



СТАНДАРТЕН ЕВРОБАРОМЕТЪР 100

Използване на медиите в Европейския съюз

Евробарометър Report
ОКТОМВРИ — НОЕМВРИ 2023 Г.

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Това проучване е поискано и координирано от Европейската комисия, Генерална дирекция „Комуникация“.

Настоящият документ не представлява гледната точка на Европейската комисия. Тълкуванията и мненията, съдържащи се в него, са само тези на авторите.

Заглавие на проекта	Стандартен Евробарометър 100 — есента на 2023 г. Използване на медиите в Европейския съюз
Езикова версия	EN
Медия/том	PDF/Volume_01
Каталожен номер	NA-AO-23—043-EN-N
ISBN	978—92—68—09983—4
ISSN	1977—3927
ДОИ	10.2775/25739

© Европейски съюз, 2023 г.

<https://www.europa.eu/eurobarometer>

Снимка: Getty Images

Съдържание

Въведение.....	4
I. Медийно използване и доверие в медиите.....	9
1. Използване на медиите.....	10
2. Доверие в медиите.....	39
II. Ниво на информация по европейски въпроси.....	47
III. Източници на информация по политически въпроси и Европейския съюз.....	58
1. Европейски политически въпроси.....	59
2. Активното търсене на информация за Европейския съюз.....	66
IV. Становища относно плурализма и независимостта на националните медии.....	71
1. Плурализъм в националните медии.....	72
2. Независимост на националните медии.....	76
V. Европейци и фалшиви новини.....	85
VI. Социални мрежи.....	100
1. Онлайн социални мрежи и политическа информация.....	101
Мнения.....	116



Документ, изготвен от Pierre Dieumegard за [Европа-Демокрация-ЕспеРанто](#)

Целта на този „временен“ документ е да позволи на повече хора в Европейския съюз да се запознаят с документи, изготвени от Европейския съюз (и финансирани от техните данъци). **Без превод хората са изключени от дебата.**

Този документ „Евробарометър“ е само на френски, немски и английски език в pdf-файл. От този първоначален файл направихме odt-файл, подготвен от софтуера на Libre Office, за машинен превод на други езици. Резултатите вече са [достъпни на всички официални езици](#).

Желателно е администрацията на ЕС да поеме превода на важни документи. „Важни документи“ са не само закони и разпоредби, но и важната информация, необходима за вземане на информирани решения заедно.

За да обсъдим заедно нашето общо бъдеще и да дадем възможност за надеждни преводи, международният език есперанто би бил много полезен поради своята простота, редовност и точност.

Свържете се с нас:

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

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



Въведение

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Стандартен Евробарометър 100. 2 (ЕВ100) проучване през есента на 2023 г. беше проведено от 23 октомври и 17 ноември 2023 г. в 37 държави или територии: 27-те държави — членки на Европейския съюз (ЕС), седемте страни кандидатки (Албания, Босна и Херцеговина, Молдова, Черна гора, Северна Македония, Сърбия и Турция), общността на кипърските турци в частта от страната, която не се контролира от правителството на Република Кипър, както и в Косово¹ и Обединеното кралство.

Пълният доклад на стандартното проучване на Евробарометър 100 се състои от множество обеми. Първият том представя резултатите от общи въпроси за състоянието на общественото мнение в Европейския съюз. Четири други тома представят мненията на европейците по следните теми: използването на медиите в Европейския съюз, приоритетите на Европейския съюз, европейското гражданство и мненията относно руското нашествие в Украйна.

Настоящият обем на проучването „Стандартен Евробарометър“ от есента на 2023 г. се съсредоточава върху използването на медиите в Европейския съюз. Тук анализираме следните въпроси:

Използване на медиите и доверие в медиите — степента, в която различните медии се използват най-много от европейските граждани. Колко доверие имат европейците в медиите и информацията, която предоставят?

Нивото на информация по европейските въпроси — дали европейците се чувстват добре информирани по европейските въпроси? Смятате ли, че гражданите в тяхната страна са добре информирани по тези въпроси?

Източници на информация по политически въпроси и Европейския съюз — кои са основните източници на информация, използвани от европейците за новини по европейски политически въпроси и при търсене на информация за Европейския съюз?

Становища относно плурализма и независимостта на националните медии — смятат ли европейските граждани, че европейските медии предоставят множество мнения и мнения? Подложени ли са на политически и търговски натиск тези медии?

Европейците и фалшивите новини — гражданите на Европейския съюз често ли са изправени пред фалшиви новини или новини, които погрешно представят реалността? Могат ли да го идентифицират? Смятат ли го за проблем в своята страна и за демокрацията като цяло?

Социални мрежи — онлайн социалните мрежи ли са начин да бъдат в крак с политическите новини и да имат думата по политически въпроси? Могат ли гражданите да се интересуват от политически въпроси? Може ли да се вярва на политическата информация в социалните мрежи?

¹ Това название не засяга позициите по отношение на статута и е съобразено с Резолюция 1244/99 на Съвета за сигурност на ООН и становището на Международния съд относно обявяването на независимост от страна на Косово.

Методология

Използваната методология е тази на стандартните проучвания на Евробарометър, проведени от Генерална дирекция за комуникация („Мониторинг на медиите и Евробарометър“)²³. Към настоящия доклад е приложена техническа бележка относно интервютата, провеждани от институтите, членуващи в мрежата Kantar. Той също така определя интервалите на доверие.

След Общия регламент на ЕС относно защитата на данните⁴ (ОРЗД) респондентите бяха запитани дали биха се съгласили да им бъдат задавани въпроси по въпроси, които биха могли да се считат за „чувствителни“.

Бележка: В този доклад държавите от ЕС са посочени в официалното им съкращение. Съкращенията, използвани в настоящия доклад, съответстват на:

Белгия	БЪДЕТЕ	Литва	LT
България	BG	Люксембург	ЛУ
Чехия	CZ	Унгария	HU
Дания	DK	Малта	MT
Германия	DE	Нидерландия	NL
Естония	EE	Австрия	HA
Ирландия	IE	Полша	PL
Гърция	EL	Португалия	PT
Испания	ES	Румъния	RO
Франция	FR	Словения	SI
Хърватия	HR	Словакия	SK
Италия	TO	Финландия	FI
Република Кипър	CY*	Швеция	SE
Латвия	LV	Северна Македония	MK
Общност на кипърските турци	CY (tcc)	Сърбия	RS
Албания	AL	Турция	TR
			ОБЕДИН
			ЕНОТО
			КРАЛСТ
			ВО
Босна и Херцеговина	БА	Обединеното кралство	
Молдова	MD		
Черна гора	МЕН		
Косово ⁵	ХК		
Европейски съюз — среднопретеглена стойност за 27-те държави членки	ЕС-27		
Държави от Европейския съюз BE, FR, IT, LU, DE, AT, ES,PT, IE, NL, FI, EL, EE, SI, CY, MT, SK, LV, LT, HR	Евروزона		
BG, CZ, DK, HU, PL, RO, SE	Извън еврозона а		

2 <https://www.europa.eu/eurobarometer>

3 Таблиците с резултатите са приложени. Следва да се отбележи, че общият размер на процентите, посочени в таблиците в настоящия доклад, може да надвишава 100 %, когато респондентът е могъл да избере няколко отговора на един и същ въпрос.

4 2016/679

5 Това название не засяга позициите по отношение на статута и е съобразено с Резолюция 1244/99 на Съвета за сигурност на ООН и становището на Международния съд относно обявяването на независимост от страна на Косово.

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Кипър като цяло е една от 27-те държави членки на Европейския съюз. Въпреки това „достиженията на правото на Общността“ са временно прекратени в частта от страната, която не се контролира от правителството на Република Кипър. По практически причини само интервютата, проведени в частта от държавата, контролирана от правителството на Република Кипър, са включени в категорията „Кипър“ и в средната стойност за ЕС-27.

Бихме искали да благодарим на хората в цяла Европа, които отделиха време да участват в това проучване.

Без тяхното активно участие това проучване не би било възможно.



I. Медийно използване и доверие в медиите

1. Използване на медиите

Телевизията продължава да бъде най-често използваната форма на медиите.

Телевизията е най-използваната форма на медии, като 93 % от респондентите (без промяна от зимата на 2022—2023 г.) гледат телевизия чрез телевизор или интернет поне веднъж седмично и близо осем на всеки десет (79 %, -1 процентни пункта) го правят ежедневно или почти всеки ден.

Почти девет от всеки десет (89 %) гледат телевизия на телевизор поне веднъж седмично. Въпреки че този дял остава непроменен от последния път, когато този въпрос е бил зададен през зимата на 2022—2023 г., той все още е значително по-нисък от този между есента на 2010 г. (ЕВ74) и есента на 2012 г. (ЕВ78), когато 97 % съобщават, че гледат телевизия по телевизор поне веднъж седмично.

Делът на респондентите, които гледат телевизия по интернет, продължава да нараства постоянно, като 38 % заявяват, че гледат телевизия по този начин поне веднъж седмично — увеличение с два процентни пункта от зимата на 2022—2023 г. и с 22 процентни пункта, тъй като този въпрос беше зададен за първи път през есента на 2011 г. (ЕВ76).

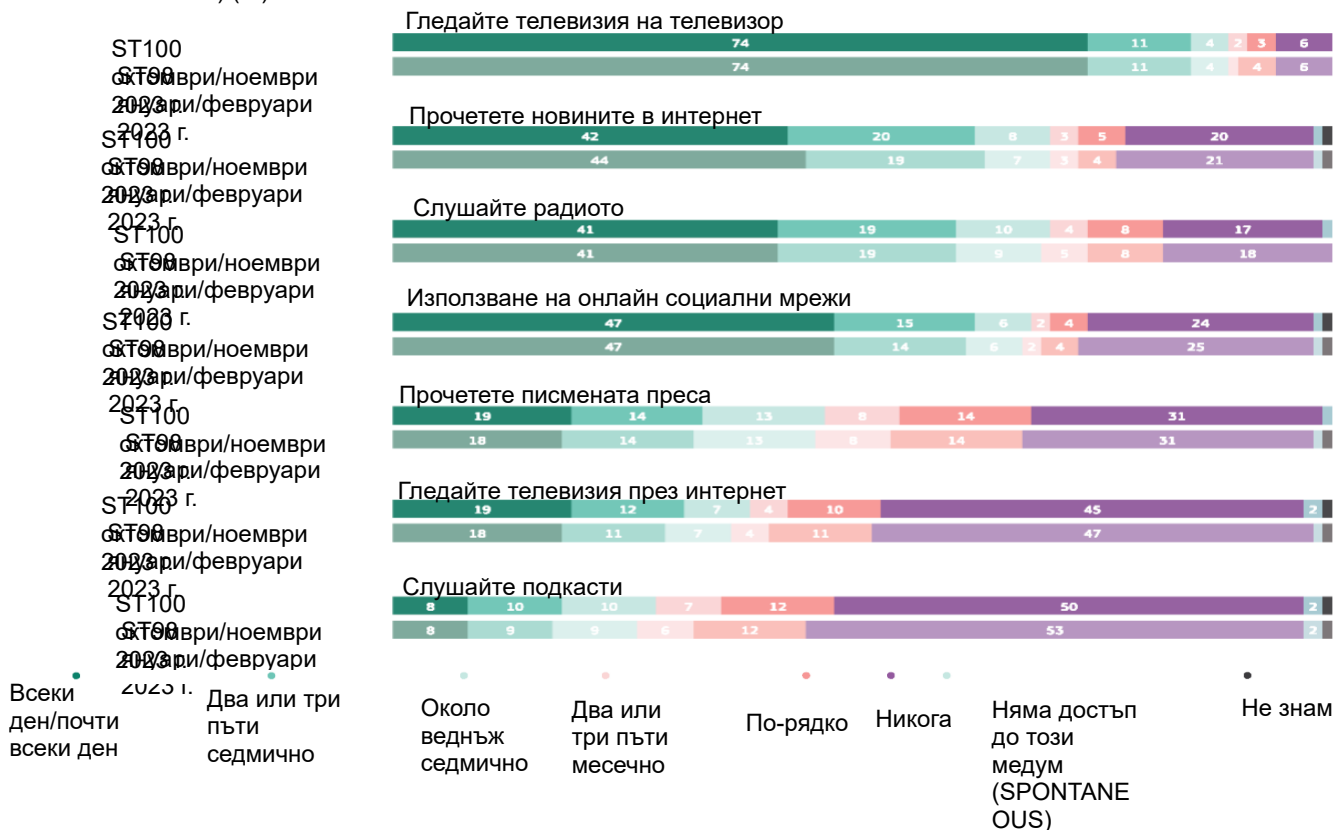
Седем от всеки десет съобщават, че слушат радио най-малко веднъж седмично. Този дял се е увеличил с един процентен пункт от зимата на 2022—2023 г. насам, като е спрял бавното, но непрекъснато намаляване, наблюдавано от есента на 2019 г. насам (ЕВ92) (74 %). Въпреки това в по-дългосрочен план все още се наблюдава намаляване на радиоразпръскването (от 79 % през есента на 2010 г. до 70 % в настоящото проучване).

След увеличение с три процента между зимата на 2021—2022 г. и зимата на 2022—2023 г. дялът, който чете новините в интернет поне веднъж седмично, остава стабилен в настоящото проучване, като седем от десет души съобщават за това.

Делът на респондентите, които използват онлайн социални мрежи поне веднъж седмично, леко се е увеличил от зимата на 2022—2023 г. (+ 1 процентни пункта) до 68 %. Този дял сега се връща на равнището, достигнато през зимата на 2020—21 г. (ЕВ94), след постоянното нарастване на редовното използване на онлайн социалните мрежи (от 33 %, отчетено през есента на 2010 г.).

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

QE3. Можете ли да кажете до каква степен...? (EC-27) (%)

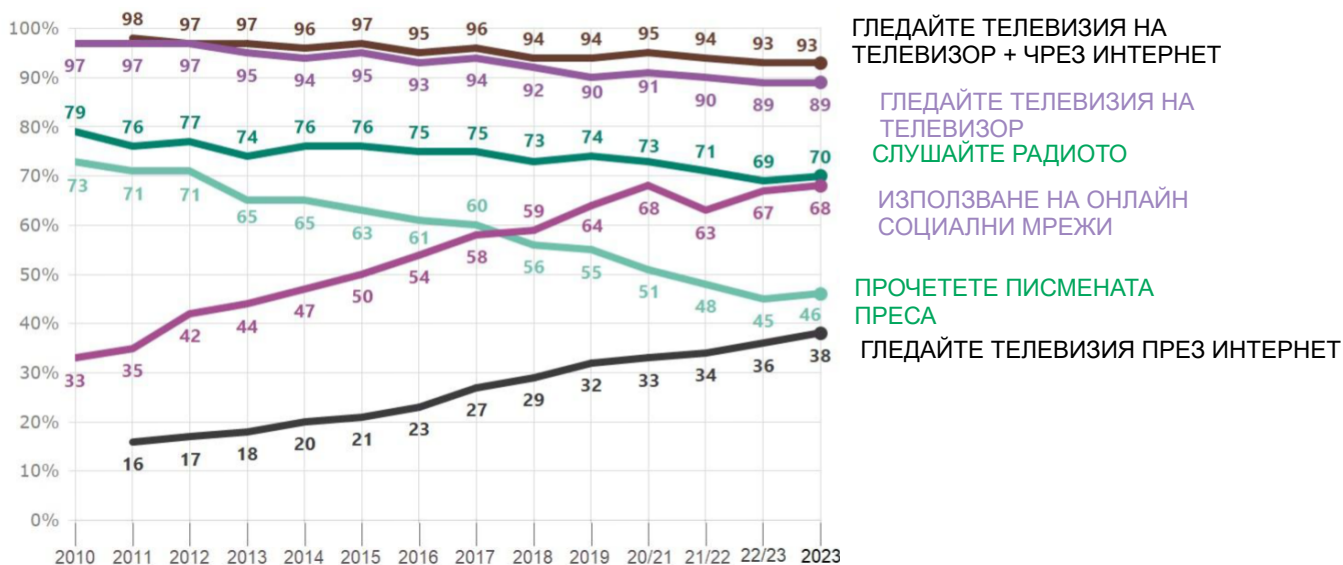


Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

По-малко от половината (46 %) четат писмената преса поне веднъж седмично. Това представлява увеличение с един процент на този дял на респондентите от зимата на 2022—2023 г. насам, което спира дългосрочния, почти непрекъснат спад, наблюдаван от есента на 2010 г. насам (73 %).

И накрая, почти три от всеки десет (28 %) слушат подкасти поне веднъж седмично — увеличение от два процента от зимата на 2022—2023 г. насам и 6 % увеличение от зимата на 2021—2022 г. насам⁶.

QE3 Можете ли да кажете до каква степен...?
(% — ЕС — ПОНЕ ВЕДНЪЖ СЕДМИЧНО)

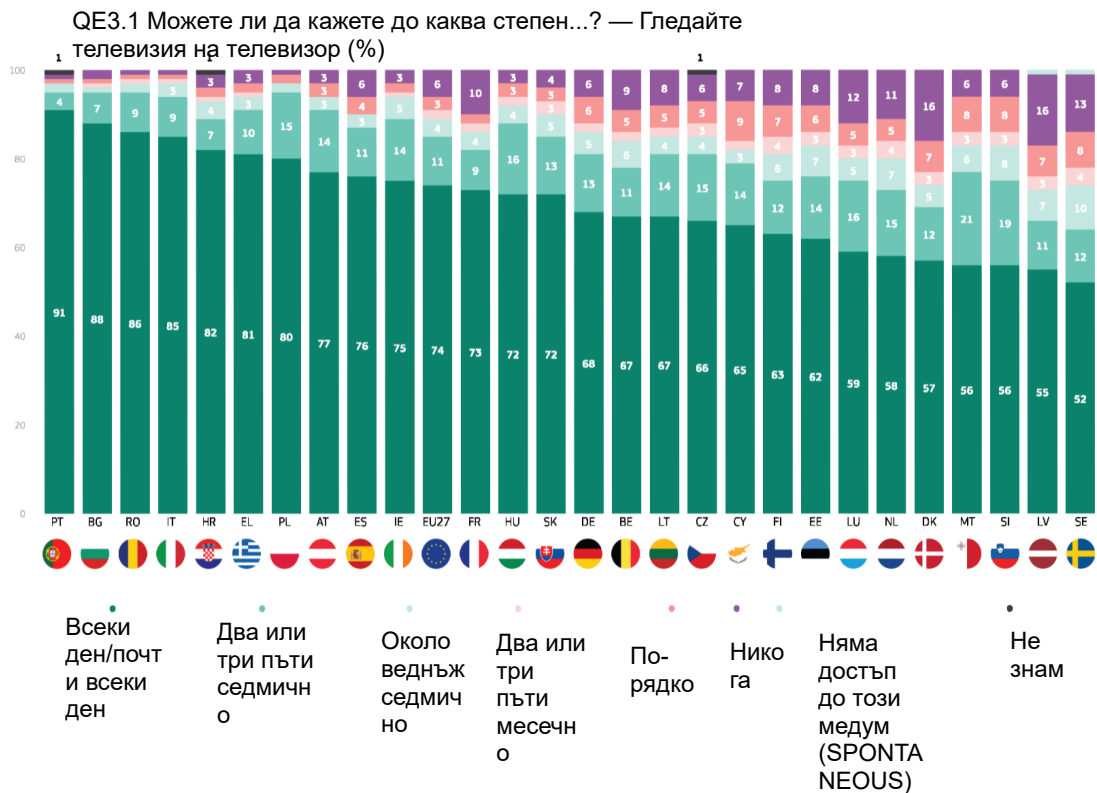


6 QE3. Можете ли да кажете до каква степен...? 1) Гледайте телевизия на телевизор; 2) Гледайте телевизия по интернет; 3) Слушане на радиото; 4) Слушайте подкасти; 5) Прочетете писмената преса; 6) Прочетете новини в интернет; 7) Използвайте онлайн социални мрежи.

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

В целия ЕС близо три четвърти (74 %) гледат телевизия по телевизор всеки ден или почти всеки ден. Респондентите в Португалия (91 %), България (88 %) и Румъния (86 %) са най-склонни да направят това. В противоположния край на скалата 52 % в Швеция, 55 % в Латвия и 56 % в Малта и Словения съобщават, че гледат телевизия ежедневно или почти ежедневно.

Делът на тези, които казват, че гледат телевизия ежедневно или почти ежедневно, е намалял в 18 държави от зимата на 2022—2023 г., най-вече в Кипър (65 %, -14 процентни пункта), Малта (56 %, -13 процентни пункта) и Латвия (55 %, -9 процентни пункта). Обратно, този дял на респондентите се е увеличил в седем държави, особено във Франция (73 %, + 4 процентни пункта) и Испания (76 %, + 3 процентни пункта). Тази цифра остава стабилна в Германия (68 %) и Естония (62 %).



Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Социално-демографският анализ показва, че гледането на телевизия по телевизор варира в зависимост от възрастовата група и нивото на образование. Колкото по-възрастни са респондентите, толкова по-вероятно е да гледат телевизия по телевизор всеки ден или почти всеки ден. Например 88 % от лицата на възраст 55 или повече години го правят, в сравнение с 45 % от тези на възраст между 15 и 24 години. Освен това респондентите, които са завършили редовно образование на 15 или по-малко години, са по-склонни от тези, които завършват на възраст 20 или повече години, да гледат телевизия ежедневно или почти ежедневно (91 % спрямо 69 %).

Разлики могат да се наблюдават и между социално-професионалните категории, като домашните лица (84 %) са най-вероятно да бъдат ежедневно/почти ежедневно гледащи телевизия на телевизор, особено в сравнение с мениджърите (65 %). Респондентите, които считат себе си за принадлежащи към работническата класа (81 %) от обществото, също са най-склонни да гледат телевизия по телевизор всеки ден или почти всеки ден.

QE3.1 Можете ли да кажете до каква степен...? Гледайте телевизия на телевизор (% — ЕС)

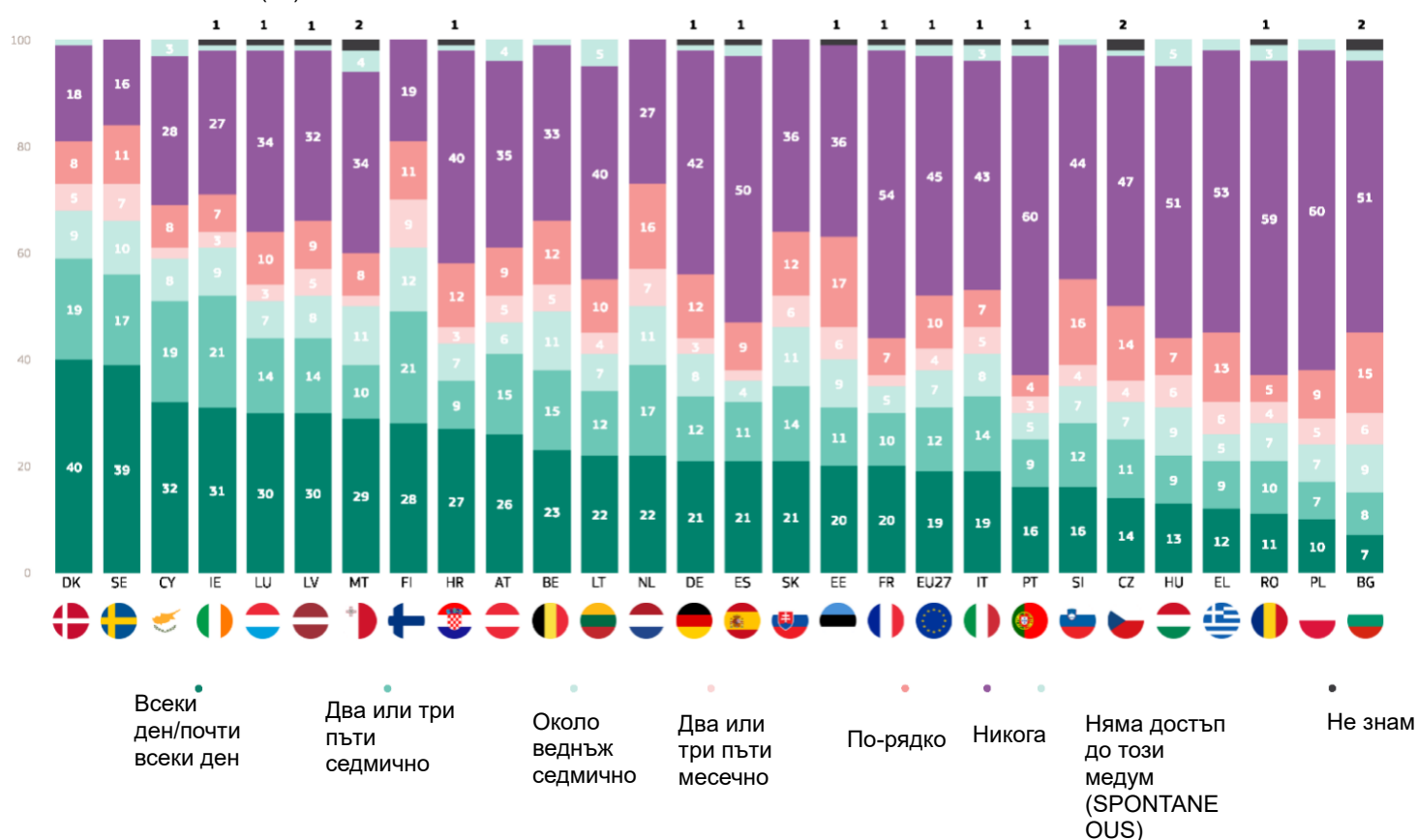
	Всеки ден/почти всеки ден	Два или три пъти седмично	Около веднъж седмично	Два или три пъти месечно	По-рядко	Никога	Няма достъп до този носител (SPONTANEOUS)	Не знам	Общо поне веднъж седмично
ЕС-27	74	11	4	2	3	6	0	0	89
Пол									
Човек	73	12	4	2	3	6	0	0	89
Жена	76	11	4	1	3	5	0	0	91
Възраст									
15—24	45	20	9	4	9	12	0	1	74
25—39	64	14	5	2	5	10	0	0	83
40—54	75	13	3	2	3	4	0	0	91
55 +	88	6	2	1	1	2	0	0	96
Образование (края на)									
15—	91	6	1	0	1	1	0	0	98
16—19	81	9	3	1	2	4	0	0	93
20+	69	13	5	2	4	7	0	0	87
Все още учи	43	19	9	4	11	14	0	0	71
Социално-професионална категория									
Самостоятелно заети лица	72	14	5	1	3	5	0	0	91
Мениджъри	65	16	4	3	5	7	0	0	85
Други бели якички	72	12	5	2	3	5	0	1	89
Ръчни работници	77	12	4	1	2	4	0	0	93
Домашни лица	84	8	1	1	2	4	0	0	93
Безработни	69	9	4	1	6	11	0	0	82
Пенсионер	90	5	1	1	1	2	0	0	96
Студенти	43	19	9	4	11	14	0	0	71
Трудности при плащането на сметки									
През по-голямата част от времето	73	11	4	1	4	7	0	0	88
От време на време	76	11	4	1	3	5	0	0	91
Почти никога/Никога	74	11	4	2	3	6	0	0	89
Помислете за принадлежност към									
Работническата класа	81	8	3	1	2	5	0	0	92
Долната средна класа	76	9	4	2	4	5	0	0	89
Средната класа	73	13	4	2	3	5	0	0	90
Горната средна класа	62	15	7	3	6	7	0	0	84
Висшата класа	71	15	1	4	1	7	0	1	87
Имидж на ЕС									
Положителен	73	12	4	1	4	6	0	0	89
Неутрален	75	12	4	2	3	4	0	0	91
Отрицателно	74	9	4	2	3	8	0	0	87

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Близо един на всеки пети (19 %, + 1 процентен пункт от зимата на 2022—2023 г.) гледа телевизия ежедневно или почти всеки ден. Този дял на респондентите варира значително в 27-те държави — членки на ЕС, като най-голям дял е регистриран в Дания (40 %), Швеция (39 %) и Кипър (32 %), а най-ниският процент се наблюдава в България (7 %), Полша (10 %) и Румъния (11 %).

В 12 държави — членки на ЕС, респондентите са по-склонни да казват, че гледат телевизия всеки ден или почти всеки ден, отколкото през зимата на 2022—2023 г. Най-голямо увеличение в това съотношение се наблюдава в Португалия (16 %, + 5 процентни пункта), Естония (20 %, + 4 процентни пункта) и Испания (21 %, + 4 процентни пункта). Тази цифра е намаляла в още 12 държави, особено в Малта (29 %, -13 процентни пункта), Люксембург (30 %, -7 процентни пункта), Латвия (30 %, -5 процентни пункта) и Румъния (11 %, -5 процентни пункта). Няма промяна в Дания (40 %), Финландия (28 %) и Чехия (14 %).

QE3.2. Можете ли да кажете до каква степен...? — Гледайте телевизия чрез fl'le Internet (96)



Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Социално-демографският анализ показва, че по-младите респонденти и тези, които остават по-дълго в редовно обучение, са по-склонни да бъдат ежедневно или почти ежедневно наблюдатели на телевизията в интернет. По-специално 29 % от лицата на възраст 15—24 години гледат телевизията ежедневно или почти ежедневно, в сравнение с 11 % от лицата на възраст 55 или повече години. По подобен начин почти една четвърт (24 %) от тези, които са завършили редовно образование на възраст 20 или повече години, гледат телевизията в интернет ежедневно или почти ежедневно, в сравнение с по-малко от един на всеки десет (7 %), които го правят сред тези, които са напуснали образованието си на 15 или по-малко години.

QE3.2 Можете ли да кажете до каква степен...? Гледайте телевизия по интернет (% — ЕС)

	Всеки ден/почти всеки ден	Два или три пъти седмично	Около веднъж седмично	Два или три пъти месечно	По-рядко	Никога	Няма достъп до този носител (SPONTANEOUS)	Не знам	Общо поне веднъж седмично
ЕС-27	19	12	7	4	10	45	2	1	38
Пол									
Човек	21	13	8	4	10	42	1	1	42
Жена	18	11	6	4	9	49	2	1	35
Възраст									
15—24	29	18	11	5	10	26	0	1	58
25—39	26	16	9	5	13	30	1	0	51
40—54	22	14	8	5	10	40	1	0	44
55 +	11	6	5	3	7	64	3	1	22
Образование (края на)									
15—	7	3	4	1	5	74	5	1	14
16—19	16	10	6	4	10	51	2	1	32
20+	24	16	9	5	11	34	1	0	49
Все още учи	32	18	12	5	11	21	0	1	62
Социално-професионална категория									
Самостоятелно заети лица	24	15	8	5	11	36	1	0	47
Мениджъри	25	19	8	6	12	29	1	0	52
Други бели якички	22	15	9	6	12	35	1	0	46
Ръчни работници	20	12	8	4	9	45	2	0	40
Домашни лица	14	8	5	3	7	60	2	1	27
Безработни	21	9	6	3	10	49	1	1	36
Пенсионер	9	5	4	2	7	69	3	1	18
Студенти	32	18	12	5	11	21	0	1	62
Трудности при плащането на сметки									
През по-голямата част от времето	16	8	6	3	10	53	2	2	30
От време на време	19	12	8	4	9	46	1	1	39
Почти никога/Никога	20	12	7	4	10	44	2	1	39
Помислете за принадлежност към									
Работническата класа	14	7	5	3	7	61	2	1	26
Долната средна класа	18	10	7	4	11	48	1	1	35
Средната класа	21	14	8	4	10	40	2	1	43
Горната средна класа	25	17	10	6	11	30	0	1	52
Висшата класа	18	12	9	4	9	45	2	1	39
Имидж на ЕС									
Положителен	22	14	8	5	9	40	1	1	44

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

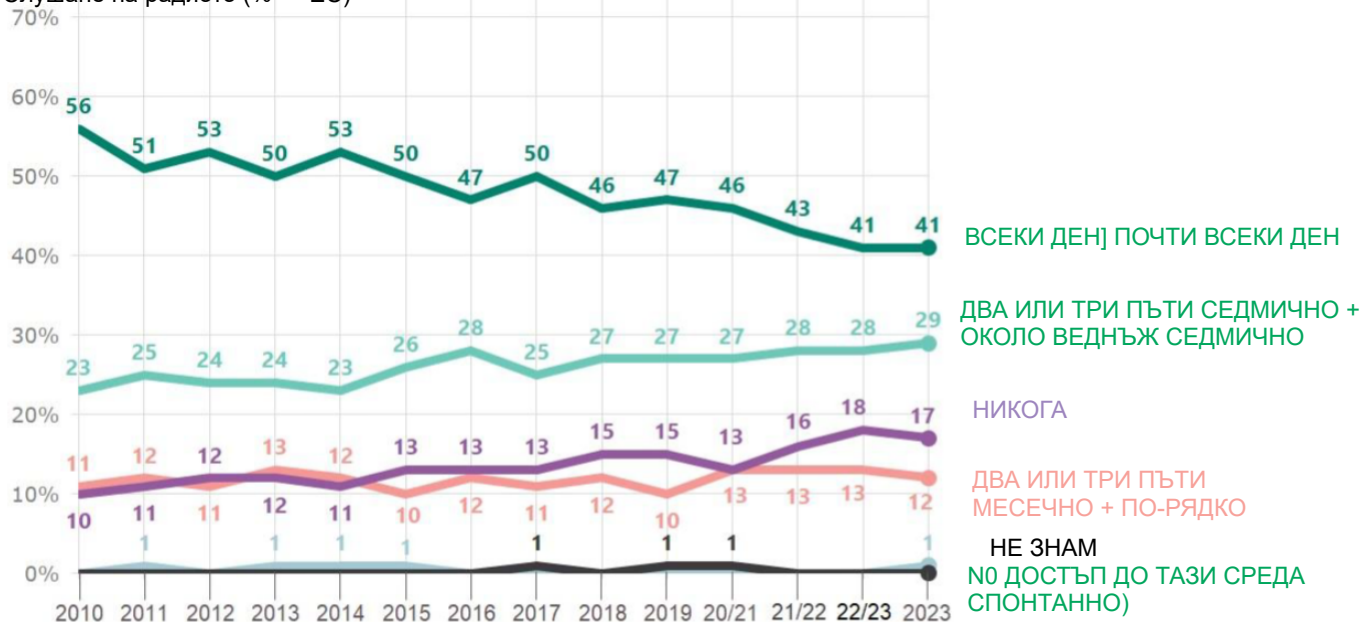
Неутрален	17	11	7	4	10	48	2	1	35
Отрицателно	18	9	7	2	10	51	2	1	34

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Редовното радио слушане остана като цяло стабилно след стандартното проучване на Евробарометър от зимата на 2022—2023 г. Седем от всеки десет респонденти слушат радиото поне веднъж седмично (+ 1 процентен пункт), включително 41 % (без промяна), които го правят ежедневно или почти ежедневно. Около един на всеки шест казва, че никога не слуша радио (17 %, -1 процентни пункта).

QE3.3 Можете ли да кажете до каква степен...?

