



STANDARDOWE BADANIE EUROBAROMETR 100

Wykorzystanie mediów w Unii Europejskiej

Eurobarometr Report
PAŹDZIERNIK – LISTOPAD 2023 R.

Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

Badanie to zostało poproszone i koordynowane przez Komisję Europejską, Dyрекcję Generalną ds. Komunikacji.

Niniejszy dokument nie przedstawia punktu widzenia Komisji Europejskiej. Zawarte w nim interpretacje i opinie są wyłącznie interpretacjami autorów.

Tytuł projektu	Standardowe badanie Eurobarometr 100 – jesień 2023 r. Wykorzystanie mediów w Unii Europejskiej
Wersja językowa	PL
Media/Objętość	PDF/Objętość_01
Numer katalogowy	NA-AO-23-043-EN-N
ISBN	978-92-68-09983-4
ISSN	1977-3927
DOI	10.2775/25739

© Unia Europejska, 2023 r.

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

Zdjęcie: Zdjęcia Getty

Spis treści

Wprowadzenie.....	4
I. Korzystanie z mediów i zaufanie do mediów.....	9
1. Korzystanie z mediów.....	10
2. Zaufanie do mediów.....	35
II. Poziom informacji o sprawach europejskich.....	41
III. Źródła informacji w sprawach politycznych i Unii Europejskiej.....	52
1. Europejskie sprawy polityczne.....	53
2. Aktywne wyszukiwanie informacji o Unii Europejskiej.....	60
IV. Opinie w sprawie pluralizmu i niezależności mediów krajowych.....	65
1. Pluralizm w mediach krajowych.....	66
2. Niezależność mediów narodowych.....	70
V. Europejczycy i fałszywe wiadomości.....	79
VI. Sieci społecznościowe.....	94
1. Internetowe sieci społecznościowe i informacje polityczne.....	95
Komentarze.....	109



Dokument przygotowany przez Pierre Dieumegard dla [Europe-Democracy-Esperanto](#)
Celem tego „tymczasowego” dokumentu jest umożliwienie większej liczbie osób w Unii Europejskiej zapoznania się z dokumentami sporządzonymi przez Unię Europejską (i finansowanymi z ich podatków).

Bez tłumaczeń ludzie są wykluczeni z debaty.

Ten dokument „Eurobarometr” [był tylko w języku francuskim, niemieckim i angielskim](#), w pliku pdf. Z tego wstępnego pliku wykonaliśmy plik odt, przygotowany przez oprogramowanie Libre Office, do tłumaczenia maszynowego na inne języki. Wyniki są obecnie [dostępne we wszystkich językach urzędowych](#).

Pożądane jest, aby administracja UE przejęła tłumaczenie ważnych dokumentów. „Ważne dokumenty” to nie tylko przepisy ustawowe i wykonawcze, ale także ważne informacje potrzebne do wspólnego podejmowania świadomych decyzji.

Aby wspólnie omówić naszą wspólną przyszłość i umożliwić wiarygodne tłumaczenia, międzynarodowy język esperanto byłby bardzo przydatny ze względu na jego prostotę, regularność i dokładność.

Skontaktuj się z nami:

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

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



Wprowadzenie

Standardowe badanie Eurobarometr 100. 2 (EB100) badanie z jesieni 2023 r. przeprowadzono w dniach 23 października i 17 listopada 2023 r. w 37 krajach lub terytoriach: 27 państw członkowskich Unii Europejskiej (UE), siedem krajów kandydujących (Albania, Bośnia i Hercegowina, Mołdawia, Czarnogóra, Macedonia Północna, Serbia i Türkiye), Wspólnota Turków cypryjskich w części kraju niekontrolowanego przez rząd Republiki Cypryjskiej, a także w¹Kosowie i Zjednoczonym Królestwie.

Pełne sprawozdanie ze standardowego badania Eurobarometr 100 składa się z wielu tomów. W pierwszym tomie przedstawiono wyniki ogólnych pytań o stan opinii publicznej w Unii Europejskiej. Cztery inne tomy przedstawiają opinie Europejczyków na następujące tematy: wykorzystanie mediów w Unii Europejskiej, priorytety Unii Europejskiej, obywatelstwo europejskie oraz opinie dotyczące rosyjskiej inwazji na Ukrainę.

Obecny wolumen standardowego badania Eurobarometru z jesieni 2023 r. koncentruje się na wykorzystaniu mediów w Unii Europejskiej. Tutaj analizujemy następujące zagadnienia:

Korzystanie z mediów i zaufanie do nich – stopień, w jakim różne media są najczęściej wykorzystywane przez obywateli europejskich. W jakim stopniu Europejczycy mają zaufanie do mediów i dostarczanych przez nich informacji?

Poziom informacji o sprawach europejskich – czy Europejczycy czują się dobrze poinformowani o sprawach europejskich? Czy uważają, że obywatele w ich kraju są dobrze poinformowani o tych kwestiach?

Źródła informacji w sprawach politycznych i Unii Europejskiej – jakie są główne źródła informacji wykorzystywane przez Europejczyków do wiadomości na temat europejskich spraw politycznych i podczas wyszukiwania informacji o Unii Europejskiej?

Opinie na temat pluralizmu i niezależności mediów krajowych – czy obywatele europejscy uważają, że europejskie media zapewniają pluralizm poglądów i opinii? Czy te media są pod presją polityczną i handlową?

Europejczycy i fałszywe wiadomości – czy obywatele Unii Europejskiej często mają do czynienia z fałszywymi wiadomościami czy wiadomościami, które wprowadzają w błąd rzeczywistość? Czy są w stanie go zidentyfikować? Czy uważają to za problem w swoim kraju i dla demokracji w ogóle?

Sieci społecznościowe – czy internetowe sieci społecznościowe są sposobem, aby być na bieżąco z wiadomościami politycznymi i mieć wpływ na sprawy polityczne? Czy obywatele mogą zainteresować się sprawami politycznymi? Czy można ufać informacjom politycznym w sieciach społecznościowych?

1 Użycie tej nazwy pozostaje bez uszczerbku dla stanowisk w sprawie statusu Kosowa i jest zgodne z rezolucją RB ONZ 1244/99 oraz opinią Międzynarodowego Trybunału Sprawiedliwości w sprawie ogłoszenia niepodległości Kosowa.

Metodologia

Zastosowaną metodyką jest metoda standardowego badania Eurobarometru przeprowadzonego przez Dyрекcję Generalną ds. Komunikacji („Dział Monitorowania Mediów i Eurobarometru”)²³. Do niniejszego sprawozdania załączono notę techniczną dotyczącą wywiadów przeprowadzonych przez instytuty członkowskie sieci Kantar. Określa również przedziały ufności.

Zgodnie z ogólnym rozporządzeniem o ochronie danych⁴ (RODO) respondenci zostali zapytani, czy zgodziliby się na zadawanie pytań dotyczących kwestii, które można uznać za „wrażliwe”.

Uwaga: W niniejszym sprawozdaniu państwa UE są określane przez ich oficjalny skrót. Skróty użyte w niniejszym sprawozdaniu odpowiadają:

Belgia	BAĐŻ	Litwa	LT
Bułgaria	BG	Luksemburg	LU
Czechy	CZ	Węgry	HU
Dania	DK	Malta	MT
Niemcy	DE	Niderlandy	NL
Estonia	EE	Austria	PRZY
Irlandia	IE	Polska	PL
Grecja	EL	Portugalia	PT
Hiszpania	ES	Rumunia	RO
Francja	FR	Słowenia	SI
Chorwacja	HR	Słowacja	SK
Włochy	IT	Finlandia	FI
Republika Cypryjska	CY*	Szwecja	SE
Łotwa	LV	Macedonia Północna	MK
Spółeczność Turków cypryjskich	Cy (tcc)	Serbia	RS
Albania	ALA	Turcja	TR
Bośnia i Hercegowina	BA	Zjednoczone Królestwo	UK
Mołdawia	MD		
Czarnogóra	MNIE		
Kosowo ⁵	XK		
Unia Europejska – średnia ważona dla 27 państw członkowskich	UE-27		
Państwa Unii Europejskiej			
BE, FR, IT, LU, DE, AT, ES,PT, TJ, NL, FI, EL, EE, SI, CY, MT, SK, LV, LT, HR	Strefa euro		
BG, CZ, DK, HU, PL, RO, SE	Poza strefą euro		

Cypr jako całość jest jednym z 27 państw członkowskich Unii Europejskiej. Jednakże „dorobek wspólnotowy” został zawieszony w części kraju, która nie jest kontrolowana przez rząd Republiki Cypryjskiej. Ze względów praktycznych do kategorii „CY” i średniej dla UE-27 zalicza się wyłącznie wywiady przeprowadzone w części kraju kontrolowanego przez rząd Republiki Cypryjskiej.

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

3 Tabele wyników są załączone. Należy zauważyć, że łączna wartość procentowa wskazana w tabelach w niniejszym sprawozdaniu może przekroczyć 100 %, gdy respondent mógł wybrać kilka odpowiedzi na to samo pytanie.

4 2016/679

5 Nazwa ta pozostaje bez uszczerbku dla stanowisk w sprawie statusu Kosowa i jest zgodna z rezolucją Rady Bezpieczeństwa ONZ 1244/99 oraz opinią Międzynarodowego Trybunału Sprawiedliwości w sprawie ogłoszenia niepodległości Kosowa.

Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

Pragniemy podziękować ludziom w całej Europie, którzy poświęcili czas na udział w tym badaniu.

Bez ich aktywnego udziału badanie to nie byłoby możliwe.



I. Korzystanie z mediów i zaufanie do mediów

1. Korzystanie z mediów

Telewizja nadal jest najczęściej stosowaną formą mediów.

Telewizja jest zdecydowanie najczęściej stosowaną formą mediów, przy czym 93 % respondentów (bez zmian od zimy 2022–2023) ogląda telewizję za pośrednictwem telewizora lub Internetu co najmniej raz w tygodniu i blisko ośmiu na dziesięciu (79 %, -1 punkt procentowy) robi to codziennie lub prawie codziennie.

Prawie dziewięciu na dziesięciu (89 %) ogląda telewizję w telewizorze co najmniej raz w tygodniu. Chociaż odsetek ten pozostał niezmienny od czasu ostatniego zadawania tego pytania zimą 2022–2023, jest on nadal znacznie niższy niż między jesienią 2010 r. (EB74) a jesienią 2012 r. (EB78), kiedy 97 % z nich zgłosiło oglądanie telewizji w telewizorze co najmniej raz w tygodniu.

Odsetek respondentów, którzy oglądają telewizję przez Internet, stale rośnie, a 38 % twierdzi, że ogląda telewizję w ten sposób co najmniej raz w tygodniu, co stanowi wzrost o dwa punkty procentowe od zimy 2022–2023 i o 22 punkty procentowe od czasu pierwszego zadania tego pytania jesienią 2011 r. (EB76).

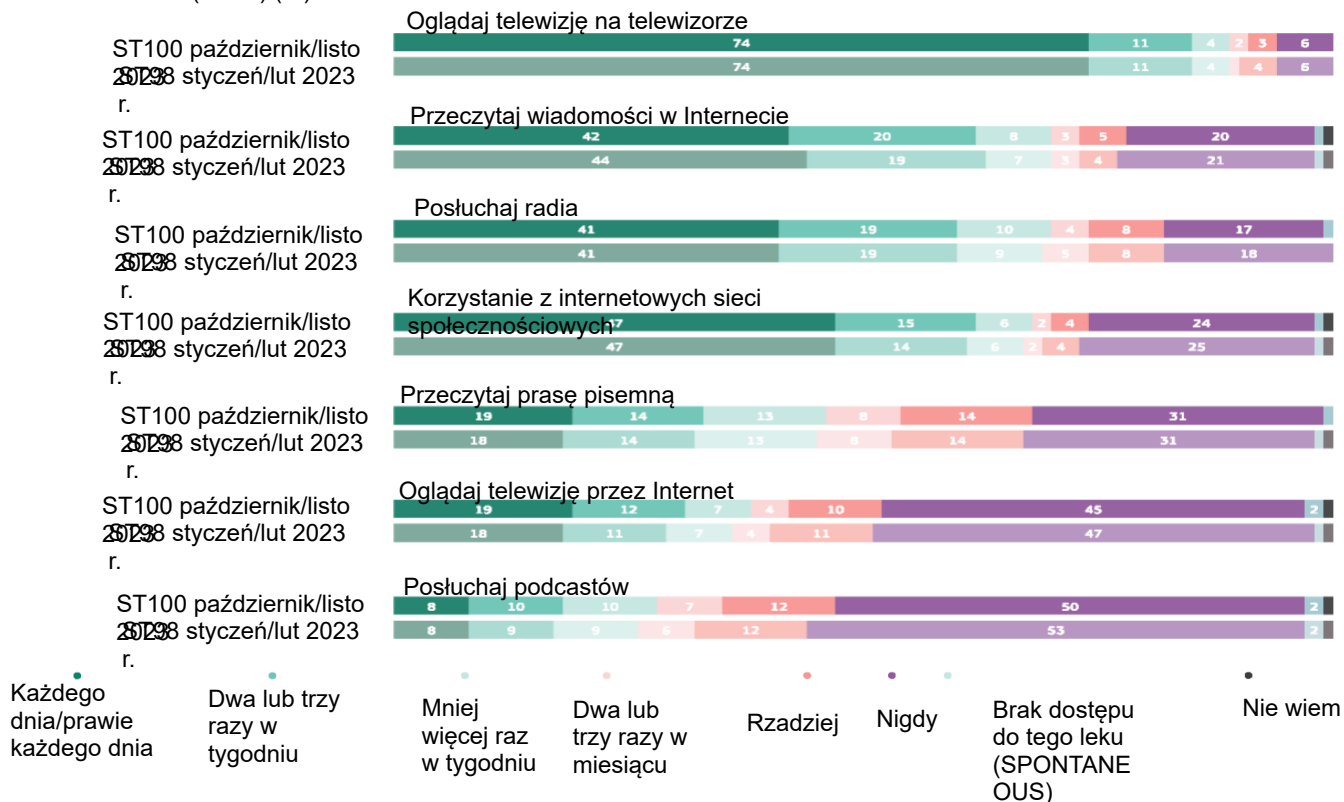
Siedem na dziesięć osób słucha radia co najmniej raz w tygodniu. Odsetek ten wzrósł o jeden punkt procentowy od zimy 2022–2023, hamując powolny, ale ciągły spadek obserwowany od jesieni 2019 r. (EB92) (74 %). Niemniej jednak w dłuższej perspektywie czasowej nadal występuje spadek wykorzystania radia (z 79 % jesienią 2010 r. do 70 % w bieżącym badaniu).

Po wzroście o trzy procent punkty procentowych między zimą 2021–2022 a zimą 2022–2023 odsetek osób, które czytały wiadomości w internecie co najmniej raz w tygodniu, pozostał stabilny w bieżącym badaniu, przy czym siedmiu na dziesięciu z nich zgłosiło to.

Odsetek respondentów korzystających z internetowych sieci społecznościowych co najmniej raz w tygodniu nieznacznie wzrósł od zimy 2022–2023 (+1 p.p.) do 68 %. Odsetek ten powrócił do poziomu osiągniętego zimą 2020–2021 (EB94) po stałym wzroście regularnego korzystania z internetowych sieci społecznościowych (z 33 % odnotowanych jesienią 2010 r.).

Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

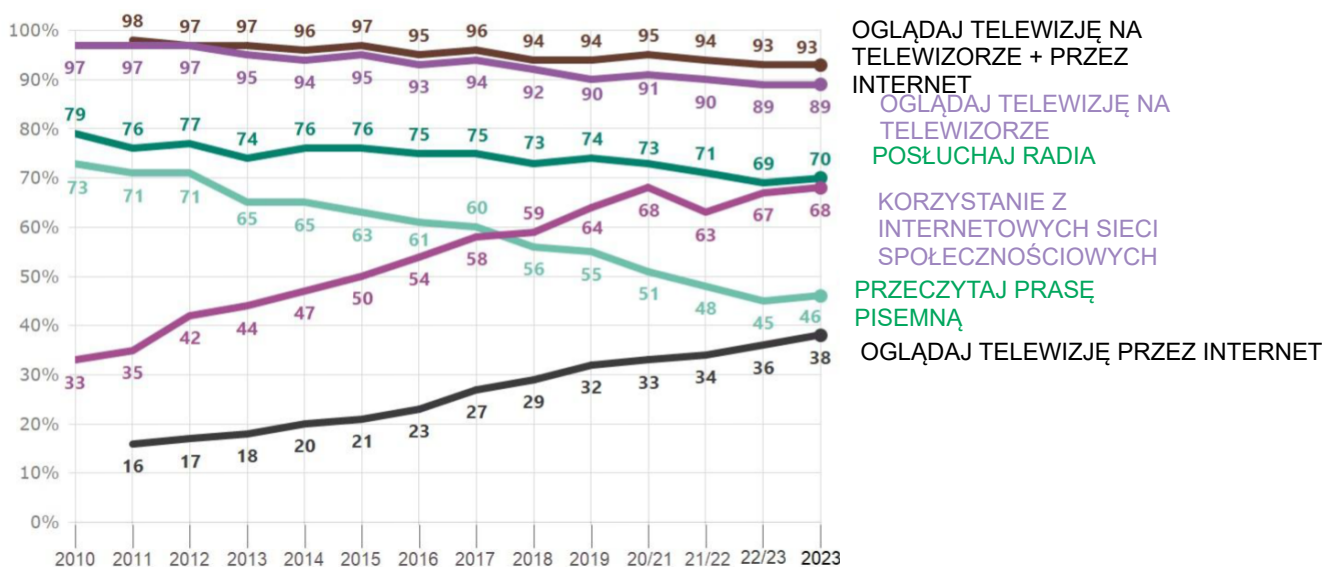
QE3. Czy możesz powiedzieć, w jakim stopniu...?
(UE27) (%)



Mniej niż połowa (46 %) czyta pisemną prasę co najmniej raz w tygodniu. Stanowi to jednoprocentowy wzrost tego odsetka respondentów od zimy 2022–2023, co oznacza zatrzymanie długoterminowego, niemal ciągłego spadku od jesieni 2010 r. (73 %).

