsiaalm eedia platvormi d (nt Instagram , TikTok, Facebook , X jne)	Trükitud ajalehed ja ajakirjad või nende veebiversio onid	Raad io	Otsing umooto rid (nt Google Search või Bing)	Videopla tvormid (nt YouTube jne)	Sõbrad , pereko nd, kolleegi d	Podcasti d	Tehisint ellekti juturobo tid (nt Chat GPT, Google Gemini, Perplexi ty jne)	Kooliõpe tajad või ülikooli õppejõu d	Ükski neist ei ole muutunu d olulisem aks	Ära kno w
EL 27	42	25	19	18	18	14	13	8	5	3	14	2
BE	40	23	21	19	11	8	9	4	5	4	21	2
BG	47	35	12	16	26	21	18	11	8	3	9	2
CZ	38	25	9	10	22	14	18	11	7	2	17	4
DK	39	24	24	17	18	9	12	9	7	2	14	3
DE	34	21	18	17	18	16	12	8	6	2	23	3
EE	30	28	18	18	11	15	12	3	5	1	19	2
IE	37	33	17	23	18	13	14	12	4	3	10	1
EL	28	38	19	16	28	25	14	7	8	5	12	1
ES	42	23	19	24	13	12	13	7	4	2	10	1
FR	47	22	17	20	13	9	10	4	3	3	14	2
HR	43	25	11	14	21	13	14	7	4	2	13	1
IT	52	25	26	17	23	12	13	8	5	3	8	1
CY	36	58	23	17	36	24	17	13	11	1	6	1
LV	32	35	9	16	10	22	13	2	6	2	16	2
LT	36	29	8	14	22	22	10	8	7	2	10	2
LU	31	27	35	32	18	12	15	7	8	2	14	1
HU	31	35	9	13	18	21	14	14	5	2	14	1
MT	24	59	20	10	23	13	14	11	7	4	9	1
NL	31	18	17	12	12	7	10	8	5	2	28	2
AT	36	25	25	22	18	15	12	7	7	3	17	3
PL	42	32	14	20	22	20	17	10	6	4	13	1
PT	48	20	18	15	16	10	13	7	6	3	17	2
RO	54	34	18	20	31	22	22	13	10	5	5	1
SI	39	26	13	19	24	12	14	5	9	2	16	1
SK	45	34	14	21	20	15	20	12	5	2	8	3
FI	43	24	27	13	13	10	12	6	4	1	14	2
SE	38	25	20	17	15	14	13	6	7	1	15	3

(%), baasväärtus: n = 25 104 – kui neljandas kvartalis on valitud vähemalt üks allikas (v.a muu)

Q5 Ja millisest sotsiaalmeediast ja platvormidelt saate teavet sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta? Palun valige enda jaoks kõige olulisemad. [Mitu vastust]

	Faceb ooki	YouTu be	Instagr am	TikT ok	Whats App	X (Twitt er)	telegra mmi	Linke dIn	Snapp chat	Red dit	Lõime d	Blues ky	Mu ud	Ei osk a öel da
EL 27	58	57	46	31	27	25	13	10	7	7	4	3	4	1
BE	61	45	49	35	22	22	10	10	11	7	4	3	2	1
BG	83	62	32	31	10	15	21	7	3	4	3	1	7	1
CZ	67	54	47	27	24	22	11	9	4	6	6	2	5	2
DK	69	44	45	28	10	20	9	14	14	11	4	3	8	2
DE	45	62	51	25	36	18	15	7	7	6	4	4	7	1
EE	69	53	31	26	6	21	15	7	4	12	3	3	3	1
IE	53	50	42	43	30	33	10	12	15	12	6	3	3	2
EL	68	56	46	35	10	27	11	8	4	7	7	4	4	1
ES	45	56	47	36	34	44	18	10	3	5	4	3	2	1
FR	47	52	44	32	18	29	7	12	15	5	4	2	3	1
HR	70	50	39	26	23	18	13	10	2	11	3	1	3	2
IT	61	55	52	26	37	24	21	12	3	6	5	1	5	0
CY	82	52	48	41	9	24	5	16	1	3	6	1	3	1
LV	64	55	24	37	20	15	22	3	4	4	6	1	4	1
LT	74	67	28	24	5	13	15	6	1	7	4	0	6	1
LU	53	42	54	26	20	15	5	10	3	6	3	2	4	2
HU	80	58	27	34	5	10	7	5	3	8	3	1	5	1
MT	87	33	35	20	20	18	4	16	3	4	5	2	5	0
NL	40	45	49	28	26	23	8	19	8	8	3	6	8	2
AT	49	51	49	33	30	17	14	8	10	11	5	5	5	1
PL	75	63	38	31	20	29	9	8	6	7	5	3	2	0
PT	59	48	53	28	28	25	12	13	3	7	3	0	2	1
RO	76	66	40	46	36	13	14	13	5	8	4	1	3	1
SI	73	57	41	29	12	26	14	12	10	11	4	2	4	0
SK	75	54	40	27	17	11	13	5	5	5	3	2	3	1
FI	56	49	39	36	22	24	8	8	10	12	5	3	5	2
SE	59	54	54	33	13	27	10	14	17	12	6	5	7	1

(%), baasväärtus: n=14 380 – kasutab sotsiaalmeediat ja/või videoplatvorme teabe saamiseks sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta (Q4a)

Q6_1 Mil määral nõustute või ei nõustu järgmiste väidetega? Otsin aktiivselt teavet sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta sotsiaalmeedias

	Nõustun täielikult	Nõustun	kalduvad mitte nõustuma	Ei nõustu üldse	Ei tea
EL 27	21	45	24	9	1
BE	13	39	32	15	1
BG	22	53	18	6	0
CZ	19	50	23	6	2
DK	20	44	24	7	4
DE	19	40	30	10	1
EE	12	35	39	13	1
IE	19	43	25	10	2
EL	29	47	17	5	1
ES	27	46	19	7	1
FR	15	41	28	15	1
HR	14	46	31	9	1
IT	25	52	18	4	1
CY	26	57	14	2	0
LV	9	30	44	16	1
LT	15	46	28	9	1
LU	17	38	33	11	2
HU	19	41	30	9	1
MT	22	40	27	10	1
NL	15	38	28	18	2
AT	20	37	31	11	2
PL	22	49	20	6	2
PT	22	48	26	4	1
RO	30	46	17	6	1
SI	6	47	33	13	2
SK	19	47	27	6	1
FI	14	40	36	9	2
SE	18	47	25	9	1

(%), baasväärtus: n=14 380 – kasutab sotsiaalmeediat ja/või videoplatvorme teabe saamiseks sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta (Q4a)

Q6_2 Mil määral nõustute või ei nõustu järgmiste väidetega? Sotsiaalmeediat sirvides loen mõnikord sotsiaalset või poliitilist teavet, mida olen juhuslikult kohanud, kuigi ma seda aktiivselt ei otsinud.