Слушане на радиото (% — ЕС)

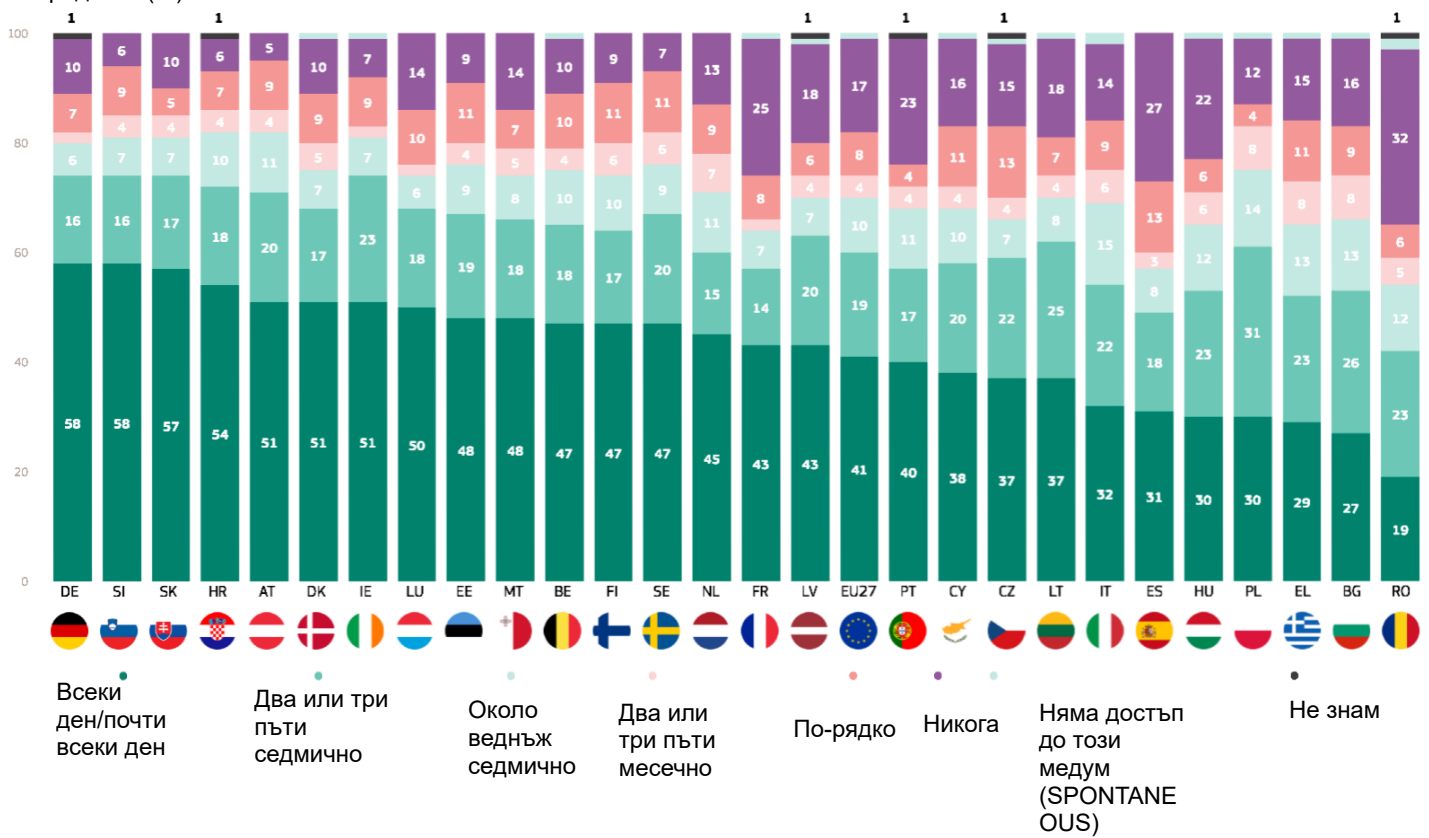


Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Делът на респондентите, които слушат радио всеки ден или почти всеки ден, варира от 58 % в Германия и Словения и 57 % в Словакия до по-малко от три на десет в Румъния (19 %), България (27 %) и Гърция (29 %).

В 14 държави — членки на ЕС, делът на респондентите, които съобщават за слушане на радиото ежедневно или почти ежедневно, е намалял в сравнение със зимата на 2022—2023 г. Най-голямо намаление се наблюдава в Кипър (38 %, -7 процентни пункта), Латвия (43 %, -6 процентни пункта) и Унгария (30 %, -6 процентни пункта). Радиослушането се е увеличило в осем държави, по-специално в Хърватия (54 %, + 6 процентни пункта) и Германия (58 %, + 4 процентни пункта), и се е запазило стабилно в пет държави: Словения (58 %), Словакия (57 %), Австрия (51 %), Люксембург (50 %) и Франция (43 %).

QE3.3. Можете ли да кажете до каква степен..? —Чуйте радиото (%)



Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Ежедневното или почти ежедневно слушане на радиото е по-високо сред мъжете (44 %), отколкото сред жените (38 %). Този дял се увеличава и с увеличаването на възрастта на респондентите, като близо половината (48 %) сред хората на възраст 55 или повече години слушат радио всеки ден или почти всеки ден, в сравнение с двама от всеки десет сред тези на възраст между 15 и 24 години. Съществуват и различия по отношение на нивото на образование, като тези, които са завършили редовно образование на възраст 16 или повече години (44—45 %), е по-вероятно да го направят, отколкото тези, които са напуснали 15 години или по-млади (37 %). И накрая, дялът на респондентите, които слушат радиото ежедневно или почти ежедневно, е 45 % сред респондентите, които никога или почти никога не изпитват затруднения при плащането на сметки, в сравнение с 33—36 % сред тези, които изпитват затруднения поне от време на време.

QE3.3 Можете ли да кажете до каква степен...? Слушане на радиото (% — ЕС)

	Всеки ден/почти всеки ден	Два или три пъти седмично	Около веднъж седмично	Два или три пъти месечно	По-рядко	Никога	Няма достъп до този носител (SPONTANEOUS)	Не знам	Общо поне веднъж седмично
ЕС-27	41	19	10	4	8	17	1	0	70
Пол									
Човек	44	19	11	4	8	14	0	0	74
Жена	38	19	9	5	9	19	1	0	66
Възраст									
15—24	20	16	13	8	15	27	1	0	49
25—39	37	21	11	5	10	16	0	0	69
40—54	44	21	11	4	7	12	1	0	76
55 +	48	18	7	3	7	16	1	0	73
Образование (края на)									
15—	37	16	8	4	8	24	2	1	61
16—19	44	20	9	4	7	16	0	0	73
20+	45	21	10	4	8	12	0	0	76
Все още учи	20	15	15	8	17	24	0	1	50
Социално-професионална категория									
Самостоятелно заети лица	50	21	9	4	6	10	0	0	80
Мениджъри	47	23	10	4	7	9	0	0	80
Други бели якички	41	22	11	5	9	12	0	0	74
Ръчни работници	41	20	10	4	7	17	1	0	71
Домашни лица	31	16	10	6	10	25	2	0	57
Безработни	29	15	10	5	14	26	1	0	54
Пенсионер	47	18	7	3	6	18	1	0	72
Студенти	20	15	15	8	17	24	0	1	50
Трудности при плащането на сметки									
През по-голямата част от времето	36	16	9	4	10	23	1	1	61
От време на време	33	21	13	5	9	18	1	0	67
Почти никога/Никога	45	19	8	4	8	15	1	0	72
Помислете за принадлежност към									
Работническата класа	36	18	9	4	8	24	1	0	63
Долната средна класа	39	20	9	4	10	17	1	0	68
Средната класа	43	20	10	4	8	14	1	0	73
Горната средна класа	46	18	11	5	9	11	0	0	75
Висшата класа	38	31	10	5	3	10	2	1	79
Имидж на ЕС									

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Положителен	42	20	10	5	8	15	0	0	72
Неутрален	39	19	10	4	9	18	1	0	68
Отрицателно	41	18	9	3	9	19	1	0	68

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Делът, който чете писмената преса ежедневно или почти всеки ден, остава като цяло стабилен от зимата на 2022—2023 г. (+ 1 процентен пункт). Въпреки това дългосрочната тенденция при ежедневното потребление на печатни издания се характеризира с постоянен спад — от 38 % през есента на 2010 г. до 19 % в настоящото проучване.

Делът на тези, които никога не са чели писмената преса, отново е на най-високото си равнище, регистрирано някога в стандартно проучване на Евробарометър (31 %, без промяна от зимата на 2022—2023 г.).

13.5 Можеш ли да кажеш до каква степен...? Прочетете писмената преса: (% — ЕС)



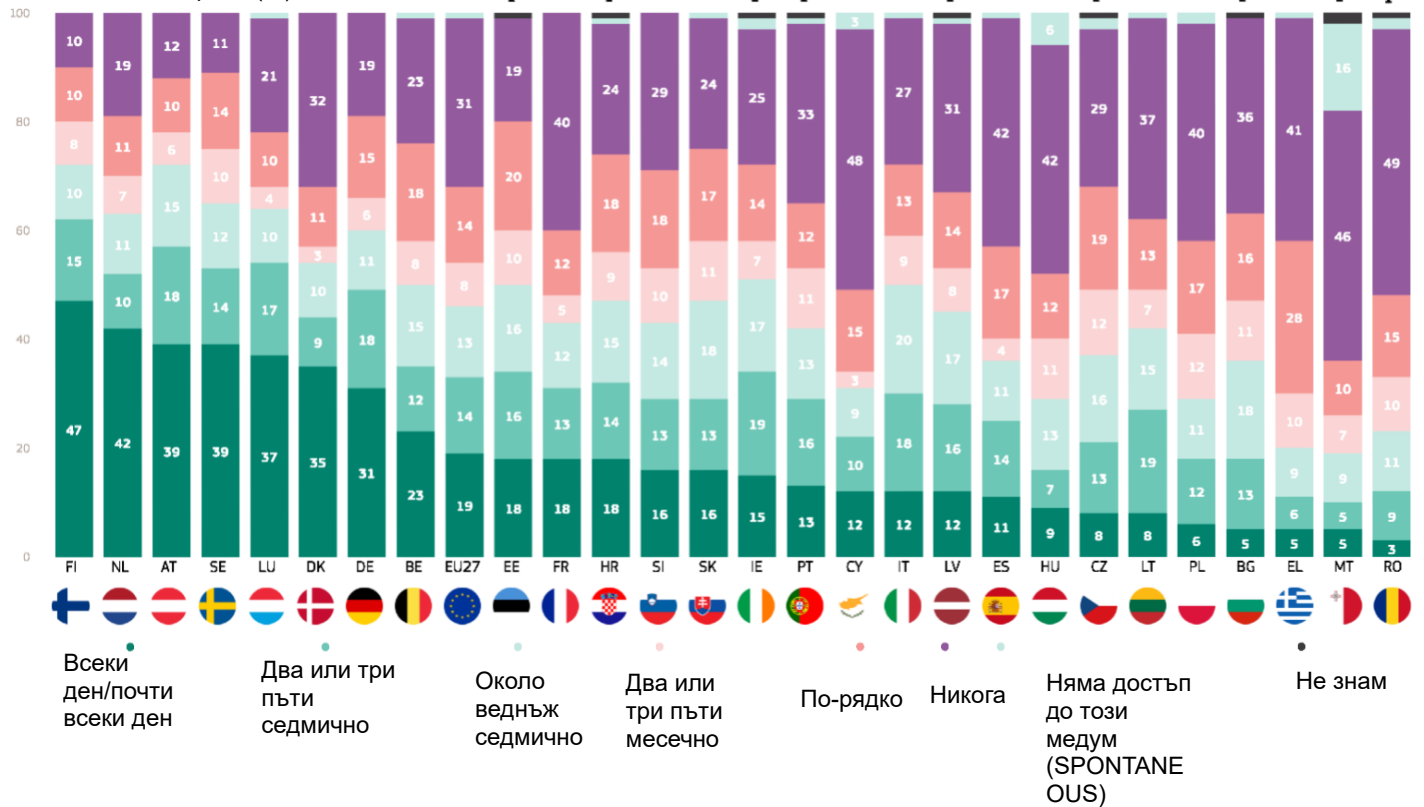
Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Налице са големи различия в равнищата на ежедневното потребление на печатни издания в държавите — членки на ЕС. Около четирима или повече респонденти заявяват, че четат писмената преса ежедневно или почти ежедневно във Финландия (47 %), Нидерландия (42 %) и Австрия и Швеция (и двете 39 %), докато този дял спада до един на двадесет или по-малко в Румъния (3 %) и в България, Гърция и Малта (всички 5 %).

Ежедневното или почти ежедневно четене на писмената преса е намаляло в 14 държави — членки на ЕС, от зимата на 2022—2023 г. насам.

Особено голямо намаление се наблюдава в Малта (5 %, — 21 процентни пункта), докато спадът с пет процентни пункта е отчетен в Швеция (39 %) и Белгия (23 %). Обратно, този дял на респондентите се е увеличил с три процентни пункта или по-малко в осем държави, най-вече в Дания (35 %, + 3 процентни пункта), Германия (31 %, + 3 процентни пункта) и Португалия (13 %, + 3 процентни пункта). Тази цифра остава непроменена в Естония (18 %), Словакия (16 %) Чехия (8 %), Литва (8 %) и Гърция (5 %).

QE3.5. Можете ли да кажете до каква степен...? —Прочетете писмената преса (%)



Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Социално-демографският анализ подчертава, че по-възрастните респонденти и тези, които остават по-дълго в редовна форма на обучение, са най-склонни да четат писмената преса ежедневно или почти ежедневно. По-конкретно 28 % от лицата на възраст 55 или повече години (в сравнение с 6 % от тези на възраст 15—24 години) и 25 % от тези, които са завършили редовно образование на възраст 20 или повече години (в сравнение със 17—18 % от тези, които са напуснали по-рано), заявяват, че го правят.

Самостоятелно заетите лица и ръководителите (23 %) са най-склонни да бъдат ежедневно или почти ежедневно читатели на писмената преса (в сравнение с 11 % от безработните), както и тези, които никога или почти никога не срещат трудности при плащането на сметките си (23 % в сравнение с 11 % от тези, които изпитват затруднения по-често). По същия начин има разлика и по социална класа, като тези, които считат себе си за принадлежащи към висшата класа (33 %) или горната средна класа (32 %) от обществото, са по-склонни да четат писмената преса ежедневно или почти ежедневно, отколкото тези, които смятат, че принадлежат към работническата класа (12 %).

QE3.5 Можете ли да кажете до каква степен...? Прочетете писмената преса (% — ЕС)

	Всеки ден/почти всеки ден	Два или три пъти седмично	Около веднъж седмично	Два или три пъти месечно	По-рядко	Никога	Няма достъп до този носител (SPONTANEOUS)	Не знам	Общо поне веднъж седмично
ЕС-27	19	14	13	8	14	31	1	0	46
Пол									
Човек	20	15	14	8	14	28	1	0	49
Жена	17	14	13	7	15	33	1	0	44
Възраст									
15—24	6	9	11	9	20	43	1	1	26
25—39	12	14	14	9	19	31	1	0	40
40—54	15	16	15	9	16	28	1	0	46
55 +	28	15	12	5	9	29	1	1	55
Образование (края на)									
15—	18	12	12	6	10	39	2	1	42
16—19	17	16	14	7	13	32	1	0	47
20+	25	15	13	8	15	24	0	0	53
Все още учи	6	10	11	9	24	38	1	1	27
Социално-професионална категория									
Самостоятелно заети лица	23	15	16	7	14	25	0	0	54
Мениджъри	23	17	15	8	15	22	0	0	55
Други бели якички	15	16	15	10	16	27	0	1	46
Ръчни работници	12	15	13	8	16	35	1	0	40
Домашни лица	13	10	12	7	12	44	2	0	35
Безработни	11	9	11	9	16	43	0	1	31
Пенсионер	31	14	11	5	9	28	1	1	56
Студенти	6	10	11	9	24	38	1	1	27
Трудности при плащането на сметки									
През по-голямата част от времето	11	15	12	7	15	38	1	1	38
От време на време	11	14	15	8	17	33	1	1	40
Почти никога/Никога	23	14	12	7	14	29	1	0	49
Помислете за принадлежност към									
Работническата класа	12	12	13	7	13	41	1	1	37
Долната средна класа	15	14	13	9	15	33	1	0	42
Средната класа	21	15	14	7	15	27	1	0	50

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Горната средна класа	32	16	11	7	14	20	0	0	59
Висшата класа	33	18	8	12	13	14	1	1	59
Имидж на ЕС									
Положителен	21	15	14	8	15	27	0	0	50
Неутрален	15	15	13	8	14	33	2	0	43
Отрицателно	18	13	11	7	14	35	1	1	42

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Седем от всеки десет европейски граждани (без промяна от зимата на 2022—2023 г.) четат новини в интернет поне веднъж седмично, като 42 % (-2 процентни пункта) заявяват, че го правят ежедневно или почти ежедневно. Един на всеки пет (-1 процентни пункта) никога не чете новините в интернет.

QE3.6. Можете ли да кажете до каква степен...? Прочетете новините в интернет (ЕС-27)(%)

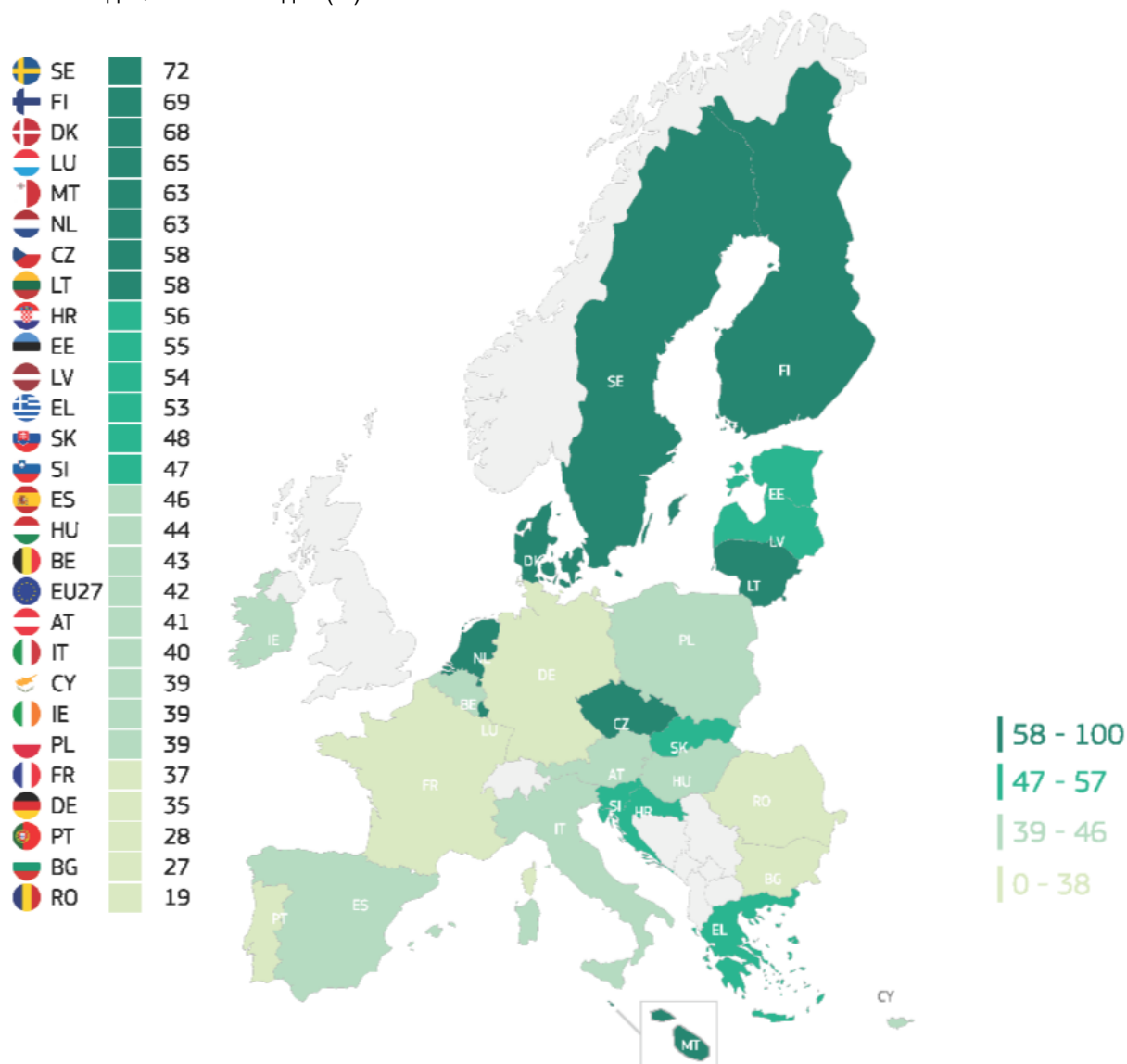


Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Делът на респондентите, които четат новини в интернет всеки ден или почти всеки ден, варира значително в отделните държави — членки на ЕС, като варира от повече от две трети в Швеция (72 %), Финландия (69 %) и Дания (68 %) до по-малко от три на всеки десет в Румъния (19 %), България (27 %) и Португалия (28 %).

В девет държави поне една от всеки пет казва, че никога не е чела новини в интернет, най-вече в Португалия (35 %), Румъния (34 %) и Франция (26 %). В 16 държави респондентите е по-малко вероятно, отколкото през зимата на 2022—2023 г., да четат новини в интернет ежедневно или почти ежедневно, като най-голям спад е регистриран в Румъния (19 %, -12 процентни пункта), България (27 %, -8 процентни пункта), Нидерландия (63 %, -7 процентни пункта), Латвия (54 %, -7 процентни пункта) и Кипър (39 %, -7 процентни пункта). Обратно, тази цифра се е увеличила в девет държави, но само в Словакия (48 %, + 4 процентни пункта), Австрия (41 %, + 4 процентни пункта) и Люксембург (65 %, + 3 процентни пункта) този дял се е увеличил с поне три процентни пункта. Няма промяна във Финландия (69 %) и Испания (46 %).

QE3.6. Можете ли да кажете до каква степен...? Прочетете новините в интернет -
Всеки ден/Почти всеки ден (%)



Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Мъжете (47 %) са по-склонни от жените (37 %) да казват, че ежедневно или почти ежедневно четат новини в интернет. Сред възрастовите групи този дял е най-нисък сред по-възрастните респонденти на възраст 55 или повече години (30 %), в сравнение с 47—52 % сред по-младите респонденти. Колкото по-дълго респондентите продължават да учат на пълен работен ден, толкова по-вероятно е те да четат новини в интернет ежедневно или почти ежедневно, като 58 % от завършилите възраст 20 или повече години го правят, в сравнение с 16 % от тези, които са напуснали 15-годишна възраст или по-млади.

Мениджърите (59 %) и самостоятелно заетите лица (54 %) са най-склонни да четат новини в интернет всеки ден или почти всеки ден, особено в сравнение с домашните лица (30 %). Респондентите, които никога или почти никога не срещат трудности при плащането на сметките си, са най-склонни да четат ежедневни или почти ежедневни новини в интернет (45 % в сравнение с 35 % от тези, които изпитват затруднения по-често), както и тези, които считат себе си за принадлежащи към горната или горната средна класа на обществото (60—62 % в сравнение с 31 % от тези, които считат себе си за принадлежащи към работническата класа).

QE3.6 Можете ли да кажете до каква степен...? Прочетете новините в интернет (% — ЕС)

	Всеки ден/почти всеки ден	Два или три пъти седмично	Около веднъж седмично	Два или три пъти месечно	Порядко	Никога	Няма достъп до този носител (SPONTANEOUS)	Не знам	Общо поне веднъж седмично
ЕС-27	42	20	8	3	5	20	1	1	70
Пол									
Човек	47	19	8	3	5	17	1	0	74
Жена	37	20	9	3	5	24	1	1	66
Възраст									
15—24	47	23	13	4	5	7	0	1	83
25—39	52	23	9	3	5	8	0	0	84
40—54	49	22	9	3	5	12	0	0	80
55 +	30	15	6	3	6	37	2	1	51
Образование (края на)									
15—	16	13	5	2	5	53	5	1	34
16—19	35	23	9	4	6	22	1	0	67
20+	58	18	8	2	4	10	0	0	84
Все още учи	51	24	11	4	5	5	0	0	86
Социално-професионална категория									
Самостоятелно заети лица	54	21	7	3	5	10	0	0	82
Мениджъри	59	20	8	3	4	6	0	0	87
Други бели якички	48	24	10	4	5	9	0	0	82
Ръчни работници	40	24	10	4	6	15	1	0	74
Домашни лица	30	18	9	3	6	31	2	1	57
Безработни	44	17	9	2	6	21	1	0	70
Пенсионер	25	13	6	2	5	45	3	1	44
Студенти	51	24	11	4	5	5	0	0	86
Трудности при плащането на сметки									
През по-голямата част от времето	35	17	7	3	6	29	2	1	59
От време на време	35	23	10	4	5	21	1	1	68
Почти никога/Никога	45	19	8	3	5	19	1	0	72
Помислете за принадлежност към									
Работническата класа	31	17	8	3	5	33	2	1	56

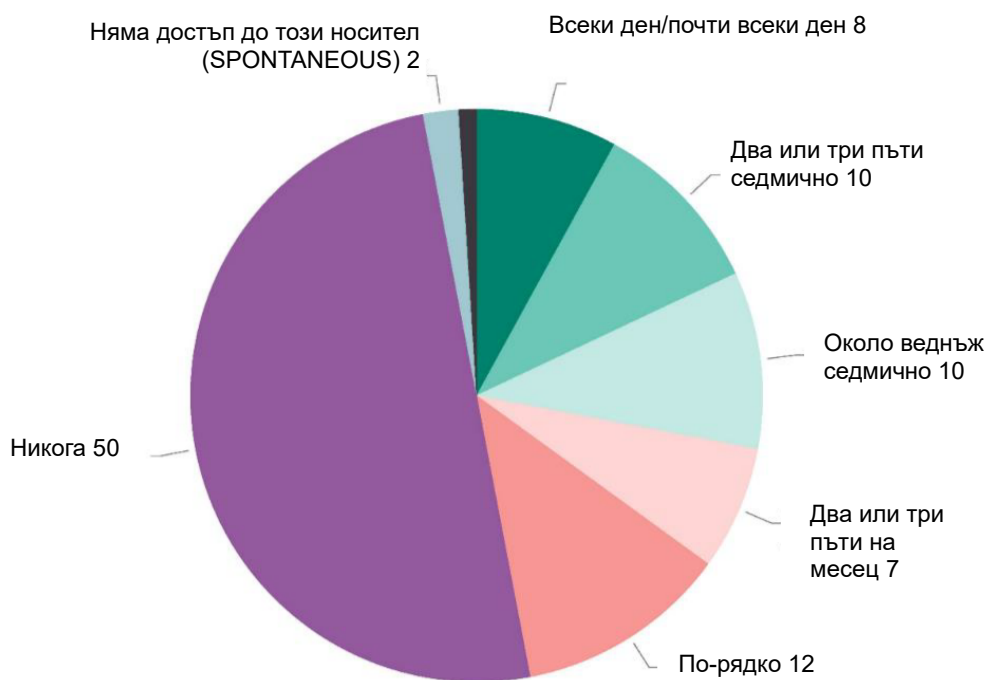
Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Долната средна класа	37	21	9	3	5	24	1	0	67
Средната класа	44	21	9	3	6	16	1	0	74
Горната средна класа	60	16	9	3	4	8	0	0	85
Висшата класа	62	19	7	2	2	6	0	2	88
Имидж на ЕС									
Положителен	48	20	8	3	4	16	1	0	76
Неутрален	35	20	9	4	6	24	1	1	64
Отрицателно	40	19	8	2	5	24	1	1	67

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Редовното слушане на подкасти се увеличава, като този дял вече достига 28 % (+ 2 процентни пункта от зимата на 2022—2023 г. и + 6 процентни пункта от зимата на 2021—2022 г.), включително близо един на всеки десет (8 %, без промяна от зимата на 2022—2023 г.), които ги слушат ежедневно или почти ежедневно. Въпреки това, половината от респондентите (50 %, -3 процентни пункта) никога не слушат подкасти.

QE3.4. Можете ли да кажете до каква степен...? —Слушайте подкастите (ЕС-27) (%)

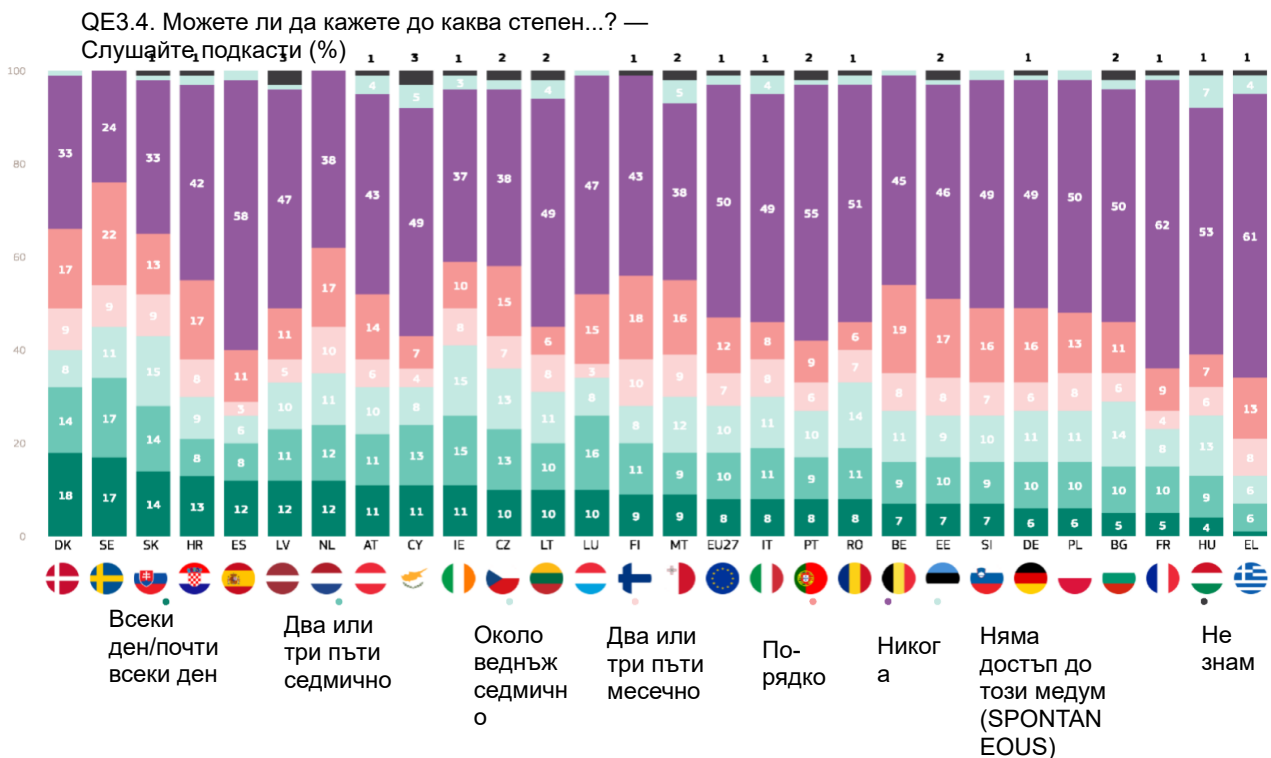


Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Във всички държави — членки на ЕС, по-малко от един на всеки пет слуша подкасти всеки ден или почти всеки ден. Респондентите е най-вероятно да направят това в Дания (18 %), Швеция (17 %) и Словакия (14 %). В другия край на спектъра един на всеки двадесет или по-малко слуша подкасти всеки ден или почти всеки ден в Гърция (1 %), Унгария (4 %) и България и Франция (и двете по 5 %).

Най-малко половината от анкетираните в осем държави съобщават, че никога не са слушали подкасти, като най-високите дялове се наблюдават във Франция (62 %), Гърция (61 %) и Испания (58 %).

От зимата на 2022—2023 г. насам се наблюдава спад в пропорциите, които слушат подкасти ежедневно или почти ежедневно в 16 държави — членки на ЕС. За пореден път най-голямо намаление е отчетено в Малта (9 %, -16 процентни пункта), докато спадът с най-малко пет процентни пункта се наблюдава в Ирландия (11 %, -6 процентни пункта) и Унгария (4 %, -5 процентни пункта). Ежедневното или почти ежедневно слушане на подкаст се е увеличило в шест държави, особено в Испания (12 %, + 5 процентни пункта). Тази цифра остава непроменена в пет държави: Швеция (17 %), Люксембург (10 %), Финландия (9 %), Естония (7 %) и Гърция (1 %).



Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Налице е ясна възрастова разлика сред респондентите, които слушат подкасти ежедневно или почти ежедневно, като повече от един на всеки десет (13—14 %) дава този отговор сред лицата на възраст 15—39 години, в сравнение с по-малко от един на двадесет (3 %) сред тези на възраст 55 или повече години. Този дял е най-висок и сред тези, които са продължили да учат на пълно работно време до навършване на 20 или повече години (10 %), в сравнение с тези, които са завършили образованието си на 15 или по-малко години (2 %).

Мениджърите (12 %) са най-склонни да слушат подкасти всеки ден или почти всеки ден, особено в сравнение с домашните хора (3 %). И накрая, ежедневното или почти ежедневно слушане на подкасти е по-високо сред онези, които считат себе си за принадлежащи към висшата или горната средна класа на обществото (11—12 %), отколкото сред онези, които считат себе си за принадлежащи към работническата или долната средна класа (и двете по 6 %).

QE3.4 Можете ли да кажете до каква степен...? Слушайте подкасти (% — ЕС)

	Всеки ден/почти всеки ден	Два или три пъти седмично	Около веднъж седмично	Два или три пъти месечно	По-рядко	Никога	Няма достъп до този носител (SPONTANEOUS)	Не знам	Общо поне веднъж седмично
ЕС-27	8	10	10	7	12	50	2	1	28
Пол									
Човек	9	11	10	7	13	47	2	1	30
Жена	7	10	10	6	11	53	2	1	27
Възраст									
15—24	14	18	15	9	13	29	1	1	47
25—39	13	16	14	9	14	33	1	0	43
40—54	7	10	12	8	14	46	2	1	29
55 +	3	5	5	4	9	69	3	2	13
Образование (края на)									
15—	2	3	3	1	5	79	5	2	8
16—19	6	8	9	6	11	57	2	1	23
20+	10	14	12	9	16	38	1	0	36
Все още учи	17	18	16	9	14	25	0	1	51
Социално-професионална категория									
Самостоятелно заети лица	9	14	13	8	14	41	1	0	36
Мениджъри	12	16	14	11	16	30	1	0	42
Други бели якички	9	13	14	9	14	39	1	1	36
Ръчни работници	7	10	10	6	13	51	2	1	27
Домашни лица	3	5	9	2	8	68	4	1	17
Безработни	8	7	8	6	12	57	1	1	23
Пенсионер	2	4	4	2	7	75	4	2	10
Студенти	17	18	16	9	14	25	0	1	51
Трудности при плащането на сметки									
През по-голямата част от времето	7	9	8	6	8	57	3	2	24
От време на време	7	12	10	6	10	52	2	1	29
Почти никога/Никога	8	10	10	7	13	49	2	1	28
Помислете за принадлежност към									
Работническата класа	6	6	6	4	8	66	2	2	18
Долната средна класа	6	10	10	6	12	54	2	0	26
Средната класа	8	12	11	7	14	45	2	1	31
Горната средна класа	12	15	14	11	14	33	1	0	41
Висшата класа	11	16	15	10	17	29	1	1	42

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

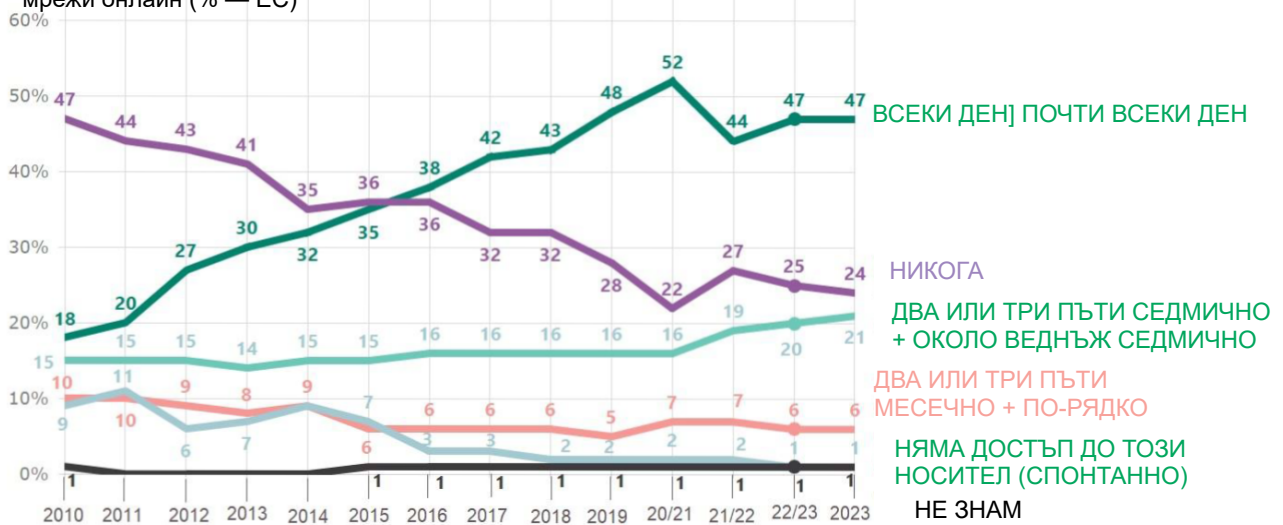
Имидж на ЕС									
Положителен	9	12	12	8	13	44	1	1	33
Неутрален	6	8	9	6	12	55	3	1	23
Отрицателно	7	9	7	5	10	57	3	2	23

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Ежедневното използване на онлайн социалните мрежи остана стабилно от зимата на 2022—2023 г. (47 %, без промяна). Този дял отбелязва внезапен спад между зимата на 2020—2021 г. и зимата на 2021—2022 г. (от 52 % на 44 %), преди да се увеличи отново през зимата на 2022—2023 г. (47 %). Въпреки това дългосрочният модел показва постоянно нарастване на ежедневното използване на онлайн социалните мрежи от есента на 2010 г. (18 %).