Ponadto prawie trzech na dziesięciu (28 %) słucha podcastów co najmniej raz w tygodniu – wzrost o dwa procent od zimy 2022–2023 i sześcioprocentowy wzrost od zimy 2021–2022⁶.

QE3 Czy możesz powiedzieć, w jakim stopniu...?
(% – UE – CO NAJMNIJ RAZ W TYGODNIU)

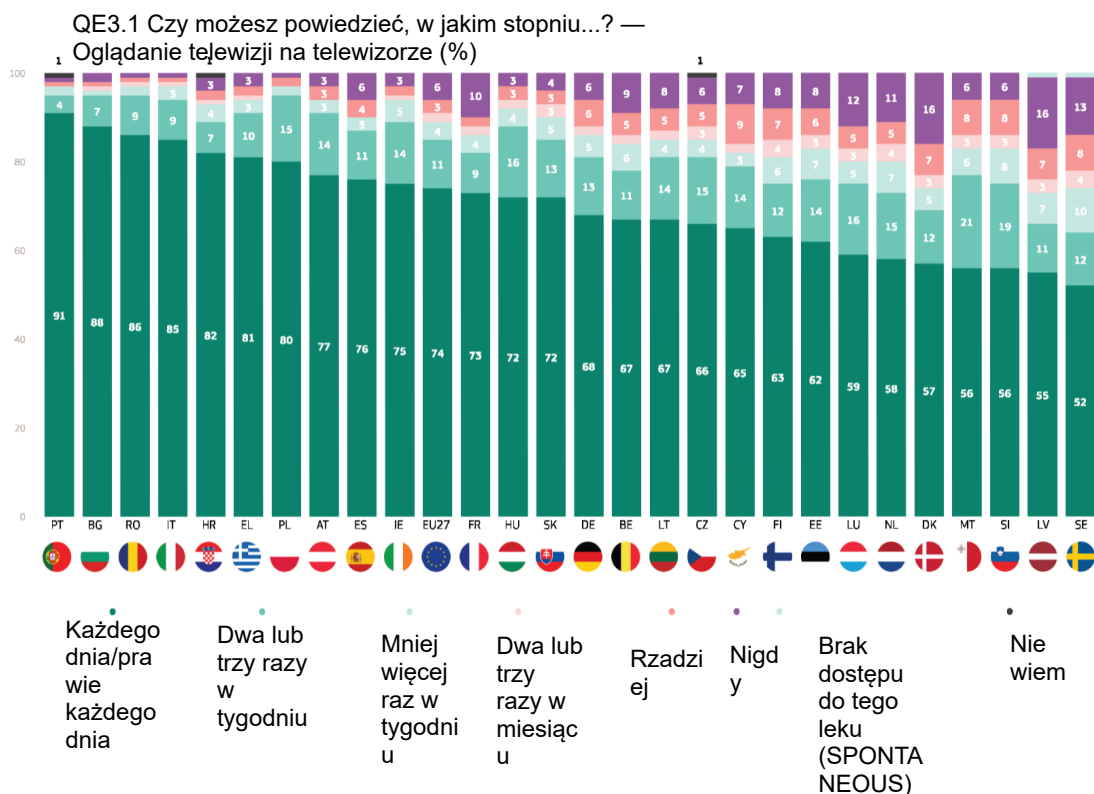


6 QE3. Czy możesz powiedzieć, w jakim stopniu...? 1) Oglądać telewizję na telewizorze; 2) Oglądać telewizję przez Internet; 3) Słuchaj radia; 4) Słuchaj podcastów; 5) Przeczytaj prasę pisemną; 6) Przeczytaj wiadomości w Internecie; 7) Korzystanie z internetowych sieci społecznościowych.

Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

W całej UE prawie trzy czwarte (74 %) ogląda telewizję codziennie lub prawie codziennie. Respondenci w Portugalii (91 %), Bułgarii (88 %) i Rumunii (86 %) są najbardziej skłonni do tego. Na przeciwległym końcu skali 52 % w Szwecji, 55 % na Łotwie i 56 % na Malcie i Słowenii zgłasza oglądanie telewizji w programie telewizyjnym codziennie lub prawie codziennie.

Odsetek osób, które od zimy 2022–2023 oglądają telewizję w telewizorze codziennie lub prawie codziennie, spadł w 18 krajach, w szczególności na Cyprze (65 %, -14 punktów procentowych), na Malcie (56 %, -13 p.p.) i na Łotwie (55 %, -9 p.p.). Z kolei odsetek respondentów wzrósł w siedmiu krajach, zwłaszcza we Francji (73 %, +4 p.p.) i w Hiszpanii (76 %, +3 p.p.). Liczba ta utrzymała się na stałym poziomie w Niemczech (68 %) i Estonii (62 %).



Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

Analiza społeczno-demograficzna pokazuje, że oglądanie telewizji w telewizorze różni się w zależności od grupy wiekowej i poziomu wykształcenia. Im starsi respondenci, tym częściej oglądają telewizję w telewizorze codziennie lub prawie codziennie. Na przykład 88 % osób w wieku 55 lat lub starszych robi to w porównaniu z 45 % osób w wieku 15-24 lat. Ponadto respondenci, którzy zakończyli naukę w pełnym wymiarze godzin w wieku 15 lat lub młodszych, są bardziej skłonni niż ci, którzy ukończyli 20 lat lub więcej, będą oglądać telewizję w telewizorze codziennie lub prawie codziennie (91 % vs 69 %).

Różnice można również zaobserwować w różnych kategoriach społeczno-zawodowych, przy czym osoby domowe (84 %) są najbardziej narażone na codzienne/prawie codzienne oglądanie telewizji na telewizorze, zwłaszcza w porównaniu z menedżerami (65 %). Respondenci, którzy uważają się za należących do klasy robotniczej (81 %) społeczeństwa, są również najbardziej skłonni do oglądania telewizji w telewizorze codziennie lub prawie codziennie.

QE3.1 Czy możesz powiedzieć, w jakim stopniu...? Oglądanie telewizji na telewizorze (% – UE)

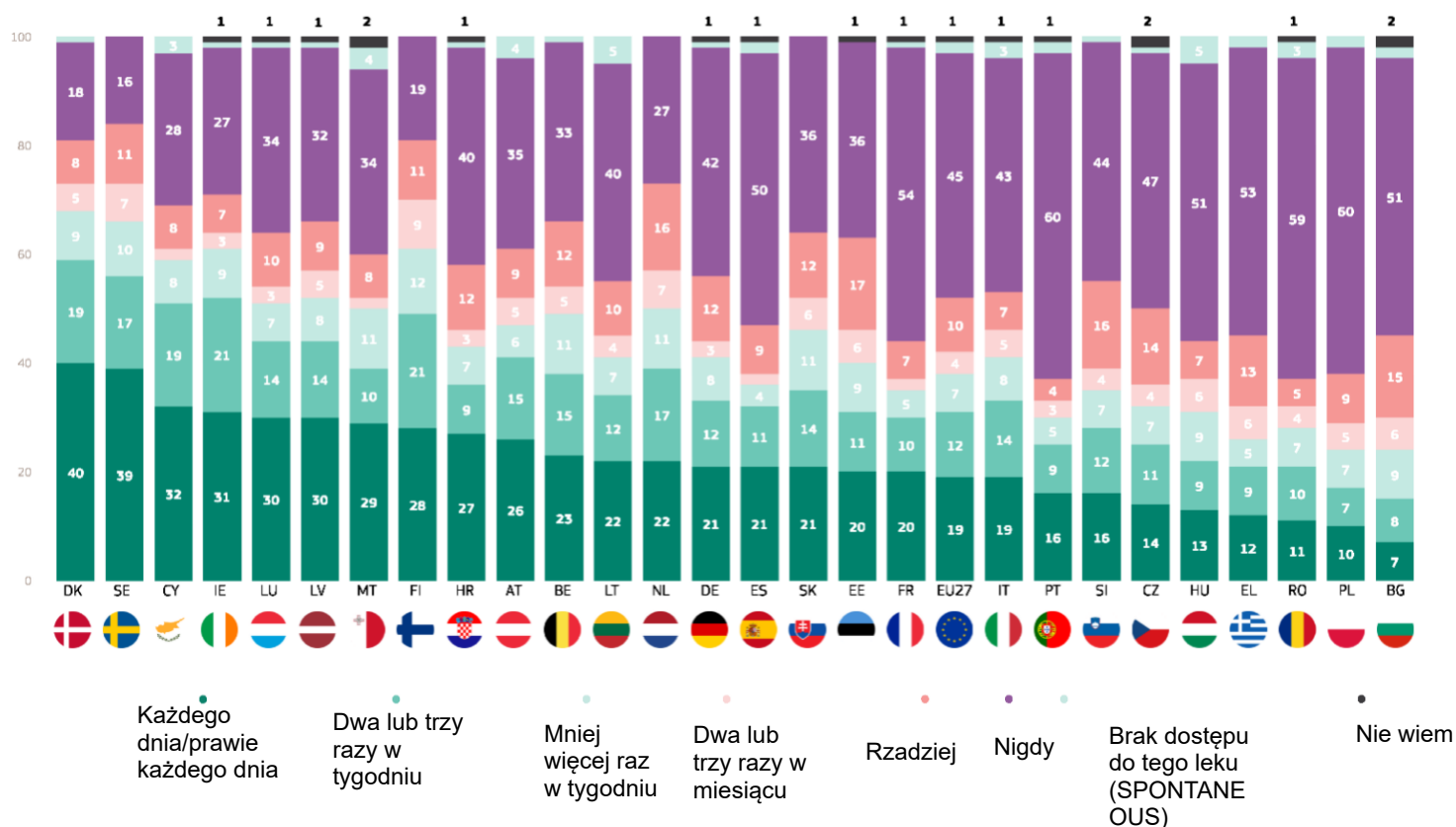
	Codziennie/ prawie codziennie	Dwa lub trzy razy w tygodniu	Mniej więcej raz w tygodniu	Dwa lub trzy razy w miesiącu	Rzadziej	Nigdy	Brak dostępu do tego medium (SPONTANEOUS)	Nie wiem	Suma co najmniej raz w tygodniu
UE-27	74	11	4	2	3	6	0	0	89
Płeć									
Człowiek	73	12	4	2	3	6	0	0	89
Kobieta	76	11	4	1	3	5	0	0	91
Wiek									
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
Edukacja (koniec)									
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
Nadal studiuje	43	19	9	4	11	14	0	0	71
Kategoria społeczno-zawodowa									
Samozatrudniony	72	14	5	1	3	5	0	0	91
Zarządcy	65	16	4	3	5	7	0	0	85
Pozostałe białe kołnierze	72	12	5	2	3	5	0	1	89
Pracownicy rączni	77	12	4	1	2	4	0	0	93
Osoby domowe	84	8	1	1	2	4	0	0	93
Bezrobotny	69	9	4	1	6	11	0	0	82
Emerytowany	90	5	1	1	1	2	0	0	96
Studenci	43	19	9	4	11	14	0	0	71
Trudności z płaceniem rachunków									
Przez większość czasu	73	11	4	1	4	7	0	0	88
Od czasu do czasu	76	11	4	1	3	5	0	0	91
Prawie nigdy/Nigdy	74	11	4	2	3	6	0	0	89
Zalóżmy, że należymy do									
Klasa robotnicza	81	8	3	1	2	5	0	0	92
Niższa klasa średnia	76	9	4	2	4	5	0	0	89
Klasa średnia	73	13	4	2	3	5	0	0	90
Wyższa klasa średnia	62	15	7	3	6	7	0	0	84
Klasa wyższa	71	15	1	4	1	7	0	1	87
Wizerunek UE									
Pozytywne	73	12	4	1	4	6	0	0	89
Neutralny	75	12	4	2	3	4	0	0	91
Negatywne	74	9	4	2	3	8	0	0	87

Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

Blisko co piąty (19 %, +1 punkt procentowy od zimy 2022–2023) ogląda telewizję w Internecie codziennie lub prawie codziennie. Odsetek respondentów jest bardzo zróżnicowany w 27 państwach członkowskich UE, przy czym najwyższy odsetek odnotowano w Danii (40 %), Szwecji (39 %) i na Cyprze (32 %), a najniższy odsetek odnotowano w Bułgarii (7 %), Polsce (10 %) i Rumunii (11 %).

W 12 państwach członkowskich UE respondenci częściej mówią, że oglądają telewizję w Internecie codziennie lub prawie codziennie niż w zimie 2022–2023. Największy wzrost tego odsetka można znaleźć w Portugalii (16 %, +5 punktów procentowych), Estonii (20 %, +4 p.p.) i Hiszpanii (21 %, +4 p.p.). Liczba ta spadła w kolejnych 12 krajach, zwłaszcza na Malcie (29 %, -13 p.p.), Luksemburgu (30 %, -7 p.p.), Łotwie (30 %, -5 p.p.) i Rumunii (11 %, -5 p.p.). Nie odnotowano żadnych zmian w Danii (40 %), Finlandii (28 %) i Czechach (14 %).

QE3.2. Czy możesz powiedzieć, w jakim stopniu...? —Oglądasz telewizję za pośrednictwem „le Internetu” (96)



Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

Analiza społeczno-demograficzna pokazuje, że młodszy respondenci i ci, którzy pozostali dłużej w kształceniu w pełnym wymiarze godzin, częściej są codziennymi lub prawie codziennymi obserwatorami telewizji w Internecie. W szczególności 29 % osób w wieku 15–24 lat ogląda telewizję w Internecie codziennie lub prawie codziennie, w porównaniu z 11 % osób w wieku 55 lat lub starszych. Podobnie prawie jedna czwarta (24 %) osób, które zakończyły naukę w pełnym wymiarze godzin w wieku 20 lat lub starszych, ogląda telewizję w Internecie codziennie lub prawie codziennie, w porównaniu z mniej niż jedną na dziesięć (7 %) osób, które zakończyły naukę w wieku 15 lat lub młodszych.