	Nõustun täielikult	Nõustun	kalduvad mitte nõustuma	Ei nõustu üldse	Ei tea
EL 27	25	51	10	10	4
BE	20	48	14	13	6
BG	38	50	8	2	3
CZ	21	58	11	6	4
DK	26	44	13	11	6
DE	24	46	12	16	2
EE	19	60	11	7	3
IE	24	56	10	7	3
EL	32	53	9	4	2
ES	35	45	10	6	4
FR	17	52	9	16	6
HR	24	58	11	6	1
IT	22	60	10	4	3
CY	40	52	7	0	1
LV	21	60	12	3	4
LT	27	57	10	3	3
LU	32	50	12	4	3
HU	29	53	11	5	2
MT	36	57	4	2	1
NL	20	49	12	12	7
AT	25	47	14	12	2
PL	26	57	7	5	4
PT	31	55	8	4	2
RO	40	45	8	4	2
SI	16	66	11	5	1
SK	22	57	12	6	3
FI	18	57	11	8	6
SE	24	50	13	9	4

(%), baasväärtus: n=26 121 – kõik vastajad

Millistel järgmistest viisidest (kui üldse) kasutate sotsiaalmeedias sotsiaalset ja poliitilist sisu? [Mitu vastust]

	Minu kanali(te) sisu lugemine või vaatamine	Meeldib või reageerib postitus tele	Kommenta ar postituste kohta	Jaga teiste minu profiilis või lugudes	Jagage sisu otsesõnum ite või privaatvest luste kaudu	Looge ja postitage oma algne sisu (nt mõtted/arvamused teemadel)	Muud	Ma ei tegele sellise sisuga üldse.	Ei oska öelda
EL 27	38	36	23	19	18	11	4	29	3
BE	28	24	15	14	12	10	2	45	2
BG	34	52	27	27	20	13	5	20	3
CZ	24	42	30	22	22	11	4	25	4
DK	36	34	21	14	15	10	2	32	4
DE	37	30	19	15	16	10	9	29	4
EE	41	36	15	15	18	9	4	23	5
IE	41	43	27	20	22	13	3	23	2
EL	46	51	34	27	23	19	1	19	1
ES	31	46	28	26	19	15	3	28	2
FR	37	26	17	15	17	7	1	41	1
HR	35	39	21	13	17	8	5	25	3
IT	33	41	28	22	19	12	3	27	2
CY	55	58	34	24	24	14	1	14	1
LV	51	15	11	7	11	4	2	28	3
LT	52	39	16	15	19	6	2	18	4
LU	39	34	13	14	15	9	4	28	5
HU	60	35	18	19	15	7	3	18	3
MT	44	46	24	19	29	16	2	20	0
NL	27	24	15	11	14	10	3	47	3
AT	36	31	18	16	16	10	7	28	4
PL	62	40	27	21	21	13	2	17	3
PT	42	35	21	20	18	11	2	32	2
RO	37	49	30	19	21	13	3	21	3
SI	48	31	19	16	15	9	3	25	2
SK	27	38	20	15	14	9	3	33	3
FI	38	35	20	13	16	11	3	30	4
SE	47	37	24	18	19	14	4	26	3

(%), baasväärtus: n=26 121 – kõik vastajad

Q8 Millist järgmistest (kui üldse) jälgite aktiivselt sotsiaalmeedias (nt jälgite nende kontosid või kontrollite korrapäraselt nende vooge)? [Mitu vastust]

	[RIIKLIK] riigi valitsus	Riiklikud poliitiku d	Riiklikud erakonnad	Kohalik/omavalitsus	Kohalikud poliitiku d	Rahvusvahelised organisatsioonid (nt NATO, ÜRO)	Euroopa Liidu (EL) institutsioonid	ELi tasandi poliitiku d	ELi tasandi erakonnad	Mitte üksikisikud
EL 27	26	23	21	20	17	13	13	11	9	48
BE	20	18	16	16	15	14	12	10	8	52
BG	30	26	21	28	17	15	19	14	8	37
CZ	33	25	23	21	23	14	12	15	10	38
DK	23	21	15	13	20	13	12	13	8	51
DE	17	15	18	11	12	11	8	10	8	61
EE	32	22	18	25	18	18	14	12	6	41
IE	30	21	19	15	27	16	17	12	10	39
EL	25	23	20	24	15	18	17	13	11	43
ES	26	25	21	24	19	13	14	10	10	46
FR	21	19	18	13	13	9	8	8	6	57
HR	25	18	16	26	25	10	12	9	5	45
IT	30	27	23	27	20	15	19	11	11	38
CY	40	29	21	30	30	14	18	23	16	33
LV	24	19	11	24	15	13	9	9	4	44
LT	40	22	17	20	18	18	17	13	6	36
LU	36	34	24	34	20	19	20	17	13	34
HU	27	35	16	25	20	12	17	14	11	37
MT	39	27	31	26	35	23	28	20	13	26
NL	22	18	19	17	11	11	9	6	5	54
AT	23	18	17	12	14	13	12	11	9	53
PL	38	36	28	22	23	15	15	16	9	40
PT	32	25	23	23	15	13	16	10	7	42
RO	43	32	29	36	28	24	24	20	14	27
SI	40	23	19	25	22	17	14	18	9	39
SK	33	24	24	24	14	16	13	18	13	36
FI	39	26	20	20	20	20	14	17	9	41
SE	29	21	19	18	18	16	17	16	9	46