Делът на респондентите, които използват онлайн социални мрежи поне веднъж седмично, също остава като цяло стабилен от зимата на 2022—2023 г. (+ 1 процентни пункта) и понастоящем е 68 %, докато около една четвърт (24 %, -1 процентни пункта) заявяват, че никога не ги използват.

QE3.7 Можете ли да кажете до каква степен...? Използване на социалните мрежи онлайн (% — ЕС)

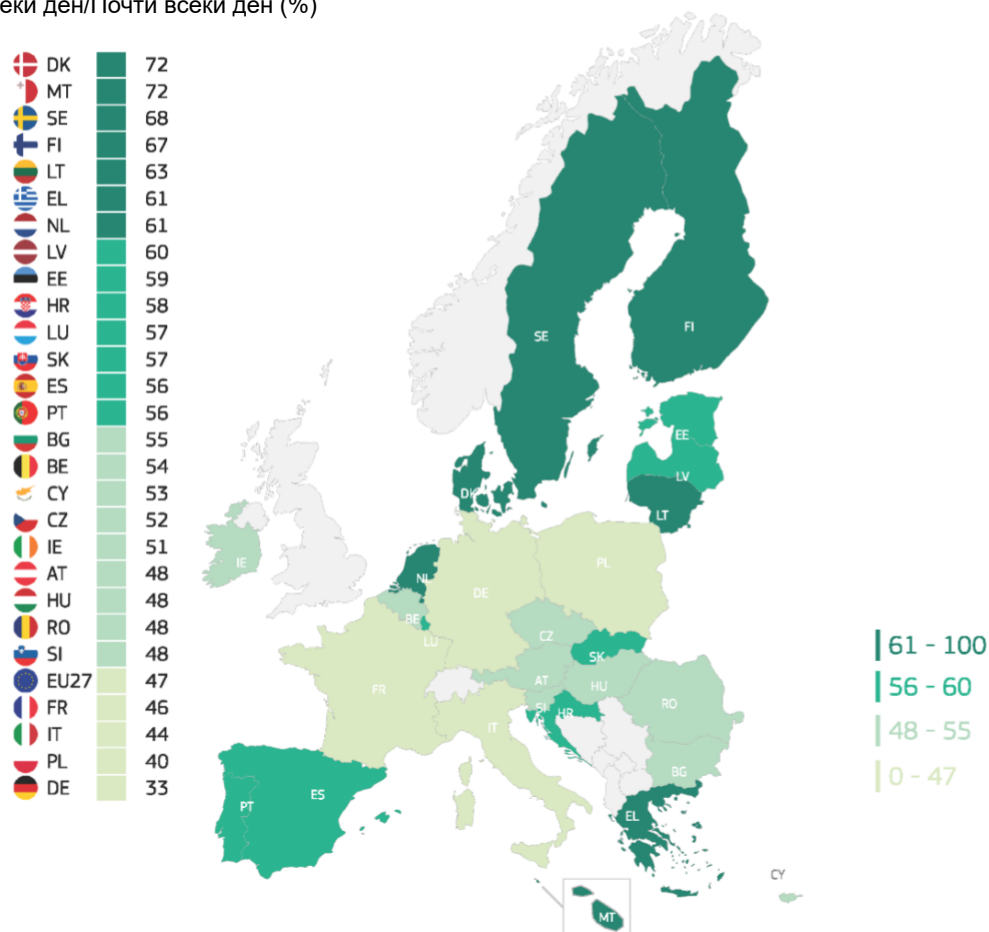


Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

В 19 страни мнозинството използват онлайн социалните мрежи всеки ден или почти всеки ден. Такъв е най-вече случаят с респондентите в Дания и Малта (по 72 %) и Швеция (68 %). 33 % в Германия, 40 % в Полша и 44 % в Италия казват, че ги използват ежедневно или почти ежедневно. Ежедневното или почти ежедневно използване на онлайн социалните мрежи се е увеличило в 15 държави — членки на ЕС, от зимата на 2022—2023 г. насам.

Увеличение с най-малко пет процентни пункта се наблюдава в Австрия (48 %, + 6 процентни пункта), Финландия (67 %, + 5 процентни пункта) и Люксембург (57 %, + 5 процентни пункта). В другия край на скалата този дял е намалял в 11 държави, особено в Кипър (53 %, -11 процентни пункта), Унгария (48 %, -7 процентни пункта) и Полша (40 %, -7 процентни пункта). В Италия няма промяна (44 %).

ВЪПРОС 3.7. Можете ли да кажете до каква степен...? —Използвайте онлайн социални мрежи — Всеки ден/Почти всеки ден (%)



Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Социално-демографските данни показват, че колкото по-млади са респондентите, толкова по-вероятно е те да използват онлайн социалните мрежи ежедневно или почти ежедневно. Например, осем от десет от тези на възраст между 15 и 24 години го правят в сравнение с една четвърт от тези на възраст 55 или повече години.

Колкото по-дълго респондентите продължават да се обучават на пълен работен ден, толкова по-вероятно е те да бъдат ежедневно или почти ежедневно потребители на онлайн социални мрежи, като 53 % дават този отговор сред тези, които са завършили редовно образование на възраст 20 или повече години, в сравнение с 23 % от тези, които са напуснали 15-годишна възраст или по-млади.

Домашните лица (42 %) са най-малко вероятно да бъдат ежедневно или почти ежедневно потребители на онлайн социални мрежи, особено в сравнение с безработните (59 %). Що се отнася до социалната класа, респондентите, които считат себе си за принадлежащи към работническата класа (41 %) от обществото, е най-малко вероятно да кажат, че използват онлайн социални мрежи ежедневно или почти ежедневно, като тези, които се считат за принадлежащи към горната или горната средна класа (съответно 52 % и 57 %), е най-вероятно да го направят.

QE3.7 Можете ли да кажете до каква степен...? Използване на социалните мрежи онлайн (% — ЕС)

	Всеки ден/почти всеки ден	Два или три пъти седмично	Около веднъж седмично	Два или три пъти месечно	По-рядко	Никога	Няма достъп до този носител (SPONTANEOUS)	Не знам	Общо поне веднъж седмично
ЕС-27	47	15	6	2	4	24	1	1	68
Пол									
Човек	46	15	8	2	5	23	1	0	69
Жена	48	14	5	2	4	24	2	1	67
Възраст									
15—24	80	11	3	1	1	3	0	1	94
25—39	65	16	7	2	4	6	0	0	88
40—54	52	19	8	3	3	14	1	0	79
55 +	25	12	6	2	6	45	3	1	43
Образование (края на)									
15—	23	8	4	2	4	52	6	1	35
16—19	43	17	8	2	4	24	1	1	68
20+	53	15	7	2	5	17	1	0	75
Все още учи	80	11	3	1	2	3	0	0	94
Социално-професионална категория									
Самостоятелно заети лица	54	18	7	2	4	15	0	0	79
Мениджъри	54	18	7	2	5	13	1	0	79
Други бели якички	56	19	8	3	4	10	0	0	83
Ръчни работници	53	17	8	3	4	14	1	0	78
Домашни лица	42	12	5	3	4	30	3	1	59
Безработни	59	12	4	1	4	19	1	0	75
Пенсионер	19	10	5	2	5	54	4	1	34
Студенти	80	11	3	1	2	3	0	0	94
Трудности при плащането на сметки									
През по-голямата част от времето	51	11	4	2	2	27	2	1	66
От време на време	47	16	8	2	4	21	1	1	71
Почти никога/Никога	47	14	6	2	5	24	2	0	67
Помислете за принадлежност към									
Работническата класа	41	12	4	2	3	35	2	1	57
Долната средна класа	44	15	6	3	4	26	1	1	65
Средната класа	49	16	7	2	5	19	1	1	72
Горната средна класа	57	14	7	3	5	14	0	0	78
Висшата класа	52	20	7	3	2	14	1	1	79
Имидж на ЕС									
Положителен	52	15	6	2	4	20	1	0	73

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Неутрален	44	14	7	3	4	26	2	0	65
Отрицателно	43	15	6	2	4	27	2	1	64

2. Доверие в медиите

Повечето хора не се доверяват на медиите.

Почти четири от всеки десет (39 %) заявяват, че са склонни да се доверяват на медиите, което е увеличение с три процентни пункта от последния път, когато този въпрос е бил зададен през пролетта на 2023 г. (ЕВ99). Въпреки това, мнозинството (57 %, -3 процентни пункта) казват, че са склонни да не им се доверяват⁷.

В 27-те държави — членки на ЕС, има значителни различия в нивото на доверие в медиите. В шест държави мнозинството от респондентите заявяват, че са склонни да се доверяват на медиите: Финландия (72 %), Португалия (61 %), Швеция (57 %), Австрия (56 %) и Дания и Нидерландия (55 %). В противоположния край на скалата един на всеки пет дава този отговор в Гърция, както и около една четвърт във Франция, Малта и Словения (всички 26 %). Делът на респондентите, които не се доверяват на медиите, е най-висок в Гърция (79 %), Словения (73 %) и Франция (71 %).

Делът на респондентите, които са склонни да се доверяват на медиите, се е увеличил в 14 държави — членки на ЕС, в сравнение със зимата на 2022—2023 г. Повишаването на нивото на доверие е най-значително в Австрия (56 %, + 9 процентни пункта), Германия (44 %, + 8 процентни пункта) и Италия (38 %, + 7 процентни пункта). От друга страна, тази цифра е намаляла в 11 държави, особено в Дания (55 %, -7 процентни пункта), Чехия (38 %, -6 процентни пункта) и Белгия (43 %, -5 процентни пункта). Няма промяна в Полша (40 %) и Литва (39 %).

Доверието в медиите сега е мнението на мнозинството в Австрия.

QA6.1 Колко доверие имате в определени институции? За всяка от следните институции, склонни ли сте да му се доверите или да не му вярвате? Медиите (%)

	EC-27	HA	DE	TO	EE	RO	SK	BG	ES	FR	HR	HU	MT	IE	SI	LT	PL	КИ ПЪ Р	LV	NL	PT	SE	ЕЛ	ЛУ	FI	БЪ ДЕ ТЕ	CZ	DK	
Скло ни да се довер яват	Окто мври / ноем ври 2023 г. Δ май/ юн 2023 г.	39	56	44	38	44	44	37	44	30	26	37	31	26	42	26	39	40	27	42	55	61	57	20	37	72	43	38	55
Скло ни да не се довер яват	Окто мври / ноем ври 2023 г. Δ май/ юн 2023 г.	57	38	52	58	51	52	59	48	68	71	60	67	68	52	73	58	52	69	53	43	37	41	79	59	23	55	58	41
Не знам	Окто мври / ноем ври	4	5	4	4	4	3	3	7	3	4	1	1	4	4	5	4	6	2	6	2	2	2	1	7	4	2	2	2

⁷ ВЪПРОС 6. Колко доверие имате в някои институции? За всяка от следните институции, склонни ли сте да му се доверите или да не му вярвате? 1) Медиите

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

2023
г.
Δ
май/
юн
2023
г.

= 1 = = 1 1 1 1 1 1 1 2 1 2 2 4 1 2 2 1 = = = = 3 1 = 2 2

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Социално-демографският анализ показва, че нивото на доверие в медиите е малко по-високо сред най-младите респонденти на възраст между 15 и 24 години (43 %), отколкото сред по-възрастните респонденти (38—39 %). Респондентите, които са завършили редовно образование на възраст 20 или повече години, също имат най-голяма вероятност да се доверят на медиите (43 %, в сравнение с 35 % сред тези, които са напуснали образованието си по-рано).

Делът на хората, които се доверяват на медиите, е най-висок сред мениджърите (44 %), особено в сравнение с безработните (24 %). Нивата на доверие също са по-разпространени сред респондентите, които изпитват най-малко финансови затруднения. По-конкретно, 43 % от тези, които никога или почти никога не изпитват затруднения при плащането на сметките си, в сравнение с 26 % от тези, които изпитват затруднения през по-голямата част от времето.

QA6.1 Колко доверие имате в определени институции? За всяка от следните институции, склонни ли сте да му се доверите или да не му вярвате? Медиите (% — ЕС)

	Склонни да се доверяват	Склонни да не се доверяват	Не знам
ЕС-27	39	57	4
Пол			
Човек	39	58	3
Жена	40	56	4
Възраст			
15—24	43	54	3
25—39	38	58	4
40—54	38	58	4
55 +	39	57	4
Образование (края на)			
15—	35	60	5
16—19	35	61	4
20+	43	54	3
Все още учи	49	48	3
Социално-професионална категория			
Самостоятелно заети лица	41	55	4
Мениджъри	44	53	3
Други бели якички	38	59	3
Ръчни работници	35	61	4
Домашни лица	36	59	5
Безработни	24	73	3
Пенсионер	40	56	4
Студенти	49	48	3
Трудности при плащането на сметки			
През по-голямата част от времето	26	70	4
От време на време	35	62	3
Почти никога/Никога	43	53	4
Помислете за принадлежност към			
Работническата класа	31	65	4
Долната средна класа	36	61	3
Средната класа	42	55	3
Горната средна класа	51	46	3
Висшата класа	43	52	5
Имидж на ЕС			
Положителен	55	42	3
Неутрален	32	63	5
Отрицателно	17	81	2

Мнозинството смятат, че техните национални медии предоставят надеждна информация, въпреки че този дял варира значително в отделните държави.

Шест от всеки десет респонденти (+ 1 процентен пункт от зимата на 2022—2023 г.) смятат, че техните национални медии предоставят надеждна информация или „определено“ (12 %, + 1 процентен пункт) или „до известна степен“ (48 %, без промяна). Обратно, повече от една трета (35 %, -1 процентни пункта) казват обратното („не, не наистина“ или „не, изобщо не“) и 4 % (без промяна) казват, че не знаят⁸.

В 22 държави — членки на ЕС (в сравнение с 21 през зимата на 2022—2023 г.), мнозинството казват, че медиите в тяхната страна предоставят надеждна информация. Това мнение е особено широко разпространено в Швеция (90 %), Финландия (88 %) и Дания (82 %). В останалите пет държави членки респондентите най-вероятно смятат, че техните национални медии не предоставят надеждна информация: Гърция (62 %), Малта (53 %), Словения (51 % „не“, в сравнение с 48 % „да“), Испания (50 % спрямо 46 %) и Чехия (49 % спрямо 46 %).

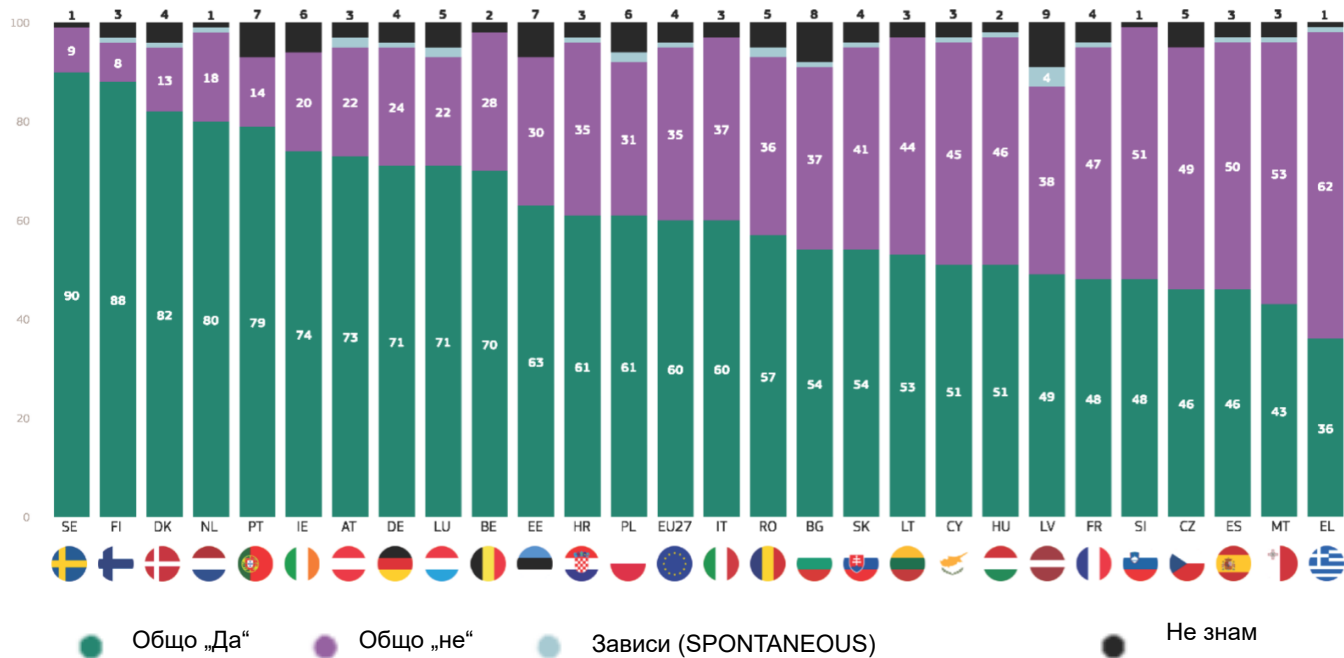
В 12 държави — членки на ЕС, респондентите е по-вероятно, отколкото през зимата на 2022—2023 г., да мислят, че техните национални медии предоставят надеждна информация. Това важи особено за Словакия (54 %, + 12 процентни пункта), Полша (61 %, + 9 процентни пункта) и Франция (48 %, + 6 процентни пункта). Този дял е намалял в още 12 държави, като най-голямо намаление е отчетено в Малта (43 %, -11 процентни пункта), Кипър (51 %, -9 процентни пункта) и Латвия (49 %, -8 процентни пункта). Тази цифра остава непроменена в Ирландия (74 %), Люксембург (71 %) и Литва (53 %).

В сравнение със зимата на 2022—2023 г. мнението, че националните медии предоставят надеждна информация, сега е позицията на мнозинството във Франция, Унгария и Словакия. Това обаче се превърна и в малцинствена гледна точка в Малта и Испания.

8 ВЪПРОС 7. За всяко от следните твърдения, моля, посочете до каква степен то съответства или не на положението на медиите (НАЦИОНАЛНОСТ). 1) (НАЦИОНАЛНОСТ) медиите предоставят надеждна информация.

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

ВЪПРОС 7.1. За всяко от следните твърдения, моля, посочете до каква степен то съответства или не на положението на медиите (НАЦИОНАЛНОСТ) — (НАЦИОНАЛНОСТ) предоставя надеждна информация (%)



Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Социално-демографските данни показват, че резултатите са последователни по отношение на пола и различните възрастови групи. По-голямо разнообразие може да се наблюдава при нивото на образование, като респондентите, завършили редовно образование на възраст 20 или повече години (65 %), е по-вероятно от тези, които са напуснали 15 години или по-млади (55 %), да кажат, че медиите в тяхната страна предоставят надеждна информация.

Сред социално-професионалните категории мениджърите (71 %) са най-склонни да кажат, че техните национални медии предоставят надеждна информация, особено в сравнение с безработните (45 %). Делът, който дава този отговор, е и най-висок сред тези, които никога или почти никога не изпитват затруднения при плащането на сметките си (64 %, в сравнение с 47 % от тези, които изпитват затруднения през по-голямата част от времето).

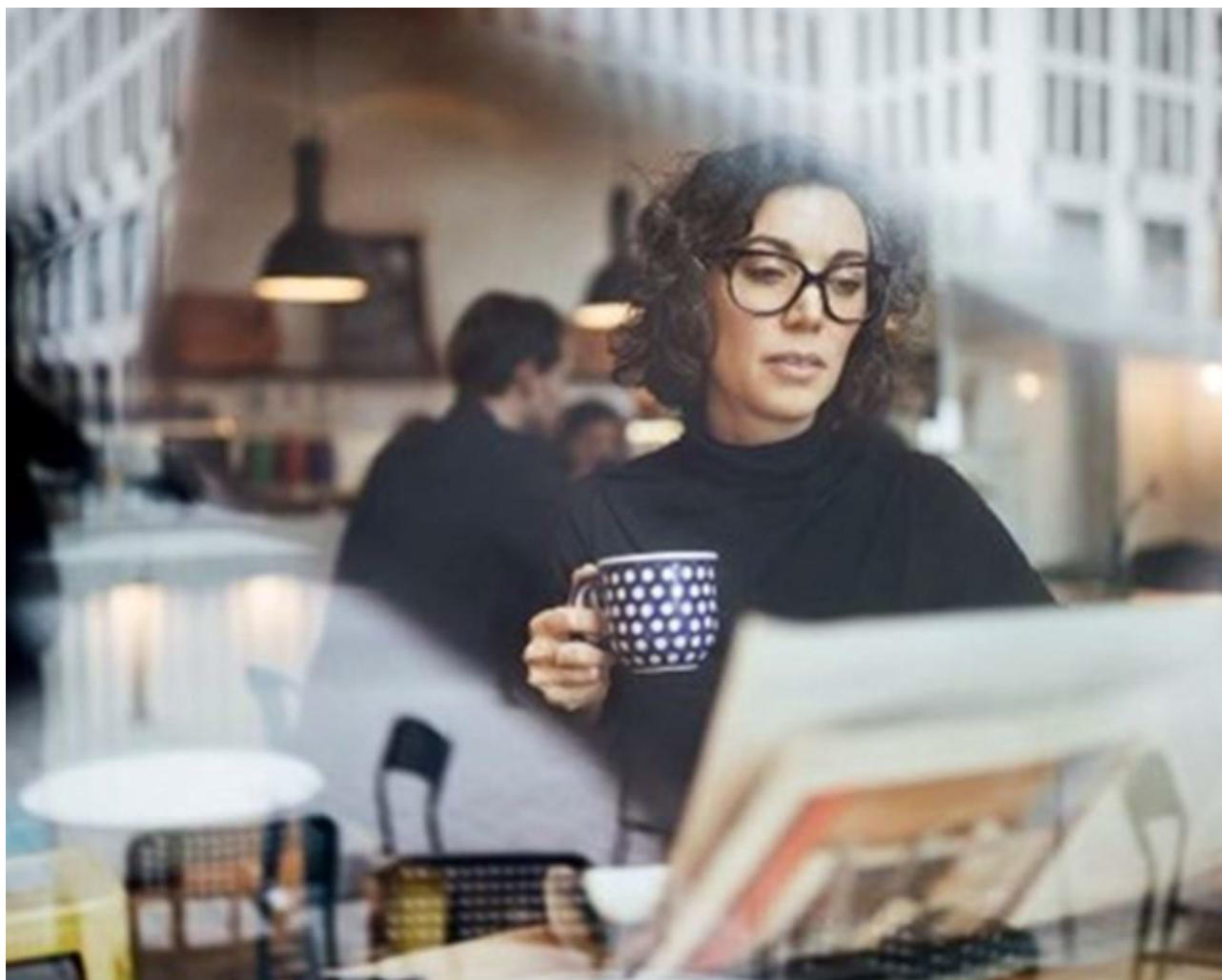
Въпрос 7.1 За всяко от следните твърдения, моля, посочете до каква степен то съответства или не на положението на медиите (НАЦИОНАЛНОСТ): (Националност) медиите предоставят надеждна информация (% — ЕС)

	Общо „Да“	Общо „не“	Не знам
ЕС-27	60	35	4
Пол			
Човек	61	35	3
Жена	60	35	4
Възраст			
15—24	60	34	5
25—39	60	36	3
40—54	62	35	3
55 +	61	34	4
Образование (края на)			
15—	55	37	7
16—19	58	38	3
20+	65	32	2
Все още учи	66	29	4
Социално-професионална категория			
Самостоятелно заети лица	62	34	3
Мениджъри	71	27	1
Други бели якички	59	36	4
Ръчни работници	56	39	4
Домашни лица	55	36	8
Безработни	45	51	3
Пенсионер	61	34	4
Студенти	66	29	4
Трудности при плащането на сметки			
През по-голямата част от времето	47	48	4
От време на време	57	38	4
Почти никога/Никога	64	32	3
Помислете за принадлежност към			
Работническата класа	51	41	6
Долната средна класа	57	39	3
Средната класа	65	32	2
Горната средна класа	73	26	1
Висшата класа	62	34	3
Имидж на ЕС			
Положителен	73	23	3

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Неутрален	57	37	5
Отрицателно	39	58	2

II. Ниво на информация по европейски въпроси



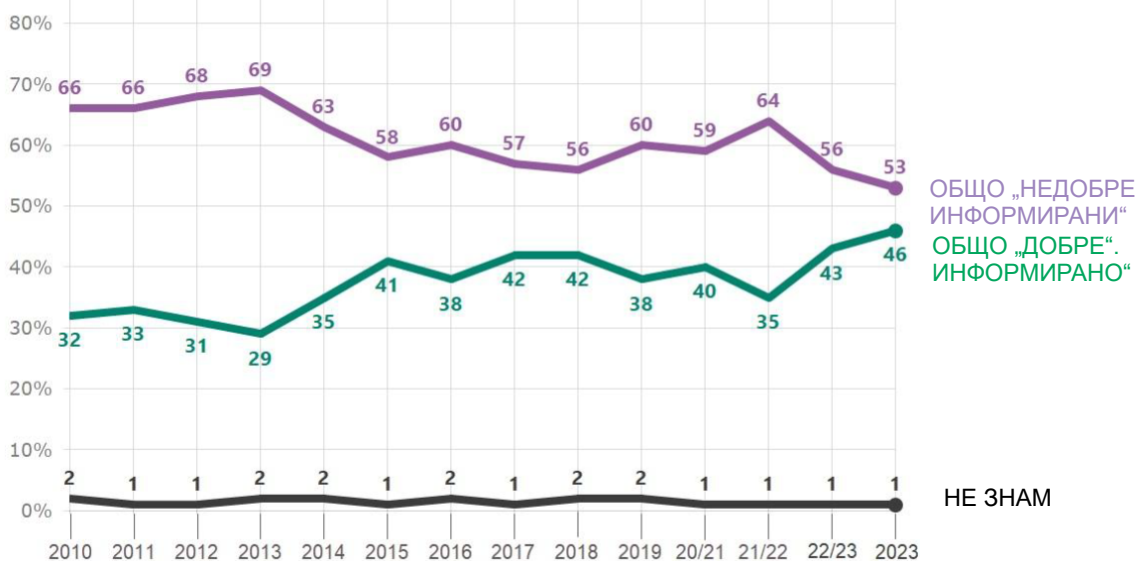
Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Делът на европейците, които се чувстват добре информирани по европейските въпроси, е най-висок.

След увеличение с осем процентни пункта между зимата на 2021—2022 г. и зимата на 2022—2023 г. делът на респондентите, които се чувстват добре информирани по европейските въпроси, се е увеличил с три процентни пункта в настоящото стандартно проучване на Евробарометър (46 %) и понастоящем е на най-високото си равнище от началото на поредицата през есента на 2010 г.⁹.

Въпреки че абсолютното мнозинство продължава да се чувства недобре информирано (53 %, -3 процентни пункта), този дял сега е на най-ниското си ниво, регистрирано някога.

Въпрос 2 И като цяло, до каква степен смятате, че сте добре информирани или не по европейските въпроси? (% — ЕС)



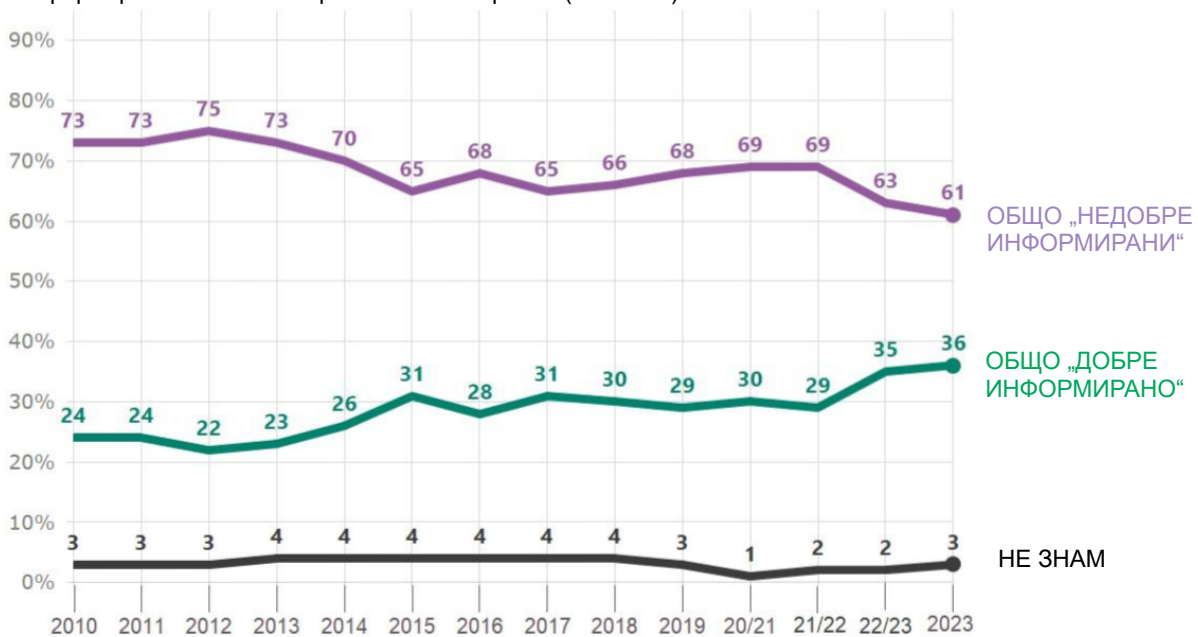
9 QE2. И като цяло, колко добре сте информирани по европейските въпроси?

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Повече от една трета смятат, че хората в тяхната страна са добре информирани по европейските въпроси (36 %), докато около шест на всеки десет мислят обратното (61 %), а 3 % казват, че не знаят¹⁰.

Делът на респондентите, които посочват, че хората в тяхната страна са добре информирани по европейските въпроси, е на рекордно равнище, тъй като този въпрос беше зададен за първи път през есента на 2010 г. (+ 1 процентен пункт от зимата на 2022—2023 г. насам; + 7 процентни пункта от зимата на 2021—2022 г.). Обратно, делът, който смята, че хората не са добре информирани, е на най-ниското си равнище (-2 процентни пункта от зимата на 2022—2023 г., -8 процентни пункта от зимата на 2021—2022 г.).

Въпрос 1 Като цяло, до каква степен смятате, че в (нашата страна) хората са добре информирани или не по европейските въпроси? (% — Е U)

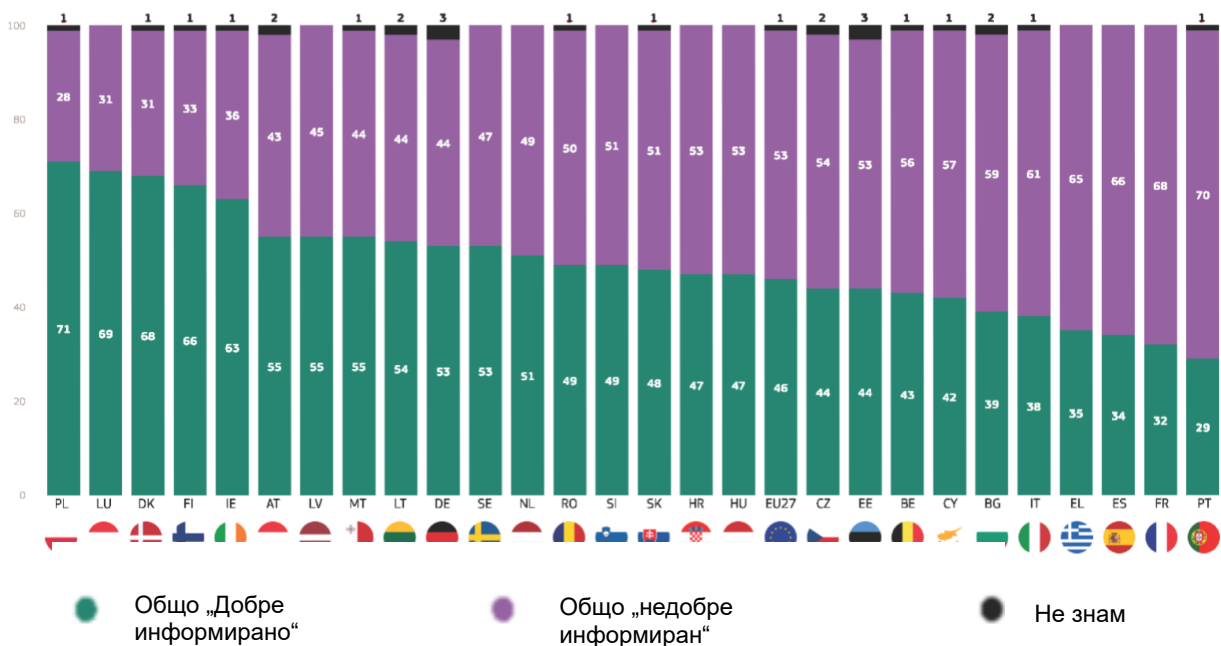


¹⁰ QF1(* или QE1? *). Колко добре информирани смятате, че хората в (НАШАТА ДЪРЖАВА) са по европейски въпроси?

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

В 12 държави — членки на ЕС (в сравнение с девет през зимата на 2022—2023 г.), мнозинството от респондентите смятат, че са добре информирани по европейските въпроси. Най-високите проценти, които казват това, се наблюдават в Полша (71 %), Люксембург (69 %) и Дания (68 %). В другия край на спектъра респондентите най-вероятно смятат, че не са добре информирани в 15 държави. Това важи особено за респондентите в Португалия (70 %), Франция (68 %) и Испания (66 %).

QE2. И като цяло, до каква степен смятате, че сте добре информирани или не по европейските въпроси? (%)



Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

В 17 държави дялът на респондентите, които се чувстват добре информирани по европейските въпроси, се е увеличил от зимата на 2022—2023 г. насам. Увеличения с повече от пет процентни пункта са отчетени в Германия (53 %, + 7 процентни пункта), Швеция (53 %, + 6 процентни пункта) и Словения (49 %, + 6 процентни пункта). Обратно, този дял е намалял в шест държави, особено в Малта (55 %, -12 процентни пункта), Португалия (29 %, -7 процентни пункта) и Кипър (42 %, -4 процентни пункта) и остава стабилен в четири държави: Ирландия (63 %), Литва (54 %), Румъния (49 %) и България (39 %). В сравнение със зимата на 2022—2023 г. позицията на мнозинството в Германия, Нидерландия и Швеция вече е добре информирана.