QE3.2 Czy możesz powiedzieć, w jakim stopniu...? Oglądanie telewizji przez Internet (% – UE)

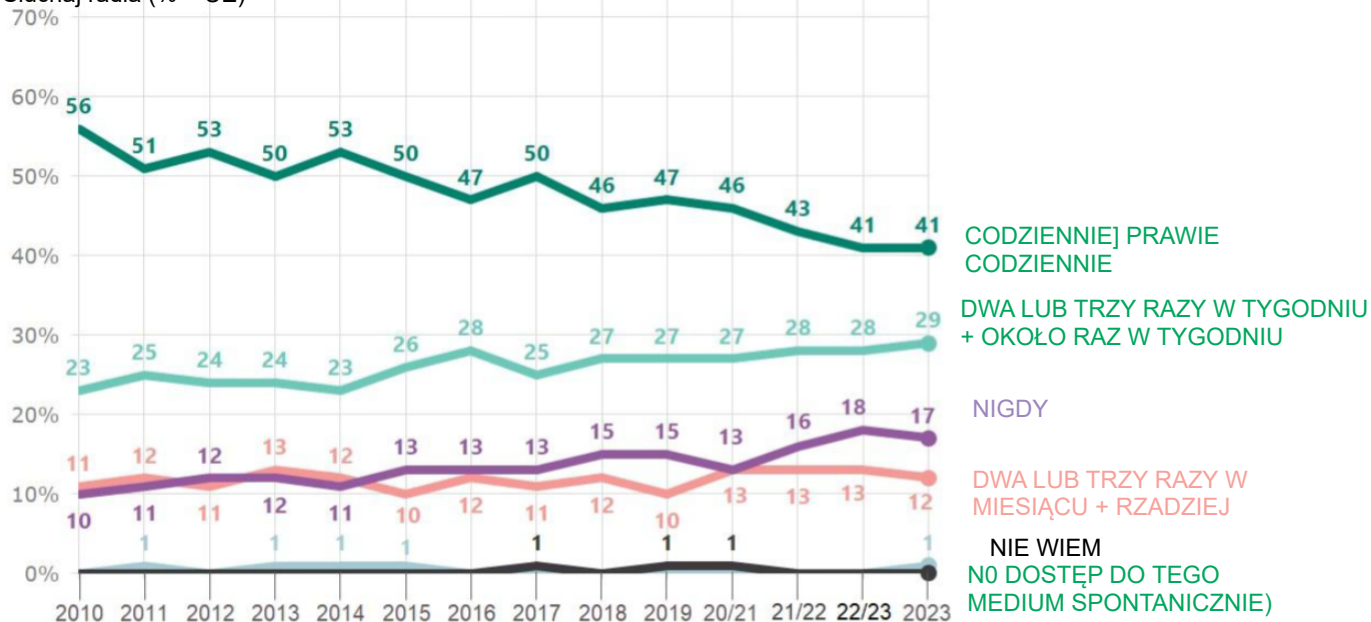
	Codziennie/ prawie codziennie	Dwa lub trzy razy w tygodni u	Mniej więcej raz w tygodniu	Dwa lub trzy razy w miesiącu	Rzadzi ej	Nigdy	Brak dostępu do tego medium (SPONTANEOUS)	Nie wiem	Suma co najmnie j raz w tygodni u
UE-27	19	12	7	4	10	45	2	1	38
Płeć									
Człowiek	21	13	8	4	10	42	1	1	42
Kobieta	18	11	6	4	9	49	2	1	35
Wiek									
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
Edukacja (koniec)									
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
Nadal studiuje	32	18	12	5	11	21	0	1	62
Kategoria społeczno-zawodowa									
Samozatrudniony	24	15	8	5	11	36	1	0	47
Zarządcy	25	19	8	6	12	29	1	0	52
Pozostałe białe kołnierze	22	15	9	6	12	35	1	0	46
Pracownicy ręczni	20	12	8	4	9	45	2	0	40
Osoby domowe	14	8	5	3	7	60	2	1	27
Bezrobotny	21	9	6	3	10	49	1	1	36
Emerytowany	9	5	4	2	7	69	3	1	18
Studenci	32	18	12	5	11	21	0	1	62
Trudności z płaceniem rachunków									
Przez większość czasu	16	8	6	3	10	53	2	2	30
Od czasu do czasu	19	12	8	4	9	46	1	1	39
Prawie nigdy/Nigdy	20	12	7	4	10	44	2	1	39
Założmy, że należymy do									
Klasa robotnicza	14	7	5	3	7	61	2	1	26
Niższa klasa średnia	18	10	7	4	11	48	1	1	35
Klasa średnia	21	14	8	4	10	40	2	1	43
Wyższa klasa średnia	25	17	10	6	11	30	0	1	52
Klasa wyższa	18	12	9	4	9	45	2	1	39
Wizerunek UE									
Pozytywne	22	14	8	5	9	40	1	1	44
Neutralny	17	11	7	4	10	48	2	1	35
Negatywne	18	9	7	2	10	51	2	1	34

Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

Od czasu standardowego badania Eurobarometru z zimy 2022–2023 regularne odsłuchiwanie radiowe utrzymuje się zasadniczo na stabilnym poziomie. Siedmiu na dziesięciu respondentów słucha radia co najmniej raz w tygodniu (+1 punkt procentowy), w tym 41 % (bez zmian), które robią to codziennie lub prawie codziennie. Około jeden na sześciu twierdzi, że nigdy nie słucha radia (17 %, -1 p.p.).

QE3.3 Czy możesz powiedzieć, w jakim stopniu...?

Słuchaj radia (% – UE)

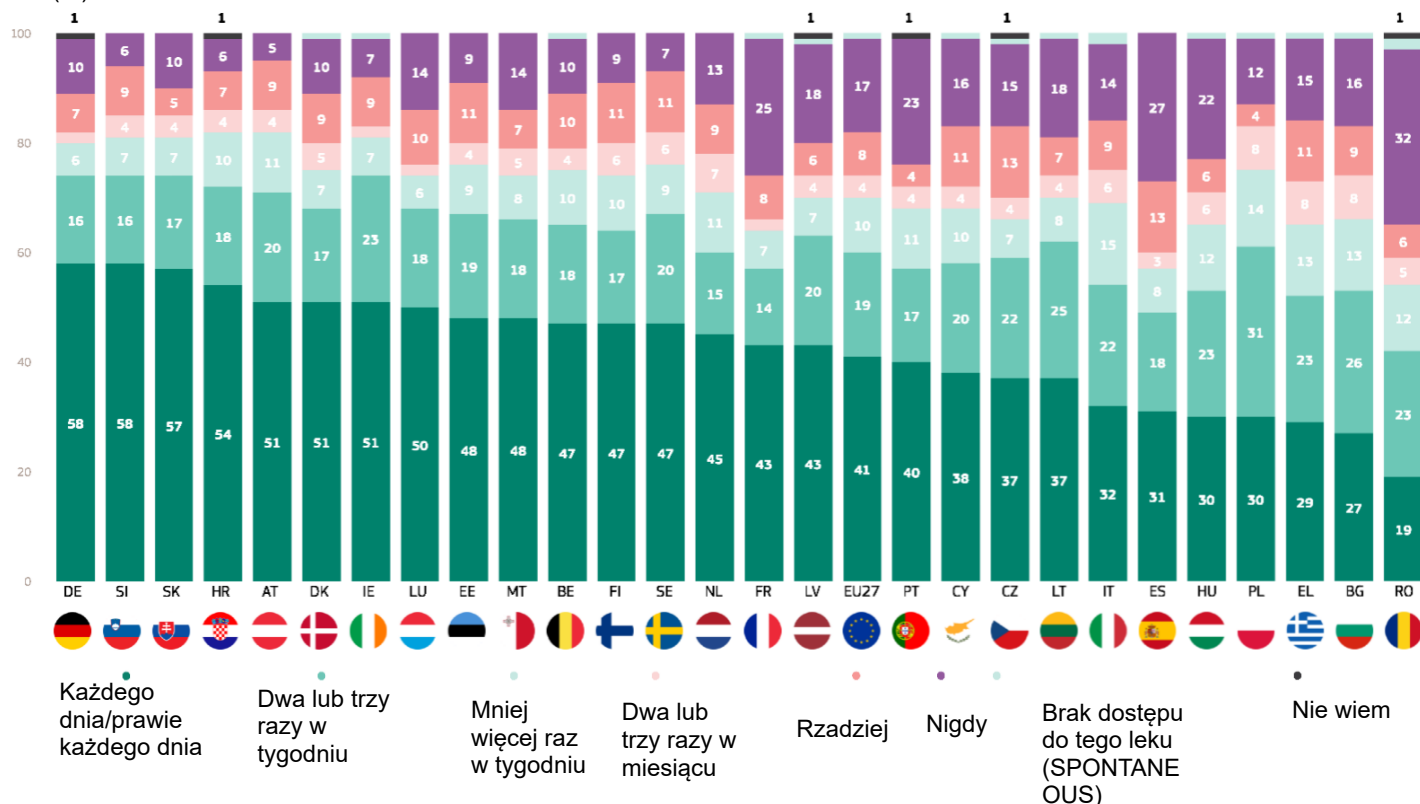


Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

Odsetek respondentów, którzy słuchają radia codziennie lub prawie codziennie, wynosi od 58 % w Niemczech i Słowenii i 57 % na Słowacji do mniej niż trzech na dziesięciu w Rumunii (19 %), Bułgarii (27 %) i Grecji (29 %).

W 14 państwach członkowskich UE odsetek respondentów, którzy codziennie lub prawie codziennie zgłaszają słuchanie radia, zmniejszył się w porównaniu z zimą 2022–2023. Największe spadki odnotowano na Cyprze (38 %, -7 punktów procentowych), na Łotwie (43 %, -6 p.p.) i na Węgrzech (30 %, -6 p.p.). Liczba słuchania radiowego wzrosła w ośmiu krajach, zwłaszcza w Chorwacji (54 %, +6 p.p.) i w Niemczech (58 %, +4 p.p.) i utrzymała się na stałym poziomie w pięciu krajach: Słowenia (58 %), Słowacja (57 %), Austria (51 %), Luksemburg (50 %) i Francja (43 %).

QE3.3. Czy możesz powiedzieć, w jakim stopniu...? Posłuchaj radia (%)



Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

Codziennie lub prawie codziennie słuchanie radia jest wyższe wśród mężczyzn (44 %) niż wśród kobiet (38 %). Odsetek ten wzrasta również wraz ze wzrostem wieku respondentów, przy czym blisko połowa (48 %) wśród osób w wieku 55 lat lub więcej słuchających radia codziennie lub prawie codziennie, w porównaniu do dwóch na dziesięciu wśród osób w wieku 15-24 lat. Istnieją również różnice pod względem poziomu wykształcenia, przy czym osoby, które ukończyły kształcenie w pełnym wymiarze godzin w wieku 16 lat lub starszych (44–45 %) są bardziej prawdopodobne niż osoby, które opuściły 15 lat lub mniej (37 %). Wreszcie odsetek respondentów, którzy słuchają radia codziennie lub prawie codziennie, wynosi 45 % wśród respondentów, którzy nigdy lub prawie nigdy nie mają trudności z płaceniem rachunków, w porównaniu z 33-36 % wśród tych, którzy mają trudności co najmniej od czasu do czasu.

QE3.3 Czy możesz powiedzieć, w jakim stopniu...? Słuchaj radia (% – UE)

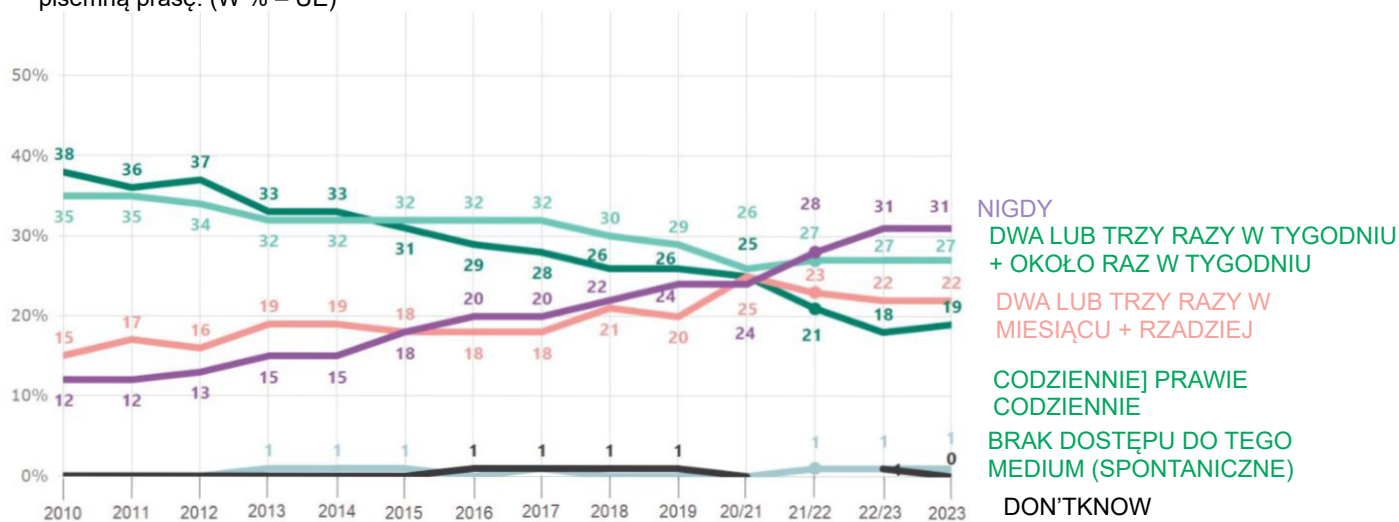
	Codziennie/ prawie codziennie	Dwa lub trzy razy w tygodni u	Mniej więcej raz w tygodniu	Dwa lub trzy razy w miesiącu	Rzadzi ej	Nigdy	Brak dostępu do tego medium (SPONTANEOUS)	Nie wiem	Suma co najmnie j raz w tygodni u
UE-27	41	19	10	4	8	17	1	0	70
Płeć									
Człowiek	44	19	11	4	8	14	0	0	74
Kobieta	38	19	9	5	9	19	1	0	66
Wiek									
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
Edukacja (koniec)									
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
Nadal studiuje	20	15	15	8	17	24	0	1	50
Kategoria społeczno-zawodowa									
Samozatrudniony	50	21	9	4	6	10	0	0	80
Zarządcy	47	23	10	4	7	9	0	0	80
Pozostałe białe kołnierze	41	22	11	5	9	12	0	0	74
Pracownicy ręczni	41	20	10	4	7	17	1	0	71
Osoby domowe	31	16	10	6	10	25	2	0	57
Bezrobotny	29	15	10	5	14	26	1	0	54
Emerytowany	47	18	7	3	6	18	1	0	72
Studenci	20	15	15	8	17	24	0	1	50
Trudności z płaceniem rachunków									
Przez większość czasu	36	16	9	4	10	23	1	1	61
Od czasu do czasu	33	21	13	5	9	18	1	0	67
Prawie nigdy/Nigdy	45	19	8	4	8	15	1	0	72
Założmy, że należymy do									
Klasa robotnicza	36	18	9	4	8	24	1	0	63
Niższa klasa średnia	39	20	9	4	10	17	1	0	68
Klasa średnia	43	20	10	4	8	14	1	0	73
Wyższa klasa średnia	46	18	11	5	9	11	0	0	75
Klasa wyższa	38	31	10	5	3	10	2	1	79
Wizerunek UE									
Pozytywne	42	20	10	5	8	15	0	0	72
Neutralny	39	19	10	4	9	18	1	0	68
Negatywne	41	18	9	3	9	19	1	0	68

Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

Odsetek osób czytających prasę pisemną codziennie lub prawie codziennie utrzymuje się zasadniczo na stałym poziomie od zimy 2022–2023 (+1 p.p.). Długoterminowa tendencja w zakresie dziennego spożycia prasy jest jednak jednym ze stałych spadków – z 38 % jesienią 2010 r. do 19 % w bieżącym badaniu.

Odsetek osób, które nigdy nie czytają prasy pisemnej, jest ponownie na najwyższym poziomie odnotowanym w standardowym badaniu Eurobarometru (31 %, brak zmian od zimy 2022–2023).

(13.5) Czy możesz powiedzieć, w jakim stopniu...? Przeczytaj pisemną prasę: (W % – UE)



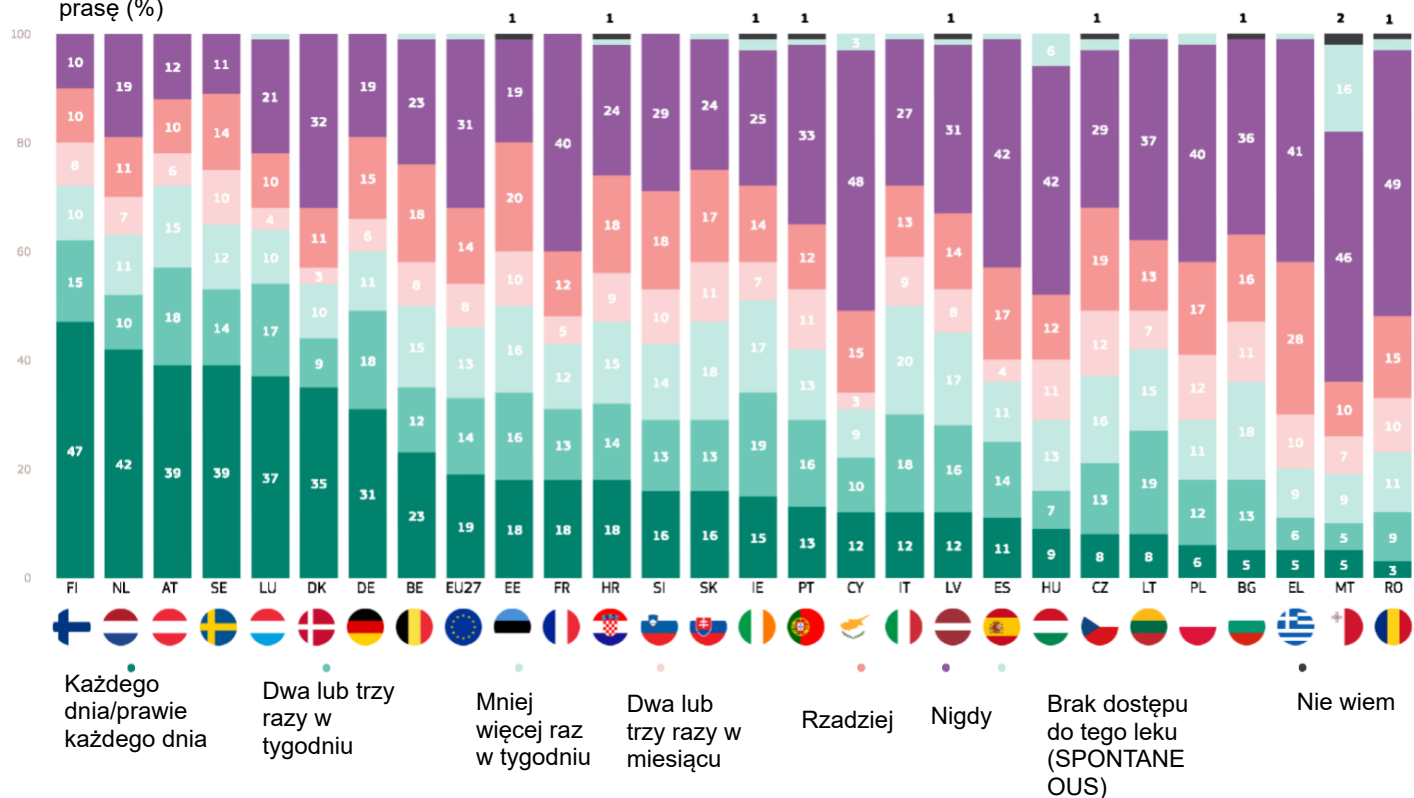
Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

W państwach członkowskich UE występują znaczne różnice w poziomie dziennego spożycia prasy w formie pisemnej. Około czterech na dziesięciu respondentów twierdzi, że codziennie lub prawie codziennie czyta prasę pisemną w Finlandii (47 %), Holandii (42 %) i Austrii i Szwecji (zarówno 39 %), podczas gdy odsetek ten spada do jednego na dwadzieścia lub mniej w Rumunii (3 %) oraz w Bułgarii, Grecji i na Malcie (wszystkie 5 %).