(%), baasväärtus: n=26 121 – kõik vastajad

Q9_1 Sotsiaalmeedias esitatud küsimuses märkisite, et järgite: Mil määral nõustute järgmise väitega: Ma jälgin seda tüüpi sotsiaalmeedia kontot, sest ... nad on usaldusväärsed

	Nõustun täielikult	Nõustun	kalduvad mitte nõustuma	Ei nõustu üldse	Ei tea
EL 27	15	39	31	11	4
BE	13	37	31	11	5
BG	20	42	28	8	2
CZ	11	38	36	10	4
DK	17	36	30	12	4
DE	19	40	27	9	3
EE	14	38	30	12	4
IE	18	38	29	10	4
EL	16	35	31	13	5
ES	12	30	38	14	6
FR	8	33	35	17	7
HR	11	36	34	13	7
IT	13	47	28	8	3
CY	7	41	40	10	3
LV	17	37	34	7	3
LT	17	36	34	8	4
LU	10	42	32	9	4
HU	15	33	34	12	6
MT	14	45	29	7	4
NL	15	44	25	10	5
AT	17	34	31	11	6
PL	14	44	31	8	2
PT	17	42	27	9	3
RO	27	36	26	7	2
SI	7	39	31	15	7
SK	13	36	36	11	4
FI	12	44	28	13	4
SE	13	39	29	11	5

(%), baasväärtus: n=15 152 – kui sotsiaalmeedias jälgis aktiivselt vähemalt üks organisatsioon (8. küsimus)

Q9_2 Sotsiaalmeedias esitatud küsimuses märkisite, et järgite: Mil määral nõustute järgmise väitega: Ma jälgin seda tüüpi sotsiaalmeedia kontot, sest ... need aitavad mul mõista päevakajalisi küsimusi

	Nõustun täielikult	Nõustun	kalduvad mitte nõustuma	Ei nõustu üldse	Ei tea
EL 27	21	52	19	6	2
BE	14	51	23	8	3
BG	28	51	17	3	1
CZ	14	49	27	7	2
DK	21	48	23	5	3
DE	22	51	19	5	2
EE	19	55	17	7	2
IE	25	53	15	4	2
EL	20	51	22	5	2
ES	21	48	23	6	2
FR	16	50	23	8	3
HR	18	52	18	8	4
IT	19	59	16	4	2
CY	20	58	16	4	1
LV	21	52	17	8	1
LT	23	48	23	4	1
LU	14	56	20	7	3
HU	20	47	22	8	3
MT	20	60	14	4	2
NL	21	52	18	6	2
AT	23	46	18	8	5
PL	21	56	17	5	1
PT	26	58	10	5	0
RO	30	49	17	3	1
SI	14	52	22	10	2
SK	22	53	17	6	2
FI	21	57	15	6	2
SE	23	51	16	7	3

(%), baasväärtus: n=15 152 – kui sotsiaalmeedias jälgis aktiivselt vähemalt üks organisatsioon (8. küsimus)

Q9_3 Sotsiaalmeedias esitatud küsimuses märkisite, et järgite: Mil määral nõustute järgmise väitega: Jälgin seda tüüpi sotsiaalmeedia kontot, sest ... need aitavad mul mõista, milliseid meetmeid saan probleemide korral võtta

	Nõustun täielikult	Nõustun	kalduvad mitte nõustuma	Ei nõustu üldse	Ei tea
EL 27	18	47	24	7	3
BE	13	42	28	10	4
BG	21	47	26	4	2
CZ	12	46	31	7	2
DK	17	41	30	8	2
DE	20	44	25	7	4
EE	12	38	31	12	5
IE	22	47	19	8	3
EL	24	44	25	4	3
ES	17	40	26	12	4
FR	13	50	25	7	4
HR	14	48	25	8	5
IT	20	53	20	4	2
CY	18	47	25	5	5
LV	13	44	30	9	4
LT	15	46	27	7	2
LU	7	40	34	11	6
HU	17	43	27	10	3
MT	16	48	27	5	3
NL	14	48	21	11	4
AT	19	44	24	10	3
PL	17	53	23	5	1
PT	20	60	15	4	1
RO	30	47	19	2	1
SI	10	47	27	12	4
SK	17	44	29	7	2
FI	12	47	27	9	3
SE	17	41	26	10	5

(%), baasväärtus: n=15 152 – kui sotsiaalmeedias jälgis aktiivselt vähemalt üks organisatsioon (8. küsimus)

Q9_4 Sotsiaalmeedias esitatud küsimuses märkisite, et järgite: Mil määral nõustute järgmise väitega: Ma jälgin seda tüüpi sotsiaalmeedia kontot, sest ... nad pakuvad ajakohast teavet praeguste sündmuste kohta

	Nõustun täielikult	Nõustun	kalduvad mitte nõustuma	Ei nõustu üldse	Ei tea
EL 27	25	51	17	5	2
BE	17	49	22	9	2
BG	32	45	17	5	1
CZ	17	48	25	7	3
DK	25	46	20	6	1
DE	31	50	13	4	1
EE	25	50	15	7	2
IE	30	49	14	5	1
EL	27	47	20	3	2
ES	27	44	20	7	2
FR	14	57	19	6	3
HR	21	46	22	8	4
IT	20	59	16	4	1
CY	24	53	19	4	1
LV	27	47	18	6	2
LT	25	52	16	4	1
LU	27	55	12	3	1
HU	26	49	17	5	2
MT	31	56	9	3	1
NL	29	49	14	6	2
AT	28	51	13	4	4
PL	27	52	15	5	0
PT	29	57	9	3	1
RO	39	44	13	2	1
SI	17	50	20	9	2
SK	28	51	14	4	2
FI	22	55	15	6	2
SE	22	51	17	8	2

(%), baasväärtus: n=15 152 – kui sotsiaalmeedias jälgis aktiivselt vähemalt üks organisatsioon (8. küsimus)

Q10 Te mainisite, et te ei jälgi sotsiaalmeedias ühtegi ELi institutsiooni. Millised on selle peamised põhjused? [Mitu vastust]