Въпрос 2 И като цяло, до каква степен смятате, че сте добре информирани или не по европейските въпроси? (%)

		ЕС-27	DE	SI	SE	EE	HA	PL	DK	FI	FR	HR	SK	БЪ ДЕТ Е	CZ	ЕЛ	ES	NL	LV	BG	IE	LT	RO	TO	ЛУ	HU	КИП ЪР	PT	MT
Общо „Добре информирани“	Октомври/ ноември и 2023 г.	46	53	49	53	44	55	71	68	66	32	47	48	43	44	35	34	51	55	39	63	54	49	38	69	47	42	29	55
	Δ май/юни 2023 г.	3	7	6	6	5	5	5	4	4	3	3	3	2	2	2	2	2	1	=	=	=	=	2	2	2	4	7	12
Общо „недобре осведомени“	Октомври/ ноември и 2023 г.	53	44	51	47	53	43	28	31	33	68	53	51	56	54	65	66	49	45	59	36	44	50	61	31	53	57	70	44
	Δ май/юни 2023 г.	3	9	5	6	7	6	5	5	5	2	3	1	3	1	2	2	2	1	=	=	1	=	1	2	2	3	6	12
Не знам	Октомври/ ноември и 2023 г.	1	3	0	0	3	2	1	1	1	0	0	1	1	2	0	0	0	0	2	1	2	1	1	0	0	1	1	1
	Δ май/юни 2023 г.	=	2	1	=	2	1	=	1	1	1	=	2	1	1	=	=	=	=	=	=	1	=	1	=	=	1	1	=

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

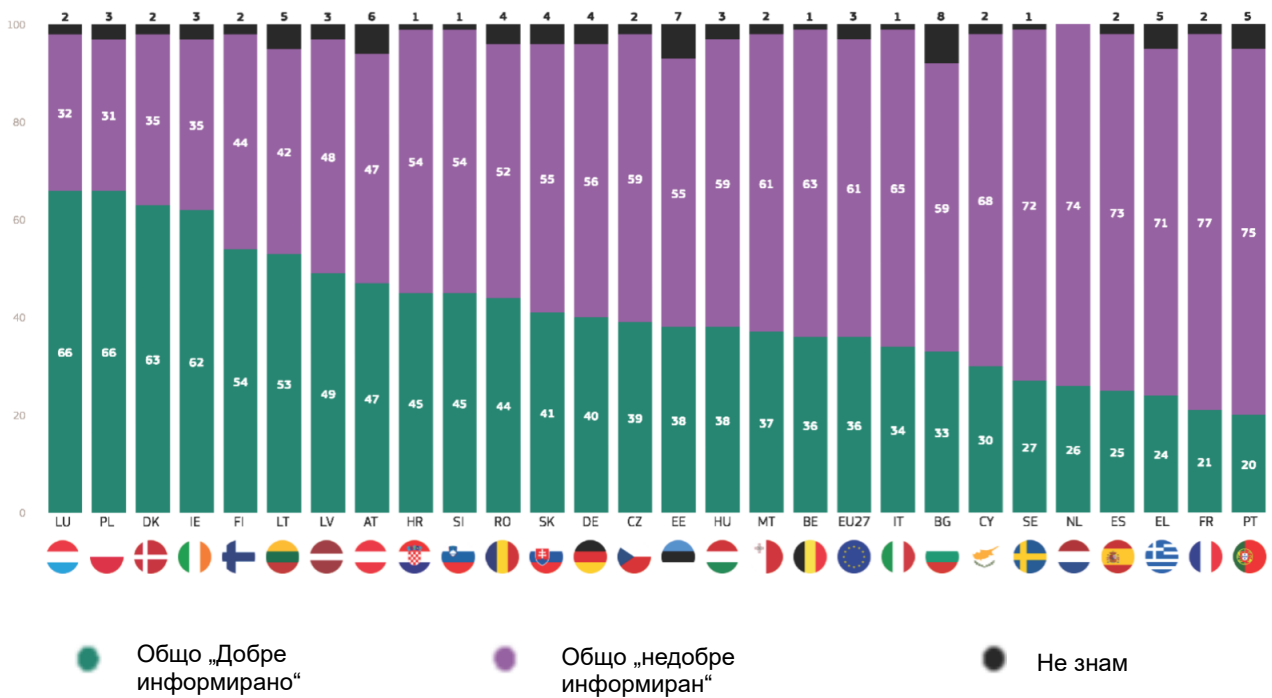
В седем държави — членки на ЕС (също като през зимата на 2022—2023 г.), мнозинството смятат, че хората в тяхната страна са добре информирани по европейските въпроси, като повече от шест от десет посочват това в Люксембург и Полша (и двете 66 %), Дания (63 %) и Ирландия (62 %).

В 19 държави — членки на ЕС, повечето респонденти смятат, че хората в тяхната страна не са добре информирани по европейските въпроси.

Най-големите дялове, даващи този отговор, се намират във Франция (77 %), Португалия (75 %) и Нидерландия (74 %).

Мненията са разделени в Австрия, където равни пропорции казват, че хората са добре информирани и не са добре информирани (и двете 47 %).

QE1. Като цяло, до каква степен смятате, че в (нашата страна) хората са добре информирани или не по европейските въпроси? (%)



Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

В 15 държави — членки на ЕС, делът на респондентите, които смятат, че хората в тяхната страна са добре информирани по европейските въпроси, се е увеличил от зимата на 2022—2023 г. насам. Такъв е по-специално случаят в Дания (63 %, + 6 процентни пункта), Словения (45 %, + 6 процентни пункта) и Германия (40 %, + 6 процентни пункта). В осем държави респондентите е по-малко вероятно, отколкото през зимата на 2022—2023 г., да дадат този отговор, като намалението е с повече от десет процентни пункта в Малта (37 %, — 21 процентни пункта) и Кипър (30 %, -12 процентни пункта). Тази цифра остава стабилна в четири държави: Латвия (49 %), Унгария (38 %), Белгия (36 %) и Португалия (20 %).

В сравнение със зимата на 2022—2023 г. мнението, че хората в тяхната страна са добре информирани по европейските въпроси, сега е мнението на мнозинството в Латвия. От друга страна, това вече се е превърнало в малцинствен възглед в Малта и Румъния, докато мненията в Австрия са разделени.

Въпрос 1 Като цяло, до каква степен смятате, че в (нашата страна) хората са добре информирани или не по европейските въпроси? (%)

		EC-27	DK	DE	SI	L	CZ	EE	HR	HA	FR	NL	SE	ES	LT	SK	FI	БЪ ДЕТ Е	LV	HU	T	BG	IE	ЕЛ	ТО	ЛУ	RO	КИП ЪР	MT
Общо „Добре информирани“	Октомври/ ноември 2023 г.	36	63	40	45	66	39	38	45	47	21	26	27	25	53	41	54	36	49	38	20	33	62	24	34	66	44	30	37
	Δ май/юни 2023 г.	1	6	6	6	5	4	4	4	4	3	3	2	1	1	1	1	=	=	=	=	1	1	1	2	3	4	12	21.00 лв.
Общо „недобре осведомени“	Октомври/ ноември 2023 г.	61	35	56	54	31	59	55	54	47	77	74	72	73	42	55	44	63	48	59	75	59	35	71	65	32	52	68	61
	Δ май/юни 2023 г.	2	6	6	5	6	2	6	4	5	2	2	2	2	3	=	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	4	11	22
Не знам	Октомври/ ноември 2023 г.	3	2	4	1	3	2	7	1	6	2	0	1	2	5	4	2	1	3	3	5	8	3	5	1	2	4	2	2
	Δ май/юни 2023 г.	1	=	=	1	1	2	2	=	1	1	1	=	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	=	3	=	1	=	1

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Социално-демографският анализ показва, че мъжете (50 %) са по-склонни от жените (41 %) да се чувстват добре информирани по европейските въпроси. Този дял е най-висок и сред респондентите в централните възрастови групи (48 % от лицата на възраст 25—54 години в сравнение с 43—44 % от по-младите и по-възрастните) и сред тези, които са останали по-дълго в редовно образование (56 % от завършващите образование на възраст 20 или повече години, в сравнение с 27 % от тези, които са напуснали 15-годишна възраст или по-млади).

Чувството, че сте добре информирани по европейските въпроси, е най-разпространено сред мениджърите (59 %), отколкото сред домакинните (31 %) и безработните (33 %). Освен това съществуват и различия по отношение на финансовите затруднения на респондентите и възприеманата от самите тях социална класа. По-конкретно, около половината (51 %) от тези, които никога или почти никога не изпитват затруднения при плащането на сметките си, смятат, че са добре информирани, в сравнение с около една четвърт (27 %) от тези, които изпитват затруднения през по-голямата част от времето. По подобен начин респондентите, които считат себе си за принадлежащи към горната (75 %) или висшата средна класа (65 %) от обществото, са по-склонни да дадат този отговор, отколкото тези, които считат себе си за принадлежащи към работническата класа (31 %).

И накрая, респондентите, които имат положителен имидж на ЕС (60 %) са по-склонни да мислят, че са добре информирани по европейските въпроси, отколкото тези, които имат неутрален (37 %) или отрицателен имидж.

Въпрос 2 И като цяло, до каква степен смятате, че сте добре информирани или не по европейските въпроси? (% — ЕС)

	Общо „Добре информирано“	Общо „недобре осведомени“	Не знам
ЕС-27	46	53	1
Пол			
Човек	50	49	1
Жена	41	58	1
Възраст			
15—24	43	56	1
25—39	48	51	1
40—54	48	51	1
55 +	44	55	1
Образование (края на)			
15—	27	72	1
16—19	44	55	1
20+	56	43	1
Все още учи	46	53	1
Социално-професионална категория			
Самостоятелно заети лица	54	45	1
Мениджъри	59	40	1
Други бели якички	51	48	1
Ръчни работници	41	58	1
Домашни лица	31	67	2
Безработни	33	66	1
Пенсионер	42	56	2
Студенти	46	53	1
Трудности при плащането на сметки			
През по-голямата част от времето	27	72	1
От време на време	39	60	1
Почти никога/Никога	51	48	1
Помислете за принадлежност към			
Работническата класа	31	68	1
Долната средна класа	39	59	2
Средната класа	51	48	1
Горната средна класа	65	35	0
Висшата класа	75	25	0
Имидж на ЕС			
Положителен	60	40	0

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Неутрален	37	62	1
Отрицателно	31	67	2

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Социално-демографските констатации са сходни, когато се разглеждат пропорциите, които смятат, че хората в тяхната страна са добре информирани по европейските въпроси, въпреки че разликите са по-слабо изразени и няма ясни разлики по пол.

Най-възрастните респонденти на възраст 55 или повече години (34 %) са малко по-малко склонни от тези на възраст 15—54 години (37—38 %) да кажат, че хората в тяхната страна са добре информирани. По-ясна разлика може да се наблюдава по отношение на нивото на образование, като близо четири на всеки десет (39 %) сред тези, които са завършили редовно образование на възраст 20 или повече години, дават този отговор, в сравнение с около една четвърт (27 %) от тези, които са напуснали 15-годишна възраст или по-млади.

Мениджърите (42 %) са най-склонни да мислят, че хората в тяхната страна са добре информирани, особено в сравнение с безработните (25 %). Усещането, че хората в дадена страна са добре информирани по европейските въпроси, е най-разпространено сред тези, които изпитват трудности при плащането на сметките си никога/почти никога или от време на време (34—39 % в сравнение с 25 % от тези, които изпитват затруднения в по-голямата част от времето) и сред онези, които считат себе си за принадлежащи към висшата класа на обществото (52 % в сравнение с 28 % от тези, които считат себе си за принадлежащи към работническата класа).

На последно място, тези, които имат положителен имидж на ЕС (47 %) са по-склонни да чувстват, че хората от тяхната страна са добре информирани по европейските въпроси, отколкото тези, които имат неутрален (33 %) или отрицателен имидж (19 %).

Въпрос 1 Като цяло, до каква степен смятате, че в (нашата страна) хората са добре информирани или не по европейските въпроси? (% — ЕС)

	Общо „Добре информирано“	Общо „недобре осведомени“	Не знам
ЕС-27	36	61	3
Пол			
Човек	37	61	2
Жена	36	61	3
Възраст			
15—24	38	59	3
25—39	38	60	2
40—54	37	61	2
55 +	34	63	3
Образование (края на)			
15—	27	68	5
16—19	36	61	3
20+	39	59	2
Все още учи	39	58	3
Социално-професионална категория			
Самостоятелно заети лица	38	61	1
Мениджъри	42	57	1
Други бели якички	41	57	2
Ръчни работници	36	62	2
Домашни лица	32	63	5
Безработни	25	72	3
Пенсионер	33	63	4
Студенти	39	58	3
Трудности при плащането на сметки			
През по-голямата част от времето	25	71	4
От време на време	34	64	2
Почти никога/Никога	39	58	3
Помислете за принадлежност към			
Работническата класа	28	67	5
Долната средна класа	35	62	3
Средната класа	40	58	2
Горната средна класа	42	58	0

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Висшата класа	52	46	2
Имидж на ЕС			
Положителен	47	51	2
Неутрален	33	64	3
Отрицателно	19	79	2

III. Източници на информация по политически въпроси и Европейския съюз



1. Европейски политически въпроси

Европейците продължават да получават по-голямата част от своите новини по европейски политически въпроси от общи и новинарски телевизионни канали.

Общите телевизионни канали продължават да бъдат предпочитан източник на новини по европейски политически въпроси (57 %, -1 процентен пункт от зимата на 2022—2023 г.), следвани от телевизиите (53 %, + 2 процентни пункта)¹¹.

Повече от половината разчитат на интернет-базирана медия като основен източник на новини по европейски политически въпроси (55 %, + 1 процентни пункта).

Четири от всеки десет (без промяна) отиват на информационни уебсайтове, докато три от всеки десет (+ 1 процентни пункта) получават новините си по европейски политически въпроси от онлайн социалните мрежи. По-малко от един на всеки десет разчита на уеб сайтове за видео хостинг (7 %, без промяна), подкасти (7 %, + 1 процентни пункта) или блогове (3 %, без промяна).

Сред традиционните медии радиото се споменава от около една трета от респондентите (34 %, + 1 процентни пункта), докато писмената преса се посочва с около една четвърт (26 %, + 1 процентни пункта).

По-малко от един на всеки десет (8 %, + 1 процентен пункт) заявява, че не търси информация по европейски политически въпроси¹².

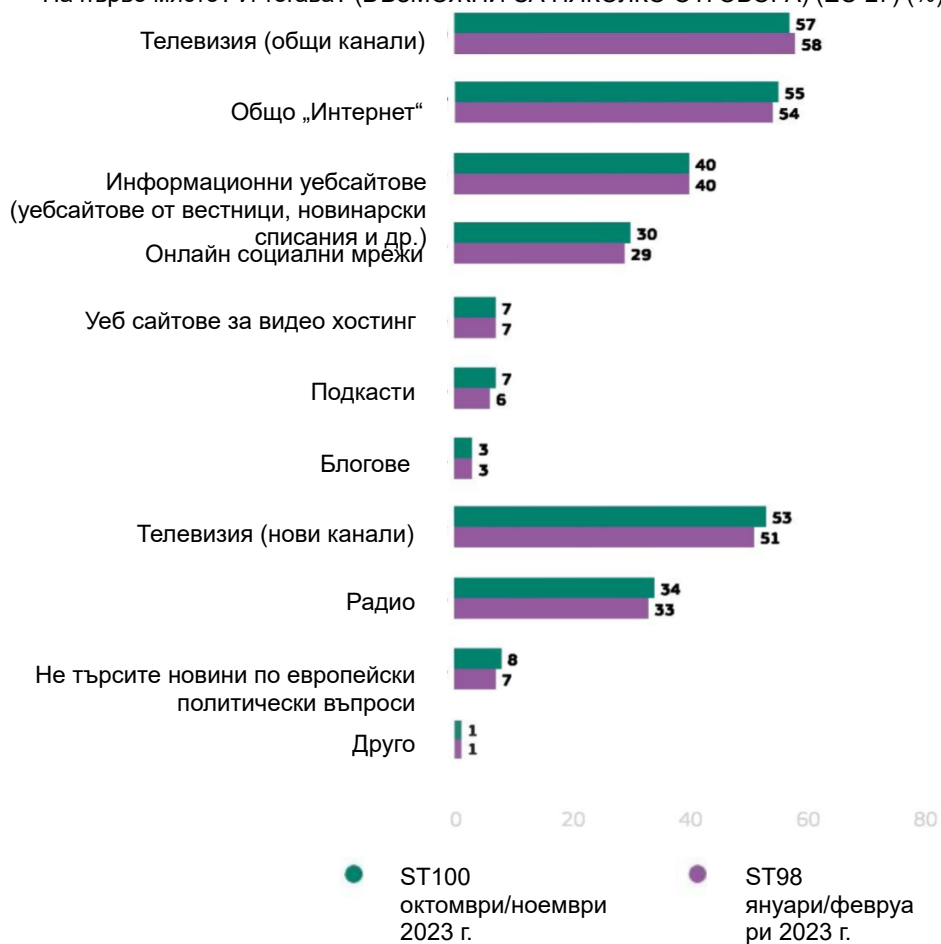
Като цяло, с изключение на леко увеличение на дела, които споменават телевизионни новинарски канали (+ 2 процентни пункта), тези цифри остават като цяло стабилни от зимата на 2022—2023 г. насам.

11 Общата сума „Интернет“ съчетава резултатите по точките: Информационни уебсайтове (уебсайтове от вестници, новинарски списания и др.), онлайн социални мрежи, уебсайтове за видео хостинг, подкастове и блогове.

12 QE4a. Откъде получавате по-голямата част от новините си по европейски политически въпроси? На първо място? QE4b. И тогава? (ВЪЗМОЖНИ СА НЯКОЛКО ОТГОВОРА)

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

QE4T. Откъде получавате по-голямата част от новините си по европейски политически въпроси? На първо място? И тогава? (ВЪЗМОЖНИ СА НЯКОЛКО ОТГОВОРА) (ЕС-27) (%)



Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Класирането на новинарските източници по европейски политически въпроси е сходно, когато се разглежда само първият отговор, даден от респондентите. Общите телевизионни канали (32 %, -1 процентен пункт от зимата на 2022—2023 г.) отново са предпочитан източник, следвани от новинарските телевизионни канали (23 %, + 1 процентни пункта).

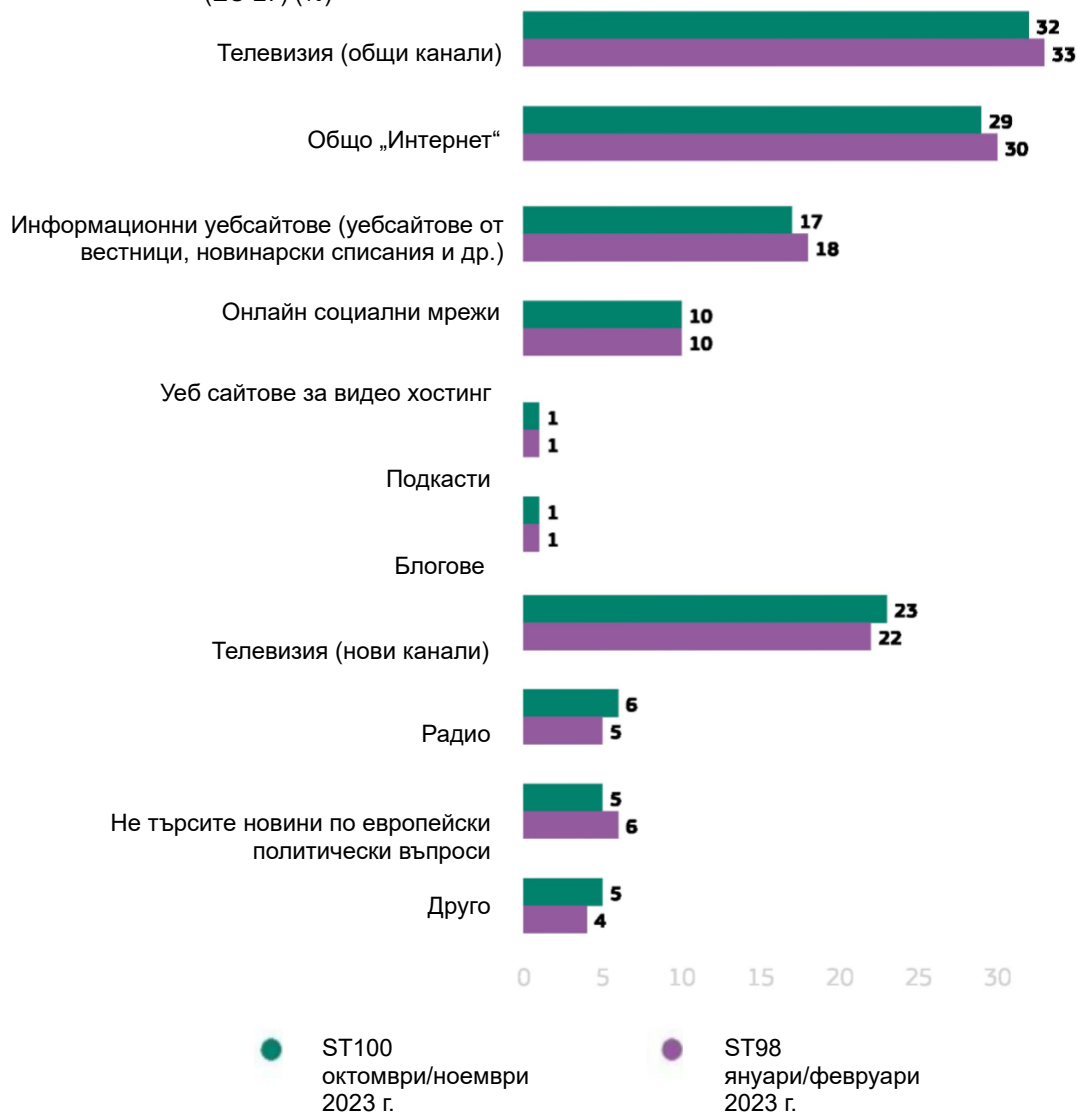
Около три от всеки десет (29 %, -1 процентни пункта) предпочитат интернет базиран източник за новини по европейски политически въпроси¹³. В рамките на тази категория 17 % (-1 процентни пункта) цитират информационните уебсайтове като източник за този тип съдържание, докато един от всеки десет (без промяна) споменава онлайн социалните мрежи.

Що се отнася до традиционните медии, 6 % (+ 1 процентни пункта) посочват писмената преса като техен първи избор да получат новини по европейски политически въпроси, а 5 % (-1 процентни пункта) цитират радиото.

13 Общата сума „Интернет“ съчетава резултатите по точките: Информационни уебсайтове (уебсайтове от вестници, новинарски списания и др.), онлайн социални мрежи, уебсайтове за видео хостинг, подкастове и блогове (няма респонденти, които споменават блоговете като първи източник на новини по европейските политически въпроси).

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

QE4a. Откъде получавате по-голямата част от новините си по европейски политически въпроси? На първо място? (ЕС-27) (%)



Общите телевизионни канали са първият най-често споменаван източник на новини по европейски политически въпроси в седем държави — членки на ЕС. Най-високият дял на респондентите, цитиращи тази средна стойност, се наблюдава в Португалия (83 %), Хърватия (72 %) и Румъния (70 %). В противоположния край на скалата този източник се споменава в 21 % в Швеция, 35 % в Дания и 37 % в Нидерландия. Общите канали са един от трите най-често споменавани източници в 18 държави.

Интернет¹⁴ е един от трите най-често споменавани източници от респондентите във всички държави членки (с изключение само на респондентите в Германия) и е най-често споменаваният източник в 19 държави, включително Малта (76 %), Нидерландия (74 %) и Латвия (73 %). Интернет се споменава най-малко в Румъния (38 %), Португалия (39 %) и Германия (48 %).

Телевизионните новинарски канали се нареждат като водещ източник на новини по европейски политически въпроси в Румъния и като един от първите три в 22 държави. Респондентите в Португалия (79 %), Румъния (75 %) и Дания (68 %) са най-склонни да цитират този източник, докато тези в Испания (39 %), Финландия (42 %) и Кипър (43 %) са най-малко склонни да го направят. В 11 държави — членки на ЕС, информационните уебсайтове са сред първите три най-използвани новинарски източника по европейски политически въпроси. Най-високите проценти, даващи този отговор, са регистрирани в Малта и Финландия (по 61 %) и в Чехия и Нидерландия (по 59 %). Обратно, информационните уебсайтове се споменават най-малко в Румъния (17 %), България (26 %) и Португалия (27 %).

Радиото е вторият или третият най-често споменаван източник на новини в три държави. Поне половината посочват това в Германия (57 %), Швеция (52 %) и Словакия (50 %), докато 21 % в Италия и Румъния и 22 % в Малта.

Онлайн социалните мрежи са вторият най-често споменаван източник по европейски политически въпроси в Кипър (53 %) и третият най-често споменаван в Малта (48 %). Този източник се цитира и от почти половината от респондентите в Латвия (48 %). От друга страна, 20 % в Португалия, 26 % в Германия и 27 % във Франция и Нидерландия разчитат на онлайн социалните мрежи като източник на новини.

Писмената преса е третата най-често споменавана медия за новини по европейски политически въпроси в Люксембург (45 %) (съвместно с новинарските телевизионни канали). Заедно с тези в Люксембург е най-вероятно респондентите да посочат този източник във Финландия (47 %) и Австрия (46 %). В противоположния край на спектъра най-ниските дялове дават този отговор в Малта (6 %), Полша (9 %) и Кипър, Унгария и Румъния (всички 12 %).

В седем държави — членки на ЕС, повече от един на всеки десет споменава подкасти, най-вече в Дания и Словакия (и двете 17 %) и Швеция (14 %). Уебсайтовете за видео хостинг се цитират от около един на всеки пет в Словакия (21 %) и от поне един на всеки десет в още седем държави, особено в Хърватия (16 %) и Чехия (14 %). Блоговете се споменават от почти една четвърт в Гърция (23 %) и от повече от един на всеки десет в Кипър (13 %).

И накрая, има три държави, в които поне една на всеки десет казва, че не търси информация по европейски политически въпроси: Испания (17 %) и Кипър и Италия (и двете по 10 %).

14 Общата сума „Интернет“ съчетава резултатите по точките: Информационни уебсайтове (уебсайтове от вестници, новинарски списания и др.), онлайн социални мрежи, уебсайтове за видео хостинг, подкастове и блогове.

В социално-демографския анализ се подчертава следното:

Мъжете са по-склонни от жените да получават по-голямата част от своите новини по европейски политически въпроси от информационни уебсайтове (44 % спрямо 36 %), радиото (36 % спрямо 33 %) и писмената преса (28 % спрямо 24 %). Жените са по-склонни от мъжете да използват общи телевизионни канали (60 % спрямо 55 %).

Колкото по-възрастен е респондентът, толкова по-вероятно е те да получават европейски политически новини от общи или новинарски телевизионни канали, писмената преса или радиото и толкова по-малко вероятно е те да ги получат от интернет, включително информационни уебсайтове, подкастове, онлайн социални мрежи, блогове или уебсайтове за видео хостинг. Например 61 % от хората на възраст между 15 и 24 години получават този тип новини от онлайн социалните мрежи, в сравнение с 13 % от тези на възраст 55 или повече години.

Колкото по-дълго респондентите продължават да се обучават на пълен работен ден, толкова по-вероятно е те да споменават интернет източници, включително информационни уебсайтове, подкасти, онлайн социални мрежи и уебсайтове за видео хостинг, и толкова по-малко вероятно е те да споменават общи телевизионни канали. Например 52 % от завършилите образованието си на възраст 20 или повече години разчитат на информационни уебсайтове, в сравнение с 15 % от тези, които са завършили образованието си на възраст 15 или повече години.

Най-вероятно мениджърите споменават информационните уебсайтове (58 %), радиото (40 %), писмената преса (30 %) и подкастовете (12 %). Най-вероятно хората да разчитат на общи (64 %) и новинарски телевизионни канали (60 %), докато те са най-малко склонни да цитират интернет източници (38 %), информационни уебсайтове (24 %), онлайн социални мрежи (23 %), видео хостинг услуги (4 %), подкасти (3 %) и блогове (1 %).

Респондентите, които никога или почти никога не изпитват затруднения при плащането на сметки, са по-склонни да получат по-голямата част от своите европейски политически новини от информационни уебсайтове (43 % в сравнение с 33 % от тези, които изпитват затруднения в по-голямата част от времето), радиото (37 % в сравнение с 28 %) или писмената преса (28 % в сравнение с 19 %).

Интернет е по-вероятно да бъде използван от тези, които считат себе си за принадлежащи към висшата класа (76 %) или висшата средна класа (71 %) от обществото, в сравнение с тези, които считат себе си за принадлежащи към работническата класа (43 %) или към по-ниската средна класа (50 %). Същият модел важи и за писмената преса (37 %, в сравнение с 19—24 %). Обратно, общите телевизионни канали се използват повече от респондентите, които считат себе си за принадлежащи към работническата класа (61 %) или към по-ниската средна класа (60 %), отколкото от тези, които считат себе си за принадлежащи към висшата или горната средна класа (и двете по 45 %).

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

QE4T Откъде получавате по-голямата част от новините си по европейски политически въпроси? На първо място? И тогава? (ВЪЗМОЖНИ СА НЯКОЛКО ОТГОВОРА) (% — ЕС)

	Телевизия (общии канали)	Общо „Интернет“	Телевизия (нови канали)	Информационни уебсайтове (уебсайтове от вестници, новинарски списания и др.)	Радио	Онлайн социални мрежи	Писмената преса	Не търсите новини по европейски и политически въпроси	Подкасти	Уеб сайтове за видео хостинг	Блогове	Друго	Не знам
ЕС-27	57	55	53	40	34	30	26	8	7	7	3	1	0
Пол													
Човек	55	58	53	44	36	30	28	6	8	8	4	1	0
Жена	60	52	53	36	33	30	24	9	6	6	3	1	0
Възраст													
15—24	35	80	34	52	15	61	11	11	15	14	6	1	0
25—39	48	73	48	51	29	42	18	6	11	9	5	1	0
40—54	57	62	55	46	35	30	24	7	7	7	4	1	0
55 +	69	34	60	26	42	13	36	7	3	3	2	1	0
Образование (края на)													
15—	75	22	57	15	34	13	27	15	1	2	1	1	1
16—19	62	50	55	35	37	28	26	7	4	6	3	1	0
20+	51	67	53	52	37	30	30	4	10	8	4	1	0
Все още учи	33	82	35	57	17	59	11	10	18	16	7	1	0
Социално-професионална категория													
Самостоятелно заети лица	56	66	54	53	39	33	29	4	9	10	7	1	0
Мениджъри	48	72	54	58	40	31	30	3	12	8	4	0	0
Други бели якички	55	65	54	46	33	35	23	6	8	9	5	1	0
Ръчни работници	57	60	52	40	32	35	19	8	6	7	3	1	0
Домашни лица	64	38	60	24	25	23	20	16	3	4	1	0	0
Безработни	56	60	42	41	22	36	16	12	7	7	3	1	0
Пенсионер	72	26	60	21	43	9	39	8	2	2	1	1	1
Студенти	33	82	35	57	17	59	11	10	18	16	7	1	0
Трудности при плащането на сметки													
През по-голямата част от времето	60	49	50	33	28	29	19	12	6	8	3	1	0
От време на време	59	52	54	34	29	32	22	9	6	7	5	1	0
Почти никога/Никога	56	57	53	43	37	29	28	6	8	7	3	1	0
Помислете за принадлежност към													
Работническата класа	61	43	53	30	32	25	19	14	5	5	2	1	1
Долната средна класа	60	50	53	33	33	30	24	8	5	7	3	1	0
Средната класа	57	60	53	44	35	31	28	5	8	8	4	1	0
Горната средна класа	45	71	51	55	39	33	37	2	12	9	5	1	0
Висшата класа	45	76	60	64	36	37	37	2	9	7	9	0	1
Имидж на ЕС													
Положителен	57	61	56	47	36	32	29	4	9	7	3	1	0
Неутрален	59	50	52	34	34	28	24	9	6	6	3	0	0
Отрицателно	53	53	47	36	31	30	22	10	7	8	4	1	1

2. Активното търсене на информация за Европейския съюз

Повечето респонденти разчитат на традиционните медии (телевизия, радио, писмена преса), когато търсят информация за ЕС, неговите политики и институции (52 %, без промяна от зимата на 2022—2023 г.), докато близо половината (48 %, + 1 процентен пункт) гледат в интернет¹⁵.

Чрез дезагрегиране на елементите, които са включени в комбинираната категория „интернет“, около три от десет (31 %, + 1 п.п.) споменават информационни уебсайтове, докато близо два от десет (19 %, + 1 п.п.) се използват в социалните мрежи онлайн. По-малко от един на всеки пет (17 %, без промяна) посещава институционални и официални уебсайтове, за да търси информация за ЕС, неговите политики и институции, докато само 3 % (без промяна) разчитат на блогове.

Почти три от всеки десет (29 %, без промяна) казват, че търсят този вид информация, като водят разговори с приятели, роднини или колеги. Други източници се споменават от един на всеки двадесет или по-малко: книги, брошури и информационни брошури (5 %, без промяна), (онлайн) конференции, разговори и срещи (4 %, без промяна) и телефон (1 %, без промяна).

Повече от един на всеки десет (13 %, + 1 процентен пункт) спонтанно заявява, че никога не търси такава информация или не се интересува от информация за ЕС¹⁶.

-
- 15 Общата сума „Интернет“ съчетава резултатите по точките: Информационни уебсайтове (уебсайтове от вестници, новинарски списания, уебсайтове за видео хостинг и др.), онлайн социални мрежи, институционални и официални уебсайтове (правителствени уебсайтове и др.) и блогове.
- 16 QE5. Когато търсите информация за ЕС, неговите политики, неговите институции, кои от следните източници използвате? (ВЪЗМОЖНИ СА НЯКОЛКО ОТГОВОРА)

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

QE5. Когато търсите информация за ЕС, неговите политики, неговите институции, кои от следните източници използвате? (ВЪЗМОЖНИ СА НЯКОЛКО ОТГОВОРА) (ЕС-27)(%)



Във всяка държава — членка на ЕС, най-често споменаваният източник при търсене на информация за ЕС е интернет или традиционните медии. Интернет се нарежда на първо място в 16 страни, докато традиционните медии са най-често споменаваният източник в десет страни. В Люксембург тези два източника се нареждат на най-високо място.

Традиционните медии (телевизия, радио, писмена преса) се споменават с близо шест от десет или повече в Люксембург (63 %), Германия (60 %) и Дания и Италия (по 59 %). Това е в сравнение с 36 % в Малта и Естония и 38 % в Чехия и Латвия, които дават този отговор. Традиционните медии са един от трите най-често споменавани източници във всички държави — членки на ЕС.

Интернет¹⁷ се споменава най-често в Нидерландия (76 %), Швеция (74 %) и Финландия (73 %). В другия край на скалата 27 % в Румъния и 31 % в Португалия търсят информация за ЕС в интернет. Интернет е един от трите най-често споменавани източници във всяка страна.

Информационните уебсайтове са вторият или третият най-високо класиран източник в 19 държави. Най-често се споменават в Швеция (53 %), Финландия (48 %) и Нидерландия (45 %). Обратно, те са най-малко цитирани в Румъния (12 %) и в България и Португалия (и двете по 18 %).

Повече от четири на всеки десет в Румъния (43 %), Гърция и Словакия (и двете 42 %) и Германия (41 %) заявяват, че имат разговори с роднини, приятели или колеги, когато търсят информация за ЕС. В противоположния край на скалата по-малко от един на всеки пет споменава това в Естония, Франция и Ирландия (всички 18 %) и в Испания (19 %). Това е вторият или третият най-често споменаван източник в седем държави.