Codzienna lub prawie codzienna lektura prasy pisemnej zmniejszyła się w 14 państwach członkowskich UE od zimy 2022–2023.

Szczególnie duży spadek można zaobserwować na Malcie (5 %, – 21 punktów procentowych), natomiast spadek o pięć punktów procentowych odnotowano w Szwecji (39 %) i Belgii (23 %). Natomiast odsetek respondentów wzrósł o trzy punkty procentowe lub mniej w ośmiu krajach, w szczególności w Danii (35 %, +3 p.p.), Niemczech (31 %, +3 p.p.) i Portugalii (13 %, +3 p.p.). Liczba ta pozostała niezmienną w Estonii (18 %), na Słowacji (16 %) w Czechach (8 %), na Litwie (8 %) i w Grecji (5 %).

QE3.5. Czy możesz powiedzieć, w jakim stopniu...? —Czytaj pisemną prasę (%)



Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

Analiza społeczno-demograficzna podkreśla, że starsi respondenci i ci, którzy pozostali dłużej w pełnym wymiarze godzin, najczęściej czytają pisemną prasę codziennie lub prawie codziennie. W szczególności 28 % osób w wieku 55 lat lub starszych (w porównaniu z 6 % osób w wieku od 15 do 24 lat) i 25 % osób, które ukończyły kształcenie w pełnym wymiarze godzin w wieku 20 lat lub starszych (w porównaniu z 17-18 % osób, które odeszły wcześniej), twierdzi, że to robi.

Osoby pracujące na własny rachunek i menedżerowie (oba 23 %) są najczęściej codziennymi lub prawie codziennymi czytelnikami prasy pisemnej (w porównaniu z 11 % bezrobotnych), podobnie jak ci, którzy nigdy lub prawie nigdy nie mają trudności z opłaceniem rachunków (23 %, w porównaniu z 11 % osób, które częściej mają trudności). Podobnie, istnieje również różnica w zależności od klasy społecznej, a ci, którzy uważają się za należących do klasy wyższej (33 %) lub wyższej klasy średniej (32 %) społeczeństwa częściej czytają pisemną prasę codziennie lub prawie codziennie niż ci, którzy uważają się za należących do klasy robotniczej (12 %).

QE3.5 Czy możesz powiedzieć, w jakim stopniu...? Przeczytaj prasę pisemną (% – UE)

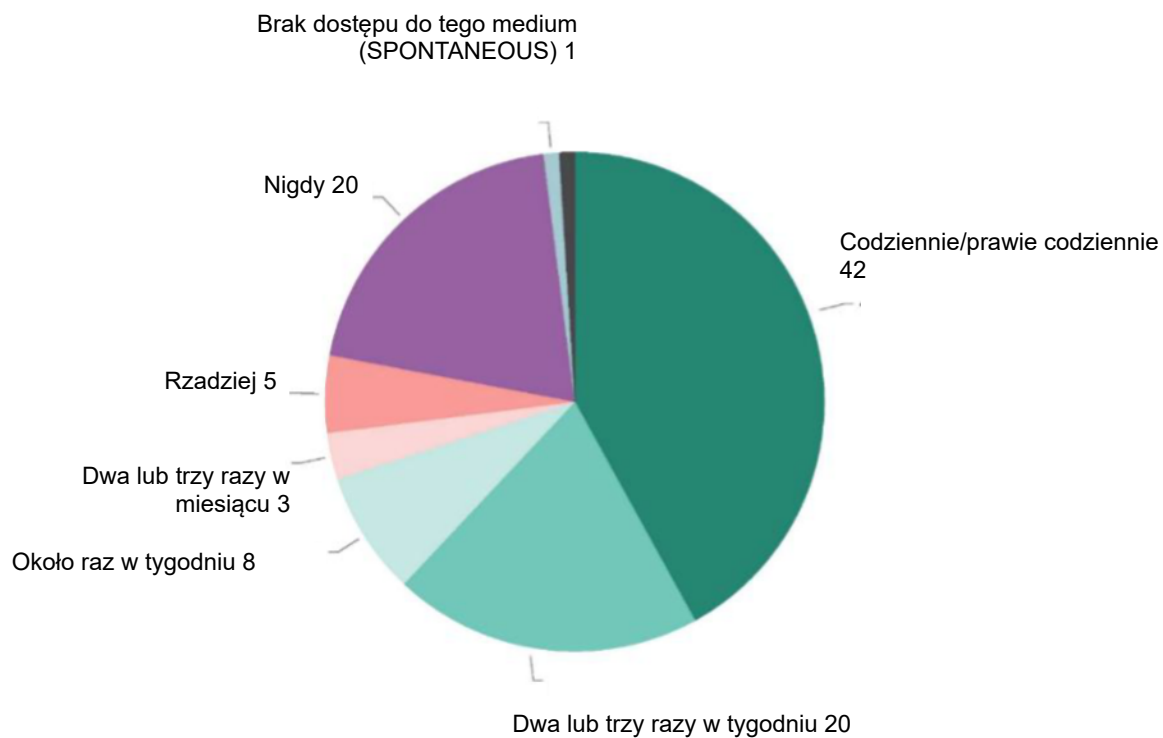
	Codziennie/ prawie codziennie	Dwa lub trzy razy w tygodniu	Mniej więcej raz w tygodni u	Dwa lub trzy razy w miesiącu	Rzadziej	Nigdy	Brak dostępu do tego medium (SPONTANEOUS)	Nie wiem	Suma co najmniej raz w tygodniu
UE-27	19	14	13	8	14	31	1	0	46
Płeć									
Człowiek	20	15	14	8	14	28	1	0	49
Kobieta	17	14	13	7	15	33	1	0	44
Wiek									
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
Edukacja (koniec)									
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
Nadal studiuje	6	10	11	9	24	38	1	1	27
Kategoria społeczno-zawodowa									
Samozatrudniony	23	15	16	7	14	25	0	0	54
Zarządcy	23	17	15	8	15	22	0	0	55
Pozostałe białe kołnierze	15	16	15	10	16	27	0	1	46
Pracownicy ręczni	12	15	13	8	16	35	1	0	40
Osoby domowe	13	10	12	7	12	44	2	0	35
Bezrobotny	11	9	11	9	16	43	0	1	31
Emerytowany	31	14	11	5	9	28	1	1	56
Studenci	6	10	11	9	24	38	1	1	27
Trudności z płaceniem rachunków									
Przez większość czasu	11	15	12	7	15	38	1	1	38
Od czasu do czasu	11	14	15	8	17	33	1	1	40
Prawie nigdy/Nigdy	23	14	12	7	14	29	1	0	49
Założmy, że należymy do									
Klasa robotnicza	12	12	13	7	13	41	1	1	37
Niższa klasa średnia	15	14	13	9	15	33	1	0	42
Klasa średnia	21	15	14	7	15	27	1	0	50
Wyższa klasa średnia	32	16	11	7	14	20	0	0	59
Klasa wyższa	33	18	8	12	13	14	1	1	59
Wizerunek UE									
Pozytywne	21	15	14	8	15	27	0	0	50

Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

Neutralny	15	15	13	8	14	33	2	0	43
Negatywne	18	13	11	7	14	35	1	1	42

Siedmiu na dziesięciu obywateli Europy (bez zmian od zimy 2022–2023) czyta wiadomości w Internecie co najmniej raz w tygodniu, a 42 % (-2 punkty procentowe) twierdzi, że robią to codziennie lub prawie codziennie. Jeden na pięć (-1 pp) nigdy nie czytał wiadomości w Internecie.

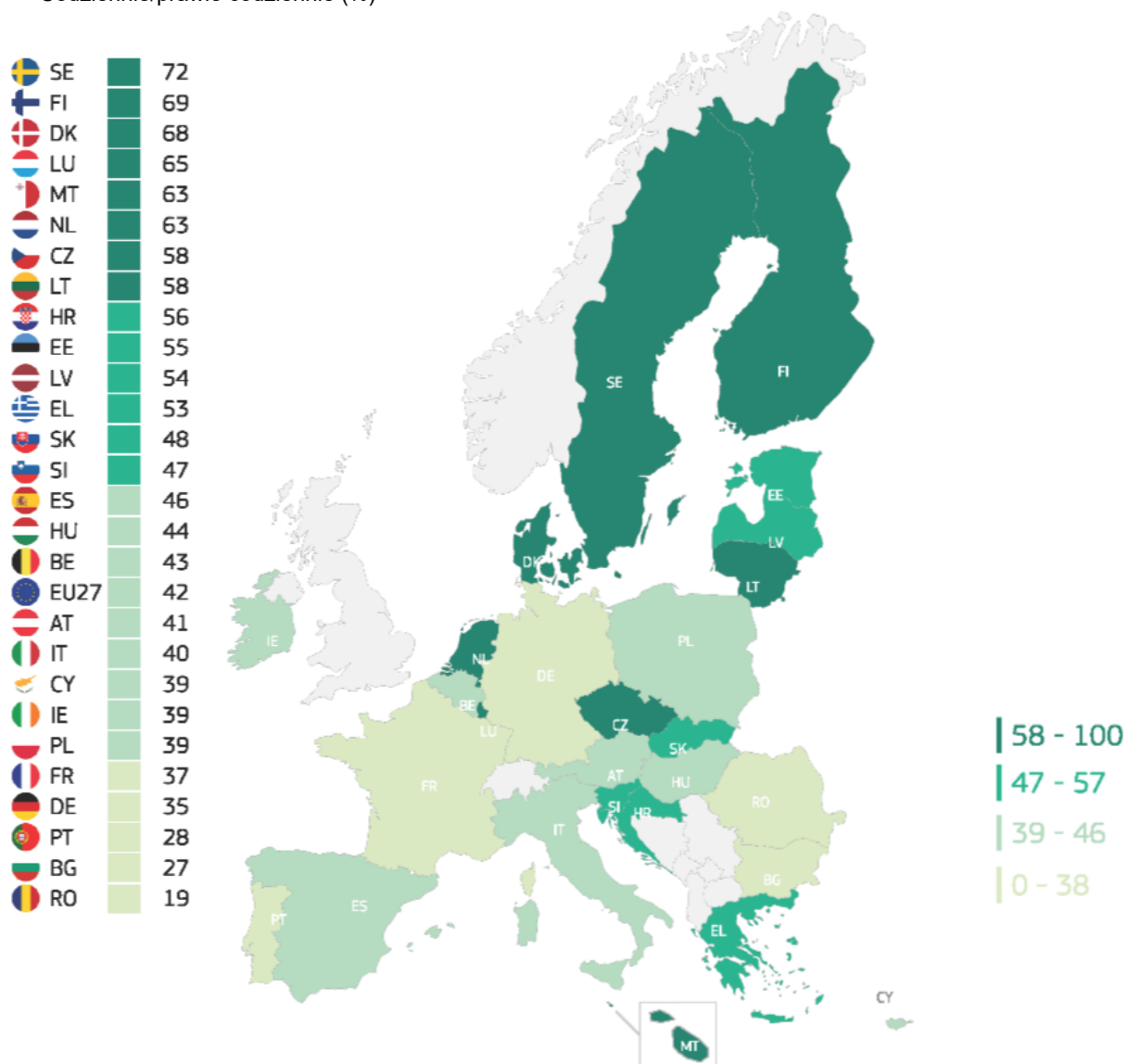
QE3.6. Czy możesz powiedzieć, w jakim stopniu...? Przeczytaj wiadomości na stronie internetowej (EU27)(%)



Odsetek respondentów, którzy codziennie lub prawie codziennie czytają wiadomości w Internecie, różni się znacznie w poszczególnych państwach członkowskich UE, od ponad dwóch trzecich w Szwecji (72 %), Finlandii (69 %) i Danii (68 %) do mniej niż trzech na dziesięciu w Rumunii (19 %), Bułgarii (27 %) i Portugalii (28 %).

W dziewięciu krajach co najmniej jeden na pięć twierdzi, że nigdy nie czytał wiadomości w Internecie, zwłaszcza w Portugalii (35 %), Rumunii (34 %) i Francji (26 %). W 16 państwach respondenci są mniej skłonni niż zimą 2022–2023 do czytania wiadomości w Internecie codziennie lub prawie codziennie, przy czym największy spadek odnotowano w Rumunii (19 %, -12 punktów procentowych), Bułgarii (27 %, -8 p.p.), Niderlandach (63 %, -7 p.p.), Łotwie (54 %, -7 p.p.) i Cyprze (39 %, -7 p.p.). Z kolei liczba ta wzrosła w dziewięciu krajach, ale tylko na Słowacji (48 %, +4 p.p.), Austrii (41 %, +4 p.p.) i Luksemburgu (65 %, +3 p.p.) udział ten wzrósł o co najmniej trzy punkty procentowe. Nie odnotowano żadnych zmian w Finlandii (69 %) i Hiszpanii (46 %).

QE3.6. Czy możesz powiedzieć, w jakim stopniu...? Przeczytaj wiadomości w Internecie -
Codziennie/prawie codziennie (%)



Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

Mężczyźni (47 %) częściej niż kobiety (37 %) mówią, że codziennie lub prawie codziennie czytają wiadomości w Internecie. W grupach wiekowych odsetek ten jest najniższy wśród starszych respondentów w wieku 55 lat lub starszych (30 %), w porównaniu z 47-52 % wśród młodszych respondentów. Im dłużej respondenci pozostali w pełnym wymiarze godzin, tym bardziej prawdopodobne jest, że będą czytać wiadomości w Internecie codziennie lub prawie codziennie, a 58 % osób, które ukończyły 20 lat lub więcej, robi to w porównaniu z 16 % osób, które opuściły 15 lat lub mniej.

Menedżerowie (59 %) i osoby samozatrudnione (54 %) najczęściej czytają wiadomości w Internecie codziennie lub prawie codziennie, szczególnie w porównaniu z osobami domowymi (30 %). Respondenci, którzy nigdy lub prawie nigdy nie mają trudności z płaceniem rachunków, najczęściej czytają codziennie lub prawie codziennie wiadomości w Internecie (45 % w porównaniu z 35 % osób, które częściej mają trudności), podobnie jak ci, którzy uważają się za należących do wyższej lub wyższej klasy średniej społeczeństwa (60-62 %, w porównaniu z 31 % osób, które uważają się za należących do klasy robotniczej).