	Ma pole kunagi kaalunud nende järgimist.	Eelistan saada teavet ELi kohta muudest allikatest	Ma väldin poliitilise või institutsioonilise arvepidamise jälgimist üldiselt	Ma ei usalda ELi institutsioonide teavet	Ma leian, et nende sisu ei puutu minusse või on minu jaoks ebaoluline	Ma ei teadnud, et ELi institutsioonidel on sotsiaalmee dia kontod	Nende sisu on minu jaoks liiga tehniline või formaalne, et sellest kergesti aru saada.	ELi institutsioonid ei postita minu eelistatud keeles	Muu d	Mitte ükski neist
EL 27	30	24	21	16	15	12	10	5	6	7
BE	28	24	19	14	16	9	9	4	7	7
BG	30	17	31	23	8	12	10	9	4	6
CZ	27	22	15	21	19	11	10	7	5	6
DK	31	22	18	11	12	11	8	4	7	10
DE	26	30	22	15	15	11	6	4	8	6
EE	39	20	23	11	16	14	11	8	4	5
IE	31	20	20	14	11	14	13	4	5	8
EL	23	28	32	25	16	12	13	8	2	3
ES	34	22	22	16	16	12	12	5	5	5
FR	31	22	20	18	16	11	10	2	7	6
HR	35	17	23	15	14	12	14	4	4	5
IT	28	24	23	15	15	13	15	6	5	7
CY	30	26	28	21	13	11	7	3	3	3
LV	30	15	22	11	18	10	12	5	4	6
LT	25	25	17	12	14	9	16	6	4	8
LU	30	25	19	9	11	14	9	5	5	6
HU	31	21	22	14	15	13	8	6	4	8
MT	32	19	26	13	17	12	15	6	5	6
NL	37	22	16	13	14	10	7	3	8	7
AT	29	29	25	17	13	11	5	4	6	5
PL	28	25	22	17	14	12	11	5	2	10
PT	31	25	18	7	12	14	10	3	4	9
RO	32	17	19	13	12	14	12	9	3	6
SI	31	20	26	18	15	10	13	6	3	5
SK	26	21	22	19	10	14	10	8	4	8
FI	26	29	13	9	17	16	14	6	6	8
SE	37	23	16	12	15	14	5	4	8	7

(%), baasväärtus: n=22 171 – Kui ELi institutsioonid ei jälgi aktiivselt sotsiaalmeedias (8. küsimus)

Q11 Mis suurendaks tõenäosust, et jälgite Euroopa Liidu (EL) institutsioonide kontosid sotsiaalmeedias?
Valige kõik sobivad variandid. [Mitu vastust]

	Teemad, mis on mulle isiklikult olulisemad	Selgem ja arusaadavam keel	Sisu minu emakeeles	Huvitavamad teabevormingud (nt lühikesed videod või animeeritud infograafikud)	ELi poliitika ja otsuste sagedasem ajakohastamine	Kui need kontod oleksid mulle nähtavamad	Soovitused või aktsiad teistelt kontodelt, mida usaldan	Muud	Miski ei paneks mind neid arveid järgima.	Ei oska öelda
EL 27	22	20	15	15	15	14	10	3	32	8
BE	17	21	12	14	11	12	9	2	39	9
BG	32	23	27	15	10	13	12	3	25	5
CZ	22	20	21	10	12	14	9	2	30	9
DK	18	12	12	13	11	13	10	5	33	15
DE	20	15	10	11	15	10	9	3	43	9
EE	26	20	25	15	15	14	12	2	29	6
IE	25	24	5	17	16	21	13	4	23	8
EL	27	24	21	21	18	16	16	4	23	3
ES	24	26	16	17	15	16	15	5	25	6
FR	18	18	11	15	12	15	6	2	43	7
HR	36	22	26	17	8	12	11	3	24	6
IT	22	27	16	17	19	15	11	2	21	9
CY	35	24	22	28	25	29	18	3	16	4
LV	28	18	21	14	12	14	10	2	23	10
LT	28	25	32	20	13	15	11	3	15	9
LU	23	19	15	22	14	24	8	5	24	9
HU	20	18	27	14	12	15	8	4	29	8
MT	36	25	13	27	17	23	15	5	18	5
NL	16	15	11	15	8	14	8	3	43	9
AT	25	15	12	13	18	11	10	3	36	8
PL	23	22	22	16	17	16	13	2	22	12
PT	20	29	18	17	18	17	10	3	22	9
RO	27	29	26	18	20	18	13	2	16	7
SI	30	14	18	21	16	13	16	3	25	6
SK	22	15	19	15	15	16	12	3	28	10
FI	29	18	19	15	13	19	10	3	22	12
SE	21	13	10	14	12	22	12	4	25	15

(%), baasväärtus: n=22 171 – Kui ELi institutsioonid ei jälggi aktiivselt sotsiaalmeedias (8. küsimus)

Küsimus 12. Millist konkreetset liiki sotsiaalmeedia sisu oleks Teie arvates huvitav saada mõnest ELi institutsioonist (nt Euroopa Parlamendist)? [Mitu vastust]