Онлайн социалните мрежи са избрани сред предпочитаните източници на информация за ЕС от повече от една трета в Кипър (37 %) и в Латвия и Малта (и двете 34 %). За разлика от тях 14 % в Словения и Португалия и 16 % във Франция, Унгария, Полша и Румъния ги цитират. Онлайн социалните мрежи са третият най-често споменаван източник в Кипър и, заедно с информационните уебсайтове, Естония.

Институционалните и официалните уебсайтове са третият най-често споменаван източник от респондентите в Нидерландия (50 %). Тези във Финландия и Швеция (и двете 43 %) също са сред най-склонните да разчитат на тях за информация относно ЕС. В другия край на спектъра по-малко от един на всеки десет споменава тези уебсайтове в Португалия (7 %) и в България, Унгария и Румъния (всички 8 %).

Най-малко един на всеки десет в Люксембург и Швеция (по 11 %) и в Дания и Германия (по 10 %) заявяват, че биха потърсили информация за ЕС в книги, брошури и информационни брошури.

Само в Кипър (10 %) най-малко една на всеки десет (онлайн) конференции, разговори или срещи, докато 17 % в Гърция разчитат на блогове и по-малко от една на двадесет във всички държави споменават телефон.

И накрая, най-малко една на всеки десет от 22 държави — членки на ЕС, заявява, че никога не търси такава информация или не проявява интерес, най-вече в Естония и Португалия (и двете по 27 %) и в Литва и Испания (и двете по 22 %).

Социално-демографският анализ показва, че мъжете са по-склонни от жените да използват интернет, когато търсят информация за ЕС (52 % спрямо 45 %), и по-специално да използват информационни уебсайтове (34 % спрямо 27 %) и институционални и официални уебсайтове (18 % спрямо 15 %).

17 Общата сума „Интернет“ съчетава резултатите по точките: Информационни уебсайтове (уебсайтове от вестници, новинарски списания, уебсайтове за видео хостинг и др.), онлайн социални мрежи, институционални и официални уебсайтове (правителствени уебсайтове и др.) и блогове.

Колкото по-възрастни са респондентите, толкова по-вероятно е да споменат традиционните медии (телевизия, радио или писмена преса) (65 % от лицата на възраст 55 или повече години в сравнение с 32 % от тези на възраст 15—24 години), докато обратното важи за интернет (68 % от лицата на възраст 15—24 години, в сравнение с 31 % от лицата на възраст 55 или повече години), и по-специално за онлайн социалните мрежи (39 % спрямо 9 %) и институционалните и официалните уебсайтове (23 % спрямо 11 %).

Колкото по-дълго респондентът е продължил да се обучава на пълно работно време, толкова по-вероятно е те да търсят информация за ЕС в интернет (63 % от завършилите възраст 20 или повече години, в сравнение с 18 % от тези, които са завършили 15 или по-млади години). Това е най-очевидно, когато става въпрос за информационни уебсайтове, като повече от четири от всеки десет (43 %) от тези, които са завършили образование на възраст 20 или повече години, споменават това, в сравнение с около един на всеки десет (11 %) от тези, които са напуснали 15-годишна възраст или по-млади. Обратният модел се прилага за традиционните медии (телевизия, радио или писмена преса) (62 % от завършилите образование на възраст 15 или по-малко години, в сравнение с 52 % от завършилите 20 или повече години).

Самостоятелно заетите лица (55 %) и домакините (54 %) са най-склонни да разчитат на телевизия, радио или писмена преса, особено по отношение на безработните (40 %). Мениджърите са най-склонни да използват интернет (69 %), особено информационни уебсайтове (47 %) и институционални и официални уебсайтове (29 %), докато онлайн социалните мрежи се използват най-широко сред безработните (25 %). Ответниците, които никога или почти никога не срещат трудности при плащането на сметки, са по-склонни от тези, които изпитват затруднения в по-голямата част от времето да търсят информация за ЕС в традиционните медии (телевизия, радио, писмена преса) (53 % спрямо 46 %) и интернет източници (51 % спрямо 41 %). Сред последните разликата е най-широка, когато става въпрос за информационни уебсайтове (34 % спрямо 23 %).

Респондентите, които считат себе си за принадлежащи към горната или горната средна класа на обществото, са по-склонни от тези, които смятат, че принадлежат към работническата класа, да използват интернет, когато търсят информация за ЕС (69—71 % спрямо 35 %). Разликите са най-забележими по отношение на информационните уебсайтове (46—48 % спрямо 22 %) и институционалните и официалните уебсайтове (29—34 % спрямо 9 %).

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

QE5 Когато търсите информация за ЕС, неговите политики, неговите институции, кои от следните източници използвате? (ВЪЗМОЖНИ СА НЯКОЛКО ОТГОВОРА) (% — ЕС)

	Телевизия (обща канали)	Общо „Интернет“	Телевизия (нови канали)	Информационни уебсайтове (уебсайтове от вестници, новинарски списания и др.)	Радио	Онлайн социални мрежи	Писмената преса	Не търсите новини по европейски и политически въпроси	Подкасти	Уеб сайтове за видео хостинг	Блогове	Друго	Не знам
ЕС-27	52	48	31	29	19	17	13	5	4	3	1	0	1
Пол													
Човек	52	52	34	28	19	18	12	5	5	3	1	0	1
Жена	53	45	27	29	19	15	14	5	4	3	1	0	1
Възраст													
15—24	32	68	39	30	39	23	14	5	6	5	2	0	0
25—39	42	62	40	29	26	22	11	5	5	4	2	0	1
40—54	51	54	34	29	20	19	12	4	5	4	1	0	1
55 +	65	31	21	28	9	11	14	5	3	1	1	0	1
Образование (края на)													
15—	62	18	11	26	8	3	22	2	2	1	0	0	1
16—19	55	42	25	29	18	12	14	4	4	3	1	0	1
20+	52	63	43	29	19	25	8	7	5	4	1	0	1
Все още учи	32	71	43	30	38	28	12	7	7	5	3	0	0
Социално-професионална категория													
Самостоятелно заети лица	55	59	39	32	22	20	9	7	7	5	1	0	1
Мениджъри	51	69	47	31	20	29	6	8	6	4	1	0	1
Други бели якички	51	56	34	30	22	19	9	4	6	4	1	0	1
Ръчни работници	49	48	29	27	21	13	14	3	3	3	1	0	1
Домашни лица	54	31	20	28	14	9	24	2	3	1	1	0	0
Безработни	40	48	26	22	25	14	22	3	2	3	1	0	1
Пенсионер	67	26	17	27	6	9	15	6	2	1	1	0	1
Студенти	32	71	43	30	38	28	12	7	7	5	3	0	0
Трудности при плащането на сметки													
През по-голямата част от времето	46	41	23	28	20	10	21	4	4	3	1	0	1
От време на време	52	44	25	30	21	14	14	4	5	4	1	0	1
Почти никога/Никога	53	51	34	28	18	19	11	6	4	2	1	0	1
Помислете за принадлежност към													
Работническата класа	49	35	22	24	15	9	23	2	2	2	1	0	2
Долната средна класа	52	43	24	29	20	12	14	5	4	3	1	0	1
Средната класа	54	53	34	30	20	19	9	6	5	3	1	0	1
Горната средна класа	52	69	46	31	22	34	5	9	8	5	1	0	0
Висшата класа	53	71	48	35	25	29	2	8	9	8	1	0	2
Имидж на ЕС													
Положителен	57	56	36	32	21	20	8	6	5	3	1	0	0
Неутрален	50	43	26	27	17	14	16	4	4	3	1	0	1
Отрицателно	47	44	26	26	20	14	17	4	4	3	1	0	1

IV. Становища относно плурализма и независимостта на националните медии



1. Плурализъм в националните медии

Огромно мнозинство смятат, че техните национални медии предоставят разнообразие от мнения и мнения.

Близо седем от всеки десет респонденти (69 %, -1 процентен пункт от зимата на 2021—2022 г.) заявяват, че техните национални медии предоставят разнообразие от мнения и мнения, като почти един на всеки пет (19 %, -1 процентни пункта) счита, че това е „определено“ случаят. Обратно, повече от една четвърт (27 %, + 1 процентни пункта) дават отрицателен отговор, включително по-малко от един на всеки десет (8 %, без промяна), които казват „не, изобщо не“, и 3 % (без промяна) казват, че не знаят¹⁸.

Тези цифри останаха стабилни от последния път, когато този въпрос беше зададен през зимата на 2021—2022 г. (ЕВ96).

ВЪПРОС 7. За всяко от следните твърдения, моля, посочете до каква степен то съответства или не на положението на медиите (НАЦИОНАЛНОСТ) (ЕС-27) (%)
(Националност) медиите предоставят разнообразие от мнения и мнения

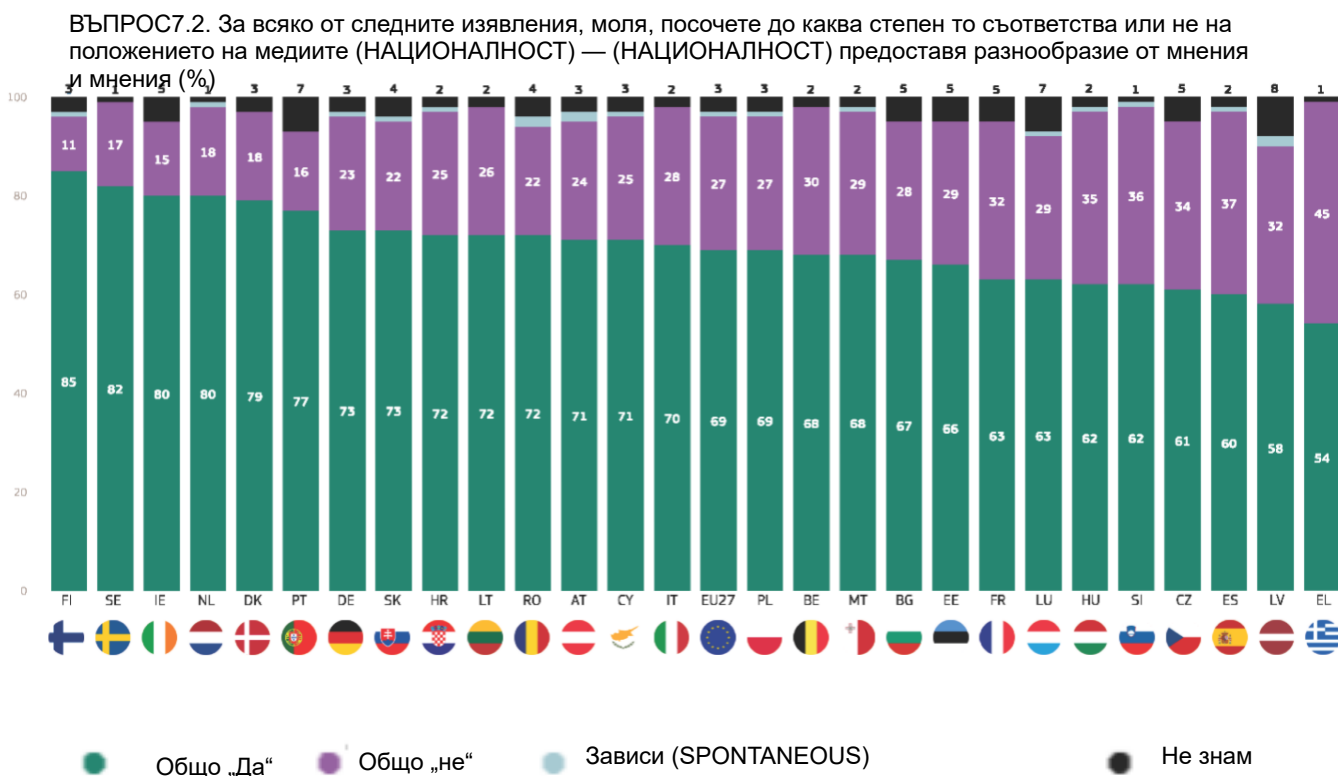


¹⁸ ВЪПРОС 7. За всяко от следните твърдения, моля, посочете до каква степен то съответства или не на положението на медиите (НАЦИОНАЛНОСТ). 2) (НАЦИОНАЛНОСТ) медиите предоставят разнообразие от мнения и мнения.

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Абсолютно мнозинство във всички държави — членки на ЕС, счита, че техните национални медии предоставят разнообразие от мнения и мнения. Този дял варира от най-малко осем на десет във Финландия (85 %), Швеция (82 %) и Ирландия и Нидерландия (и двете 80 %), до шест на десет или по-малко в Гърция (54 %), Латвия (58 %) и Испания (60 %).

В 14 държави респондентите е по-вероятно, отколкото през зимата на 2021—2022 г., да смятат, че техните национални медии предоставят разнообразие от мнения и мнения, най-вече в Полша (69 %, + 8 процентни пункта), Словакия (73 %, + 7 процентни пункта) и Словения (62 %, + 7 процентни пункта). Този дял на респондентите е намалял в 12 държави, като най-голямо намаление се наблюдава в Естония (66 %, -13 процентни пункта), Чехия (61 %, -13 процентни пункта) и Германия (73 %, -7 процентни пункта). В Австрия няма промяна (71 %).



Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Въпрос 7.2 За всяко от следните твърдения, моля, посочете до каква степен то съответства или не на положението на медиите (НАЦИОНАЛНОСТ) (НАЦИОНАЛНОСТ) предоставя разнообразие от мнения и мнения (%)

		EC-27	PL	SI	SK	SE	IE	ЕЛ	LV	MT	ES	HR	LT	БЪ ДЕ ТЕ	BG	FI	HA	FR	TO	ЛУ	HU	PT	КИ ПЪ Р	NL	DK	RO	DE	CZ	EE
Да, определено	Октомври/ноември 2023 г.	19	17	16	17	28	19	12	12	16	13	17	16	12	20	33	29	16	15	13	17	15	21	29	28	27	21	17	14
	Δ май/юни 2023 г.	1	4	3	2	4	4	2	1	3	1	=	=	1	1	3	2	1	2	3	=	5	2	=	=	=	9	4	13.00 ЛВ.
Да, до известна степен	Октомври/ноември 2023 г.	50	52	46	56	54	61	42	46	52	47	55	56	56	47	52	42	47	55	50	45	62	50	51	51	45	52	44	52
	Δ май/юни 2023 г.	=	4	4	5	2	9	5	2	=	3	2	2	2	2	2	2	2	1	4	1	4	4	2	4	5	2	9	=
Не, не съвсем	Октомври/ноември 2023 г.	19	18	22	14	14	12	30	23	23	22	20	21	24	16	9	15	23	20	25	22	15	18	14	13	17	18	23	20
	Δ май/юни 2023 г.	1	2	2	2	1	3	=	5	1	1	2	=	1	=	3	1	=	2	1	=	2	=	3	=	6	6	2	3
Не, изобщо не	Октомври/ноември 2023 г.	8	9	14	8	3	3	15	9	6	15	5	5	6	12	2	9	9	8	4	13	1	7	4	5	5	5	11	9
	Δ май/юни 2023 г.	=	5	3	3	4	3	3	3	2	1	2	=	=	2	1	=	1	1	3	1	1	4	2	2	=	1	6	5
Зависи (SPONTANEOUS)	Октомври/ноември 2023 г.	1	1	1	1	0	0	0	2	1	1	1	0	0	0	1	2	0	0	1	1	0	1	1	0	2	1	0	0
	Δ май/юни 2023 г.	=	=	=	1	1	=	=	2	1	=	1	1	1	1	1	=	=	1	1	=	1	=	1	=	1	1	=	=
Не знам	Октомври/ноември 2023 г.	3	3	1	4	1	5	1	8	2	2	2	2	2	5	3	3	5	2	7	2	7	3	1	3	4	3	5	5
	Δ май/юни 2023 г.	=	1	2	1	=	1	=	3	1	2	1	1	1	2	2	1	=	1	4	=	1	2	=	2	2	1	5	5
Общо „Да“	Октомври/ноември 2023 г.	69	69	62	73	82	80	54	58	68	60	72	72	68	67	85	71	63	70	63	62	77	71	80	79	72	73	61	66
	Δ май/юни 2023 г.	1	8	7	7	6	5	3	3	3	2	2	2	1	1	1	=	1	1	1	1	1	2	2	4	5	7	13.0 ОЛВ.	13.00 ЛВ.
Общо „не“	Октомври/ноември 2023 г.	27	27	36	22	17	15	45	32	29	37	25	26	30	28	11	24	32	28	29	35	16	25	18	18	22	23	34	29
	Δ май/юни 2023 г.	1	7	5	5	5	6	3	8	1	=	4	=	1	2	4	1	1	3	4	1	1	4	1	2	6	5	8	8

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Социално-демографският анализ не разкрива значителни различия по отношение на пола в пропорциите, които смятат, че техните национални медии предоставят разнообразие от мнения и мнения. Въпреки това все още може да се наблюдава следното:

Най-възрастните респонденти на възраст 55 или повече години (71 %) са най-склонни да поддържат това мнение, особено в сравнение с тези на възраст между 15 и 39 години (65 %).

Тези, които са завършили редовното си образование на възраст 20 или повече години (71 %) са малко по-склонни от тези, които са напуснали 15-годишна възраст или по-рано (67 %) да мислят, че техните национални медии предоставят разнообразие от мнения и мнения.

Мениджърите (73 %) са най-склонни да дадат този отговор, особено в сравнение с безработните (55 %).

Колкото по-малко финансови затруднения изпитват респондентите, толкова по-вероятно е да кажат, че техните национални медии предоставят разнообразие от мнения и мнения. Например 71 % от тези, които никога или почти никога не изпитват затруднения при плащането на сметките си, казват това, в сравнение с 60 % от тези, които изпитват затруднения да го правят през повечето време.

Въпрос 7.2 За всяко от следните твърдения, моля, посочете до каква степен то съответства или не на положението на медиите (НАЦИОНАЛНОСТ): (Националност) медиите предоставят разнообразие от мнения и мнения (% — ЕС)

	Общо „Да“	Общо „не“	Не знам
ЕС-27	69	27	3
Пол			
Човек	69	28	3
Жена	69	27	3
Възраст			
15—24	65	30	4
25—39	65	31	3
40—54	69	29	2
55 +	71	24	4
Образование (края на)			
15—	67	26	6
16—19	68	29	3
20+	71	28	1
Все още учи	68	27	4
Социално-професионална категория			
Самостоятелно заети лица	71	27	2
Мениджъри	73	26	1
Други бели якички	67	29	3
Ръчни работници	68	29	3
Домашни лица	68	25	7
Безработни	55	40	3
Пенсионер	71	24	4
Студенти	68	27	4
Трудности при плащането на сметки			
През по-голямата част от времето	60	35	4
От време на време	67	30	3
Почти никога/Никога	71	26	3
Помислете за принадлежност към			
Работническата класа	64	29	6
Долната средна класа	67	30	3
Средната класа	71	26	2
Горната средна класа	75	24	1
Висшата класа	69	28	2
Имидж на ЕС			

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Положителен	78	20	2
Неутрален	67	28	4
Отрицателно	50	46	3

2. Независимост на националните медии

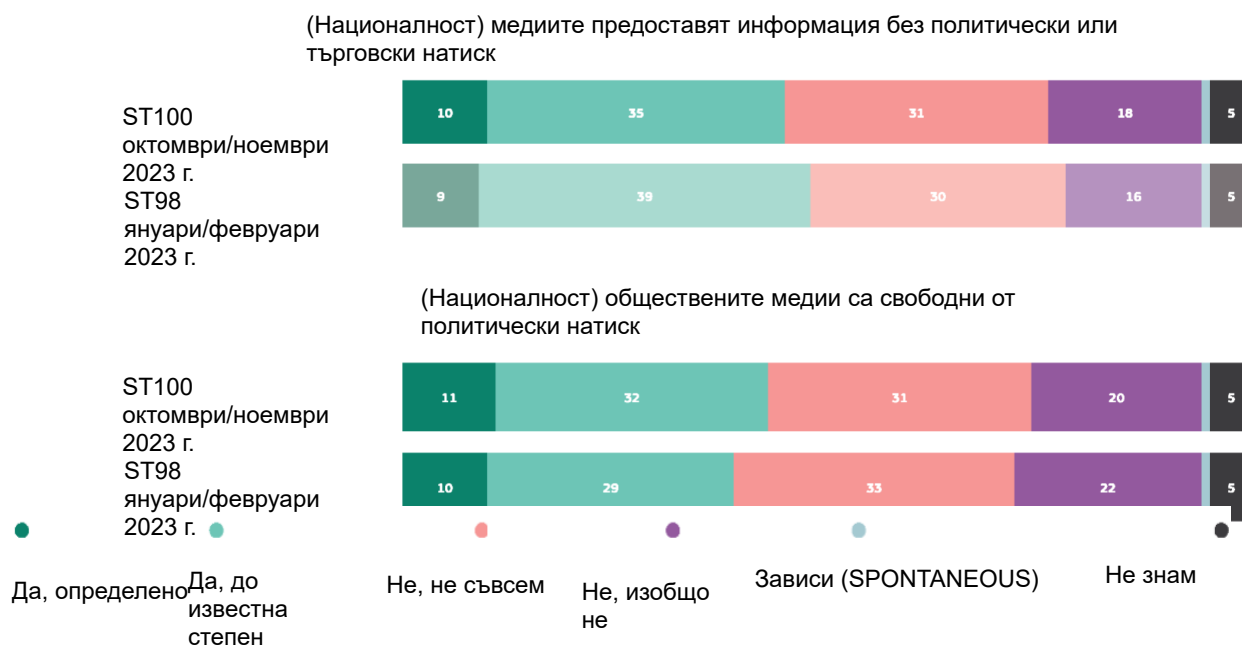
Мнозинството смятат, че техните национални медии не предоставят информация, която е свободна от търговски или политически натиск.

Повече от четирима от всеки десет респонденти (45 %) заявяват, че техните национални медии предоставят информация без политически или търговски натиск, включително един на всеки десет, които смятат, че това е „определено“ случаят. Малко по-малко от половината (49 %) обаче смятат, че информацията, предоставена от националните медии, не е освободена от този вид натиск, като почти един на всеки пет (18 %) казва, че това изобщо не е така. Един на всеки двадесет казва, че не знае¹⁹.

След увеличение с пет процентни пункта между зимата на 2021—2022 г. и зимата на 2022—2023 г. делът на респондентите, които смятат, че техните национални медии предоставят информация без политически или търговски натиск, е намалял с три процентни пункта в настоящото проучване.

Обратно, делът на тези, които мислят обратното, се е увеличил с три процентни пункта.

OE7. За всяко от следните твърдения, моля, посочете до каква степен то съответства или не на положението на медиите (НАЦИОНАЛНОСТ) (EC-27) (%)



¹⁹ ВЪПРОС 7. За всяко от следните твърдения, моля, посочете до каква степен то съответства или не на положението на медиите (НАЦИОНАЛНОСТ). 3) (НАЦИОНАЛНОСТ) медиите предоставят информация без политически или търговски натиск.

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

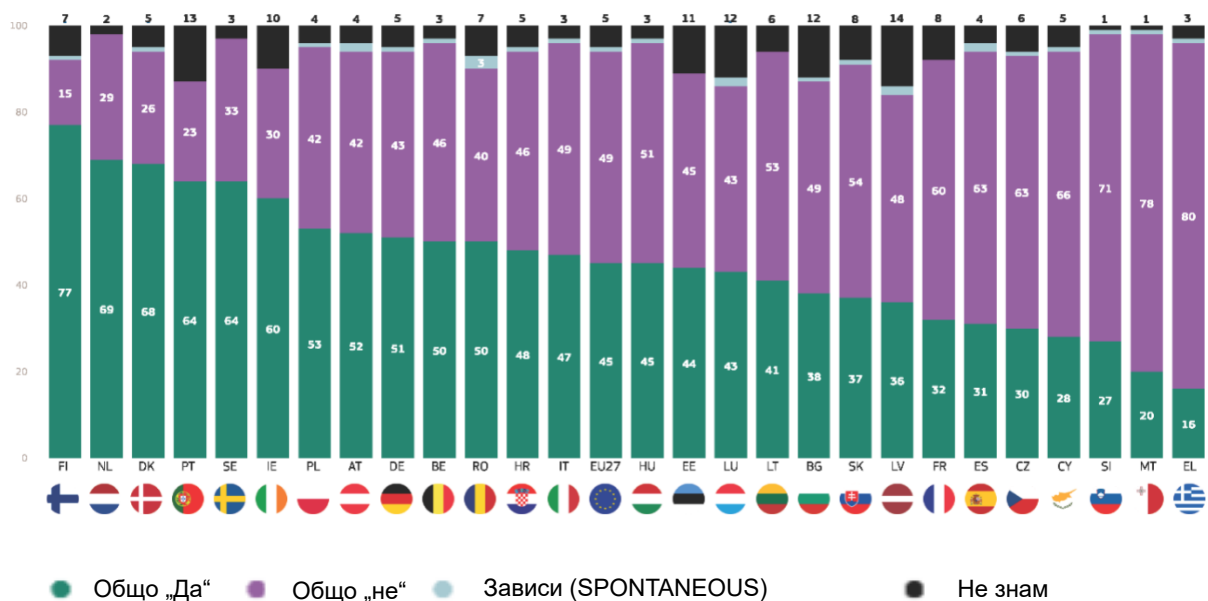
В 12 държави — членки на ЕС, мнозинството от респондентите смятат, че медиите в тяхната държава предоставят информация без политически или търговски натиск (в сравнение с 14 през зимата на 2022—2023 г.), най-вече във Финландия (77 %), Нидерландия (69 %) и Дания (68 %).

Това е мнението на малцинството в 14 държави, като респондентите в Гърция (16 %), Малта (20 %) и Словения (27 %) са най-малко склонни да дадат положителен отговор. Мненията са разделени в Люксембург (43 % „да„и 43 % „не“).

От зимата на 2022—2023 г. респондентите в 21 от 27-те държави — членки на ЕС, сега са по-малко склонни да мислят, че техните национални медии предоставят информация без политически или търговски натиск. Намаления с най-малко десет процентни пункта се наблюдават в Малта (20 %, -20 процентни пункта), Люксембург (43 %, -14 процентни пункта), Кипър (28 %, -12 процентни пункта), Белгия (50 %, -10 процентни пункта) и Латвия (36 %, -10 процентни пункта). Този дял се е увеличил с 12 процентни пункта в Полша (53 %) и с три процентни пункта в Хърватия (48 %) и Словакия (37 %), докато в Португалия се наблюдава леко увеличение (64 %, + 1 процентни пункта). Тази цифра остава непроменена в Унгария (45 %) и Литва (41 %).

Мнението, че националните медии предоставят информация без политически или търговски натиск, сега се превърна в мажоритарно място в Хърватия и Полша. За разлика от това сега това е мнението на малцинството в Естония, Италия и Латвия, докато в Люксембург мненията са разделени.

ВЪПРОС 7.3. За всяко от следните твърдения, моля, посочете до каква степен то съответства или не на положението на медиите (НАЦИОНАЛНОСТ) — (НАЦИОНАЛНОСТ) предоставя информация без политически или търговски натиск (%)



Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

QE7.3 За всяко от следните твърдения, моля, посочете до каква степен то съответства или не на положението на медиите (НАЦИОНАЛНОСТ) предоставят информация без политически или търговски натиск (%)

		EC-27	PL	HR	SK	PT	LT	HU	BG	DE	FR	RO	CZ	DK	NL	HA	SE	EE	ЕЛ	TO	SI	FI	IE	ES	БЪД ЕТЕ	LV	КИП ЪР	ЛУ	MT
Общо „Да“	Октомври /ноември 2023 г.	10	14	11	6	9	6	12	9	8	6	14	4	19	19	14	15	8	4	13	5	26	15	5	10	7	5	9	5
	Δ май/юн 2023 г.	1	3	2	=	1	=	6	1	1	3	2	1	6	1	4	5	1	1	3	1	5	3	2	2	2	=	=	20.0 0 ЛВ.
Общо „не“	Октомври /ноември 2023 г.	35	39	37	31	55	35	33	29	43	26	36	26	49	50	38	49	36	12	34	22	51	45	26	40	29	23	34	15
	Δ май/юн 2023 г.	4	9	1	3	=	=	6	2	2	4	4	2	3	4	7	2	6	6	8	4	=	5	7	8	8	12	14.0 4.20 = 14 Г.	
Да, определено	Октомври /ноември 2023 г.	31	28	31	34	18	37	27	28	31	38	27	36	19	22	26	24	29	36	32	37	12	22	31	35	32	34	36	32
	Δ май/юн 2023 г.	1	8	1	6	5	1	1	1	2	2	=	1	2	4	3	3	4	4	1	4	2	5	=	6	=	4	11	6
Да, до известна степен	Октомври /ноември 2023 г.	18	14	15	20	5	16	24	21	12	22	13	27	7	7	16	9	16	44	17	34	3	8	32	11	16	32	7	46
	Δ май/юн 2023 г.	2	2	4	9	1	2	=	1	1	1	=	1	=	=	1	2	1	6	5	5	=	=	7	3	6	8	2	13
Не, не съвсем	Октомври /ноември 2023 г.	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	3	1	1	0	2	0	0	1	1	1	1	0	2	1	2	1	2	1
	Δ май/юн 2023 г.	=	2	=	=	1	=	1	1	=	1	2	=	1	1	=	1	1	=	1	=	1	2	=	1	1	1	1	1
Не, изобщо не	Октомври /ноември 2023 г.	5	4	5	8	13	6	3	12	5	8	7	6	5	2	4	3	11	3	3	1	7	10	4	3	14	5	12	1
	Δ май/юн 2023 г.	=	=	2	=	4	1	=	2	=	1	=	3	=	=	=	2	1	2	1	3	3	4	=	1	3	1	=	=
Зависи (SPONTANEOUS)	Октомври /ноември 2023 г.	45	53	48	37	64	41	45	38	51	32	50	30	68	69	52	64	44	16	47	27	77	60	31	50	36	28	43	20
	Δ май/юн 2023 г.	3	12	3	3	1	=	=	1	1	1	2	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	8	9	10.0 0 ЛВ.	10.0 0 ЛВ.	12	14.0 4.20 14 Г.	20.0 0 ЛВ.
Не знам	Октомври /ноември 2023 г.	49	42	46	54	23	53	51	49	43	60	40	63	26	29	42	33	45	80	49	71	15	30	63	46	48	66	43	78
	Δ май/юн 2023 г.	3	10.0 0 ЛВ.	5	3	4	1	1	=	1	3	=	=	2	4	2	1	5	2	6	9	2	5	7	9	6	12	13	19

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Социално-демографските данни показват, че въпреки че констатациите са последователни по пол и възрастови групи, съществуват ясни различия по отношение на образованието. Респондентите, които са завършили редовното си образование на възраст 20 или повече години (47 %) са по-склонни от тези, които са завършили 15 или по-млади години (40 %) да мислят, че техните национални медии предоставят информация без политически или търговски натиск.

Мнозинството от мениджърите (52 %) казват, че националните медии предоставят информация без политически или търговски натиск, докато около една трета (34 %) го правят сред безработните. Респондентите, които изпитват затруднения при плащането на сметките си през по-голямата част от времето (37 %), е по-малко вероятно да дадат този отговор в сравнение с тези, които изпитват трудности от време на време или по-рядко (45—47 %). По същия начин тези, които смятат, че принадлежат към работническата класа (37 %), са по-малко склонни да кажат това, отколкото тези, които се считат за принадлежащи към средната класа (49 %), горната средна класа (55 %) или висшата класа (48 %).

QE7.3 За всяко от следните твърдения, моля, посочете до каква степен то съответства или не на положението на медиите (НАЦИОНАЛНОСТ): (Националност) медиите предоставят информация без политически или търговски натиск (% — ЕС)

	Общо „Да“	Общо „не“	Не знам
ЕС-27	45	49	5
Пол			
Човек	46	49	4
Жена	45	48	6
Възраст			
15—24	46	44	8
25—39	46	48	5
40—54	46	49	4
55 +	44	49	6
Образование (края на)			
15—	40	49	9
16—19	44	50	5
20+	47	49	3
Все още учи	49	42	7
Социално-професионална категория			
Самостоятелно заети лица	43	54	3
Мениджъри	52	45	2
Други бели якички	46	49	4
Ръчни работници	46	48	5
Домашни лица	44	46	9
Безработни	34	58	7
Пенсионер	44	49	6
Студенти	49	42	7
Трудности при плащането на сметки			
През по-голямата част от времето	37	55	6
От време на време	45	48	6
Почти никога/Никога	47	47	5
Помислете за принадлежност към			
Работническата класа	37	52	9
Долната средна класа	43	51	5
Средната класа	49	47	3

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

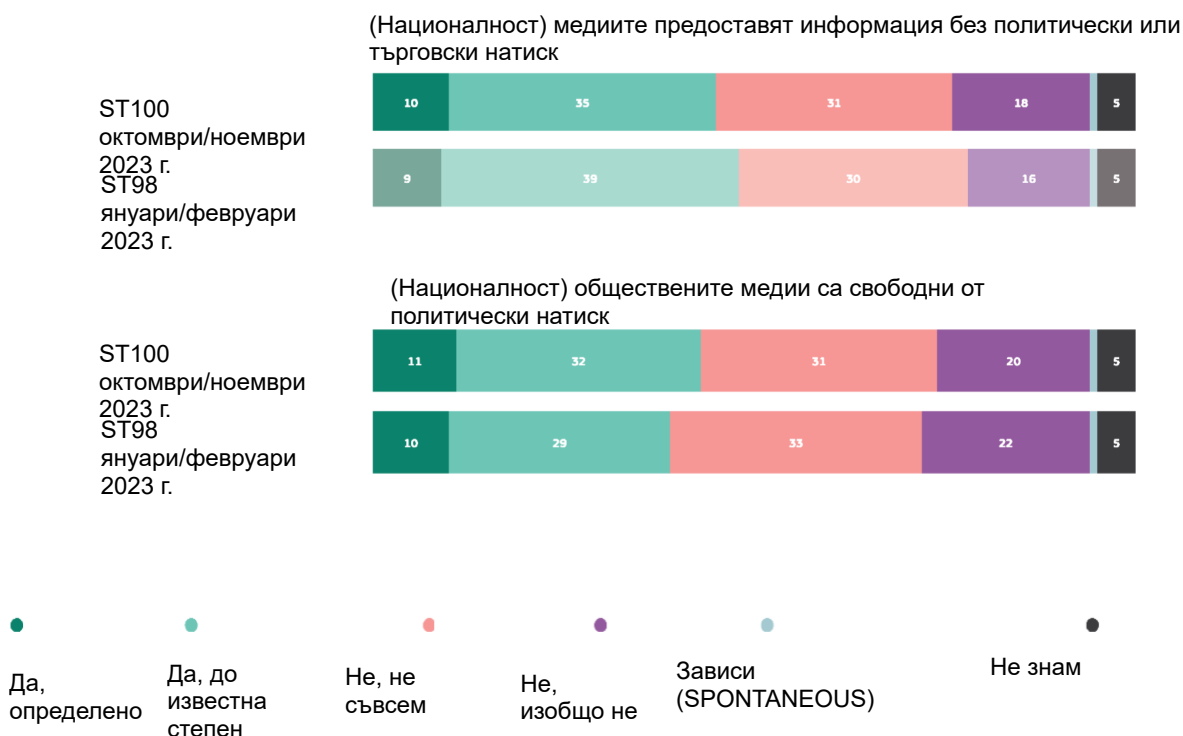
Горната средна класа	55	43	2
Висшата класа	48	43	8
Имидж на ЕС			
Положителен	55	40	4
Неутрален	43	49	6
Отрицателно	29	66	4

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Мнозинството казват, че техните национални обществени медии не са свободни от политически натиск.

Повече от четирима от всеки десет респонденти (43 %, + 4 процентни пункта от зимата на 2021—2022 г.) заявяват, че техните национални обществени медии са свободни от политически натиск, като около един на всеки десет (11 %, + 1 процентни пункта), които смятат, че това е „определено“ случаят. Въпреки това мнозинството (51 %, -4 процентни пункта) смятат обратното, включително един на всеки пет (-2 процентни пункта), които казват, че националните обществени медии „на всички“ не са свободни от политически натиск. Един на всеки двадесет (без промяна) казва, че не знае²⁰.