QE3.6 Czy możesz powiedzieć, w jakim stopniu...? Przeczytaj wiadomości w Internecie (% – UE)

	Codziennie/ prawie codziennie	Dwa lub trzy razy w tygodniu	Mniej więcej raz w tygodni u	Dwa lub trzy razy w miesiącu	Rzad ziej	Nigdy	Brak dostępu do tego medium (SPONTANEOUS)	Nie wiem	Suma co najmniej raz w tygodniu
UE-27	42	20	8	3	5	20	1	1	70
Płeć									
Człowiek	47	19	8	3	5	17	1	0	74
Kobieta	37	20	9	3	5	24	1	1	66
Wiek									
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
Edukacja (koniec)									
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
Nadal studiuje	51	24	11	4	5	5	0	0	86
Kategoria społeczno-zawodowa									
Samozatrudniony	54	21	7	3	5	10	0	0	82
Zarządcy	59	20	8	3	4	6	0	0	87
Pozostałe białe kołnierze	48	24	10	4	5	9	0	0	82
Pracownicy ręczni	40	24	10	4	6	15	1	0	74
Osoby domowe	30	18	9	3	6	31	2	1	57
Bezrobotny	44	17	9	2	6	21	1	0	70
Emerytowany	25	13	6	2	5	45	3	1	44
Studenci	51	24	11	4	5	5	0	0	86
Trudności z płaceniem rachunków									
Przez większość czasu	35	17	7	3	6	29	2	1	59
Od czasu do czasu	35	23	10	4	5	21	1	1	68
Prawie nigdy/Nigdy	45	19	8	3	5	19	1	0	72
Zalóżmy, że należymy do									
Klasa robotnicza	31	17	8	3	5	33	2	1	56
Niższa klasa średnia	37	21	9	3	5	24	1	0	67
Klasa średnia	44	21	9	3	6	16	1	0	74
Wyższa klasa średnia	60	16	9	3	4	8	0	0	85
Klasa wyższa	62	19	7	2	2	6	0	2	88
Wizerunek UE									
Pozytywne	48	20	8	3	4	16	1	0	76

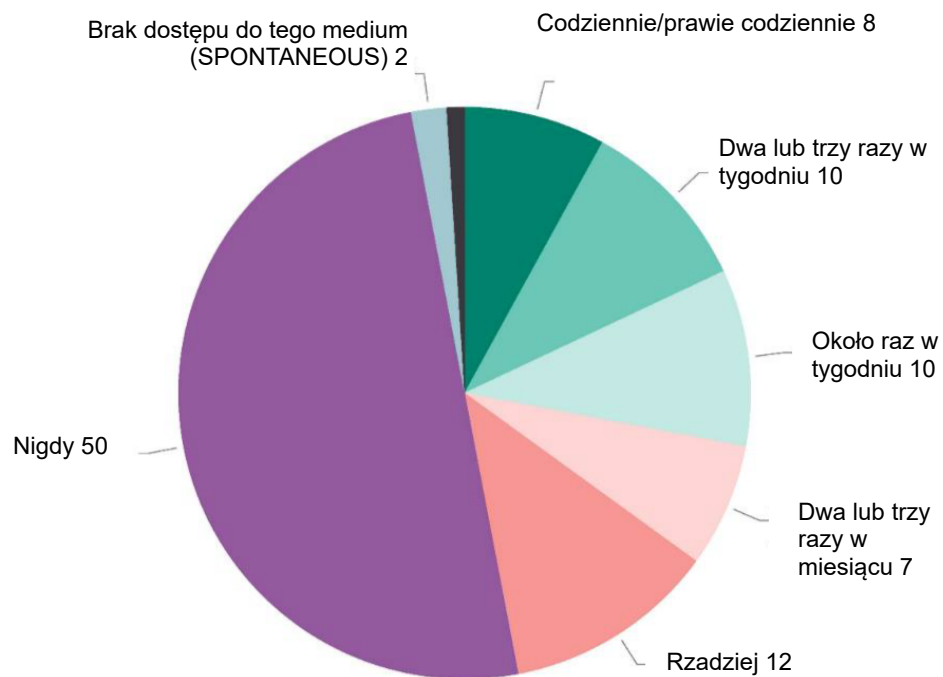
Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

Neutralny	35	20	9	4	6	24	1	1	64
Negatywne	40	19	8	2	5	24	1	1	67

Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

Regularne słuchanie podcastów rośnie, a odsetek ten osiąga obecnie 28 % (+2 punkty procentowe od zimy 2022–2023 i +6 p.p. od zimy 2021–2022), w tym prawie co dziesiąty (8 %, bez zmian od zimy 2022–2023), którzy słuchają ich codziennie lub prawie codziennie. Jednak połowa respondentów (50 %, -3 p.p.) nigdy nie słucha podcastów.

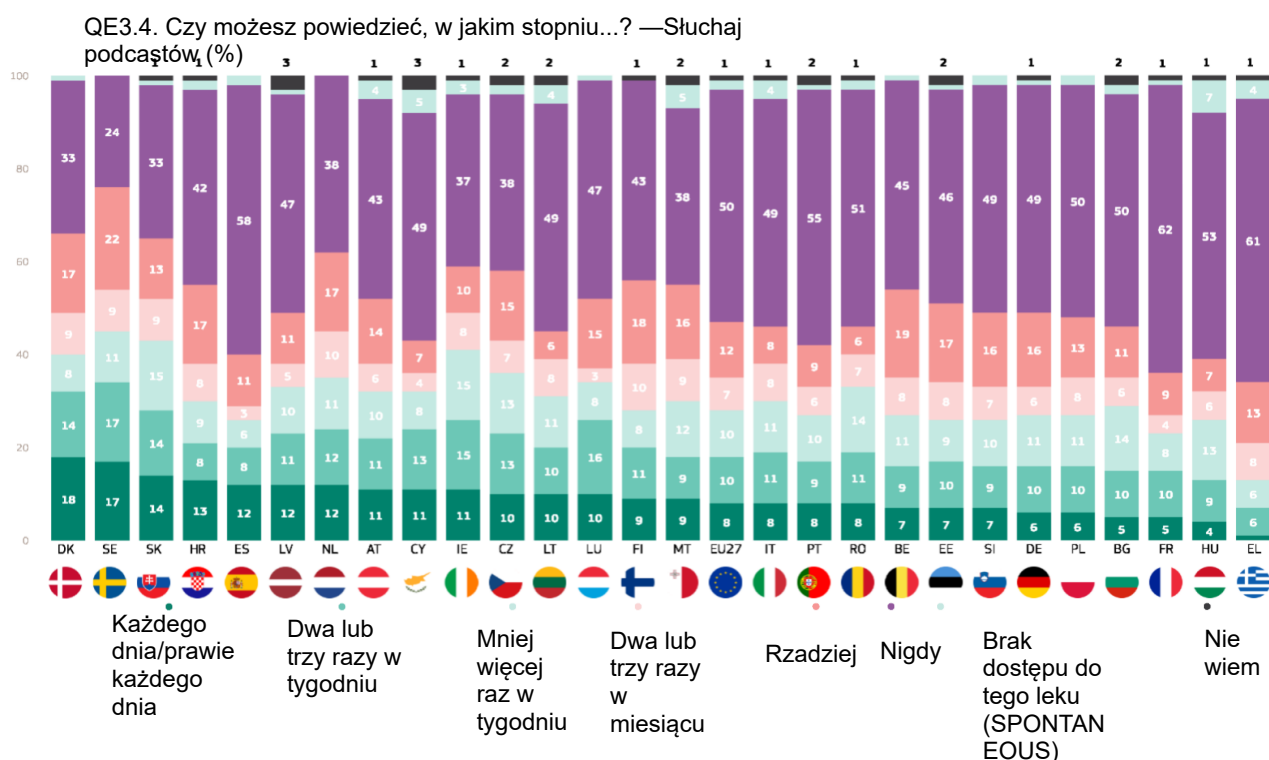
QE3.4. Czy możesz powiedzieć, w jakim stopniu...? —Słuchaj podcastów (UE27) (%)



WE wszystkich państwach członkowskich UE mniej niż jeden na pięć podcastów słucha każdego dnia lub prawie każdego dnia. Respondenci najczęściej to robią w Danii (18 %), Szwecji (17 %) i na Słowacji (14 %). Na drugim końcu spektrum jeden na dwadzieścia lub mniej słucha podcastów codziennie lub prawie codziennie w Grecji (1 %), na Węgrzech (4 %) oraz w Bułgarii i Francji (zarówno 5 %).

Co najmniej połowa respondentów w ośmiu krajach nie słucha podcastów, przy czym największy udział odnotowano we Francji (62 %), Grecji (61 %) i Hiszpanii (58 %).

Od zimy 2022–2023 w 16 państwach członkowskich UE odnotowano spadek liczby osób, które codziennie lub prawie codziennie słuchają podcastów. Po raz kolejny największy spadek odnotowano na Malcie (9 %, -16 punktów procentowych), natomiast spadek o co najmniej pięć punktów procentowych odnotowano w Irlandii (11 %, -6 p.p.) i na Węgrzech (4 %, -5 p.p.). Codzienne lub prawie codzienne słuchanie podcastów zwiększyło się w sześciu krajach, szczególnie w Hiszpanii (12 %, +5 p.p.). Liczba ta pozostała niezmienną w pięciu krajach: Szwecja (17 %), Luksemburg (10 %), Finlandia (9 %), Estonia (7 %) i Grecja (1 %).



Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

Istnieje wyraźna różnica wieku wśród respondentów, którzy słuchają podcastów codziennie lub prawie codziennie, a więcej niż co dziesiąty (13-14 %) daje taką odpowiedź wśród osób w wieku od 15 do 39 lat, w porównaniu do mniej niż jednego na dwadzieścia (3 %) wśród osób w wieku 55 lat lub starszych. Odsetek ten jest również najwyższy wśród osób, które kontynuowały naukę w pełnym wymiarze godzin do 20 roku życia lub więcej (10 %), w porównaniu do osób, które zakończyły edukację w wieku 15 lat lub młodszych (2 %).

Menedżerowie (12 %) najczęściej słuchają podcastów każdego dnia lub prawie każdego dnia, szczególnie w porównaniu z osobami domowymi (3 %). Wreszcie, codzienne lub prawie codzienne słuchanie podcastów jest wyższe wśród tych, którzy uważają się za należących do wyższej lub wyższej klasy średniej społeczeństwa (11-12 %) niż wśród tych, którzy uważają się za należących do klasy robotniczej lub niższej klasy średniej (zarówno 6 %).

QE3.4 Czy możesz powiedzieć, w jakim stopniu...? Posłuchaj podcastów (% – UE)

	Codziennie/ prawie codziennie	Dwa lub trzy razy w tygodni u	Mniej więcej raz w tygodniu	Dwa lub trzy razy w miesiącu	Rzadzi ej	Nigdy	Brak dostępu do tego medium (SPONTANEOUS)	Nie wiem	Suma co najmniej raz w tygodniu
UE-27	8	10	10	7	12	50	2	1	28
Płeć									
Człowiek	9	11	10	7	13	47	2	1	30
Kobieta	7	10	10	6	11	53	2	1	27
Wiek									
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
Edukacja (koniec)									
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
Nadal studiuje	17	18	16	9	14	25	0	1	51
Kategoria społeczno-zawodowa									
Samozatrudniony	9	14	13	8	14	41	1	0	36
Zarządcy	12	16	14	11	16	30	1	0	42
Pozostałe białe kołnierze	9	13	14	9	14	39	1	1	36
Pracownicy ręczni	7	10	10	6	13	51	2	1	27
Osoby domowe	3	5	9	2	8	68	4	1	17
Bezrobotny	8	7	8	6	12	57	1	1	23
Emerytowany	2	4	4	2	7	75	4	2	10
Studenci	17	18	16	9	14	25	0	1	51
Trudności z płaceniem rachunków									
Przez większość czasu	7	9	8	6	8	57	3	2	24
Od czasu do czasu	7	12	10	6	10	52	2	1	29
Prawie nigdy/Nigdy	8	10	10	7	13	49	2	1	28
Załóżmy, że należymy do									
Klasa robotnicza	6	6	6	4	8	66	2	2	18
Niższa klasa średnia	6	10	10	6	12	54	2	0	26
Klasa średnia	8	12	11	7	14	45	2	1	31
Wyższa klasa średnia	12	15	14	11	14	33	1	0	41
Klasa wyższa	11	16	15	10	17	29	1	1	42
Wizerunek UE									
Pozytywne	9	12	12	8	13	44	1	1	33
Neutralny	6	8	9	6	12	55	3	1	23

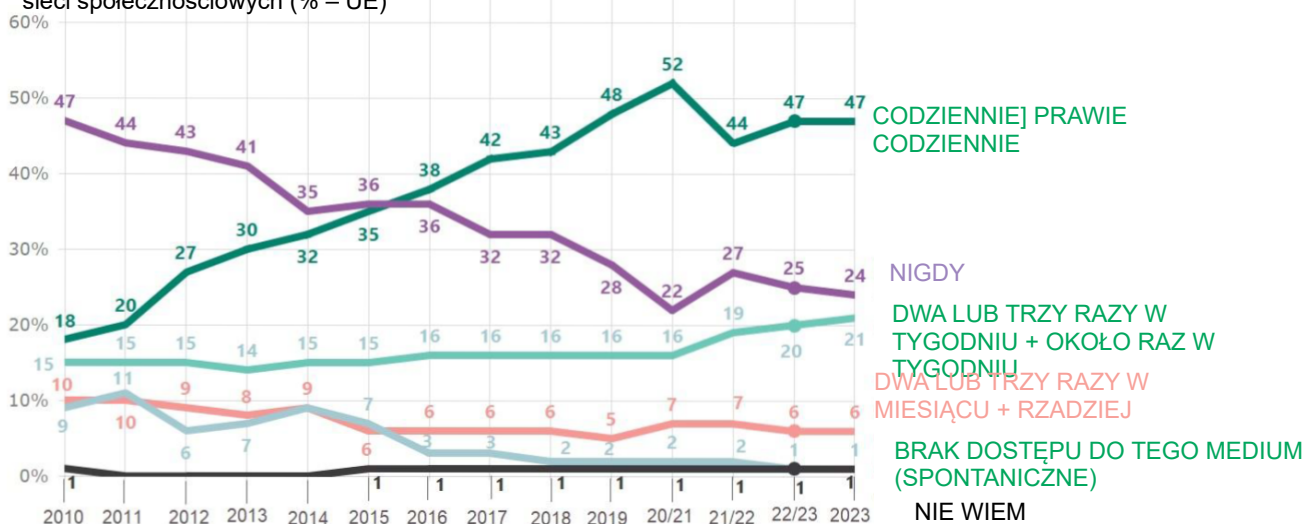
Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

Negatywne	7	9	7	5	10	57	3	2	23
-----------	---	---	---	---	----	----	---	---	----

Codziennie korzystanie z internetowych sieci społecznościowych utrzymuje się na stałym poziomie od zimy 2022–2023 (47 %, bez zmian). Odsetek ten odnotował gwałtowny spadek między zimą 2020–2021 a zimą 2021–2022 (z 52 % do 44 %), a następnie ponownie wzrósł zimą 2022–2023 (47 %). Niemniej jednak model długoterminowy wskazuje na stały wzrost codziennego korzystania z internetowych sieci społecznościowych od jesieni 2010 r. (18 %).

Odsetek respondentów, którzy korzystają z internetowych sieci społecznościowych co najmniej raz w tygodniu, pozostał również zasadniczo stabilny od zimy 2022–2023 (+1 p.p.) i obecnie wynosi 68 %, podczas gdy około jedna czwarta (24 %, -1 p.p.) twierdzi, że nigdy z nich nie korzysta.

QE3.7 Czy możesz powiedzieć, w jakim stopniu...? Korzystanie z internetowych sieci społecznościowych (% – UE)

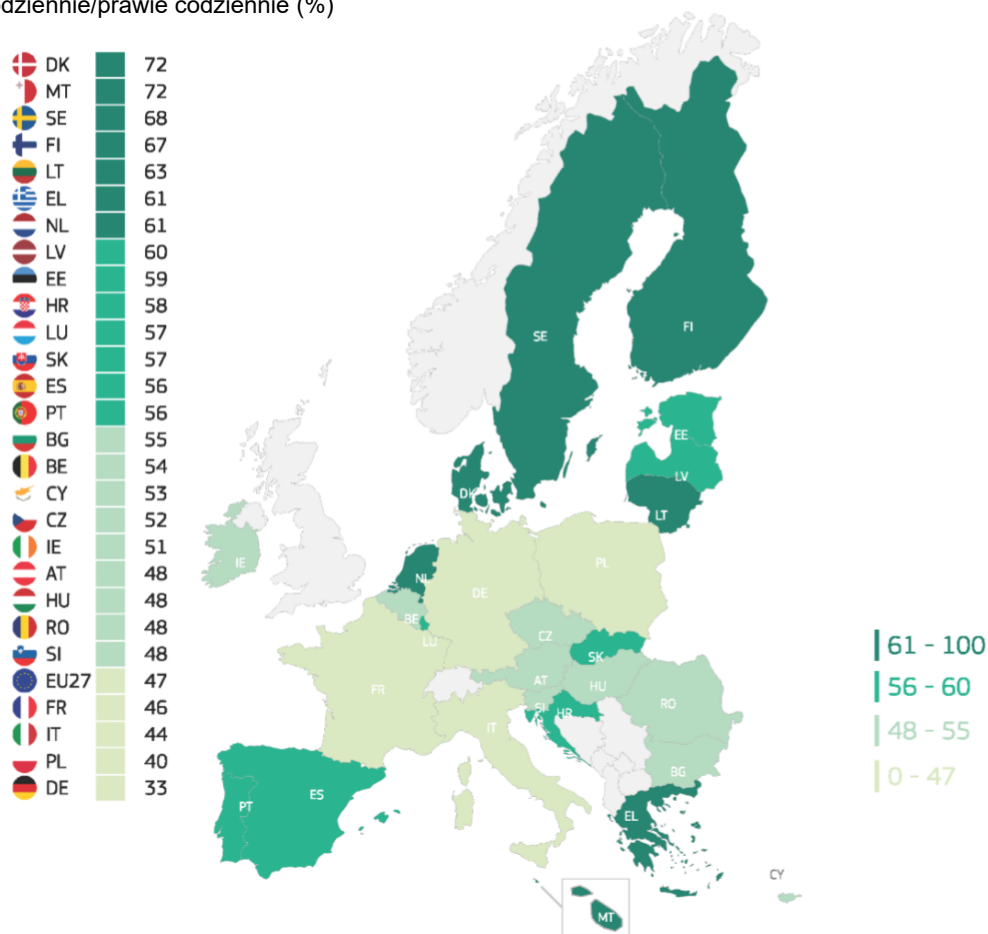


Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

W 19 krajach większość korzysta z internetowych sieci społecznościowych każdego dnia lub prawie każdego dnia. Dotyczy to przede wszystkim respondentów w Danii i na Malcie (72 %) i Szwecji (68 %). 33 % w Niemczech, 40 % w Polsce i 44 % we Włoszech twierdzi, że używa ich codziennie lub prawie codziennie. Codzienne lub prawie codzienne korzystanie z internetowych sieci społecznościowych wzrosło w 15 państwach członkowskich UE od zimy 2022–2023.