	Praegused uudised ja uuendused	Suundumuste analüüs ja tulevikuprognosid	Interaktiivne sisu (nt küsimused ja vastused, poliitikute või ametnikega suhtlemine, ürituste otseülekanded)	Andmete visualiseerimine ja statistika	Õppematerjalid poliitika ja protsesside kohta	Institutsionaalse töö pilguheit kulisside taha	Ajalooline teave (nt põhisundmused, aastapäevad)	Meelelahutuslik sisu (nt viktoriinid, meemid)	Muud	Mitteüksikne	Ei oskanda
EL 27	45	23	23	21	21	20	19	14	3	20	6
BE	41	17	17	14	15	17	16	14	2	27	6
BG	51	35	24	27	21	27	21	14	5	11	5
CZ	40	22	22	18	17	18	19	15	3	21	7
DK	40	19	16	14	14	17	19	12	4	23	10
DE	45	15	20	17	17	22	17	15	4	28	6
EE	47	29	26	22	26	17	18	17	2	17	5
IE	51	25	27	18	31	23	26	19	1	14	4
EL	52	28	33	21	25	19	29	15	2	11	4
ES	45	24	28	27	23	22	21	16	3	15	4
FR	37	20	19	19	10	15	15	12	1	30	6
HR	46	28	26	20	20	20	20	20	2	14	5
IT	45	27	24	25	32	19	17	11	2	13	5
CY	62	33	37	24	30	26	33	24	2	7	3
LV	46	27	20	19	19	13	17	15	2	13	8
LT	56	28	19	22	17	18	24	16	2	9	7
LU	56	25	27	28	23	27	25	14	3	14	5
HU	52	21	29	15	18	26	21	16	4	13	6
MT	58	28	25	27	31	25	32	26	4	9	2
NL	41	16	11	13	18	19	13	11	2	29	8
AT	44	18	23	17	17	25	19	14	2	22	5
PL	49	32	25	23	23	20	21	16	3	12	8
PT	52	34	24	29	28	16	24	15	2	10	8
RO	49	40	35	32	33	27	28	15	2	9	4
SI	47	34	24	21	18	23	20	19	3	14	5
SK	46	25	26	21	19	25	18	17	3	13	7
FI	52	20	23	24	14	27	20	16	2	12	9
SE	45	18	23	21	23	18	19	12	2	15	10

(%), baasväärtus: n=26 121 – kõik vastajad

Q13 Kas jälgite sotsiaalmeedia kanalites (nt YouTube, Instagram või TikTok jne) mõjutajaid või sisuloojaid?

	Jah	Ei, kasutan sotsiaalmeediat, kuid ei jälgigi mõjutajaid ega sisuloojaid	Ei, ma ei kasuta sotsiaalmeediat	Ei oska öelda
EL 27	37	37	24	3
BE	31	39	28	2
BG	46	38	13	3
CZ	43	36	17	3
DK	38	39	21	2
DE	32	32	35	1
EE	38	44	13	5
IE	49	32	17	2
EL	37	51	11	2
ES	42	34	20	4
FR	31	38	31	1
HR	31	48	18	3
IT	35	41	19	5
CY	50	41	6	2
LV	41	43	12	4
LT	35	44	18	2
LU	42	40	16	1
HU	47	32	16	5
MT	51	41	6	1
NL	31	38	29	1
AT	35	34	29	2
PL	38	40	19	3
PT	43	37	15	5
RO	47	40	11	2
SI	40	38	18	4
SK	40	39	18	3
FI	44	36	16	4
SE	43	37	17	2

(%), baasväärtus: n=26 121 – kõik vastajad

Q14 Millist sisu mõjutajatelt või sisuloojatelt eelistate? [Mitu vastust]

	Arvustused (nt tooted, raamatud, kohad jne)	Kommentaari id sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajalist e küsimuste kohta	Kuidas seda teha (nt õpetused)	Insight oma igapäevaelus	Motivatiivne sisu	Kommertsto odete müügiedendus ja reklaam	Muud	Ei oska öelda
EL 27	39	38	38	36	31	19	11	1
BE	34	26	34	42	26	22	6	1
BG	40	40	48	26	29	19	8	0
CZ	41	38	41	38	33	17	6	1
DK	35	32	30	41	43	14	10	3
DE	27	37	37	43	37	12	20	1
EE	39	34	39	33	34	19	9	1
IE	44	36	37	39	37	21	7	1
EL	43	50	31	41	26	28	5	2
ES	46	43	37	30	31	24	9	1
FR	29	32	45	42	23	17	14	0
HR	48	26	46	30	37	13	8	1
IT	52	43	42	25	25	24	8	1
CY	42	57	37	46	24	27	6	0
LV	38	26	49	30	36	7	6	1
LT	36	40	23	35	30	14	6	2
LU	45	31	51	36	31	11	15	1
HU	33	39	31	33	33	17	11	2
MT	50	37	36	36	37	27	7	1
NL	31	29	33	40	37	16	13	1
AT	22	37	35	43	44	19	10	2
PL	51	44	39	34	30	20	5	2
PT	38	32	25	39	35	24	11	1
RO	45	42	32	36	33	27	5	1
SI	35	36	22	37	42	22	8	1
SK	40	29	41	36	36	17	8	1
FI	33	35	34	45	42	16	9	1
SE	34	38	29	44	39	19	6	1

(%), baasväärtus: n=10 441 – Mõjutajate või sisuloojate jälgimine sotsiaalmeedias (13. küsimus)

Q15 Millist järgmistest vormingutest eelistate üldiselt sotsiaalmeedias teabe saamiseks sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta? [Mitu vastust]

	Lühikesed tekstipõhised postitused (nt lühikese tekstiga pildid, olekuvärske endused)	Lühikesed videod (nt TikTok, Instagram Reels, alla 1 minuti)	Keskmise pikkusega videod (nt 1–5 minutit)	Pikema d videod (nt YouTube, üle 5 minuti)	Lood (nt Instagrami lood)	Pikemad tekstipõhised artiklid (nt artiklid, blogipostitused)	Otseül ekand ed või otsevi deod	Podcast id	Infograafik ud või diagrammi d (animeerit ud või mitte)	Uudiskirja d (nt LinkedIni uudiskirja d, Substack)	Muu d	Mitt e üksk i neist	Ei osk a öeld a
EL 27	46	41	39	35	26	25	24	24	19	15	2	3	1
BE	44	40	31	26	24	26	19	17	18	18	2	5	1
BG	47	33	36	31	18	22	32	26	11	10	6	1	1
CZ	45	39	34	36	27	23	27	33	13	8	2	4	1
DK	40	37	31	30	20	27	15	25	18	22	4	5	3
DE	49	42	37	37	28	28	21	24	23	20	5	3	1
EE	43	37	37	34	19	26	24	18	19	7	2	2	1
IE	37	51	36	31	31	17	22	27	16	16	1	3	1
EL	48	40	39	35	23	34	34	19	20	19	1	3	1
ES	40	46	39	41	26	26	23	30	17	12	3	3	1
FR	47	42	41	34	29	24	21	18	21	17	1	2	1
HR	49	39	41	27	21	18	25	24	14	4	2	3	2
IT	46	43	45	34	28	25	25	19	22	13	2	2	0
CY	51	52	42	23	26	25	29	38	19	15	2	1	1
LV	42	35	28	31	14	15	23	13	12	6	1	5	3
LT	35	27	35	41	15	27	31	19	11	6	1	2	3
LU	50	48	36	29	34	23	14	27	26	10	3	3	2
HU	48	34	38	32	17	26	32	29	11	10	3	4	1
MT	50	48	33	20	28	19	24	27	25	13	2	3	1
NL	44	33	33	28	18	22	11	19	21	17	3	5	4
AT	51	46	36	31	25	24	21	19	20	19	2	3	1
PL	46	39	37	35	28	26	33	26	20	11	1	2	3
PT	50	37	42	26	28	19	26	21	17	13	2	2	2
RO	44	48	48	44	23	27	27	38	14	16	3	2	1
SI	47	38	36	31	21	21	30	14	14	13	2	2	1
SK	44	34	33	30	21	24	28	30	14	7	1	4	2
FI	49	39	38	32	25	24	20	22	20	15	3	2	2
SE	43	37	33	32	27	26	17	21	14	21	2	3	2