ВЪПРОС 7. За всяко от следните твърдения, моля, посочете до каква степен то съответства или не на положението на медиите (НАЦИОНАЛНОСТ) (ЕС-27) (%)

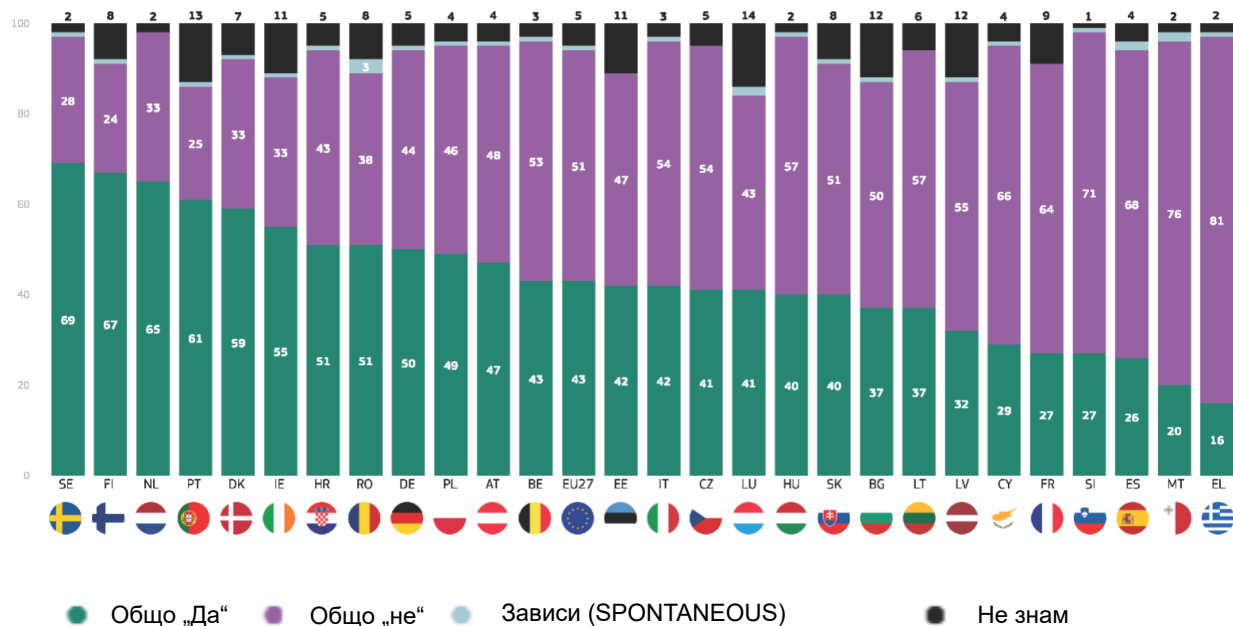


²⁰ ВЪПРОС 7. За всяко от следните твърдения, моля, посочете до каква степен то съответства или не на положението на медиите (НАЦИОНАЛНОСТ). 4) (НАЦИОНАЛНОСТ) обществените медии са свободни от политически натиск.

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

В десет държави мнозинството посочват, че техните национални обществени медии са свободни от политически натиск, особено в Швеция (69 %), Финландия (67 %) и Нидерландия (65 %). Обратно, малцинството мисли по този начин в останалите 17 държави — членки на ЕС, като най-ниските проценти се наблюдават в Гърция (16 %), Малта (20 %) и Испания (26 %).

ВЪПРОС 7.4. За всяко от следните изявления, моля, посочете до каква степен то съответства или не на положението на медиите (НАЦИОНАЛНОСТ):-(НАЦИОНАЛНОСТ) обществените медии са свободни от политически натиск (%)



Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

В 18 държави — членки на ЕС, делът на респондентите, които смятат, че техните национални обществени медии не са подложени на политически натиск, се е увеличил от зимата на 2021—2022 г. насам, като най-голямо увеличение е отчетено в Полша (49 %, + 15 процентни пункта), Швеция (69 %, + 9 процентни пункта) и България (37 %, + 9 процентни пункта). В осем държави е по-малко вероятно респондентите да дадат този отговор, отколкото през зимата на 2021—2022 г. Такъв е по-специално случаят с респондентите в Естония (42 %, -21 процентни пункта), както и при тези в Дания (59 %, -9 процентни пункта) и Люксембург (41 %, -9 процентни пункта). Няма промяна в Малта (20 %)

Мнението, че националните обществени медии са свободни от политически натиск, сега е позицията на мнозинството в Хърватия и Полша. Обратно, сега това е мнението на малцинството в Естония и Люксембург.

QE7.4 За всяко от следните твърдения, моля, посочете до каква степен то съответства или не на положението на обществените медии (НАЦИОНАЛНОСТ) (NATIONALITY) са свободни от политически натиск (%)

		EC-27	L	BG	SE	HR	КИ ПЪ Р	LV	LT	FR	NL	HA	ES	EL	TO	FI	БЪ ДЕ ТЕ	DE	IE	HU	MT	T	SK	SI	RO	CZ	DK	ЛУ	ЕЕ
Общо „Да“	Октомври/ ноември 2023 г.	11	15	9	29	12	6	7	5	4	23	13	4	3	10	22	11	10	13	10	5	8	9	8	14	16	16	9	9
	Δ май/юни 2023 г.	1	5	4	3	2	3	2	=	=	=	2	=	1	=	3	3	2	2	1	1	3	=	=	1	=	2	1	13.0 ОЛВ.
Общо „не“	Октомври/ ноември 2023 г.	32	34	28	40	39	23	25	32	23	42	34	22	13	32	45	32	40	42	30	15	53	31	19	37	25	43	32	33
	Δ май/юни 2023 г.	3	10	5	6	8	3	4	6	5	4	2	3	1	2	1	2	3	3	=	1	2	1	4	4	8	7	10.0 0 ЛВ.	8
Да, определено	Октомври/ ноември 2023 г.	31	28	28	18	29	31	34	37	38	25	31	31	35	33	20	42	31	24	29	29	20	31	30	26	35	24	34	31
	Δ май/юни 2023 г.	2	1	4	3	2	4	7	5	2	3	2	3	8	3	4	4	1	3	=	13.0 ОЛВ.	2	9	9	5	=	2	3	6
Да, до известна степен	Октомври/ ноември 2023 г.	20	18	22	10	14	35	21	20	26	8	17	37	46	21	4	11	13	9	28	47	5	20	41	12	19	9	9	16
	Δ май/юни 2023 г.	2	14.0 4.20 14 Г.	=	6	4	=	6	=	4	5	3	1	6	3	3	6	=	2	1	13	4	5	=	1	3	2	4	4
Не, не съвсем	Октомври/ ноември 2023 г.	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	3	0	1	2	0
	Δ май/юни 2023 г.	=	=	1	=	1	1	1	=	1	1	1	=	=	1	=	=	1	1	=	1	2	2	1	=	1	2	=	
Не, изобщо не	Октомври/ ноември 2023 г.	5	4	12	2	5	4	12	6	9	2	4	4	2	3	8	3	5	11	2	2	13	8	1	8	5	7	14	11
	Δ май/юни 2023 г.	=	=	4	=	1	3	6	=	1	1	2	2	=	2	4	1	=	3	1	=	4	1	3	2	5	4	8	11
Зависи (SPONTANEOUS)	Октомври/ ноември 2023 г.	43	49	37	69	51	29	32	37	27	65	47	26	16	42	67	43	50	55	40	20	61	40	27	51	41	59	41	42
	Δ май/юни 2023 г.	4	15	9	9	6	6	6	6	5	4	4	3	2	2	2	1	1	1	1	=	1	1	4	5	8	9	9	21.0 ОЛВ.
Не знам	Октомври/ ноември 2023 г.	51	46	50	28	43	66	55	57	64	33	48	68	81	54	24	53	44	33	57	76	25	51	71	38	54	33	43	47
	Δ май/юни 2023 г.	4	15	4	9	6	4	13.0 ОЛВ.	5	6	2	5	2	2	=	7	2	1	5	1	=	2	4	9	6	3	4	1	10

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Социално-демографският анализ не показва значителна разлика по отношение на пола. Сред възрастовите групи най-възрастните респонденти на възраст 55 или повече години (40 %) са малко по-малко склонни от по-младите си колеги (43—44 %) да мислят, че техните национални обществени медии са свободни от политически натиск.

Малко по-изразени са разликите по степен на образование, като 44 % от завършилите редовно образование на възраст 20 или повече години, които казват, че техните национални обществени медии са свободни от политически натиск, в сравнение с 38 % от завършилите на възраст 15 или по-млади години.

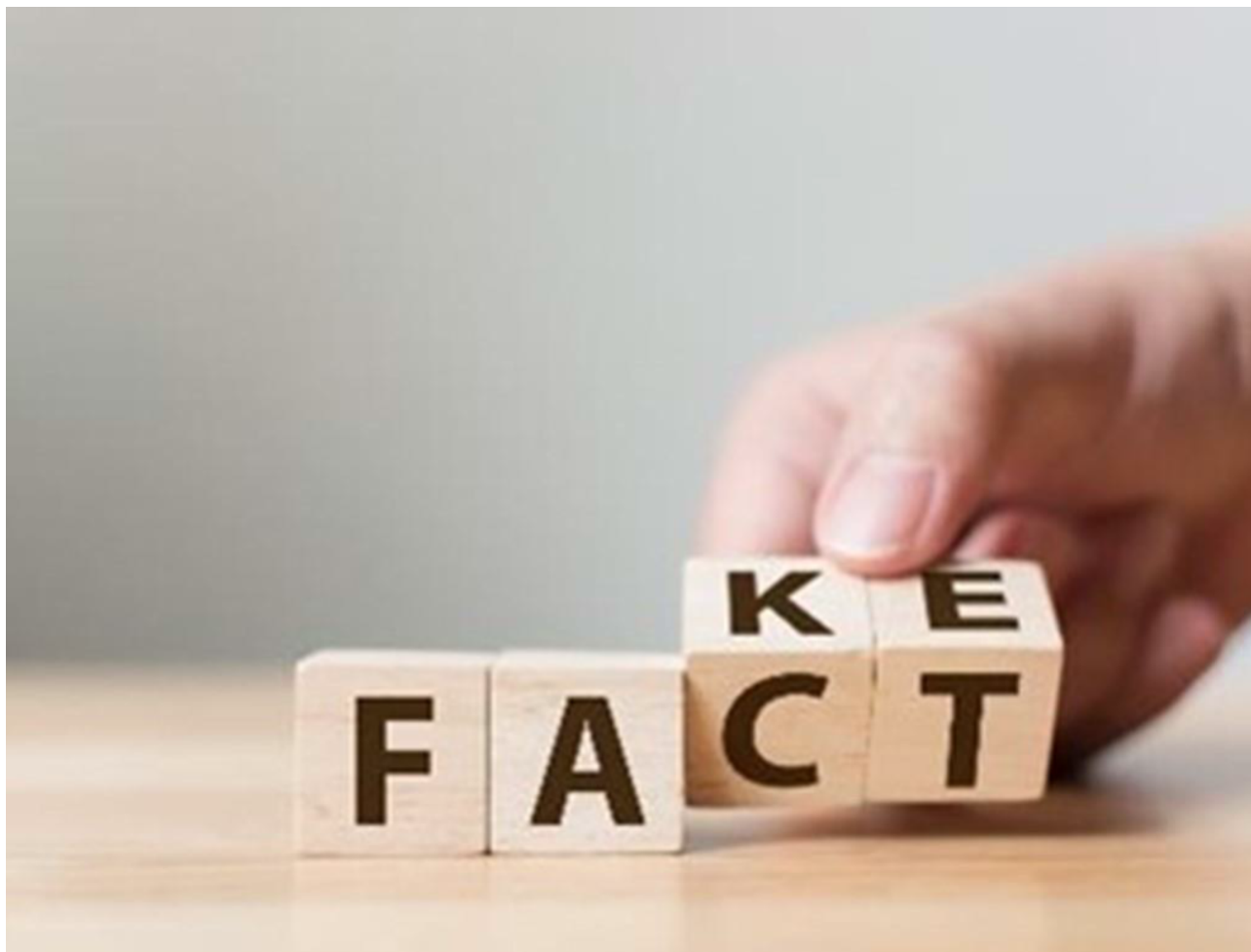
Що се отнася до социално-професионалните категории, половината от мениджърите смятат, че техните национални обществени медии са свободни от политически натиск, докато три от десет го правят сред безработните. Респондентите, които никога или почти никога не са срещали трудности при плащането на сметките си (44 %), са най-склонни да поддържат това мнение, особено в сравнение с тези, които изпитват затруднения през по-голямата част от времето (34 %). По същия начин респондентите, които считат себе си за принадлежащи към висшата средна класа (53 %) или към висшата класа (48 %) от обществото, са най-склонни да дадат този отговор, особено в сравнение с тези, които считат себе си за принадлежащи към работническата класа (35 %).

QE7.4 За всяко от следните твърдения, моля, посочете до каква степен то съответства или не на положението на медиите (НАЦИОНАЛНОСТ): (Националност) обществените медии са свободни от политически натиск (% — ЕС)

	Общо „Да“	Общо „не“	Не знам
ЕС-27	43	51	5
Пол			
Човек	42	53	4
Жена	43	50	6
Възраст			
15—24	44	48	7
25—39	44	51	4
40—54	43	52	4
55 +	40	53	6
Образование (края на)			
15—	38	51	9
16—19	41	53	5
20+	44	52	3
Все още учи	46	46	7
Социално-професионална категория			
Самостоятелно заети лица	42	54	3
Мениджъри	50	47	3
Други бели якички	42	53	4
Ръчни работници	42	52	5
Домашни лица	42	47	9
Безработни	30	63	6
Пенсионер	40	52	7
Студенти	46	46	7
Трудности при плащането на сметки			
През по-голямата част от времето	34	59	6
От време на време	41	52	6
Почти никога/Никога	44	50	5
Помислете за принадлежност към			
Работническата класа	35	54	9
Долната средна класа	39	55	5
Средната класа	45	50	4
Горната средна класа	53	44	2
Висшата класа	48	44	7

Имидж на ЕС			
Положителен	52	43	4
Неутрален	39	53	7
Отрицателно	27	69	3

V. Европейци и фалшиви новини



Големите мнозинства са съгласни, че новини или информация, която е невярна или представя погрешно реалността, е проблем в тяхната страна и за демокрацията като цяло.

Респондентите бяха запитани до каква степен са се съгласили или не са съгласни с четири твърдения за новини или информация, които представят погрешно реалността или дори са неверни²¹. Като цяло резултатите остават стабилни от зимата на 2022—2023 г. насам.

Около осем на всеки десет (81 %, без промяна от зимата на 2022—2023 г.) са съгласни, че наличието на новини или информация, които представят погрешно реалността или дори е невярно, е проблем за демокрацията като цяло, като около четирима от всеки десет са „напълно съгласни“ (38 %, без промяна). Повече от един на всеки десет (13 %, -1 процентен пункт) не е съгласен.

Повече от три четвърти (77 %, + 1 процентни пункта) са съгласни, че наличието на новини или информация, които погрешно представят реалността или дори са фалшиви, е проблем в тяхната страна, включително около три от десет (31 %, -1 процентни пункта), заявявайки, че „напълно са съгласни“. По-малко от един на всеки пет (17 %, -1 процентни пункта) не са съгласни с това твърдение.

Повече от две трети (68 %, -1 процентни пункта) са съгласни, че често се натъкват на новини или информация, които смятат, че представят погрешно реалността или дори са неверни, включително 21 % (-1 процентни пункта), които „напълно са съгласни“ с това твърдение. Повече от една четвърт (27 %, + 1 процентни пункта) не са съгласни.

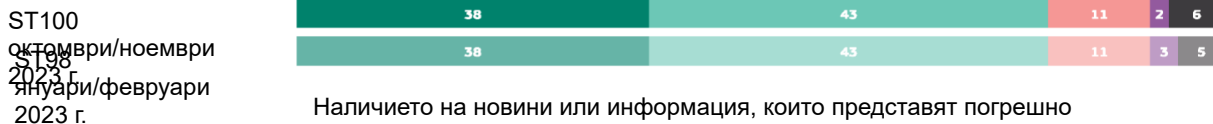
Шест от десет (-1 процентни пункта) са съгласни, че за тях е лесно да идентифицират новини или информация, които смятат, че представят погрешно реалността или дори са неверни, като 16 % (-2 процентни пункта) са напълно съгласни с това твърдение. Повече от една трета (35 %, + 1 процентни пункта) не са съгласни.

21 ВЪПРОС 8. Напълно ли сте съгласни, склонни ли сте да се съгласявате, склонни ли сте да не сте съгласни или напълно да не сте съгласни с всяко от следните твърдения. Често срещате новини или информация, които смятате, че представят погрешно реалността или дори са неверни; 2) Лесно е да идентифицирате новини или информация, които смятате, че представят погрешно реалността или дори са неверни; 3) Съществуването на новини или информация, които представят погрешно реалността или дори е невярно, е проблем в (нашата страна); 4) Наличието на новини или информация, които представят погрешно реалността или дори са фалшиви, е проблем за демокрацията като цяло.

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

ВЪПРОС 8. Напълно ли сте съгласни, склонни ли сте да се съгласявате, склонни ли сте да не сте съгласни или напълно да не сте съгласни с всяко от следните твърдения. (ЕС-27) (%)

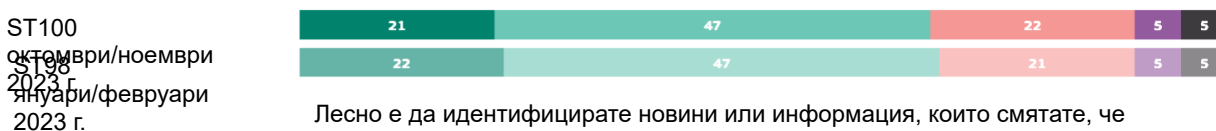
Наличието на новини или информация, които представят погрешно реалността или дори са фалшиви, е проблем за демокрацията като цяло.



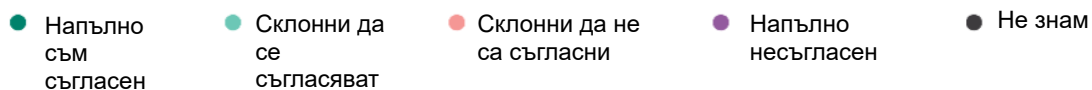
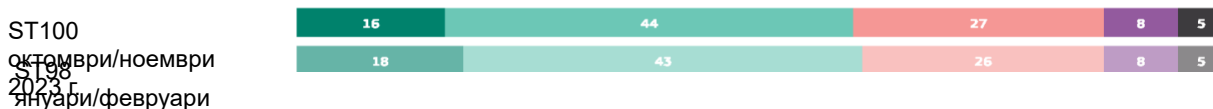
Наличието на новини или информация, които представят погрешно реалността или дори е невярно, е проблем в (Нашата страна).



Често попадате на новини или информация, които смятате, че представят погрешно реалността или дори са фалшиви.



Лесно е да идентифицирате новини или информация, които смятате, че представят погрешно реалността или дори са фалшиви.

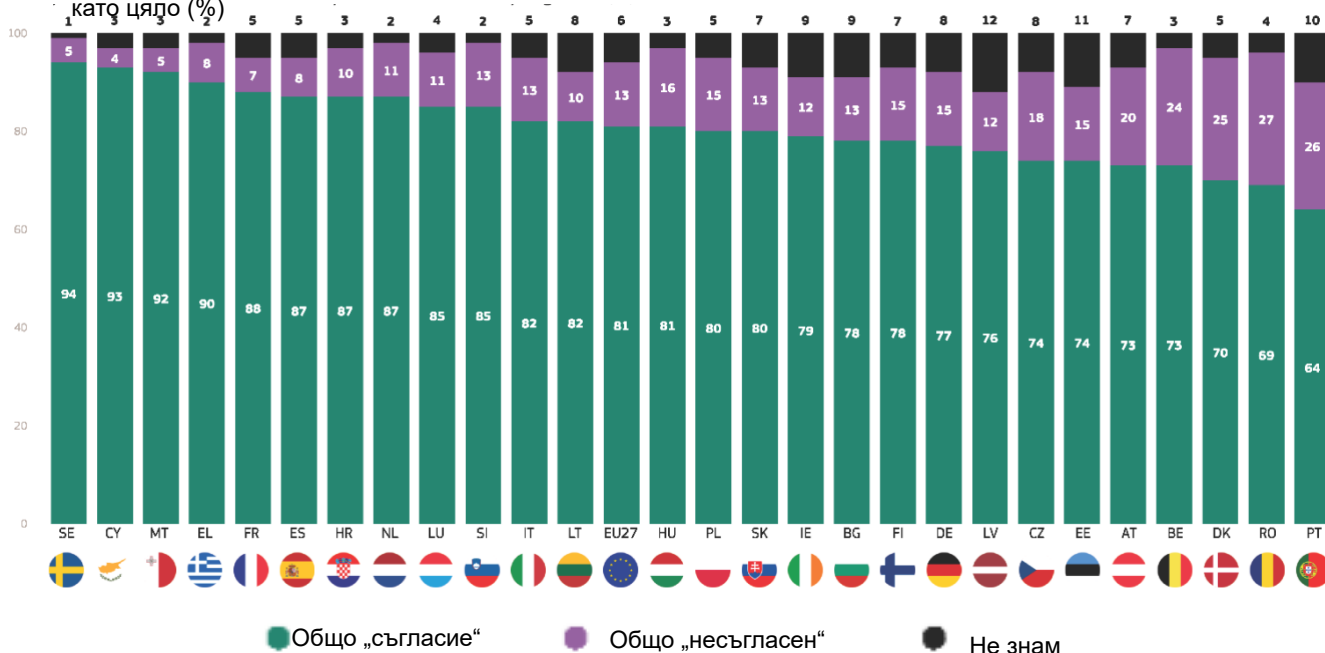


Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Повече от шест на десет във всяка държава — членка на ЕС, са съгласни, че наличието на новини или информация, които представят погрешно реалността или дори са фалшиви, е проблем за демокрацията като цяло. Най-високите равнища на споразумение се наблюдават в Швеция (94 %), Кипър (93 %) и Малта (92 %), докато най-ниски са в Португалия (64 %), Румъния (69 %) и Дания (70 %).

В пет държави повече от половината са напълно съгласни с това изявление: Швеция (67 %), Гърция (60 %), Малта (57 %), Кипър (56 %) и Нидерландия (51 %).

QЕВ.4. Напълно ли сте съгласни, склонни ли сте да се съгласявате, склонни ли сте да не сте съгласни или напълно да не сте съгласни с всяко от следните твърдения. Съществуването на новини или информация, които представят погрешно реалността или дори е невярно, е проблем за демокрацията като цяло (%)



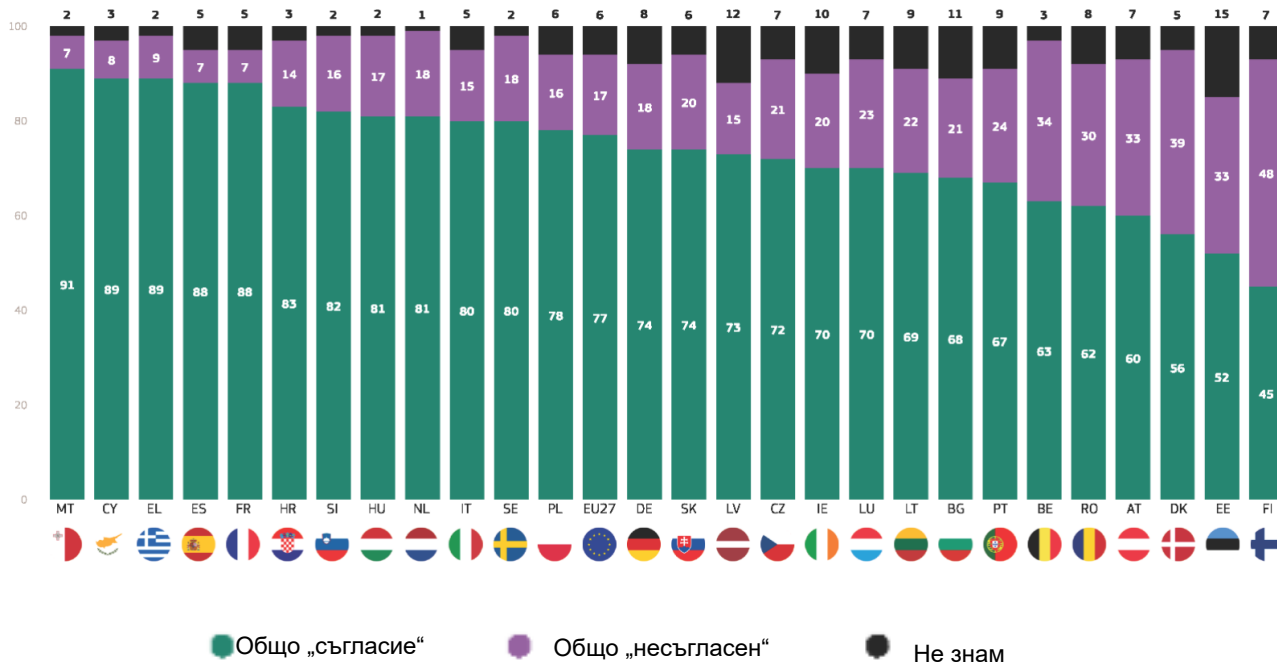
В 13 държави — членки на ЕС, от зимата на 2022—2023 г. насам се наблюдава спад на дела на респондентите, които са съгласни, че наличието на новини или информация, които погрешно представят реалността или дори са неверни, е проблем за демокрацията като цяло. Такъв е особено случаят в България (78 %, -5 процентни пункта) и Белгия (73 %, -5 процентни пункта), Словакия (80 %, -4 процентни пункта) и Ирландия (79 %, -4 процентни пункта). Равнището на споразумението се е увеличило в осем държави, най-вече в Люксембург (85 %, + 5 процентни пункта), Румъния (69 %, + 4 процентни пункта), Финландия (78 %, + 3 процентни пункта) и Португалия (64 %, + 3 процентни пункта). Тази цифра остава непроменена в шест държави: Гърция (90 %), Хърватия (87 %), Словения (85 %), Италия (82 %), Полша (80 %) и Германия (77 %).

Във всяка държава — членка на ЕС, с изключение на Финландия, мнозинството от респондентите са съгласни, че наличието на новини или информация, които погрешно представят реалността или дори са неверни, е проблем в тяхната страна. Най-високите проценти, които са съгласни с това твърдение, са регистрирани в Малта (91 %) и в Кипър и Гърция (и двете 89 %). В противоположния край на спектъра 45 % във Финландия, 52 % в Естония и 56 % в Дания са съгласни с това твърдение.

Най-малко половината в Гърция (53 %) и Кипър (50 %) „напълно са съгласни“, че наличието на новини или информация, които погрешно представят реалността или дори е невярно, е проблем в тяхната страна, както и повече от четири на всеки десет в Швеция (43 %) и в Испания и Франция (и двете по 41 %).

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

QЕВ.3. Напълно ли сте съгласни, склонни ли сте да се съгласявате, склонни ли сте да не сте съгласни или напълно да не сте съгласни с всяко от следните твърдения. Съществуването на новини или информация, които представят погрешно реалността или дори е невярно, е проблем в (нашата страна) (%)



Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

В 14 държави от зимата на 2022—2023 г. насам се наблюдава увеличение на дела на респондентите, които са съгласни, че наличието на новини или информация, които представят погрешно реалността или дори са неверни, е проблем за тяхната страна. Най-значително увеличение се наблюдава в Португалия (67 %, + 15 процентни пункта), а положителни промени с най-малко пет процентни пункта се наблюдават и в Люксембург (70 %, + 8 процентни пункта), Испания (88 %, + 5 процентни пункта) и Словения (82 %, + 5 процентни пункта). От друга страна, равнищата на споразуменията са намалели в 12 държави, особено в Литва (69 %, -8 процентни пункта), България (68 %, -8 процентни пункта) и Словакия (74 %, -6 процентни пункта). В Ирландия няма промяна (70 %).

QE8.3 Съгласни ли сте напълно, склонни ли сте да се съгласявате, склонни ли сте да не сте съгласни или напълно да не сте съгласни с всяко от следните твърдения. Наличието на новини или информация, които представят погрешно реалността или дори е невярно, е проблем в (нашата страна) (%)

	ЕС-27	PT	ЛУ	ES	SI	DK	FR	NL	FI	MT	PL	DE	TO	LV	RO	IE	ЕЛ	HR	НА	БЪ ДЕ ТЕ	CZ	ЕЕ	КИ ПЪ Р	ПЪ	HU	SE	SK	BG	LT
Напълно съгласен	Октомври/ноември и 2023 г.	31	11	20	41	39	19	41	38	14	38	25	32	25	26	25	22	53	27	25	16	27	18	50	33	43	26	31	23
Δ	май/юни 2023 г.	1	2	8	3	4	4	1	1	2	8	2	4	3	=	4	1	4	4	5	1	3	2	3	=	3	6	2	5
Склонни да се съгласяват	Октомври/ноември и 2023 г.	46	56	50	47	43	37	47	43	31	53	53	42	55	47	37	48	36	56	35	47	45	34	39	48	37	48	37	46
Δ	май/юни 2023 г.	2	13	=	8	9	7	2	4	1	10	4	3	4	1	3	3	3	3	2	=	1	6	3	=	=	6	3	
Склонни да не са съгласни	Октомври/ноември и 2023 г.	14	22	20	6	13	30	6	16	35	6	14	15	13	12	26	16	7	13	24	28	16	27	7	14	14	18	17	20
Δ	май/юни 2023 г.	1	9	6	4	2	2	2	=	=	1	=	1	2	2	2	1	=	4	4	4	3	1	3	3	2	7	4	4
Напълно несъгласен	Октомври/ноември и 2023 г.	3	2	3	1	3	9	1	2	13	1	2	3	2	3	4	4	2	1	9	6	5	6	1	3	4	2	4	2
Δ	май/юни 2023 г.	=	1	1	1	1	1	=	1	2	1	1	=	1	=	1	=	2	1	=	1	2	1	2	=	1	2	1	
Не знам	Октомври/ноември и 2023 г.	6	9	7	5	2	5	5	1	7	2	6	8	5	12	8	10	2	3	7	3	7	15	3	2	2	6	11	9
Δ	май/юни 2023 г.	=	5	3	=	2	=	1	2	1	=	1	=	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	3
Общо „съгласие“	Октомври/ноември и 2023 г.	77	67	70	88	82	56	88	81	45	91	78	74	80	73	62	70	89	83	60	63	72	52	89	81	80	74	68	69
Δ	май/юни 2023 г.	1	15	8	5	5	3	3	3	3	2	2	1	1	1	1	=	1	1	2	3	3	3	3	3	3	6	8	8
Общо „несъгласен“	Октомври/ноември и 2023 г.	17	24	23	7	16	39	7	18	48	7	16	18	15	15	30	20	9	14	33	34	21	33	8	17	18	20	21	22

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

2023 г.

Δ
май/юн 1
2023 г.

10.0
0
ЛВ.

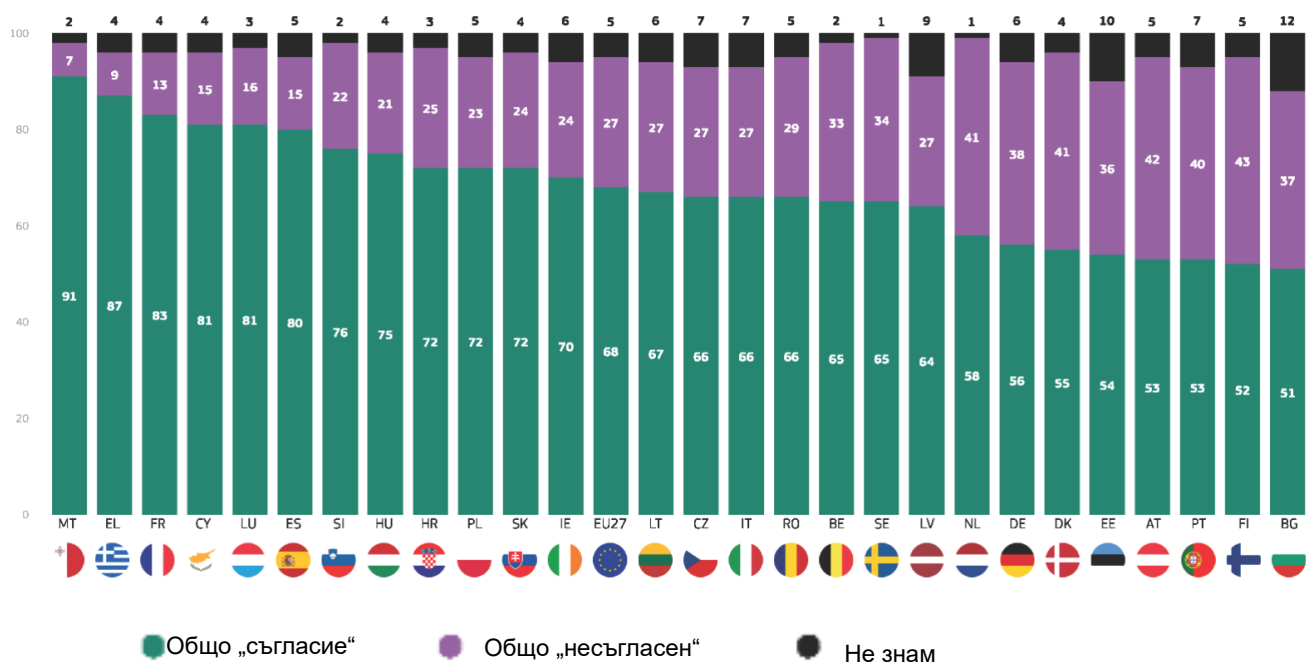
5 5 3 3 2 1 2 2 1 1 3 2 3 1 = 2 3 4 2 1 2 5 2 8 6 5

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Във всички държави — членки на ЕС, мнозинството са съгласни, че често се натъкват на новини или информация, за които смятат, че представят погрешно реалността или дори са неверни. Това становище е най-разпространено в Малта (91 %), Гърция (87 %) и Франция (83 %). Обратно, респондентите в България (51 %), Финландия (52 %) и Австрия и Португалия (53 %) са най-малко съгласни с това твърдение.

В пет държави най-малко три от десет „напълно са съгласни“, че често се натъкват на новини или информация, за които смятат, че представят погрешно реалността или дори са неверни: Кипър (37 %), Испания (36 %), Гърция и Франция (34 %) и Словения (30 %).

ВЪПРОС 8.1. Напълно ли сте съгласни, склонни ли сте да се съгласявате, склонни ли сте да не сте съгласни или напълно да не сте съгласни с всяко от следните твърдения. Често срещате новини или информация, които смятате, че представят погрешно реалността или дори са фалшиви (%)



Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Делът на респондентите, които казват, че често се натъкват на новини или информация, за които смятат, че представят погрешно реалността или дори са неверни, е намалял в 13 държави — членки на ЕС, от зимата на 2022—2023 г. насам. Най-голямо намаление е отчетено в Ирландия (70 %, -10 процентни пункта), България (51 %, -8 процентни пункта), Словакия (72 %, -6 процентни пункта) и Белгия (65 %, -6 процентни пункта). Тази цифра се е увеличила в 11 държави и с най-малко 5 процентни пункта в Словения (76 %, + 6 процентни пункта), Нидерландия (58 %, + 5 процентни пункта) и Дания (55 %, + 5 процентни пункта). Няма промяна във Франция (83 %), Литва (67 %) и Финландия (52 %).