Wzrost o co najmniej pięć punktów procentowych odnotowano w Austrii (48 %, +6 p.p.), Finlandii (67 %, +5 p.p.) i Luksemburgu (57 %, +5 p.p.). Na drugim końcu skali odsetek ten spadł w 11 krajach, zwłaszcza na Cyprze (53 %, -11 p.p.), na Węgrzech (48 %, -7 p.p.) i w Polsce (40 %, -7 p.p.). WE Włoszech nie odnotowano żadnych zmian (44 %).

QE3.7. Czy możesz powiedzieć, w jakim stopniu...? —Użyj internetowych sieci społecznościowych –
Codziennie/prawie codziennie (%)



Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

Dane społeczno-demograficzne pokazują, że im młodszy respondenci, tym częściej korzystają z internetowych sieci społecznościowych codziennie lub prawie codziennie. Na przykład osiem na dziesięć osób w wieku od 15 do 24 lat robi to w porównaniu z jedną czwartą osób w wieku 55 lat lub starszych.

Im dłużej respondenci pozostają w edukacji w pełnym wymiarze godzin, tym bardziej prawdopodobne jest, że będą codziennymi lub prawie codziennymi użytkownikami internetowych sieci społecznościowych, przy czym 53 % respondentów udziela tej odpowiedzi wśród osób, które zakończyły naukę w pełnym wymiarze godzin w wieku 20 lat lub starszych, w porównaniu z 23 % osób, które opuściły 15 lat lub mniej.

Osoby domowe (42 %) są najmniej narażone na codzienne lub prawie codzienne korzystanie z internetowych sieci społecznościowych, zwłaszcza w porównaniu z osobami bezrobotnymi (59 %). Jeśli chodzi o klasę społeczną, respondenci, którzy uważają się za należących do klasy robotniczej (41 %) społeczeństwa, są najmniej skłonni powiedzieć, że korzystają z internetowych portali społecznościowych codziennie lub prawie codziennie, przy czym najbardziej prawdopodobne jest, że należą do wyższej lub wyższej klasy średniej (odpowiednio 52 % i 57 %).

QE3.7 Czy możesz powiedzieć, w jakim stopniu...? Korzystanie z internetowych sieci społecznościowych (% – UE)

	Codziennie/ prawie codziennie	Dwa lub trzy razy w tygodniu	Mniej więcej raz w tygodniu	Dwa lub trzy razy w miesiącu	Rzadziej	Nigdy	Brak dostępu do tego medium (SPONTANEOUS)	Nie wiem	Suma co najmniej raz w tygodniu
UE-27	47	15	6	2	4	24	1	1	68
Płeć									
Człowiek	46	15	8	2	5	23	1	0	69
Kobieta	48	14	5	2	4	24	2	1	67
Wiek									
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
Edukacja (koniec)									
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
Nadal studiuje	80	11	3	1	2	3	0	0	94
Kategoria społeczno-zawodowa									
Samozatrudniony	54	18	7	2	4	15	0	0	79
Zarządcy	54	18	7	2	5	13	1	0	79
Pozostałe białe kołnierze	56	19	8	3	4	10	0	0	83
Pracownicy ręczni	53	17	8	3	4	14	1	0	78
Osoby domowe	42	12	5	3	4	30	3	1	59
Bezrobotny	59	12	4	1	4	19	1	0	75
Emerytowany	19	10	5	2	5	54	4	1	34
Studenci	80	11	3	1	2	3	0	0	94
Trudności z płaceniem rachunków									
Przez większość czasu	51	11	4	2	2	27	2	1	66
Od czasu do czasu	47	16	8	2	4	21	1	1	71
Prawie nigdy/Nigdy	47	14	6	2	5	24	2	0	67
Zalóżmy, że należymy do									
Klasa robotnicza	41	12	4	2	3	35	2	1	57
Niższa klasa średnia	44	15	6	3	4	26	1	1	65
Klasa średnia	49	16	7	2	5	19	1	1	72
Wyższa klasa średnia	57	14	7	3	5	14	0	0	78
Klasa wyższa	52	20	7	3	2	14	1	1	79
Wizerunek UE									
Pozytywne	52	15	6	2	4	20	1	0	73
Neutralny	44	14	7	3	4	26	2	0	65
Negatywne	43	15	6	2	4	27	2	1	64

2. Zaufanie do mediów

Większość ma skłonność do nie ufania mediom.

Prawie czterech na dziesięciu (39 %) twierdzi, że ma tendencję do zaufania do mediów, co stanowi wzrost o trzy punkty procentowe od czasu ostatniego zadania tego pytania wiosną 2023 r. (EB99). Jednak większość (57 %, -3 p.p.) twierdzi, że nie ufamy im.

W 27 państwach członkowskich UE istnieje znaczne zróżnicowanie poziomu zaufania do mediów. W sześciu krajach większość respondentów twierdzi, że ma skłonność do zaufania do mediów: Finlandia (72 %), Portugalia (61 %), Szwecja (57 %), Austria (56 %) i Dania i Niemcy (po 55 %). Na przeciwległym końcu skali jedną piątą daje taką odpowiedź w Grecji, podobnie jak około jednej czwartej we Francji, na Malcie i w Słowenii (wszystkie 26 %). Odsetek respondentów, którzy zazwyczaj nie ufają mediom, jest najwyższy w Grecji (79 %), Słowenii (73 %) i Francji (71 %).

Odsetek respondentów, którzy mają tendencję do zaufania do mediów, wzrósł w 14 państwach członkowskich UE w porównaniu zimą 2022–2023. Wzrost poziomu zaufania jest najbardziej zauważalny w Austrii (56 %, +9 punktów procentowych), Niemczech (44 %, +8 p.p.) i we Włoszech (38 %, +7 p.p.). Natomiast liczba ta spadła w 11 krajach, zwłaszcza w Danii (55 %, -7 p.p.), Czechach (38 %, -6 p.p.) i Belgii (43 %, -5 p.p.). Nie odnotowano żadnych zmian w Polsce (40 %) i na Litwie (39 %).

Zaufanie do mediów jest obecnie poglądem większościowym w Austrii.

QA6.1 Ile masz zaufanie do niektórych instytucji? Dla każdej z następujących instytucji, czy masz tendencję do ufania mu, czy raczej nie ufasz? Media (%)

	UE-27	PRZ Y	DE	IT	EE	RO	SK	BG	ES	FR	HR	HU	MT	IE	SI	LT	PL	CY	LV	NL	PT	SE	EL	LU	FI	BA DZ	CZ	DK	
Skłonność do zaufania	Październik/listopad 2023 r.	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
Δ	maj/czerwiec 2023 r.	▲3	▲9	▲8	▲7	▲6	▲6	▲5	▲3	▲2	▲2	▲2	▲2	▲1	▲1	=	=	▼2	▼2	▼2	▼2	▼2	▼3	▼3	▼3	▼3	▼5	▼6	▼7
Skłonność do nieufności	Październik/listopad 2023 r.	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
Δ	maj/czerwiec 2023 r.	▼3	▼10	▼8	▼7	▼7	▼7	▼7	▼6	▼2	▼1	▼4	▼3	▼4	▼3	▲3	▲1	▼2	=	▲3	▲2	▲2	▲2	▲3	▲6	▲2	▲5	▲4	▲5
Nie wiem	Październik/listopad 2023 r.	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
Δ	maj/czerwiec 2023 r.	=	▲1	=	=	▲1	▲1	▲1	▲1	▼1	▼1	▲2	▲1	▲2	▲2	▼4	▼1	▲2	▲2	▼1	=	=	=	=	▼3	▲1	=	▲2	▲2

7 QA6. Ile masz zaufania do niektórych instytucji? Dla każdej z następujących instytucji, czy masz tendencję do ufania mu, czy raczej nie ufasz? 1) media

Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

Z analizy społeczno-demograficznej wynika, że poziom zaufania do mediów jest nieco wyższy wśród najmłodszych respondentów w wieku 15-24 lat (43 %) niż wśród starszych respondentów (38-39 %). Respondenci, którzy zakończyli edukację w pełnym wymiarze godzin w wieku 20 lat lub starszych, również najbardziej ufają mediom (43 %, w porównaniu z 35 % wśród osób, które zakończyły edukację wcześniej).

Odsetek osób, które ufają mediom, jest najwyższy wśród kadry kierowniczej (44 %), zwłaszcza w porównaniu z osobami bezrobotnymi (24 %). Poziom zaufania jest również bardziej rozpowszechniony wśród respondentów, którzy mają najmniej trudności finansowe. Dokładniej rzecz ujmując, 43 % osób, które nigdy lub prawie nigdy nie mają trudności z opłaceniem rachunków, w porównaniu z 26 % osób, które mają trudności przez większość czasu.

QA6.1 Ile masz zaufanie do niektórych instytucji? Dla każdej z następujących instytucji, czy masz tendencję do ufania mu, czy raczej nie ufasz? Media (% – UE)

	Skłonność do zaufania	Skłonność do nieufności	Nie wiem
UE-27	39	57	4
Płeć			
Człowiek	39	58	3
Kobieta	40	56	4
Wiek			
15-24	43	54	3
25-39	38	58	4
40-54	38	58	4
55 +	39	57	4
Edukacja (koniec)			
15—	35	60	5
16-19	35	61	4
20+	43	54	3
Nadal studiuje	49	48	3
Kategoria społeczno-zawodowa			
Samozatrudniony	41	55	4
Zarządcy	44	53	3
Pozostałe białe kołnierze	38	59	3
Pracownicy ręczni	35	61	4
Osoby domowe	36	59	5
Bezrobotny	24	73	3
Emerytowany	40	56	4
Studenci	49	48	3
Trudności z płaceniem rachunków			
Przez większość czasu	26	70	4
Od czasu do czasu	35	62	3
Prawie nigdy/Nigdy	43	53	4
Założmy, że należymy do			
Klasa robotnicza	31	65	4
Niższa klasa średnia	36	61	3
Klasa średnia	42	55	3
Wyższa klasa średnia	51	46	3
Klasa wyższa	43	52	5
Wizerunek UE			
Pozytywne	55	42	3
Neutralny	32	63	5
Negatywne	17	81	2

Większość uważa, że krajowe media dostarczają wiarygodnych informacji, mimo że odsetek ten różni się znacznie w poszczególnych krajach.

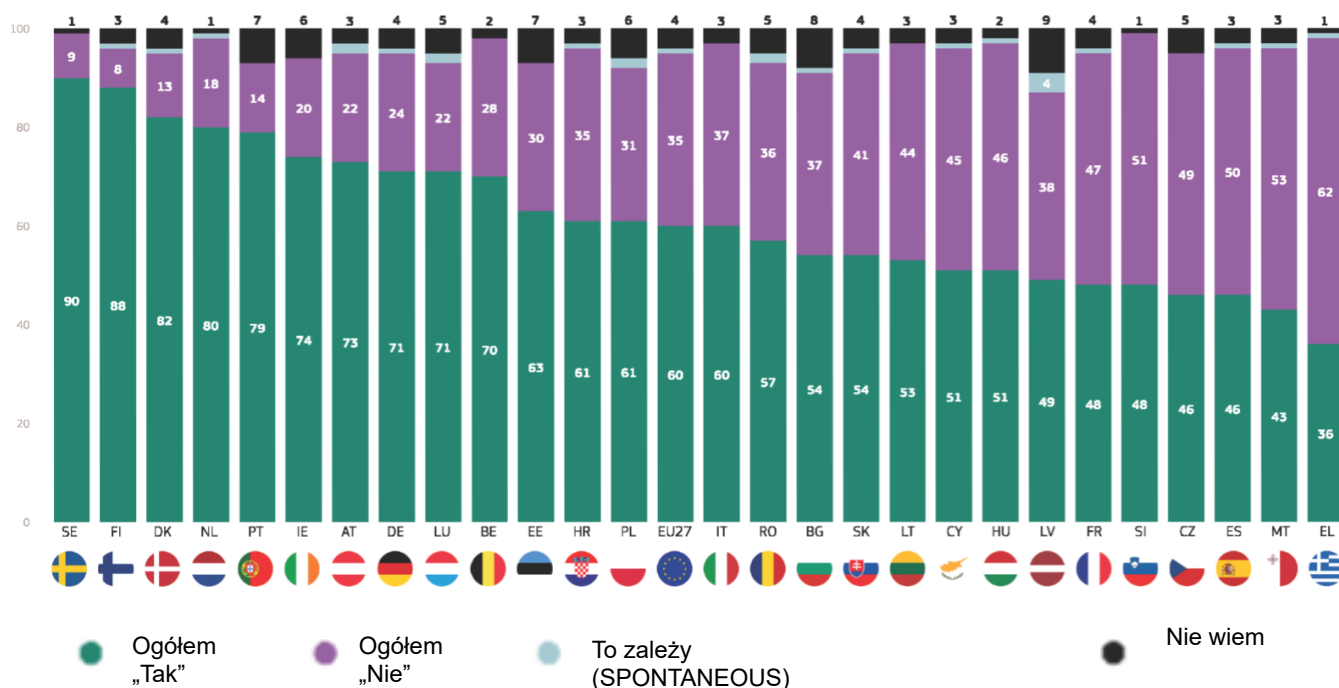
Sześciu na dziesięciu respondentów (+1 punkt procentowy od zimy 2022–2023) uważa, że ich krajowe media dostarczają wiarygodnych informacji, „zdecydowanie” (12 %, +1 p.p.) lub „do pewnego stopnia” (48 %, bez zmian). I odwrotnie, ponad jedna trzecia (35 %, -1 p.p.) mówi odwrotnie („nie, nie tak naprawdę” lub „nie, wcale”) a 4 % (bez zmian) twierdzi, że nie wie⁸.

W 22 państwach członkowskich UE (w porównaniu z 21 w zimie 2022–2023) większość twierdzi, że media w ich kraju dostarczają wiarygodnych informacji. Pogląd ten jest szczególnie rozpowszechniony w Szwecji (90 %), Finlandii (88 %) i Danii (82 %). W pozostałych pięciu państwach członkowskich respondenci najprawdopodobniej uważają, że ich krajowe media nie dostarczają wiarygodnych informacji: Grecja (62 %), Malta (53 %), Słowenia (51 % „nie” wobec 48 % „tak”), Hiszpania (50 % vs 46 %) i Czechy (49 % vs 46 %).

W 12 państwach członkowskich UE respondenci częściej niż zimą 2022–2023 uważają, że ich krajowe media dostarczają wiarygodnych informacji. Dotyczy to w szczególności Słowacji (54 %, +12 punktów procentowych), Polski (61 %, +9 p.p.) i Francji (48 %, +6 p.p.). Odsetek ten zmniejszył się w kolejnych 12 krajach, przy czym największy spadek odnotowano na Malcie (43 %, -11 p.p.), na Cyprze (51 %, -9 p.p.) i na Łotwie (49 %, -8 p.p.). Liczba ta pozostała niezmienną w Irlandii (74 %), Luksemburgu (71 %) i na Litwie (53 %).

W porównaniu z zimą 2022–2023 pogląd, że krajowe media dostarczają wiarygodnych informacji, zajmuje obecnie większość we Francji, na Węgrzech i na Słowacji. Niemniej jednak stało się to również poglądem mniejszościowym na Malcie i w Hiszpanii.