(%), baasväärtus: n=14 380 – kasutab sotsiaalmeediat ja/või videoplatvorme teabe saamiseks sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta (Q4a)

Küsimus 16. Millist järgmistest sisuliikidest eelistaksite sotsiaalmeedias sotsiaal- ja poliitilisi päevakajalisi küsimusi käsitlevate videote puhul? Valige kõik sobivad variandid. [Mitu vastust]

	Videod, mis uurivad päevakajalisi küsimusi sügavuti	Intervjuud ekspertidega (nt akadeemikud või poliitikaanalüütikud)	Intervjuud probleemist mõjutatud igapäevastest inimeste/kodanikega	Intervjuud poliitikute või valitsusametnikega	Videod, mis ühendavad inimesi kaameras graafika, teksti või animatsioonidega	Poliitilised kõned	Sisuloojate isiklikud vlogid või kommentaarid videod	Animeeritud videod ilma reaalsed inimesed	Muud	Mitte ükski neist	Ei oska öelda
EL 27	47	44	42	34	30	21	19	13	3	5	3
BE	35	37	35	26	32	17	21	19	3	9	4
BG	51	54	50	32	28	10	21	10	3	4	2
CZ	41	47	45	37	19	26	20	13	2	6	3
DK	41	41	42	34	29	20	19	12	5	7	6
DE	52	39	42	40	28	26	20	14	5	6	2
EE	48	48	46	33	27	17	21	12	2	6	3
IE	40	40	49	38	30	19	24	14	3	4	3
EL	49	49	55	27	32	15	24	17	1	4	1
ES	49	42	42	31	31	17	24	13	4	4	3
FR	42	38	33	28	37	18	11	14	2	9	5
HR	44	48	57	29	27	14	17	8	2	5	3
IT	54	44	39	28	32	16	14	11	2	3	3
CY	45	54	54	36	31	15	20	10	3	4	1
LV	39	37	42	27	14	8	19	7	2	6	6
LT	56	51	41	35	17	15	18	10	1	2	4
LU	45	47	45	34	33	21	17	16	3	5	4
HU	51	50	44	38	20	23	18	9	4	6	3
MT	37	51	49	37	29	18	19	14	2	5	1
NL	37	40	36	29	33	15	16	14	2	9	4
AT	44	41	40	31	28	21	22	13	3	8	3
PL	44	51	43	43	32	25	21	11	1	4	4
PT	49	45	45	39	25	21	16	13	2	3	3
RO	43	52	49	41	28	30	34	13	4	4	2
SI	48	40	42	30	30	17	18	14	3	8	4
SK	46	42	47	35	19	19	19	8	1	6	5
FI	48	47	43	34	25	23	22	11	4	3	7
SE	36	41	44	43	26	24	24	10	2	5	6

(%), baasväärtus: n=14 380 – kasutab sotsiaalmeediat ja/või videoplatvorme teabe saamiseks sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste kohta (Q4a)

Q17 Kui sageli olete enda arvates viimase seitsme päeva jooksul isiklikult kokku puutunud desinformatsiooni ja valeuudistega?

	Väga sageli	Sageli	Mõnikord	Harva	Mitte kunagi	Ei tea
EL 27	12	23	31	16	7	10
BE	11	21	36	14	6	12
BG	21	27	33	11	3	5
CZ	12	16	31	19	10	12
DK	10	25	34	15	5	11
DE	9	17	29	20	11	14
EE	12	19	32	18	7	12
IE	20	22	33	12	5	8
EL	16	26	32	16	4	5
ES	22	30	28	11	3	6
FR	8	21	30	19	12	9
HR	13	25	39	12	3	8
IT	11	24	35	16	8	7
CY	16	26	34	13	6	4
LV	10	21	32	19	6	11
LT	10	21	39	14	5	11
LU	16	30	34	13	3	6
HU	22	35	24	8	2	8
MT	21	25	34	12	5	4
NL	8	23	34	17	5	12
AT	12	21	32	18	6	10
PL	10	27	32	13	4	13
PT	14	25	33	14	6	8
RO	23	32	27	9	3	6
SI	11	27	36	14	5	7
SK	10	23	28	17	11	11
FI	7	18	38	22	6	8
SE	8	22	40	15	4	10

(%), baasväärtus: n=26 121 – kõik vastajad

Q18 Kas olete kindel, et saate desinformatsiooni ära tunda, kui sellega kokku puutute?