QE8.1 Съгласни ли сте напълно, склонни ли сте да се съгласявате, склонни ли сте да не сте съгласни или напълно да не сте съгласни с всяко от следните твърдения. Често попадате на новини или информация, които смятате, че представят погрешно реалността или дори са фалшиви (%)

		EC-27	SI	DK	NL	ЛУ	PT	RO	ES	TO	LV	MT	SE	FR	LT	FI	ЕЛ	HU	CZ	ЕЕ	КИ ПЪ Р	НА	DE	HR	PL	БЪ ДЕТ Е	SK	BG	IE
Напълно съм съгласен	Окто мври/ ноем ври 2023 г	21	30	18	16	28	9	22	36	12	14	29	20	34	16	13	34	28	25	15	37	19	14	19	19	14	21	15	20
	Δ май/ юн 2023 г	1	1	5	1	10	=	2	2	1	4	12	6	1	=	1	1	=	2	=	1	=	1	=	4	2	3	5	4
Склонни да се съгласяват	Окто мври/ ноем ври 2023 г	47	46	37	42	53	44	44	44	54	50	62	45	49	51	39	53	47	41	39	44	34	42	53	53	51	51	36	50
	Δ май/ юн 2023 г	=	7	=	4	6	3	1	=	3	5	13	5	1	=	1	1	2	5	3	2	3	3	4	=	4	3	3	6
Склонни да не са съгласни	Окто мври/ ноем ври 2023 г	22	18	30	36	14	36	23	13	21	23	7	25	11	24	36	8	16	22	30	12	32	30	20	21	29	21	27	19
	Δ май/ юн 2023 г	1	3	4	2	1	1	2	=	4	1	1	2	2	=	=	1	1	3	1	5	3	2	2	4	5	7	6	7
Напълно несъгласе н	Окто мври/ ноем ври 2023 г	5	4	11	5	2	4	6	2	6	4	0	9	2	3	7	1	5	5	6	3	10	8	5	2	4	3	10	5
	Δ май/ юн 2023 г	=	1	2	2	1	1	1	3	1	=	=	1	=	=	1	=	3	2	3	2	1	1	3	=	=	=	4	2
Не знам	Окто мври/ ноем ври 2023 г	5	2	4	1	3	7	5	5	7	9	2	1	4	6	5	4	4	7	10	4	5	6	3	5	2	4	12	6
	Δ май/ юн 2023 г	=	2	1	1	2	3	2	1	3	=	=	=	2	=	1	3	=	2	1	=	1	1	1	=	1	1	2	1
Общо „съгласие“	Окто мври/ ноем ври 2023 г	68	76	55	58	81	53	66	80	66	64	91	65	83	67	52	87	75	66	54	81	53	56	72	72	65	72	51	70

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

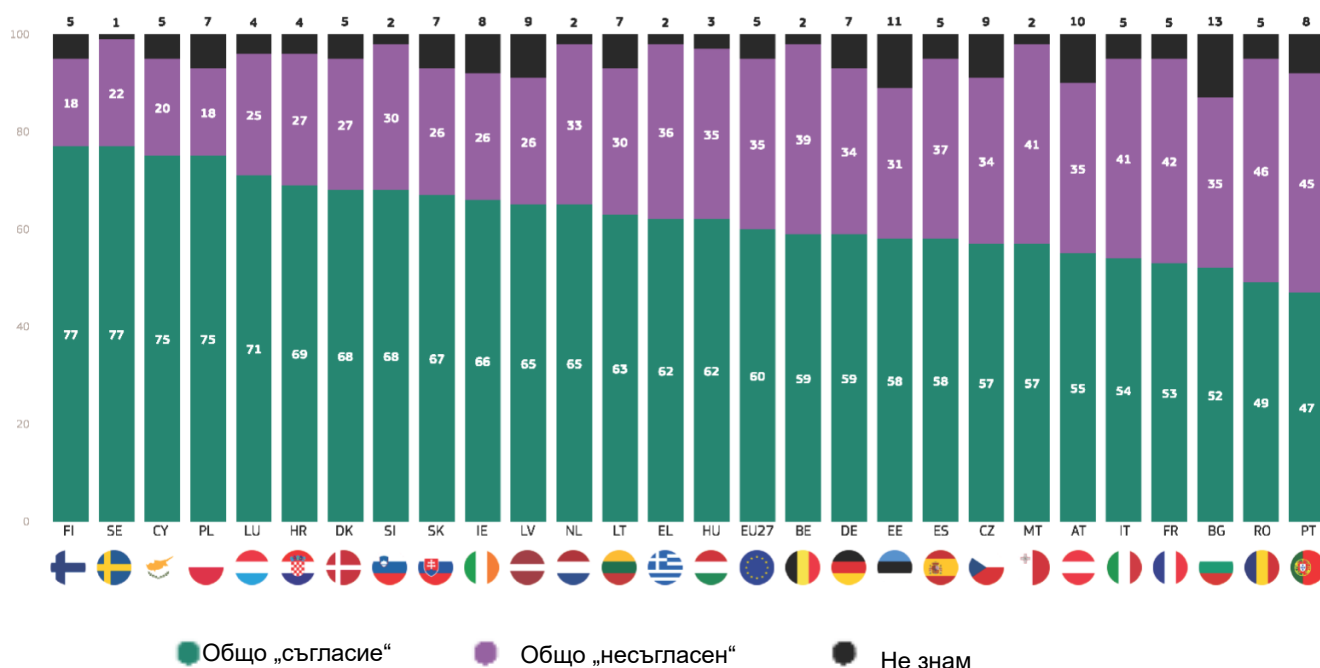
Общо „несъгласен“	Δ май/ юн 2023 г		Окто мври/ ноември 2023 г		Δ май/ юн 2023 г	
	1	2	3	4	5	6
	1	6	5	5	4	3
			3	3	2	2
			1	1	1	1
			=	=	=	=
			2	2	3	3
			3	3	3	3
			4	4	4	4
			4	4	4	4
			6	6	8	10
			27	22	41	41
			16	40	29	15
			27	27	7	34
			13	27	43	9
			21	27	36	15
			42	38	25	23
			33	24	37	24
			1	4	6	4
			2	=	1	3
			5	1	1	1
			2	=	1	1
			2	1	2	1
			3	2	3	2
			5	4	5	7
			10	9		

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Мнозинството във всички държави — членки на ЕС, са съгласни, че е лесно да се идентифицират новини или информация, които представят погрешно реалността или дори са неверни. Най-малко три четвърти са съгласни с това твърдение във Финландия и Швеция (по 77 %) и в Кипър и Полша (по 75 %). От друга страна, по-малко от половината са съгласни в Португалия (47 %) и Румъния (49 %), както и 52 % в България.

Делът на респондентите, които са напълно съгласни с това твърдение, е най-висок в Кипър (26 %), Унгария (25 %) и Словения (24 %).

QE8.2. Напълно ли сте съгласни, склонни ли сте да се съгласявате, склонни ли сте да не сте съгласни или напълно да не сте съгласни с всяко от следните твърдения. Лесно е да идентифицирате новини или информация, които смятате, че представят погрешно реалността или дори са неверни (%)



Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

От зимата на 2022—2023 г. делът на респондентите, които са съгласни, че е лесно да се идентифицират новини или информация, които представят погрешно реалността или дори са неверни, е намалял в 16 държави. Особено голям спад в това съотношение е отчетен в Малта (57 %, - 24 процентни пункта), като спадът е най-малко пет процентни пункта и в България (52 %, -6 процентни пункта), Белгия (59 %, -5 процентни пункта), Франция (53 %, -5 процентни пункта) и Румъния (49 %, -5 процентни пункта). В осем държави — членки на ЕС, степента на съгласие с това твърдение се е увеличила, най-вече в Португалия (47 %, + 9 процентни пункта), Полша (75 %, + 7 процентни пункта) и Естония и Испания (и двете — 58 %, + 3 процентни пункта). Тази цифра остава стабилна в Швеция (77 %), Словения (68 %) и Нидерландия (65 %).

Съгласието, че е лесно да се идентифицират новини или информация, които представят погрешно реалността или дори е невярно, сега е мнението на мнозинството в Португалия.

QE8.2 Вие напълно сте съгласни, склонни ли сте да се съгласявате, склонни ли сте да не сте съгласни или напълно да не сте съгласни с всяко от следните твърдения. Лесно е да идентифицирате новини или информация, които смятате, че представят погрешно реалността или дори са неверни (%)

	ЕС-27	PT	PL	EE	ES	ЕЛ	FI	ЛУ	SK	NL	SI	SE	DK	DE	LT	HU	CZ	HR	IE	ТО	КИ ПЪ Р	LV	НА	БЪ ДЕТ Е	FR	RO	BG	MT	
Напълно съгласен	Окто мври/ ноем ври 2023 г	16	8	21	16	15	20	21	15	18	16	24	18	17	15	18	25	12	19	23	13	26	18	19	12	13	15	15	18
Δ	май/ю н 2023 г	2	1	=	1	5	1	1	5	2	1	1	2	5	1	=	1	=	=	2	2	2	4	5	1	3	3	1	1
Склонни да се съгласяват	Окто мври/ ноем ври 2023 г	44	39	54	42	43	42	56	56	49	49	44	59	51	44	45	37	45	50	43	41	49	47	36	47	40	34	37	39
Δ	май/ю н 2023 г	1	8	7	2	8	1	1	4	3	1	1	2	4	=	1	=	2	2	1	1	1	1	1	4	2	2	5	23
Склонни да не са съгласни	Окто мври/ ноем ври 2023 г	27	39	16	24	27	30	16	23	20	29	27	18	23	25	26	27	27	19	21	29	16	21	25	35	35	32	27	38
Δ	май/ю н 2023 г	1	3	5	2	2	=	1	2	2	2	3	1	=	1	1	=	1	1	2	1	4	1	5	5	6	1	4	23
Напълно несъгласен	Окто мври/ ноем ври 2023 г	8	6	2	7	10	6	2	2	6	4	3	4	4	9	4	8	7	8	5	12	4	5	10	4	7	14	8	3
Δ	май/ю н 2023 г	=	5	3	=	2	2	1	2	1	2	1	=	=	2	=	2	1	2	2	1	3	=	3	=	1	5	1	2
Не знам	Окто мври/ ноем ври 2023 г	5	8	7	11	5	2	5	4	7	2	2	1	5	7	7	3	9	4	8	5	5	9	10	2	5	5	13	2
Δ	май/ю н 2023 г	=	1	1	1	1	=	2	1	=	=	2	1	1	2	2	1	2	1	3	1	2	2	2	=	2	1	1	1
Общо „съгласие“	Окто мври/ ноем ври	60	47	75	58	58	62	77	71	67	65	68	77	68	59	63	62	57	69	66	54	75	65	55	59	53	49	52	57

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

2023 г																						24.04									
Δ май/ю																						.2014									
Общо	н	1	9	7	3	3	2	2	1	1	=	=	=	1	1	1	1	2	2	3	3	3	3	4	5	5	5	6	Г.		
Общо	„несъгласен“		35	45	18	31	37	36	18	25	26	33	30	22	27	34	30	35	34	27	26	41	20	26	35	39	42	46	35	41	
Δ май/ю																															
Общо	н	1	8	8	2	4	2	=	=	1	=	2	1	=	1	1	2	=	1	=	2	1	1	2	5	7	6	5	25		

Социално-демографският анализ подчертава следните модели:

Мъжете (64 %) са по-склонни от жените (55 %) да се съгласят, че за тях е лесно да идентифицират новини или информация, които смятат, че представят погрешно реалността или дори са неверни. Разликите по пол са по-слабо изразени за другите твърдения.

По-възрастните респонденти на възраст 55 или повече години са най-малко склонни да се съгласят, че за тях е лесно да идентифицират новини или информация, за които смятат, че представят погрешно реалността или дори са неверни (53 %, в сравнение с 63—67 % от по-младите респонденти), че често срещат такива новини или информация (62 % в сравнение със 71—72 %) и че наличието на такива новини или информация е проблем в тяхната страна (74 % в сравнение със 79—80 %). Моделите са по-малко ясни по отношение на твърдението, че „съществуването на новини или информация, които представят погрешно реалността или дори е невярно, е проблем за демокрацията като цяло“.

Колкото по-дълго един респондент остава в редовно обучение, толкова по-вероятно е той да се съгласи с всяко твърдение за новини или информация, които представят погрешно реалността или дори са неверни. Това е най-очевидно при спазване на нивата на съгласие за твърдението, че „лесно е да идентифицирате новини или информация, които смятате, че представят погрешно реалността или дори са неверни“ (67 % от тези, които са напуснали образованието си на възраст 20 или повече години, в сравнение с 41 % от завършилите 15 или по-млади години).

Хората от дома са най-малко склонни да се съгласят с всяко изявление относно новини или информация, които представят погрешно реалността или дори са неверни. Например 47 % от домакинствата са съгласни, че за тях е лесно да идентифицират такива новини или информация, в сравнение с 69 % от мениджърите.

Респондентите, които никога или почти никога не са имали трудности при плащането на сметките си (61 %), са по-склонни от тези, които изпитват затруднения през повечето време (52 %), да кажат, че е лесно за тях да идентифицират новини или информация, които смятат, че представят погрешно реалността или дори са неверни.

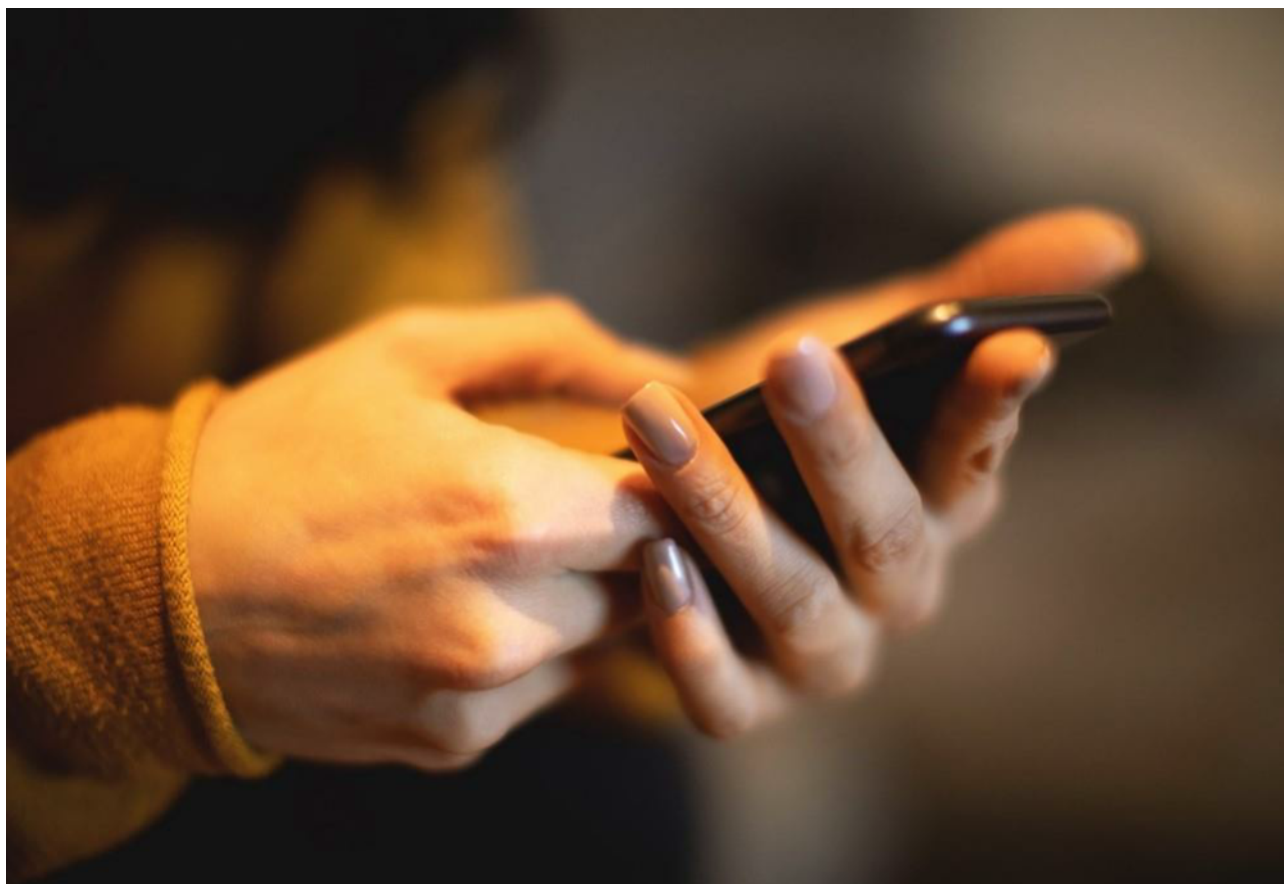
Колкото по-висока е социалната класа, към която респондентите смятат, че принадлежат, толкова по-вероятно е те да се съгласят, че за тях е лесно да идентифицират новини или информация, които смятат, че представят погрешно реалността или дори са неверни (70—77 % от тези, които считат себе си за принадлежащи към висшата или горната средна класа, в сравнение с 51 % от тези, които считат себе си за принадлежащи към работническата класа). Тези, които считат себе си за принадлежащи към работническата класа, също са най-малко склонни да се съгласят, че съществуването на такива новини или информация е проблем за демокрацията като цяло (76 %, в сравнение с 83—85 % от тези, които считат себе си за принадлежащи към средната, горната средна или висшата класа). Разликите са по-малко значими за останалите две твърдения.

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

QE8.1 Съгласни ли сте напълно, склонни ли сте да се съгласявате, склонни ли сте да не сте съгласни или напълно да не сте съгласни с всяко от следните твърдения: Често срещате новини или информация, за които смятате, че представят погрешно реалността или дори са неверни (% — ЕС)

	Общо „съгласие“	Общо „несъгласен“	Не знам
ЕС-27	68	27	5
Пол			
Човек	70	26	4
Жена	66	28	6
Възраст			
15—24	71	24	5
25—39	72	24	4
40—54	72	24	4
55 +	62	31	7
Образование (края на)			
15—	56	31	13
16—19	69	26	5
20+	72	26	2
Все още учи	70	25	5
Социално-професионална категория			
Самостоятелно заети лица	73	25	2
Мениджъри	72	26	2
Други бели якички	72	24	4
Ръчни работници	69	26	5
Домашни лица	63	28	9
Безработни	73	20	7
Пенсионер	60	32	8
Студенти	70	25	5
Трудности при плащането на сметки			
През по-голямата част от времето	68	24	8
От време на време	70	25	5
Почти никога/Никога	67	28	5
Помислете за принадлежност към			
Работническата класа	66	24	10
Долната средна класа	67	28	5
Средната класа	69	27	4
Горната средна класа	69	29	2
Висшата класа	72	26	2
Имидж на ЕС			
Положителен	67	30	3
Неутрален	67	27	6
Отрицателно	74	20	6

VI. Социални мрежи

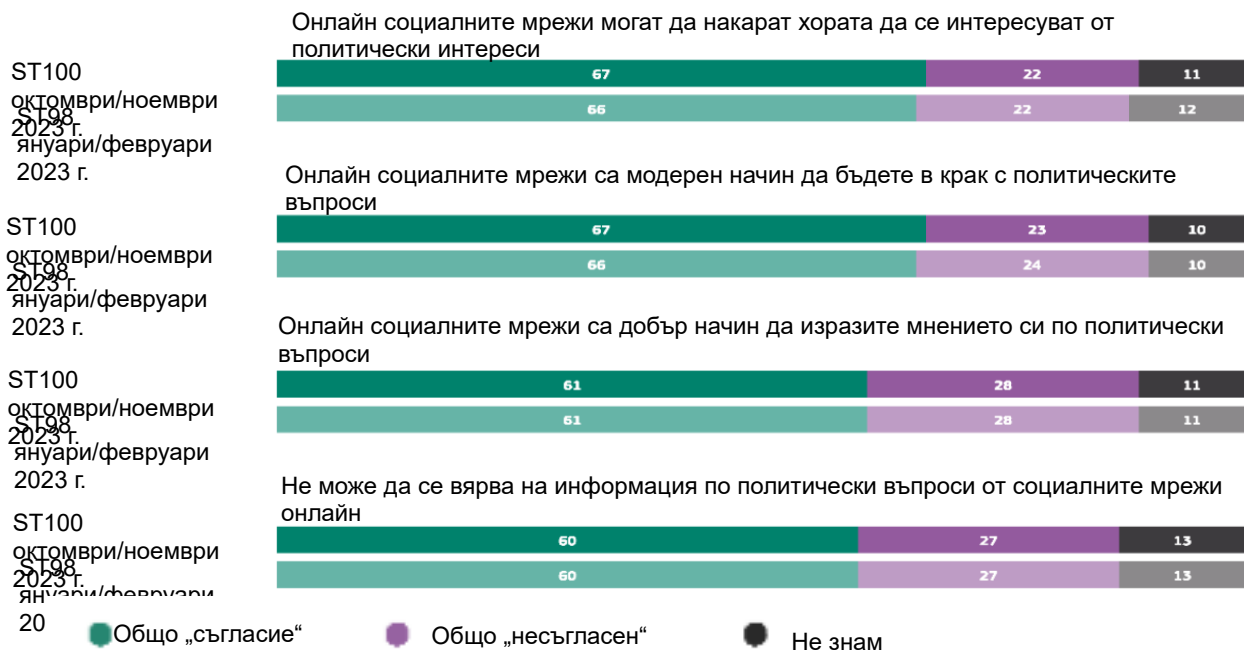


1. Онлайн социални мрежи и политическа информация

По-голямата част от европейските граждани смятат, че онлайн социалните мрежи позволяват на хората да участват в политическите въпроси, въпреки че повечето смятат, че не може да се вярва и на информацията по политически въпроси в социалните медии.

Респондентите бяха запитани дали са съгласни или не са съгласни с четири твърдения за онлайн социалните медии²². Като цяло резултатите остават като цяло стабилни от зимата на 2022—2023 г. насам, въпреки че следва да се отбележи, че съотношенията с всяко изявление са на рекордните им равнища.

QE6. Независимо дали участвате в онлайн социални мрежи или не (уебсайтове за социални мрежи, блогове, уебсайтове за видео хостинг), моля, уведомете дали сте напълно съгласни, склонни сте да се съгласите, склонни сте да не сте съгласни или напълно не сте съгласни с всяко от следните твърдения (ЕС-27) (%)

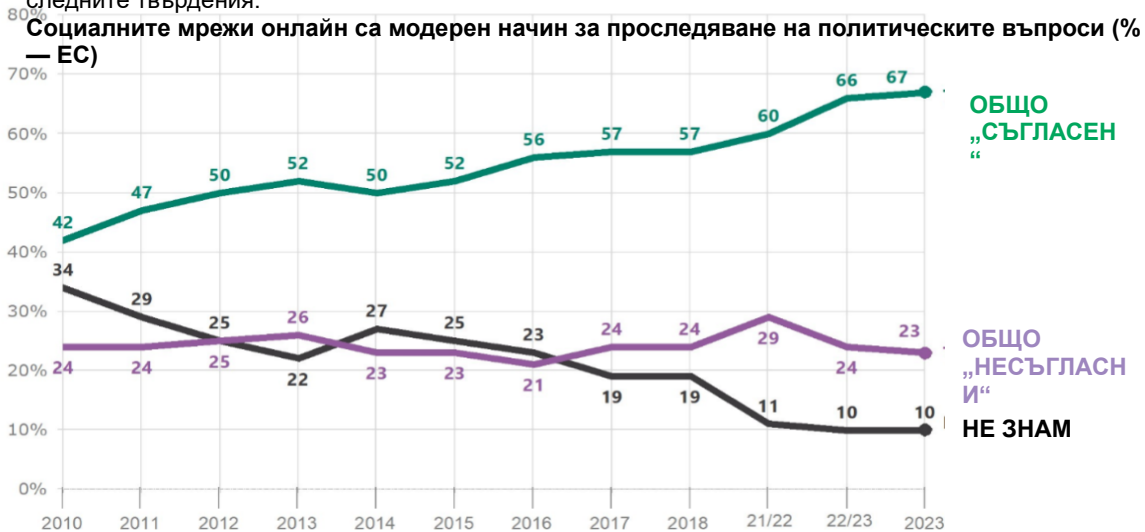


22 QE6. Независимо дали участвате в онлайн социални мрежи или не (сайтове за социални мрежи, блогове, уеб сайтове за видео хостинг), моля, кажете дали сте напълно съгласни, склонни сте да се съгласявате, склонни сте да не сте съгласни или напълно не сте съгласни с всяко от следните твърдения. 1) Онлайн социалните мрежи са модерен начин да бъдат в крак с политическите въпроси. 2) Не може да се вярва на информацията по политически въпроси от онлайн социалните мрежи; Онлайн социалните мрежи могат да накарат хората да се интересуват от политически въпроси; 4) Онлайн социалните мрежи са добър начин да изразите мнението си по политически въпроси.

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Около две трети са съгласни, че онлайн социалните мрежи са модерен начин да бъдат в крак с политическите въпроси (67 %, + 1 процентен пункт от зимата на 2022—2023 г.), включително една четвърт (+ 1 процентен пункт), които са напълно съгласни с изявлението. По-малко от една четвърт (23 %, -1 процентни пункта) не са съгласни, докато 10 % (без промяна) казват, че не знаят. Въпреки че тези цифри остават като цяло стабилни от зимата на 2022—2023 г. насам, дългосрочната тенденция е свързана с нарастващо равнище на съгласие с това твърдение от есента на 2010 г. (+ 25 процентни пункта), заедно със спад в дела, който отговаря на „не знам“ (-24 процентни пункта).

Независимо дали участвате в онлайн социални мрежи или не (сайтове за социални мрежи, блогове, уебсайтове за видео хостинг), моля, кажете ми дали сте напълно съгласни, склонни сте да се съгласявате, склонни сте да не сте съгласни или напълно не сте съгласни с всяко от следните твърдения.

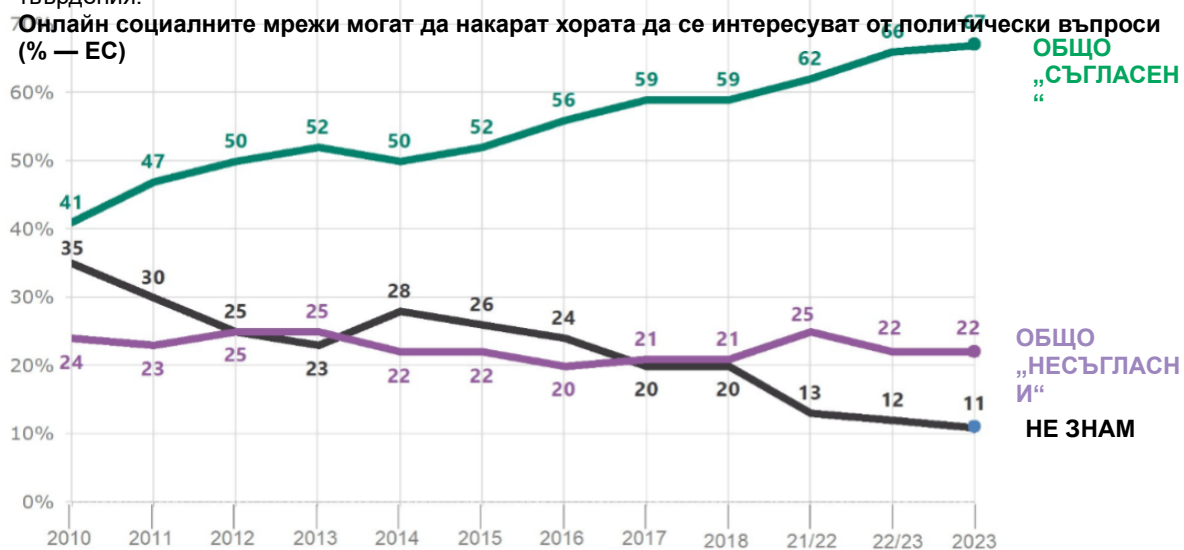


Около две трети са съгласни, че онлайн социалните мрежи могат да накарат хората да се интересуват от политически въпроси (67 %, + 1 процентен пункт от зимата на 2022—2023 г.), с 21 % (-1 процентни пункта) в общото споразумение. Малко над един на всеки пет (22 %, без промяна) не е съгласен, докато 11 % (-1 процентни пункта) казват, че не знаят. Още веднъж анализът на дългосрочната тенденция показва, че степента на съгласие с това твърдение непрекъснато се е увеличавала от есента на 2010 г. насам (+ 26 процентни пункта), докато обратното важи за дела на респондентите, които казват, че не знаят (-24 процентни пункта).

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Независимо дали участвате в онлайн социални мрежи или не (сайтове за социални мрежи, блогове, уебсайтове за видео хостинг), моля, кажете ми дали сте напълно съгласни, склонни сте да се съгласявате, склонни сте да не сте съгласни или напълно не сте съгласни с всяко от следните твърдения.

Онлайн социалните мрежи могат да накарат хората да се интересуват от политически въпроси (% — ЕС)

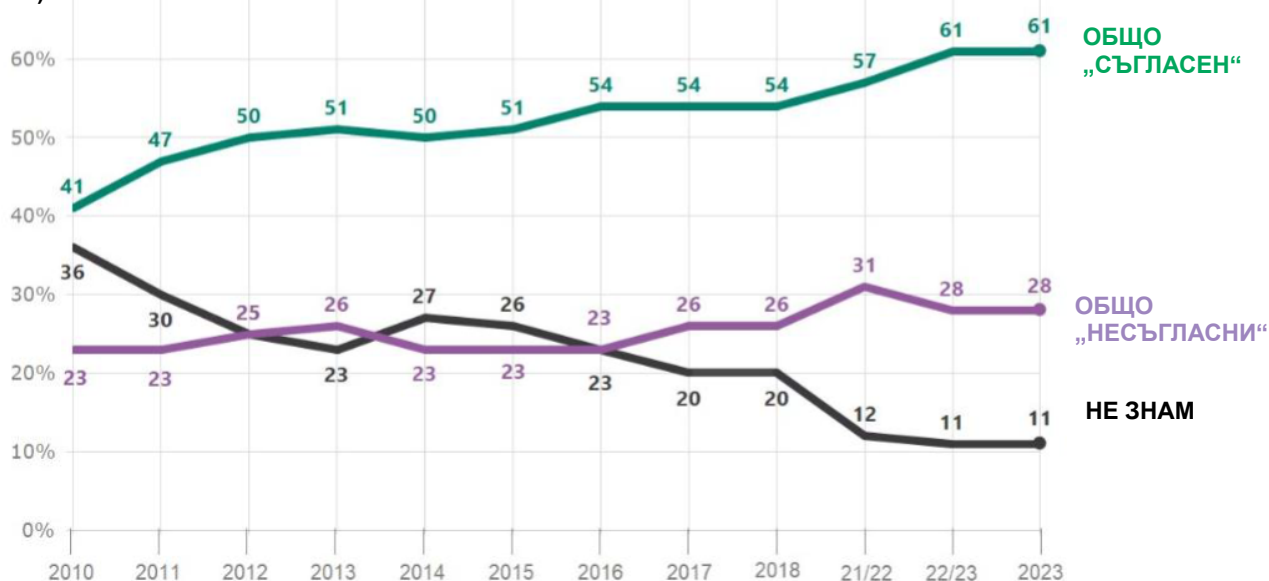


Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Около шест от всеки десет респонденти са съгласни, че онлайн социалните мрежи са добър начин да изразите мнението си по политически въпроси (61 %, без промяна от зимата на 2022—2023 г.), включително почти един от всеки петима, които „напълно са съгласни“ (19 %, -1 процентни пункта). По-малко от трима на всеки десет не са съгласни (28 %, без промяна), докато 11 % (без промяна) казват, че не знаят. Степента на съгласие с това твърдение се е увеличила с 20 процентни пункта от есента на 2010 г. насам.

Независимо дали участвате в онлайн социални мрежи или не (сайтове за социални мрежи, блогове, уебсайтове за видео хостинг), моля, кажете ми дали сте напълно съгласни, склонни сте да се съгласявате, склонни сте да не сте съгласни или напълно не сте съгласни с всяко от следните твърдения.

Социалните мрежи онлайн са добър начин да изразите мнението си по политически въпроси (% — ЕС)

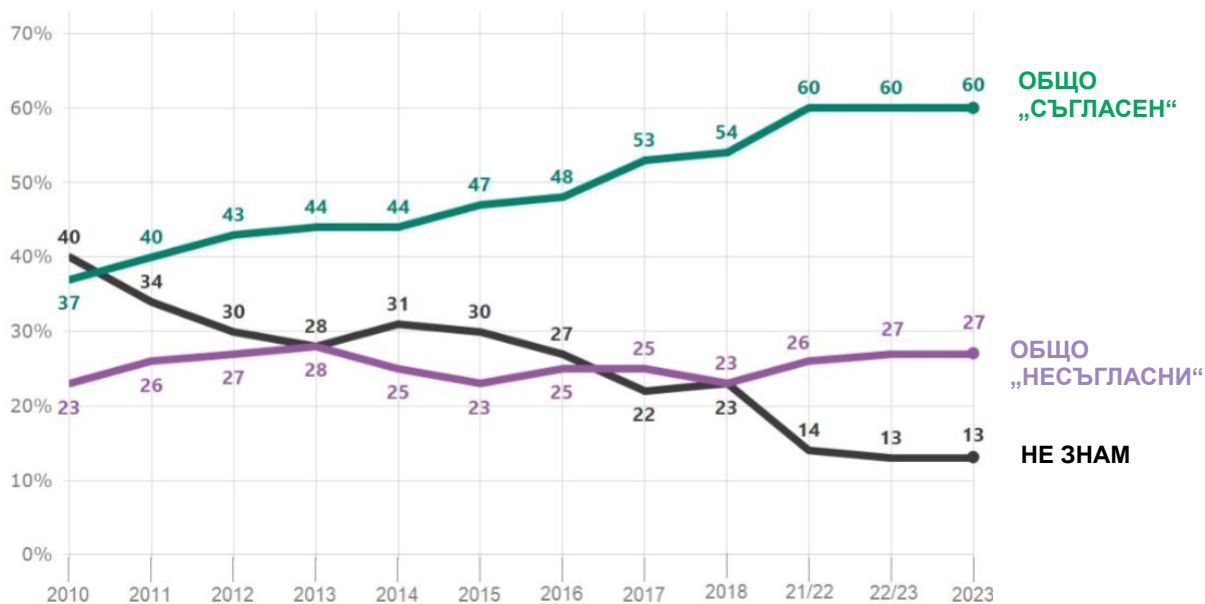


Въпреки тези положителни мнения относно ползите от онлайн социалните мрежи, шест от десет (без промяна от зимата на 2023 г.) също са съгласни, че не може да се вярва на информацията относно политическите въпроси от онлайн социалните мрежи, като 21 % (-1 процентни пункта, които „напълно са съгласни“). Повече от една четвърт не са съгласни с това твърдение (27 %, без промяна), докато 13 % (без промяна) казват, че не знаят. Въпреки че споразумението с това изявление остана непроменено от зимата на 2021—2022 г., в дългосрочен план делът на онези, които смятат, че не може да се разчита на информацията по политически въпроси от социалните мрежи онлайн, сега е с 23 процентни пункта по-висок, отколкото през есента на 2010 г.

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Независимо дали участвате в онлайн социални мрежи или не (сайтове за социални мрежи, блогове, уебсайтове за видео хостинг), моля, кажете ми дали сте напълно съгласни, склонни сте да се съгласявате, склонни сте да не сте съгласни или напълно не сте съгласни с всяко от следните твърдения.