QE7.1. W odniesieniu do każdego z poniższych stwierdzeń proszę wskazać, w jakim stopniu odpowiadają one sytuacji mediów (NATIONALITY) lub nie zawierają wiarygodnych informacji (%)



8 QE7. W odniesieniu do każdego z poniższych stwierdzeń proszę podać, w jakim stopniu odpowiadają one sytuacji mediów (narodowości). 1) (narodowość) media dostarczają wiarygodnych informacji.

Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

Dane społeczno-demograficzne pokazują, że wyniki są spójne pod względem płci i poszczególnych grup wiekowych. Większe zróżnicowanie można zaobserwować w zależności od poziomu wykształcenia, przy czym respondenci, którzy ukończyli naukę w pełnym wymiarze godzin w wieku 20 lat lub więcej (65 %), są bardziej skłonni do stwierdzenia, że media w ich kraju dostarczają wiarygodnych informacji niż osoby, które opuściły 15 lat lub mniej (55 %).

W kategoriach społeczno-zawodowych menedżerowie (71 %) najczęściej twierdzą, że ich krajowe media dostarczają wiarygodnych informacji, zwłaszcza w porównaniu z osobami bezrobotnymi (45 %). Odsetek, który udziela tej odpowiedzi jest również najwyższy wśród tych, którzy nigdy lub prawie nigdy nie mają trudności z opłaceniem rachunków (64 %, w porównaniu z 47 % osób, które mają trudności przez większość czasu).

QE7.1 W odniesieniu do każdego z poniższych stwierdzeń proszę podać, w jakim stopniu odpowiada ono sytuacji mediów (narodowości): (Narodowość) media dostarczają wiarygodnych informacji (% – UE)

	Ogółem „Tak”	Ogółem „Nie”	Nie wiem
UE-27	60	35	4
Płeć			
Człowiek	61	35	3
Kobieta	60	35	4
Wiek			
15-24	60	34	5
25-39	60	36	3
40-54	62	35	3
55 +	61	34	4
Edukacja (koniec)			
15—	55	37	7
16-19	58	38	3
20+	65	32	2
Nadal studiuje	66	29	4
Kategoria społeczno-zawodowa			
Samozatrudniony	62	34	3
Zarządcy	71	27	1
Pozostałe białe kołnierze	59	36	4
Pracownicy ręczni	56	39	4
Osoby domowe	55	36	8
Bezrobotny	45	51	3
Emerytowany	61	34	4
Studenci	66	29	4
Trudności z płaceniem rachunków			
Przez większość czasu	47	48	4
Od czasu do czasu	57	38	4
Prawie nigdy/Nigdy	64	32	3
Założmy, że należymy do			
Klasa robotnicza	51	41	6
Niższa klasa średnia	57	39	3
Klasa średnia	65	32	2
Wyższa klasa średnia	73	26	1
Klasa wyższa	62	34	3
Wizerunek UE			
Pozytywne	73	23	3
Neutralny	57	37	5

Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

Negatywne	39	58	2
-----------	----	----	---

II. Poziom informacji o sprawach europejskich

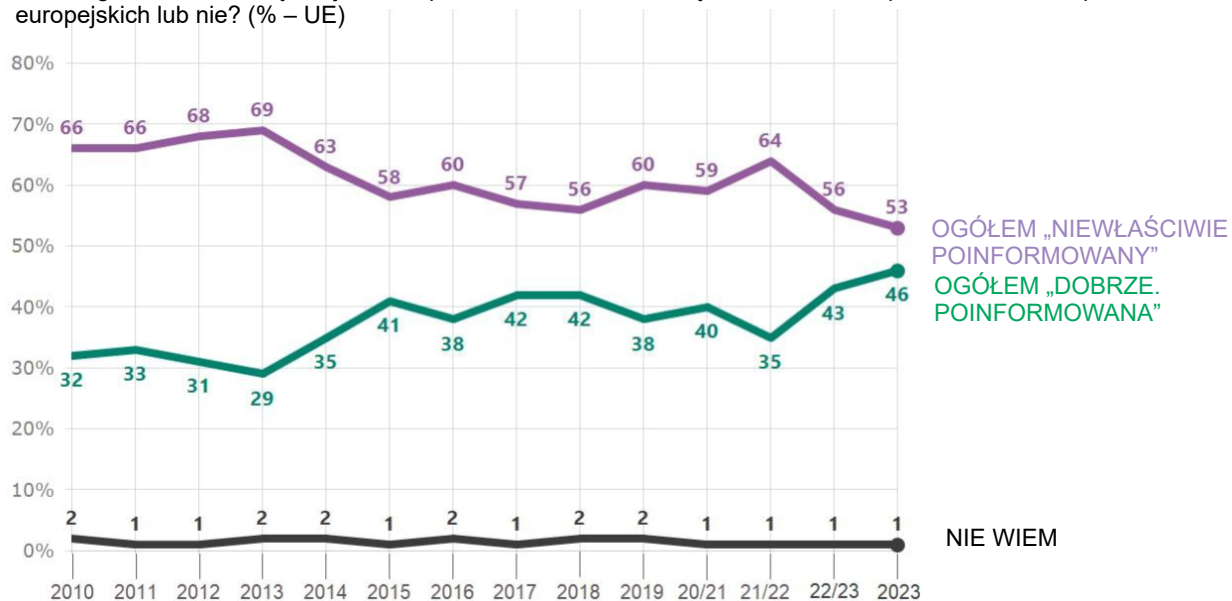


Odsetek Europejczyków, którzy czują się dobrze poinformowani o sprawach europejskich, jest najwyższy.

Po wzroście o 8 punktów procentowych między zimą 2021–2022 a zimą 2022–2023 odsetek respondentów, którzy czują się dobrze poinformowani o sprawach europejskich, wzrósł o trzy punkty procentowe w obecnym standardowym badaniu Eurobarometru (46 %), a obecnie jest na najwyższym poziomie od początku serii jesienią 2010⁹r.

Chociaż bezwzględna większość nadal nie czuje się dobrze poinformowana (53 %, -3 p.p.), odsetek ten jest obecnie na najniższym poziomie kiedykolwiek odnotowanym.

QE2 I ogólnie rzecz biorąc, w jakim stopniu Państwa zdaniem są Państwo dobrze poinformowani o sprawach europejskich lub nie? (% – UE)



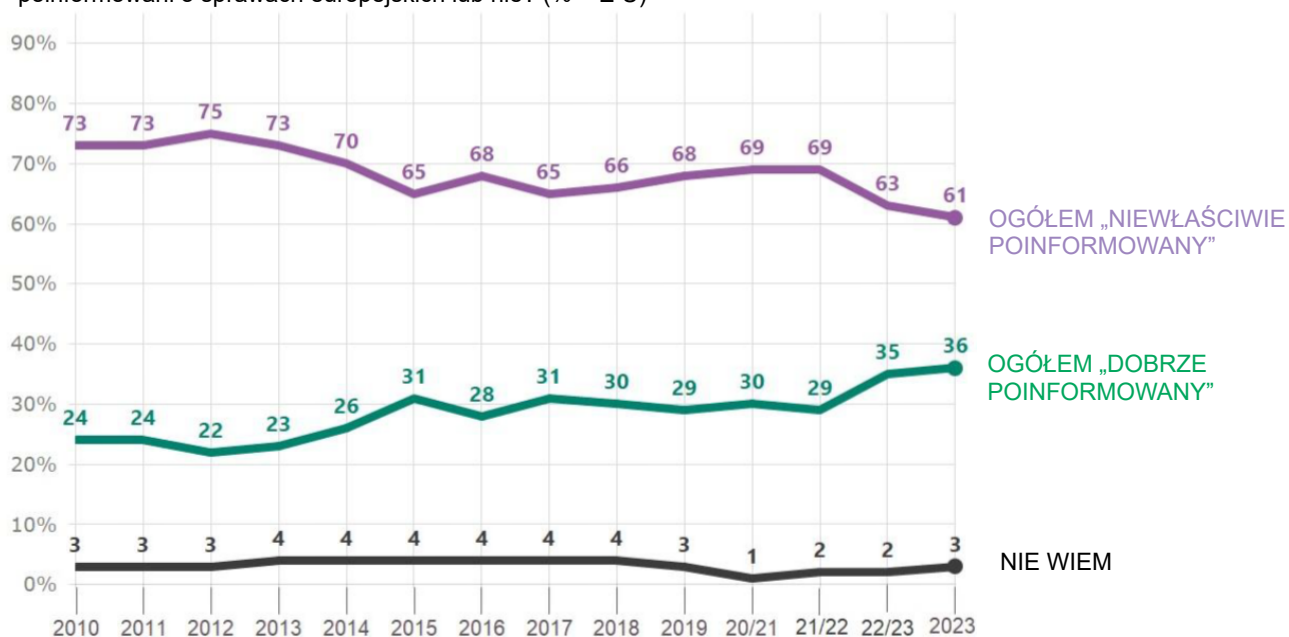
9 QE2. Ogólnie rzecz biorąc, jak dobrze Pan/Pani zdaniem jest Pan/Pani poinformowany o sprawach europejskich?

Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

Ponad jedna trzecia uważa, że obywatele w ich kraju są dobrze poinformowani o sprawach europejskich (36 %), podczas gdy około sześciu na dziesięciu uważa, że jest odwrotnie (61 %), a 3 % twierdzi, że nie wie¹⁰.

Odsetek respondentów, którzy wskazują, że ludzie w ich kraju są dobrze poinformowani o sprawach europejskich, jest na rekordowym poziomie, ponieważ pytanie to po raz pierwszy zadano jesienią 2010 r. (+1 punkt procentowy od zimy 2022–2023; +7 p.p. od zimy 2021–2022). Natomiast odsetek, który uważa, że ludzie nie są dobrze poinformowani, jest na najniższym poziomie (-2 p.p. od zimy 2022–2023, -8 p.p. od zimy 2021–2022).

QE1 Ogólnie rzecz biorąc, w jakim stopniu uważają Państwo, że w naszym kraju ludzie są dobrze poinformowani o sprawach europejskich lub nie? (% – E U)

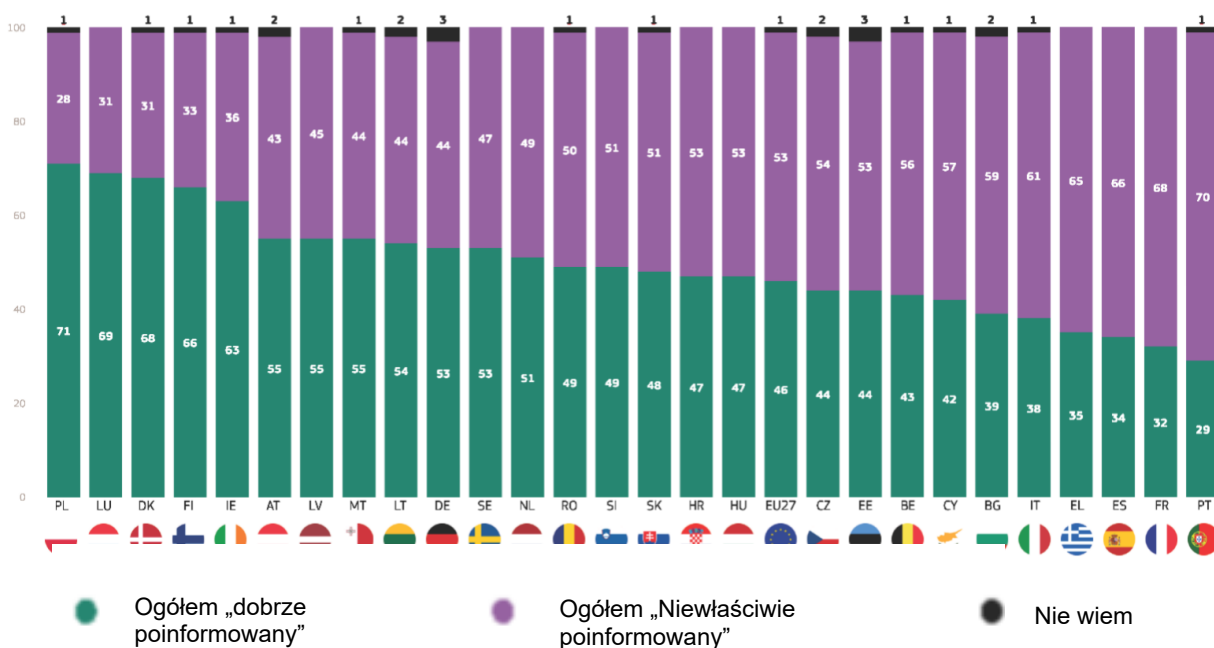


¹⁰ QF1(* czy QE1? *). Jak dobrze poinformowani są Państwo, że ludzie w naszym kraju zajmują się sprawami europejskimi?

Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

W 12 państwach członkowskich UE (w porównaniu z dziewięcioma zimą 2022–2023) większość respondentów uważa, że są dobrze poinformowani o sprawach europejskich. Najwyższy odsetek ten można zaobserwować w Polsce (71 %), Luksemburgu (69 %) i Danii (68 %). Na drugim końcu spektrum respondenci najprawdopodobniej uważają, że nie są dobrze poinformowani w 15 krajach. Dotyczy to w szczególności respondentów w Portugalii (70 %), Francji (68 %) i Hiszpanii (66 %).

QE2. Ogólnie rzecz biorąc, w jakim stopniu uważają Państwo, że są Państwo dobrze poinformowani o sprawach europejskich lub nie? (%)



Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

W 17 państwach odsetek respondentów, którzy czują się dobrze poinformowani o sprawach europejskich, wzrósł od zimy 2022–2023. Wzrost o ponad pięć punktów procentowych odnotowano w Niemczech (53 %, +7 p.p.), Szwecji (53 %, +6 p.p.) i Słowenii (49 %, +6 p.p.). Z kolei odsetek ten zmniejszył się w sześciu krajach, w szczególności na Malcie (55 %, -12 p.p.), Portugalii (29 %, -7 p.p.) i na Cyprze (42 %, -4 p.p.) i utrzymał się na stałym poziomie w czterech krajach: Irlandia (63 %), Litwa (54 %), Rumunia (49 %) i Bułgaria (39 %). W porównaniu zimą 2022–2023, poczucie dobrej wiedzy to obecnie większość w Niemczech, Holandii i Szwecji.

QE2 I ogólnie rzecz biorąc, w jakim stopniu Państwa zdaniem są Państwo dobrze poinformowani o sprawach europejskich lub nie? (%)

	UE-27	DE	SI	SE	EE	PRZ Y	PL	DK	FI	FR	HR	SK	BA DZ	CZ	EL	ES	NL	LV	BG	IE	LT	RO	IT	LU	HU	CY	PT	MT
Ogółem „Well Informed”	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 maj/cze nwiec 2023 r.	▲3	▲7	▲6	▲6	▲5	▲5	▲5	▲4	▲4	▲3	▲3	▲3	▲2	▲2	▲2	▲2	▲2	▲1	=	=	=	=	▼2	▼2	▼2	▼4	▼7	▼12
Ogółem „Niewiadomościowo”	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 maj/cze nwiec 2023 r.	▼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
Nie wiem	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 maj/cze nwiec 2023 r.	=	▲2	▼1	=	▲2	▲1	=	▲1	▲1	▼1	=	▼2	▲1	▼1	=	=	=	=	=	=	▲1	=	▲1	=	=	▲1	▲1	=

Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

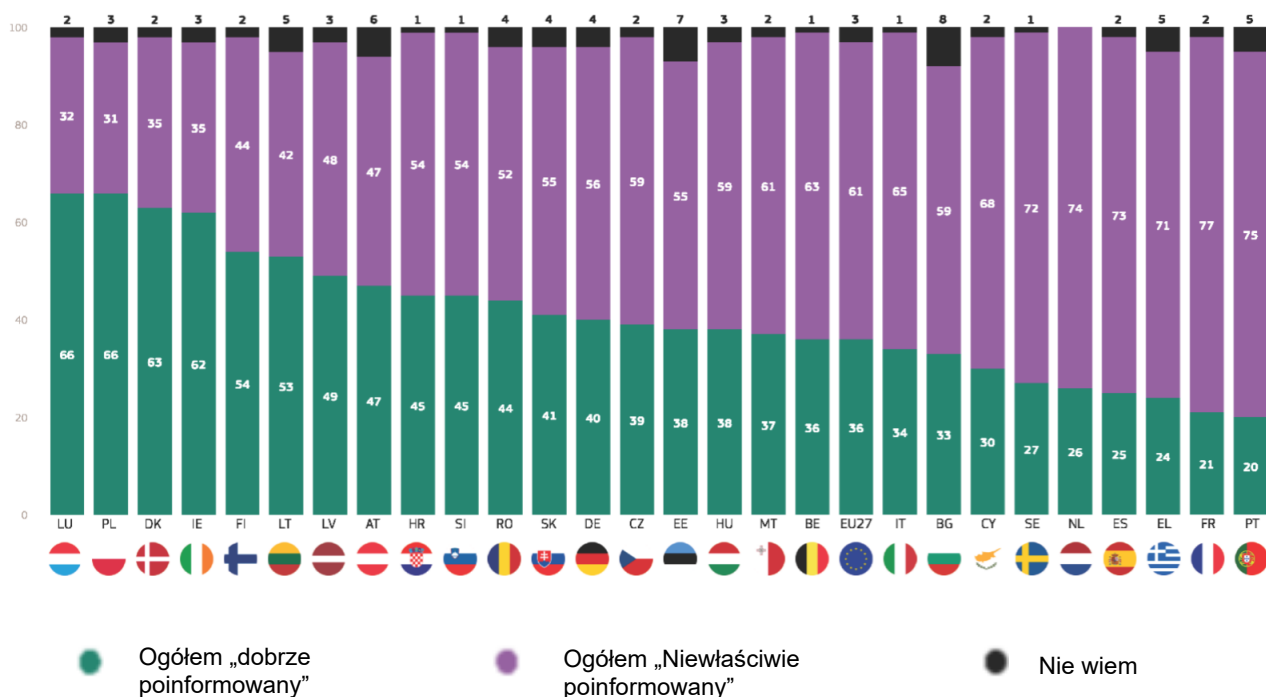
W siedmiu państwach członkowskich UE (tak jak w zimie 2022–2023) większość uważa, że ludzie w ich kraju są dobrze poinformowani o sprawach europejskich, przy czym ponad sześć na dziesięć wskazuje na to w Luksemburgu i Polsce (zarówno 66 %), Danii (63 %) i Irlandii (62 %).