	Väga enesekindel	Mõnevõrra enesekindel	Mitte väga enesekindel	Üldse mitte enesekindel	Ei oska öelda
EL 27	12	49	26	6	6
BE	9	51	27	7	6
BG	15	53	25	4	3
CZ	17	39	24	12	8
DK	11	42	34	8	5
DE	13	49	25	6	8
EE	10	47	33	8	3
IE	20	52	19	5	4
EL	15	43	34	6	2
ES	15	50	25	5	4
FR	13	53	22	5	8
HR	10	57	24	5	3
IT	10	51	29	6	4
CY	15	50	30	4	1
LV	11	47	32	6	5
LT	12	47	29	6	7
LU	14	55	24	4	3
HU	14	49	24	9	4
MT	22	62	11	3	2
NL	11	50	28	5	6
AT	12	52	22	5	9
PL	8	41	38	7	6
PT	9	54	27	6	3
RO	18	49	25	4	4
SI	8	49	34	6	3
SK	13	52	24	6	5
FI	12	55	23	6	5
SE	13	54	22	8	4

(%), baasväärtus: n=26 121 – kõik vastajad

Q19 Kui te ei ole kindel, kas sotsiaalmeedias olev teave on desinformatsioon, mida te tavaliselt teete? Valige kõik sobivad variandid. [Mitu vastust]

	Kontrollige seda teiste teabeallikatega, et näha, kas nad ütlevad sama asja	Vaadake, kes selle postitas, et kontrollida, kas see on usaldusväärne / umbusaldusväärsest allikast	Kontrollige, kas see on hiljutine uudis, mitte vana lugu, mida jagatakse uuesti	Kontrollige kommentaare, et näha, mida teised inimesed selle kohta ütlevad	Kontrollige, kas pildid või videod on ehtsad või võltsitud	Otsige õigekirja- või grammatikavigu	Küsi inimestelt, keda usaldate, mida nad arvavad	Kasutage faktide kontrollimise vahendit või veebisaiti	Ma ei tee midagi, et kontrollida teavet	Ei oska öelda
EL 27	49	40	34	29	25	24	18	14	10	4
BE	45	37	30	25	24	28	16	14	14	5
BG	52	40	38	37	24	16	22	19	6	3
CZ	29	35	33	30	20	23	22	22	15	3
DK	41	41	34	32	28	29	16	19	11	7
DE	46	39	36	23	27	30	17	13	12	4
EE	50	47	37	36	27	32	21	21	11	3
IE	42	38	36	34	31	27	20	23	10	4
EL	64	50	38	45	30	17	25	20	5	2
ES	53	40	35	28	22	16	21	16	9	2
FR	47	36	28	27	22	24	14	10	13	4
HR	46	45	33	40	21	19	24	18	11	2
IT	53	42	32	28	24	19	19	12	6	2
CY	67	60	41	50	32	13	25	17	3	1
LV	44	37	24	36	19	26	16	14	13	5
LT	43	44	35	39	21	37	15	12	10	3
LU	65	51	43	36	33	33	23	15	6	1
HU	48	46	39	37	24	34	15	13	8	3
MT	58	55	43	38	29	19	18	24	5	1
NL	49	42	34	25	23	27	14	19	13	6
AT	45	39	36	21	27	29	21	13	10	5
PL	47	39	36	39	25	18	19	14	8	4
PT	53	42	36	34	30	31	18	21	8	2
RO	57	43	38	36	32	27	19	22	5	2
SI	42	46	33	34	28	18	24	20	11	2
SK	41	41	26	32	23	22	20	17	10	4
FI	51	45	31	32	30	21	14	12	9	8
SE	49	48	38	30	30	22	21	15	9	5

(%), baasväärtus: n=26 121 – kõik vastajad

Q20 Kui oluline on teie jaoks see, et (RIIK) on Euroopa Liidu liikmesriik? Palun kasutage skaalat 1–10, kus 1 tähendab „ei ole üldse oluline“ ja 10 tähendab „väga oluline“.

	1 – ei ole üldse oluline	2	3	4	5	6	7	8	9	10 – Äärmiselt oluline	Ei oska öelda
EL 27	7	2	3	3	9	7	11	16	12	27	3
BE	6	2	2	2	10	7	13	19	12	21	5
BG	11	4	3	5	11	6	10	12	9	28	1
CZ	15	4	5	5	15	9	8	12	8	17	4
DK	8	2	3	5	6	7	13	17	13	22	4
DE	8	2	4	3	7	5	10	16	11	30	4
EE	6	2	3	2	7	6	8	12	12	40	2
IE	7	2	2	4	7	8	10	14	12	32	4
EL	8	2	4	4	10	9	11	16	13	23	2
ES	5	1	2	3	9	7	13	19	18	22	2
FR	8	2	4	5	13	8	11	15	10	19	4
HR	8	2	3	4	9	9	12	16	12	23	2
IT	8	2	3	2	8	9	12	16	11	27	2
CY	5	1	3	4	10	8	12	15	13	29	1
LV	6	2	3	3	10	8	8	14	14	29	3
LT	4	1	2	2	6	7	7	10	14	44	3
LU	4	1	0	2	7	4	6	12	13	47	3
HU	5	2	2	3	9	8	8	11	8	41	3
MT	6	2	2	2	8	6	12	15	14	32	1
NL	8	2	3	3	6	8	15	20	14	17	4
AT	13	2	4	5	10	8	9	14	8	25	3
PL	5	1	4	3	7	7	9	14	12	35	3
PT	2	1	1	2	5	7	9	18	16	39	1
RO	4	1	2	1	6	4	6	9	13	52	2
SI	8	3	4	3	10	8	12	17	13	20	1
SK	9	3	4	4	11	8	8	9	9	33	2
FI	5	3	2	2	7	7	10	21	18	21	4
SE	9	2	3	3	10	8	13	18	11	20	4

(%), baasväärtus: n=26 121 – kõik vastajad

Küsimus 21. Milline järgmistest väidetest Euroopa Liidu kohta on Teie arvamusele kõige lähemal?