Не може да се вярва на информация по политически въпроси от социалните мрежи онлайн (% — ЕС)

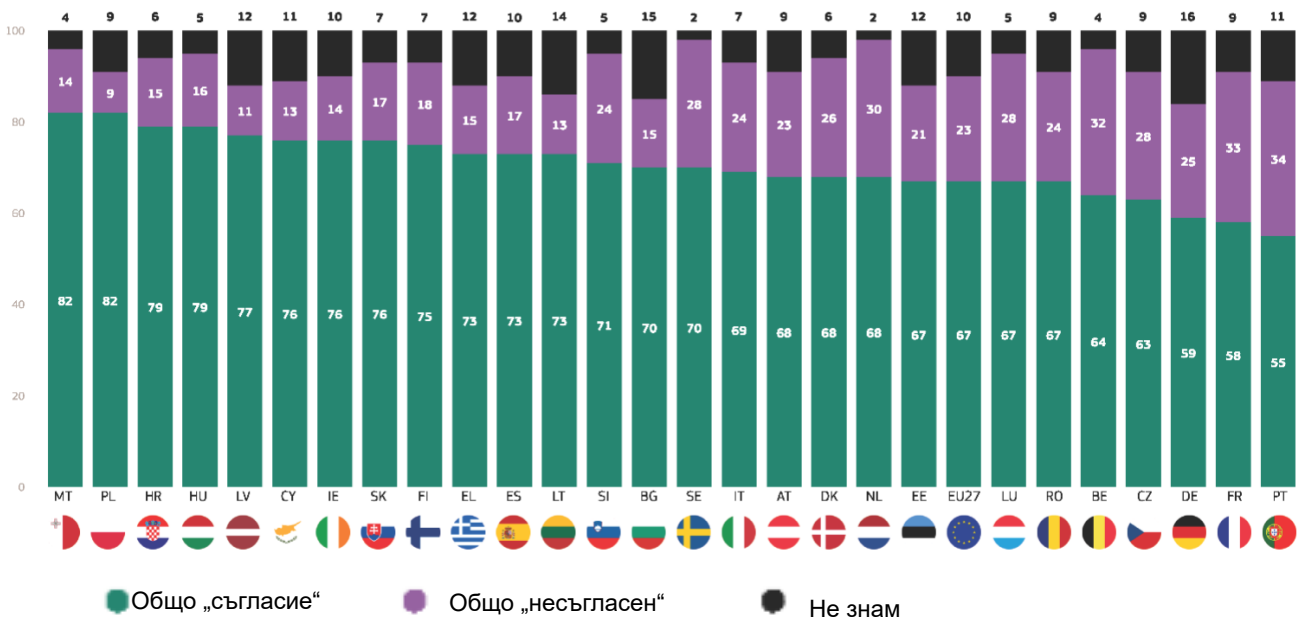


Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Повече от половината респонденти във всяка държава — членка на ЕС, са съгласни, че онлайн социалните мрежи са модерен начин да бъдат в крак с политическите въпроси. Равнищата на споразуменията са най-високи в Малта и Полша (по 82 %) и в Хърватия и Унгария (по 79 %), докато най-ниски са в Португалия (55 %), Франция (58 %) и Германия (59 %).

В 13 държави — членки на ЕС, делът на респондентите, които са съгласни, че онлайн социалните мрежи са модерен начин да бъдат в крак с политическите въпроси, се е увеличил от зимата на 2022—2023 г. насам. Най-голямо увеличение е отчетено в Люксембург (67 %, + 7 процентни пункта), Франция (58 %, + 7 процентни пункта), Словения (71 %, + 5 процентни пункта), Австрия (68 %, + 5 процентни пункта) и Румъния (67 %, + 5 процентни пункта). От друга страна, степента на съгласие с това твърдение е намаляла в 12 държави, особено в Малта (82 %, -9 процентни пункта), Дания (68 %, -7 процентни пункта) и Кипър (76 %, -5 процентни пункта). Тази цифра остава стабилна в Испания (73 %) и Португалия (55 %).

ВЪПРОС 6.1. Независимо дали участвате в онлайн социални мрежи или не (социални мрежи, блогове, уеб сайтове за видео хостинг). Моля, кажете дали сте напълно съгласни, сте склонни да се съгласите, сте склонни да не сте съгласни или напълно не сте съгласни с всяко от следните твърдения: — онлайн социалните мрежи са модерен начин да сте в крак с политическите въпроси (%)

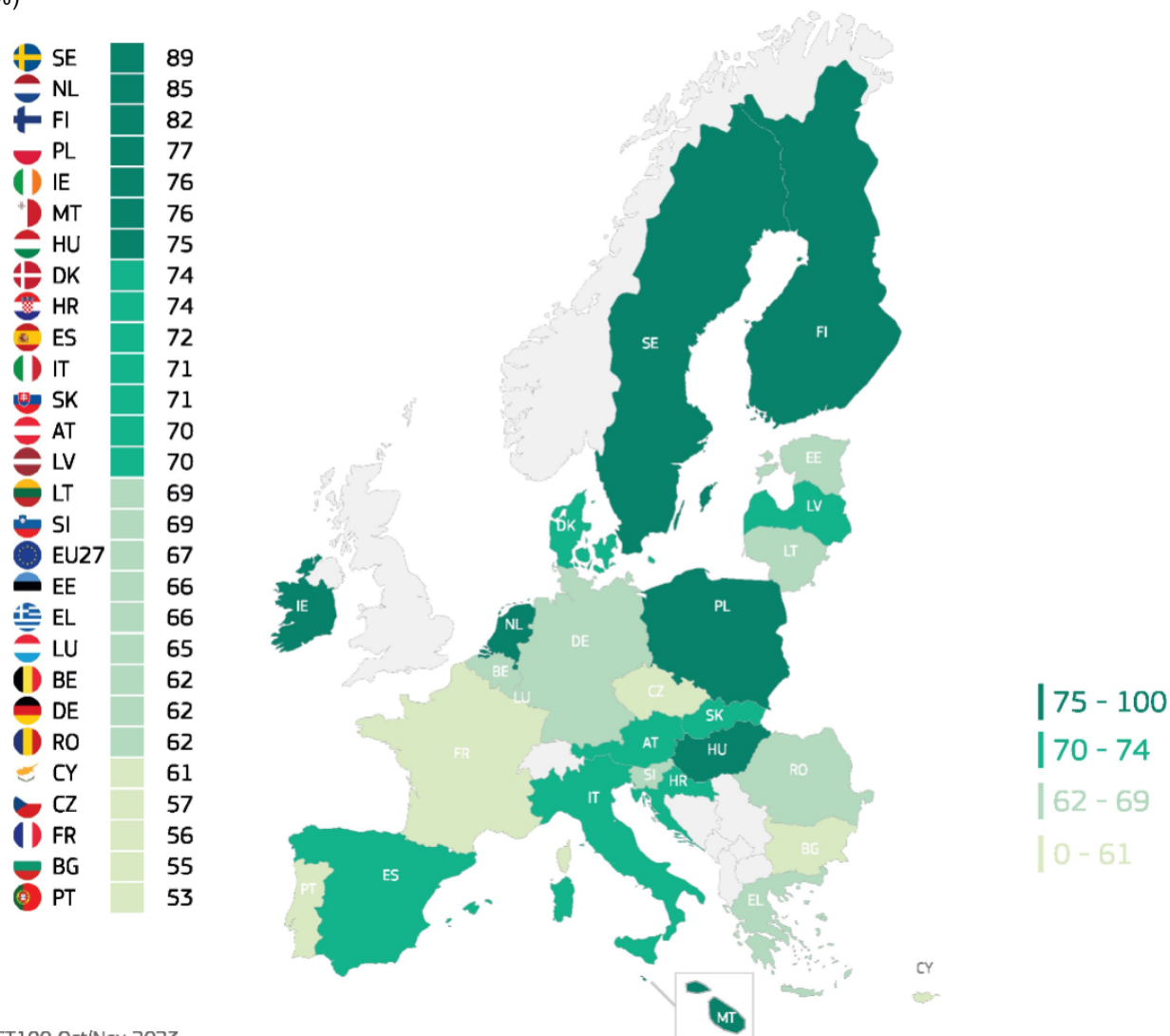


Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Мнозинството от респондентите във всички държави — членки на ЕС, са съгласни, че онлайн социалните мрежи могат да накарат хората да се интересуват от политически въпроси. Това мнение е най-разпространено в Швеция (89 %), Нидерландия (85 %) и Финландия (82 %). За разлика от това респондентите в Португалия (53 %), България (55 %) и Франция (56 %) са най-малко съгласни с това твърдение.

В 13 държави респондентите са по-склонни, отколкото през зимата на 2022—2023 г., да се съгласят, че онлайн социалните мрежи могат да накарат хората да се интересуват от политически въпроси. Такъв е по-специално случаят с респондентите в Австрия (70 %, + 8 процентни пункта), Франция (56 %, + 7 процентни пункта), Люксембург (65 %, + 5 процентни пункта) и Румъния (62 %, + 5 процентни пункта). Равнищата на споразуменията са намалели в десет държави, най-вече в Малта (76 %, -9 процентни пункта), Кипър (61 %, -9 процентни пункта) и Белгия (62 %, -6 процентни пункта). Няма промяна в Полша (77 %), Унгария (75 %), Испания (72 %) и Литва (69 %).

QE6.3. Независимо дали участвате в онлайн социални мрежи или не (сайтове за социални мрежи, блогове, уебсайтове за видео хостинг), моля, кажете дали сте напълно съгласни, склонни сте да се съгласявате, склонни сте да не сте съгласни или напълно не сте съгласни с всяко от следните твърдения: Онлайн социалните мрежи могат да накарат хората да се интересуват от политически въпроси — Общо „Съгласие“ (%)

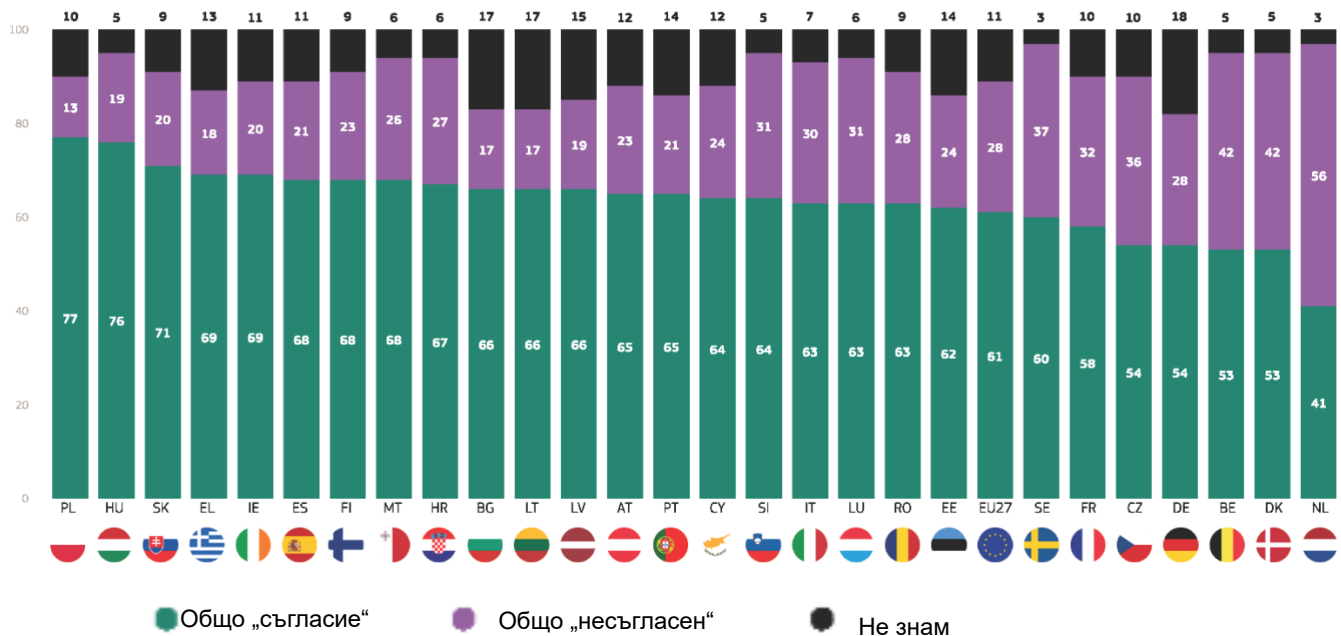


ST100 Oct/Nov 2023

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Във всички държави членки с изключение на Нидерландия мнозинството е съгласен, че онлайн социалните мрежи са добър начин да изразите мнението си по политически въпроси. Повече от седем на всеки десет са съгласни с това твърдение в Полша (77 %), Унгария (76 %) и Словакия (71 %). В противоположния край на скалата около четири на всеки десет споделят това мнение в Нидерландия (41 %), както и 53 % в Белгия и Дания. Споразумението, че социалните мрежи онлайн са добър начин да изразите мнението си по политически въпроси, се е увеличило в 13 държави — членки на ЕС, от зимата на 2022—2023 г. насам, като най-голямо увеличение се наблюдава в Португалия (65 %, + 14 процентни пункта), Австрия (65 %, + 8 процентни пункта) и Румъния (63 %, + 8 процентни пункта). Спад се наблюдава в десет държави, като най-забележимите са в Кипър (64 %, -8 процентни пункта), Малта (68 %, — 7 процентни пункта) и Италия (63 %, -5 процентни пункта). Този дял остава непроменен в четири държави: Унгария (76 %), Финландия (68 %), Литва (66 %) и Нидерландия (41 %).

QE6.4. Независимо дали участвате в онлайн социални мрежи или не (социални мрежи, блогове, уеб сайтове за видео хостинг). Моля, кажете дали сте напълно съгласни, склонни сте да се съгласите, склонни сте да не сте съгласни или напълно не сте съгласни с всяко от следните твърдения: — онлайн социалните мрежи са добър начин да изразите мнението си по политически въпроси (%)



Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Независимо дали участвате в онлайн социални мрежи или не (сайтове за социални мрежи, блогове, уебсайтове за видео хостинг), моля, кажете дали сте напълно съгласни, склонни сте да се съгласявате, склонни сте да не сте съгласни или напълно не сте съгласни с всяко от следните твърдения. Онлайн социалните мрежи могат да накарат хората да се интересуват от политически въпроси (%)

		EC-27	HA	FR	LU	RO	EL	HR	LV	NL	FI	PT	SK	EE	SE	ES	LT	HU	PL	BG	CZ	SI	IE	TO	DE	DK	БЪ ДЕТ Е	КИ ПЪ Р	MT
Общо „съгласие“	Октомври /ноември 2023 г.	67	70	56	65	62	66	74	70	85	82	53	71	66	89	72	69	75	77	55	57	69	76	71	62	74	62	61	76
	Δ май/юни 2023 г.	1	8	7	5	5	4	4	4	4	4	3	2	1	1	=	=	=	=	1	1	1	2	2	3	5	6	9	9
Общо „несъгласен“	Октомври /ноември 2023 г.	22	20	34	27	28	22	20	14	13	10	34	20	18	9	17	14	19	13	26	30	25	13	22	21	18	33	27	18
	Δ май/юни 2023 г.	=	5	1	2	2	6	2	3	3	1	3	2	3	1	1	2	1	2	1	1	1	4	1	1	3	5	7	7
Не знам	Октомври /ноември 2023 г.	11	10	10	8	10	12	6	16	2	8	13	9	16	2	11	17	6	10	19	13	6	11	7	17	8	5	12	6
	Δ май/юни 2023 г.	1	3	8	3	3	2	2	1	1	3	6	4	4	2	1	2	1	2	=	2	3	1	1	2	2	1	2	2

Независимо дали участвате в онлайн социални мрежи или не (сайтове за социални мрежи, блогове, уебсайтове за видео хостинг), моля, кажете дали сте напълно съгласни, склонни сте да се съгласявате, склонни сте да не сте съгласни или напълно не сте съгласни с всяко от следните твърдения. Онлайн социалните мрежи са модерен начин да сте в крак с политическите въпроси (%)

		EC-27	FR	LU	HA	RO	SI	LV	PL	NL	CZ	HR	LT	FI	SE	ES	PT	БЪ ДЕТ Е	EE	EL	HU	SK	DE	TO	BG	IE	КИ ПЪ Р	DK	MT
Общо „съгласие“	Октомври /ноември 2023 г.	67	58	67	68	67	71	77	82	68	63	79	73	75	70	73	55	64	67	73	79	76	59	69	70	76	76	68	82
	Δ май/юни 2023 г.	1	7	7	5	5	5	3	3	2	1	1	1	1	1	=	=	1	1	1	1	1	2	2	3	3	5	7	9
Общо „несъгласен“	Октомври /ноември 2023 г.	23	33	28	23	24	24	11	9	30	28	15	13	18	28	17	34	32	21	15	16	17	25	24	15	14	13	26	14
	Δ май/юни 2023 г.	1	4	3	2	4	1	2	1	2	1	=	1	1	=	1	5	1	4	4	2	2	1	1	2	1	2	4	9
Не знам	Октомври /ноември 2023 г.	10	9	5	9	9	5	12	9	2	9	6	14	7	2	10	11	4	12	12	5	7	16	7	15	10	11	6	4
	Δ май/юни 2023 г.	=	3	4	3	1	4	1	2	=	=	1	=	2	1	1	5	=	3	5	1	1	1	3	1	2	3	3	=

Независимо дали участвате в онлайн социални мрежи или не (сайтове за социални мрежи, блогове, уебсайтове за видео хостинг), моля, кажете дали сте напълно съгласни, склонни сте да се съгласявате, склонни сте да не сте съгласни или напълно не сте съгласни с всяко от следните твърдения. Онлайн социалните мрежи са добър начин да изразите мнението си по политически въпроси (%)

		EC-27	PT	HA	RO	EE	LU	FR	SI	SK	ES	HR	LV	PL	SE	LT	HU	NL	FI	EL	BG	CZ	IE	DE	БЪ ДЕТ Е	DK	TO	MT	КИП ЪР
Общо „съгласие“	Октомври /ноември 2023 г.	61	65	65	63	62	63	58	64	71	68	67	66	77	60	66	76	41	68	69	66	54	69	54	53	53	63	68	64
	Δ май/юни 2023 г.	=	14	8	8	6	6	5	4	4	3	3	2	2	1	=	=	=	=	1	2	2	2	3	4	4	5	7	8
Общо „несъгласен“	Октомври /ноември 2023 г.	28	21	23	28	24	31	32	31	20	21	27	19	13	37	17	19	56	23	18	17	36	20	28	42	42	30	26	24
	Δ май/юни 2023 г.	=	8	7	6	1	1	2	1	1	4	1	2	1	=	1	2	=	1	3	2	1	1	=	3	4	2	5	5
Не знам	Октомври /ноември 2023 г.	11	14	12	9	14	6	10	5	9	11	6	15	10	3	17	5	3	9	13	17	10	11	18	5	5	7	6	12
	Δ май/юни 2023 г.	=	6	1	2	7	5	7	5	3	1	2	=	1	1	1	2	=	1	4	=	1	1	3	1	=	3	2	3

Независимо от това дали участвате в онлайн социални мрежи или не (уебсайтове за социални мрежи, блогове, уебсайтове за видео хостинг), моля, кажете дали сте напълно съгласни, склонни сте да се съгласявате, склонни сте да не сте съгласни или напълно не сте съгласни с всяко от следните твърдения. Информацията по политическите въпроси от онлайн социалните мрежи не може да се вярва (%)

		EC-27	PT	LU	SK	FR	LV	LT	FI	PL	SI	SE	DK	HR	NL	ES	TO	HA	RO	CZ	DE	EE	КИ ПЪ ДЕТ	БЪ ДЕТ	MT	HU	BG	EL	IE
--	--	-------	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	-----------------	-----------	----	----	----	----	----

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

P E

Общо „съглас ие“	Октомври /ноември 2023 г.	60	67	70	62	66	62	64	65	61	70	79	65	60	63	68	60	52	55	52	52	54	69	64	81	69	44	51	61
	Δ май/юн 2023 г.	=	8	4	4	3	3	3	3	2	2	2	1	1	1	=	=	=	=	1	1	1	1	2	2	3	5	5	10.00 ЛВ.
Общо „несъгл асен“	Октомври /ноември 2023 г.	27	17	22	26	24	23	18	24	26	24	18	27	33	31	18	32	34	34	34	27	27	19	31	13	22	36	34	27
	Δ май/юн 2023 г.	=	1	=	2	4	1	4	3	2	1	2	3	1	1	3	1	1	2	=	2	2	=	2	1	3	5	3	10
Не знам	Октомври /ноември 2023 г.	13	16	8	12	10	15	18	11	13	6	3	8	7	6	14	8	14	11	14	21	19	12	5	6	9	20	15	12
	Δ май/юн 2023 г.	=	9	4	6	7	2	1	=	=	3	=	2	2	=	3	1	1	2	1	3	1	1	=	1	=	=	2	=

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Респондентите, които твърдят, че използват онлайн социални мрежи поне веднъж седмично, са по-склонни да се съгласят с четирите изявления, отколкото европейците като цяло:

8 от 10 респонденти, които използват онлайн социални мрежи поне веднъж седмично, са съгласни, че онлайн социалните мрежи са модерен начин да се следят политическите въпроси, в сравнение с 67 % от всички респонденти — разлика от 13 процентни пункта.

Около осем от десет от тези, които използват онлайн социални мрежи поне веднъж седмично (78 %) заявяват, че онлайн социалните мрежи могат да привлекат хората, които се интересуват от политически въпроси, в сравнение с 67 % от европейците като цяло — разлика от 11 %.

Близо три четвърти (74 %) от тези, които използват онлайн социални мрежи поне веднъж седмично, смятат, че онлайн социалните мрежи са добър начин да изразите мнението си по политически въпроси, в сравнение с 61 % от всички европейци — разлика от 13 %.

От респондентите, които използват онлайн социални мрежи поне веднъж седмично, 65 % са съгласни, че не може да се вярва на информация по политически въпроси от онлайн социалните мрежи, в сравнение с 60 % от всички респонденти — разлика от пет процентни пункта.

		ЕС-27	БЪ ДЕ ТЕ	BG	CZ	DK	DE	EE	IE	ЕЛ	ES	FR	HR	ТО	КИ ПЪ Р	LV	LT	ЛУ	HU	MT	NL	HA	PL	PT	RO	SI	SK	FI	SE	
Онлайн социалните мрежи са добър начин да изразите мнението си по политически въпроси	Общ о „съгласие“	Октомври /ноември 2023 г.	67	64	70	63	68	59	67	76	73	73	58	79	69	76	77	73	67	79	82	68	68	82	55	67	71	76	75	70
	Δ май/юн 2023 г.	1	1	3	1	7	2	1	3	1	=	7	1	2	5	3	1	7	1	9	2	5	3	=	5	5	1	1	1	
	Общ о „несъгласие“	Октомври /ноември 2023 г.	23	32	15	28	26	25	21	14	15	17	33	15	24	13	11	13	28	16	14	30	23	9	34	24	24	17	18	28
	Δ май/юн 2023 г.	1	1	2	1	4	1	4	1	4	1	4	=	1	2	2	1	3	2	9	2	2	1	5	4	1	2	1	=	
Онлайн социалните мрежи могат да накарат хората да се интересуват от политически въпроси	Не знам	Октомври /ноември 2023 г.	10	4	15	9	6	16	12	10	12	10	9	6	7	11	12	14	5	5	4	2	9	9	11	9	5	7	7	2
	Δ май/юн 2023 г.	=	=	1	=	3	1	3	2	5	1	3	1	3	3	1	=	4	1	=	=	3	2	5	1	4	1	2	1	
	Общ о „съгласие“	Октомври /ноември 2023 г.	60	64	44	52	65	52	54	61	51	68	66	60	60	69	62	64	70	69	81	63	52	61	67	55	70	62	65	79
	Δ май/юн 2023 г.	=	2	5	1	1	1	1	10.0 0 ЛВ.	5	=	3	1	=	1	3	3	4	3	2	1	=	2	8	=	2	4	3	2	
Не може да се вярва на информация по политически въпроси от социалните мрежи онлайн	Общ о „несъгласие“	Октомври /ноември 2023 г.	27	31	36	34	27	27	27	34	18	24	33	32	19	23	18	22	22	13	31	34	26	17	34	24	26	24	18	
	Δ май/юн 2023 г.	=	2	5	=	3	2	2	10	3	3	4	1	1	=	1	4	=	3	1	1	1	2	1	2	1	2	3	2	
	Не знам	Октомври /ноември 2023 г.	13	5	20	14	8	21	19	12	15	14	10	7	8	12	15	18	8	9	6	6	14	13	16	11	6	12	11	3
	Δ май/юн 2023 г.	=	=	=	1	2	3	1	=	2	3	7	2	1	1	2	1	4	=	1	=	1	=	9	2	3	6	=	=	
Онлайн социалните мрежи са модерен начин да бъдете в крак с политически	Общ о „съгласие“	Октомври /ноември 2023 г.	67	62	55	57	74	62	66	76	66	72	56	74	71	61	70	69	65	75	76	85	70	77	53	62	69	71	82	89
	Δ май/юн 2023 г.	1	6	1	1	5	3	1	2	4	=	7	4	2	9	4	=	5	=	9	4	8	=	3	5	1	2	4	1	
	Общ о „несъгласие“	Октомври /ноември 2023 г.	22	33	26	30	18	21	18	13	22	17	34	20	22	27	14	14	27	19	18	13	20	13	34	28	25	20	10	9
	Δ май/юн 2023 г.	=	5	1	1	3	1	3	1	6	1	1	2	1	7	3	2	2	1	7	3	5	2	3	2	4	2	1	1	
Онлайн социалните мрежи са модерен начин да бъдете в крак с политически	Не знам	Октомври /ноември 2023 г.	11	5	19	13	8	17	16	11	12	11	10	6	7	12	16	17	8	6	6	2	10	10	13	10	6	9	8	2
	Δ май/юн 2023 г.	1	1	=	2	2	2	4	1	2	1	8	2	1	2	1	2	3	1	2	1	3	2	6	3	3	4	3	2	
	Общ о „съгласие“	Октомври /ноември 2023 г.	61	53	66	54	53	54	62	69	69	68	58	67	63	64	66	66	63	76	68	41	65	77	65	63	64	71	68	60
	Δ май/юн 2023 г.	=	4	2	2	4	3	6	2	1	3	5	3	5	8	2	=	6	=	7	=	8	2	14	8	4	4	=	1	
Онлайн социалните мрежи са модерен начин да бъдете в крак с политически	Общ о „несъгласие“	Октомври /ноември 2023 г.	28	42	17	36	42	28	24	20	18	21	32	27	30	24	19	17	31	19	26	56	23	13	21	28	31	20	23	37
	Δ май/юн 2023 г.																													

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

	гласе	Δ май/юн	=	3	2	1	4	=	1	1	3	4	2	1	2	5	2	1	1	2	5	=	7	1	8	6	1	1	1	=	
	н*	2023 г.																													
те въпроси	Не	Октомври		11	5	17	10	5	18	14	11	13	11	10	6	7	12	15	17	6	5	6	3	12	10	14	9	5	9	9	3
	знам	/ноември																													
		2023 г.																													
		Δ май/юн																													
		2023 г.		=	1	=	1	=	3	7	1	4	1	7	2	3	3	=	1	5	2	2	=	1	1	6	2	5	3	1	1

Социално-демографският анализ показва, че по-възрастните респонденти на възраст 55 или повече години са по-малко склонни от по-младите си колеги да се съгласят с изявленията в социалните мрежи онлайн. Например 51 % от хората на възраст 55 или повече години са съгласни, че онлайн социалните мрежи са модерен начин да бъдат в крак с политическите въпроси, в сравнение с 85 % от тези на възраст между 15 и 24 години. Единственото изключение е съгласието с твърдението, че „не може да се вярва на информацията по политическите въпроси от онлайн социалните мрежи“ — в този случай респондентите в централните възрастови групи (25—54) (65—66 %) са по-склонни да се съгласят, отколкото по-младите (58 %) и по-възрастните респонденти (56 %).

Различията в споразумението също могат да се видят в зависимост от нивата на образование, като тези, които са завършили редовно образование на възраст 16 или повече години, е по-вероятно да се съгласят с всяко твърдение, отколкото тези, които са напуснали образованието по-рано. Например респондентите, които са завършили образование на възраст 16 или повече години (66—73 %) са по-склонни да се съгласят, че онлайн социалните мрежи могат да привлекат хората, които се интересуват от политически въпроси, отколкото тези, които са завършили образованието си на възраст 15 или по-малко години (46 %).

Наблюдавайки резултатите от социално-професионалните категории, пенсионерите е най-малко вероятно да се съгласят с всяко изявление относно онлайн социалните мрежи. Такъв е случаят по-специално с твърдението, че онлайн социалните мрежи могат да накарат хората да се интересуват от политически въпроси (48 % от лицата, получаващи помощници, в сравнение със 76 % от мениджърите и другите работници с бели якички).

Респондентите, които изпитват трудности при плащането на сметките си от време на време или рядко, са по-склонни от тези, които изпитват затруднения в повечето случаи, да се съгласят, че не може да се вярва на информацията по политически въпроси от онлайн социалните мрежи (61 % в сравнение с 55 %) и че онлайн социалните мрежи могат да накарат хората да се интересуват от политически въпроси (67—68 % в сравнение с 59 %). По същия начин, колкото по-висока е социалната класа, към която респондентите смятат, че принадлежат, толкова по-вероятно е те да се съгласят, че не може да се вярва на информацията по политически въпроси от онлайн социалните мрежи (65—72 % от тези, които смятат, че принадлежат към горната средна или висша класа, в сравнение с 53 % от тези, които считат, че принадлежат към работническата класа) и че онлайн социалните мрежи могат да привлекат хората, които се интересуват от политически въпроси (76—80 % в сравнение с 57 %). Моделите по отношение на финансовите затруднения на респондентите и възприеманата от самите тях социална класа са по-малко ясни за останалите две твърдения.

Стандартен Евробарометър 100 Есен 2023 г. Медии

Независимо дали участвате в онлайн социални мрежи или не (сайтове за социални мрежи, блогове, уебсайтове за видео хостинг), моля, кажете дали сте напълно съгласни, склонни сте да се съгласявате, склонни сте да не сте съгласни или напълно да не сте съгласни с всяко от следните твърдения. (% — „общо съгласие“)

	Онлайн социалните мрежи са модерен начин да бъдете в крак с политическите въпроси	Не може да се вярва на информация по политически въпроси от социалните мрежи онлайн	Онлайн социалните мрежи могат да накарат хората да се интересуват от политически въпроси	Онлайн социалните мрежи са добър начин да изразите мнението си по политически въпроси
ЕС-27	67	60	67	61
Пол				
Човек	68	62	69	63
Жена	67	59	66	61
Възраст				
15—24	85	58	83	78
25—39	79	65	78	73
40—54	73	66	73	66
55 +	51	56	53	48
Образование (края на)				
15—	45	47	46	43
16—19	68	61	66	63
20+	70	66	73	63
Все още учи	86	59	85	77
Социално-професионална категория				
Самостоятелно заети лица	76	66	75	67
Мениджъри	72	67	76	66
Други бели якички	76	66	76	70
Ръчни работници	73	64	71	69
Домашни лица	59	52	56	55
Безработни	70	59	67	67
Пенсионер	45	52	48	42
Студенти	86	59	85	77
Трудности при плащането на сметки				
През по-голямата част от времето	64	55	59	61
От време на време	71	61	67	64
Почти никога/Никога	66	61	68	61
Помислете за принадлежност към				
Работническата класа	60	53	57	55
Долната средна класа	66	61	65	63
Средната класа	71	63	72	65
Горната средна класа	68	65	76	61
Висшата класа	71	72	80	69
Имидж на ЕС				
Положителен	72	64	73	66
Неутрален	65	58	64	59
Отрицателно	60	57	60	57

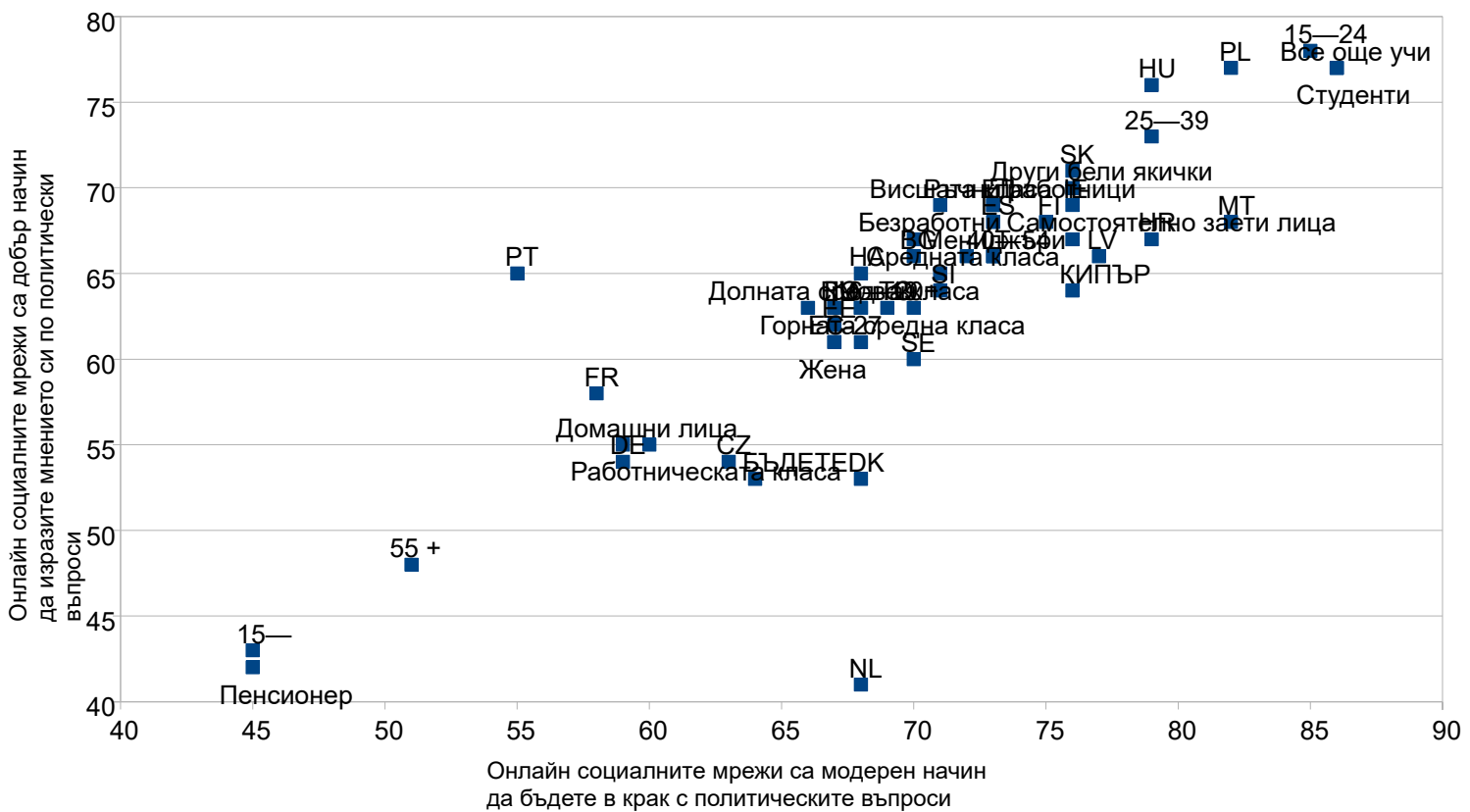
Мнения

(Pierre Dieumegard)

За пореден път този документ на Евробарометър не беше правилно коригиран преди публикуването. Част VI (Социални мрежи) съдържа само един подраздел, противно на добрата писмена практика във всички държави и езици. Липсва ли подраздел?

От 2010 г. насам писмената преса се чете все по-малко, докато социалните мрежи се използват все повече и повече, отколкото писмената преса. Въпреки че радиото и телевизията леко намаляват, те все още се използват от мнозинството респонденти (въпрос QE3).

делът на тези, които смятат, че социалните мрежи не са добър начин за намиране на информация за политическите въпроси, остава постоянен — около една четвърт от респондентите. От друга страна, делът на онези, които смятат, че това е добър път, се увеличава в ущърб на тези, които нямат мнение (QE6).



Възрастта е основният фактор, обясняващ мненията за полезността на социалните мрежи в политиката, но мненията се различават значително в отделните държави (въпрос QE6). Полюсите като цяло се държат по същия начин, както 15—24-годишните като цяло.