	Olen Euroopa Liidu ja selle praeguse toimimise poolt.	Ma pooldan pigem Euroopa Liitu, kuid mitte seda, kuidas see praegu toimib.	Olen Euroopa Liidu suhtes üsna skeptiline, kuid võin oma arvamust muuta, kui selle toimimine tõepoolest muutub.	Olen üldiselt Euroopa Liidu idee vastu.	Ei oska öelda
EL 27	27	37	21	8	6
BE	21	37	25	8	9
BG	23	35	26	12	4
CZ	15	32	32	14	8
DK	33	31	19	9	8
DE	30	37	19	8	6
EE	33	38	18	6	4
IE	38	27	17	8	10
EL	17	43	29	7	4
ES	28	42	18	5	7
FR	20	40	22	10	7
HR	24	38	25	8	5
IT	21	42	23	10	4
CY	16	50	25	5	5
LV	31	29	23	8	9
LT	33	36	18	7	7
LU	29	48	14	3	7
HU	39	23	23	6	8
MT	34	37	18	5	5
NL	28	33	19	10	10
AT	19	38	25	12	6
PL	34	31	23	7	5
PT	43	36	11	4	6
RO	39	34	17	4	5
SI	17	39	31	7	5
SK	27	35	22	9	6
FI	33	31	20	8	9
SE	29	33	20	10	8

(%), baasväärtus: n=26 121 – kõik vastajad

Q22 Millist järgmistest usaldade kõige rohkem? [Mitu vastust]

	Sõbra d ja perek ond	Teadlas ed	Kooliõpet ajad / ülikooli õppejõud	Ajakirjani kud	Avaliku sektori asutused	valits usväl ised orga nisat sioon id	Mee dia	Eraettevõ tted	Poliitikud	Mõjutajad / sisulooja d	Muu d	Ei oska öelda
EL 27	45	45	17	13	13	11	10	6	5	4	3	10
BE	36	45	19	18	9	8	14	6	4	5	2	8
BG	41	38	19	14	13	12	16	4	4	7	6	12
CZ	53	37	10	8	10	10	9	6	5	7	4	8
DK	44	42	14	11	13	6	11	8	8	2	2	7
DE	48	44	9	13	16	8	10	6	5	4	3	12
EE	50	52	14	11	17	6	13	5	5	4	2	6
IE	53	35	19	17	14	7	11	5	7	6	2	6
EL	52	46	26	6	9	5	3	4	5	7	3	10
ES	51	54	19	11	11	13	12	6	4	5	2	6
FR	42	41	19	12	11	14	8	7	4	3	2	13
HR	54	43	14	8	7	18	6	3	2	3	3	9
IT	38	52	21	11	15	13	6	7	5	3	3	11
CY	50	48	18	7	5	5	7	3	1	4	3	17
LV	47	30	9	12	14	5	13	4	3	4	2	11
LT	40	42	11	11	14	9	16	4	2	4	3	12
LU	46	52	16	19	21	9	10	3	3	1	2	7
HU	49	35	14	8	6	22	7	3	3	6	4	12
MT	45	32	21	19	11	22	10	4	7	4	3	7
NL	42	45	13	22	11	6	11	4	6	3	3	9
AT	44	41	17	11	18	6	11	4	5	5	2	11
PL	41	41	19	16	10	12	11	6	4	4	2	13
PT	48	44	24	17	11	13	20	4	2	3	2	6
RO	46	43	20	15	10	10	11	7	4	5	3	9
SI	53	43	15	7	10	4	7	7	2	4	3	12
SK	37	37	13	13	13	9	13	5	6	4	4	14
FI	48	47	14	9	20	11	12	3	5	5	3	5
SE	48	46	15	15	24	10	11	5	9	3	2	5

(%), baasväärtus: n=26 121 – kõik vastajad

Küsimus 23. Mõned inimesed jälgivad Euroopa Liidu poliitikas toimuvat, olenemata sellest, kas valimised toimuvad või mitte. Teised ei ole sellest huvitatud. Kas te jälgiksite, mis toimub Euroopa Liidu poliitikas?

	Suurema osa ajast	Aeg-ajalt	Harva	Mitte kunagi või peaaegu mitte kunagi	Ei oska öelda
EL 27	22	44	21	11	2
BE	18	42	24	15	2
BG	23	42	24	10	2
CZ	20	37	27	13	3
DK	18	46	23	10	2
DE	27	45	17	10	1
EE	12	44	30	14	1
IE	19	43	25	11	2
EL	25	43	22	9	1
ES	22	47	19	11	1
FR	17	40	24	17	2
HR	7	44	32	17	1
IT	27	44	17	10	2
CY	23	42	22	12	1
LV	10	39	33	15	2
LT	8	47	28	13	4
LU	23	44	21	10	2
HU	17	36	33	12	3
MT	18	46	22	13	1
NL	17	44	22	16	1
AT	24	44	20	11	1
PL	21	48	21	7	2
PT	23	51	17	7	2
RO	23	48	21	5	2
SI	14	37	31	17	1
SK	16	41	29	11	3
FI	10	50	26	12	2
SE	13	44	27	14	2

(%), baasväärtus: n=26 121 – kõik vastajad

Käesolev Eurobaromeetri kiiruuring annab ülevaate Euroopa kodanike suhtumisest sotsiaalmeediasse. Selles uuritakse suhtumist peamistesse teemadesse, nagu: sotsiaalsete ja poliitiliste päevakajaliste küsimuste teabeharjumused ja -allikad; sotsiaalmeedia kasutusharjumused ja eelistused päevakajaliste küsimuste kohta teabe saamiseks; kokkupuude desinformatsiooniga ja sellele reageerimine ning usaldus sõnumitoojate vastu; suhtlemine sotsiaalmeedias mõjutajate ja sisuloojatega; vaatajaskond ja eelistused seoses institutsiooniliste kontode ja poliitilise sisuga sotsiaalmeedias; sotsiaalmeedia poliitilise sisu eelistatud vormingud ja sisutüübid; suhtumine Euroopa Liitu.

Ipsos küsitles Euroopa Parlamendi kommunikatsiooni peadirektoraadi nimel 15-aastaste ja vanemate ELi kodanike esinduslikku valimit kõigis 27 Euroopa Liidu liikmesriigis. Ajavahemikul 11.–18. juunini 2025 viidi läbi 26 121 intervjuud arvutipõhise veebiküsitluse (CAWI) kaudu, kasutades Ipsose veebipaneele ja nende partnerite võrgustikku.



AVALIKU ARVAMUSE RAHVUSVAHELISE JA VEEBIKOMISJONI ÜHISETTEPANEKU AVALDUS

Teabevahetuse peadirektoraat

Euroopa Parlament

europa.eu/eurobaromeeter

Katalooginumber: QA-01-25-214-EN-N

ISBN: 978-92-848-3056-5

DOI: 10.2861/0248877

© Euroopa Liit, 2025