W 19 państwach członkowskich UE większość respondentów uważa, że ludzie w ich kraju nie są dobrze poinformowani o sprawach europejskich.

Największe udziały w tej odpowiedzi znajdują się we Francji (77 %), Portugalii (75 %) i Holandii (74 %).

Opinie są podzielone w Austrii, gdzie równe proporcje mówią, że ludzie są dobrze poinformowani i nie są dobrze poinformowani (zarówno 47 %).

QE1. Ogólnie rzecz biorąc, w jakim stopniu uważają Państwo, że w naszym kraju ludzie są dobrze poinformowani o sprawach europejskich lub nie? (%)



Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

W 15 państwach członkowskich UE odsetek respondentów, którzy uważają, że ludzie w ich kraju są dobrze poinformowani o sprawach europejskich, wzrósł od zimy 2022–2023. Dotyczy to w szczególności Danii (63 %, +6 punktów procentowych), Słowenii (45 %, +6 p.p.) i Niemiec (40 %, +6 p.p.). W ośmiu państwach respondenci są mniej skłonni niż w zimie 2022–2023 udzielić tej odpowiedzi, a spadek o ponad dziesięć punktów procentowych odnotowano na Malcie (37 %, – 21 p.p.) i na Cyprze (30 %, -12 p.p.). Liczba ta pozostała stabilna w czterech krajach: Łotwa (49 %), Węgry (38 %), Belgia (36 %) i Portugalia (20 %).

W porównaniu z zimą 2022–2023 pogląd, że ludzie w ich kraju są dobrze poinformowani o sprawach europejskich, jest obecnie opinią większościową na Łotwie. Stało się to natomiast poglądem mniejszościowym na Malcie i w Rumunii, podczas gdy opinia została podzielona w Austrii.

QE1 Ogólnie rzecz biorąc, w jakim stopniu uważają Państwo, że w naszym kraju ludzie są dobrze poinformowani o sprawach europejskich lub nie? (%)

	UE-27	DK	DE	SI	▲ L	CZ	EE	HR	PR ZY	FR	NL	SE	ES	LT	SK	FI	BA DŻ	LV	HU	▲ T	BG	IE	EL	IT	LU	RO	CY	MT		
Ogółem „Well Informed”	Paźdz iernik/ listo 2023 r.	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 maj/c zerwi ec 2023 r.	▲1	▲6	▲6	▲6	▲5	▲4	▲4	▲4	▲4	▲3	▲3	▲2	▲1	▲1	▲1	▲1	=	=	=	=	▼1	▼1	▼1	▼2	▼3	▼4	▼12	▼21	
Ogółem „Niewłaści wie poinformowane”	Paźdz iernik/ listo 2023 r.	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 maj/c zerwi ec 2023 r.	▼2	▼6	▼6	▼5	▼6	▼2	▼6	▼4	▼5	▼2	▼2	▼2	▼3	=	▼2	▲1	▼1	▼2	▼1	▼1	▼1	▲1	▼2	▲2	▲2	▲4	▲11	▲22	
Nie wiem	Paźdz iernik/ listo 2023 r.	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 maj/c zerwi ec 2023 r.	▲1	=	=	▼1	▲1	▼2	▲2	=	▲1	▼1	▼1	=	▲1	▲2	▼1	▲1	▼1	▲1	▲2	▲2	▲1	▲2	=	▲3	=	▲1	=	▲1	▼1

Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

Z analizy społeczno-demograficznej wynika, że mężczyźni (50 %) częściej niż kobiety (41 %) czują się dobrze poinformowani o sprawach europejskich. Odsetek ten jest również najwyższy wśród respondentów w centralnej grupie wiekowej (48 % osób w wieku 25–54 lat, w porównaniu z 43–44 % młodszych i starszych) oraz wśród osób, które pozostawały dłużej w kształceniu w pełnym wymiarze godzin (56 % osób kończących edukację w wieku 20 lat lub starszych, w porównaniu z 27 % osób, które opuściły 15 lat lub młodszych).

Poczucie bycia dobrze poinformowanym o sprawach europejskich jest najbardziej rozpowszechnione wśród kadry kierowniczej (59 %) niż wśród osób domowych (31 %) i bezrobotnych (33 %). Ponadto istnieją również różnice w zakresie trudności finansowych respondentów i samooceny klasy społecznej. W szczególności około połowa (51 %) osób, które nigdy lub prawie nigdy nie mają trudności z zapłaceniem rachunków, uważa, że jest dobrze poinformowany, w porównaniu do około jednej czwartej (27 %) osób, które mają trudności przez większość czasu. Podobnie respondenci, którzy uważają się za należących do wyższej (75 %) lub wyższej klasy średniej (65 %) społeczeństwa, częściej udzielają tej odpowiedzi niż ci, którzy uważają się za należących do klasy robotniczej (31 %).

Ponadto respondenci, którzy mają pozytywny wizerunek UE (60 %) są bardziej skłonni sądzić, że są dobrze poinformowani o sprawach europejskich niż ci, którzy mają neutralny (37 %) lub negatywny wizerunek.

QE2 I ogólnie rzecz biorąc, w jakim stopniu Państwa zdaniem są Państwo dobrze poinformowani o sprawach europejskich lub nie? (% – UE)

	Ogółem „Dobrze poinformowany”	Ogółem „Niewłaściwie poinformowany”	Nie wiem
UE-27	46	53	1
Płeć			
Człowiek	50	49	1
Kobieta	41	58	1
Wiek			
15-24	43	56	1
25-39	48	51	1
40-54	48	51	1
55 +	44	55	1
Edukacja (koniec)			
15—	27	72	1
16-19	44	55	1
20+	56	43	1
Nadal studiuje	46	53	1
Kategoria społeczno-zawodowa			
Samozatrudniony	54	45	1
Zarządcy	59	40	1
Pozostałe białe kołnierze	51	48	1
Pracownicy ręczni	41	58	1
Osoby domowe	31	67	2
Bezrobotny	33	66	1
Emerytowany	42	56	2
Studenci	46	53	1
Trudności z płaceniem rachunków			
Przez większość czasu	27	72	1
Od czasu do czasu	39	60	1
Prawie nigdy/Nigdy	51	48	1
Zalóżmy, że należymy do			
Klasa robotnicza	31	68	1
Niższa klasa średnia	39	59	2
Klasa średnia	51	48	1
Wyższa klasa średnia	65	35	0
Klasa wyższa	75	25	0
Wizerunek UE			
Pozytywne	60	40	0
Neutralny	37	62	1
Negatywne	31	67	2

Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

Wyniki społeczno-demograficzne są podobne, jeśli chodzi o proporcje, które uważają, że ludzie w ich kraju są dobrze poinformowani o sprawach europejskich, chociaż różnice te są mniej wyraźne i nie ma wyraźnych różnic w zależności od płci.

Najstarsi respondenci w wieku 55 lat lub więcej (34 %) są nieco mniej skłonni niż osoby w wieku 15-54 lat (37-38 %) powiedzieć, że ludzie w ich kraju są dobrze poinformowani. Wyraźniejszą różnicę można zaobserwować pod względem poziomu wykształcenia, przy czym blisko czterech na dziesięciu (39 %) wśród osób, które ukończyły kształcenie w pełnym wymiarze godzin w wieku 20 lat lub starszych, udziela tej odpowiedzi, w porównaniu z około jedną czwartą (27 %) osób, które opuściły 15 lat lub mniej.

Menedżerowie (42 %) są najbardziej skłonni sądzić, że ludzie w ich kraju są dobrze poinformowani, zwłaszcza w porównaniu z osobami bezrobotnymi (25 %). Poczucie, że ludzie w danym kraju są dobrze poinformowani o sprawach europejskich, jest najbardziej rozpowszechnione wśród tych, którzy mają trudności z płaceniem rachunków nigdy/prawie nigdy lub od czasu do czasu (34-39 %, w porównaniu z 25 % osób, które przez większość czasu mają trudności) oraz wśród tych, którzy uważają się za należących do wyższej klasy społecznej (52 %, w porównaniu z 28 % tych, którzy uważają się za należących do klasy robotniczej).

Ponadto osoby, które mają pozytywny wizerunek UE (47 %) są bardziej narażone na to, że obywatele ich kraju są dobrze poinformowani o sprawach europejskich niż ci, którzy mają neutralny (33 %) lub negatywny wizerunek (19 %).

QE1 Ogólnie rzecz biorąc, w jakim stopniu uważają Państwo, że w naszym kraju ludzie są dobrze poinformowani o sprawach europejskich lub nie? (% – UE)

	Ogółem „Dobrze poinformowany”	Ogółem „Niewłaściwie poinformowany”	Nie wiem
UE-27	36	61	3
Płeć			
Człowiek	37	61	2
Kobieta	36	61	3
Wiek			
15-24	38	59	3
25-39	38	60	2
40-54	37	61	2
55 +	34	63	3
Edukacja (koniec)			
15—	27	68	5
16-19	36	61	3
20+	39	59	2
Nadal studiuje	39	58	3
Kategoria społeczno-zawodowa			
Samozatrudniony	38	61	1
Zarządcy	42	57	1
Pozostałe białe kołnierze	41	57	2
Pracownicy rączni	36	62	2
Osoby domowe	32	63	5
Bezrobotny	25	72	3
Emerytowany	33	63	4
Studenci	39	58	3
Trudności z płaceniem rachunków			
Przez większość czasu	25	71	4
Od czasu do czasu	34	64	2
Prawie nigdy/Nigdy	39	58	3
Zalóżmy, że należymy do			
Klasa robotnicza	28	67	5
Niższa klasa średnia	35	62	3
Klasa średnia	40	58	2
Wyższa klasa średnia	42	58	0

Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

Klasa wyższa	52	46	2
Wizerunek UE			
Pozytywne	47	51	2
Neutralny	33	64	3
Negatywne	19	79	2

III. Źródła informacji w sprawach politycznych i Unii Europejskiej



1. Europejskie sprawy polityczne

Europejczycy nadal otrzymują większość informacji na temat europejskich kwestii politycznych z kanałów generalistycznych i telewizyjnych.

Ogólnodostępne kanały telewizyjne nadal są preferowanym źródłem informacji na temat europejskich kwestii politycznych (57 %, -1 punktu procentowego od zimy 2022–2023), a następnie telewizyjne kanały informacyjne (53 %, +2 p.p.)¹¹.

Ponad połowa korzysta z mediów internetowych jako głównego źródła informacji na temat europejskich kwestii politycznych (55 %, +1 p.p.).

Cztery na dziesięć (bez zmian) trafiają na strony informacyjne, podczas gdy trzy na dziesięć (+1 p.p.) otrzymują informacje na temat europejskich kwestii politycznych z internetowych sieci społecznościowych. Mniej niż jeden na dziesięciu polega na hostingu wideo (7 %, bez zmian), podcastach (7 %, +1 p.p.) lub blogach (3 %, bez zmian).

Wśród tradycyjnych mediów radio jest wymieniane przez około jedną trzecią respondentów (34 %, +1 p.p.), podczas gdy prasa pisemna jest wskazywana przez około jedną czwartą (26 %, +1 p.p.).

Mniej niż jeden na dziesięciu (8 %, +1 p.p.) twierdzi, że nie szuka informacji na temat europejskich kwestii politycznych¹².

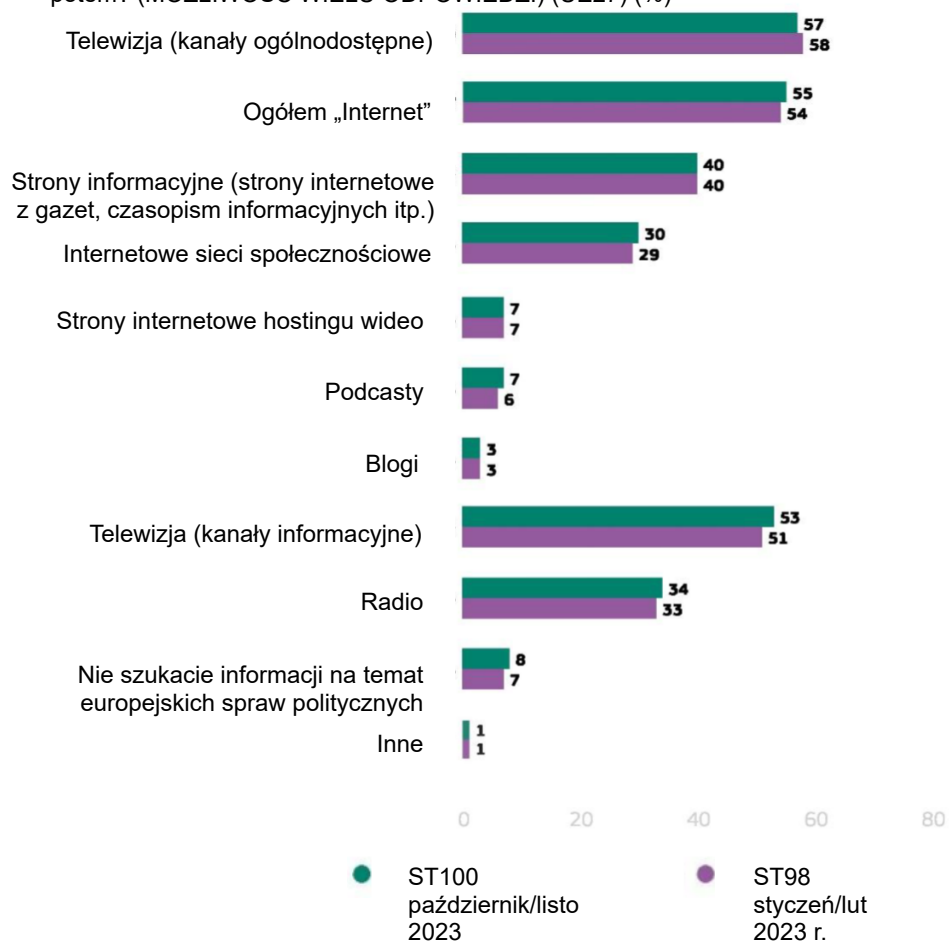
Ogólnie rzecz biorąc, z wyjątkiem niewielkiego wzrostu odsetka, który wspomina o kanałach telewizyjnych (+2 p.p.), dane te pozostały zasadniczo stabilne od zimy 2022–2023.

11 Suma „Internet” łączy w sobie wyniki za przedmioty: Strony informacyjne (strony internetowe z gazet, czasopism informacyjnych itp.), internetowe sieci społecznościowe, strony internetowe hostingu wideo, podcasty i blogi.

12 QE4a. Skąd czerpiesz większość informacji na temat europejskich spraw politycznych? Po pierwsze? QE4b. A potem? (MOŻLIWOŚĆ KILKU ODPOWIEDZI)

Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

QE4T. Skąd czerpiesz większość informacji na temat europejskich spraw politycznych? Po pierwsze? A potem? (MOŻLIWOŚĆ WIELU ODPOWIEDZI) (UE27) (%)



Ranking źródeł informacji na temat europejskich kwestii politycznych jest podobny, jeśli chodzi tylko o pierwszą odpowiedź udzieloną przez respondentów. Ogólnodostępne kanały telewizyjne (32 %, -1 punkt procentowy od zimy 2022–2023) ponownie stanowią preferowane źródło, a następnie kanały telewizyjne (23 %, +1 p.p.).

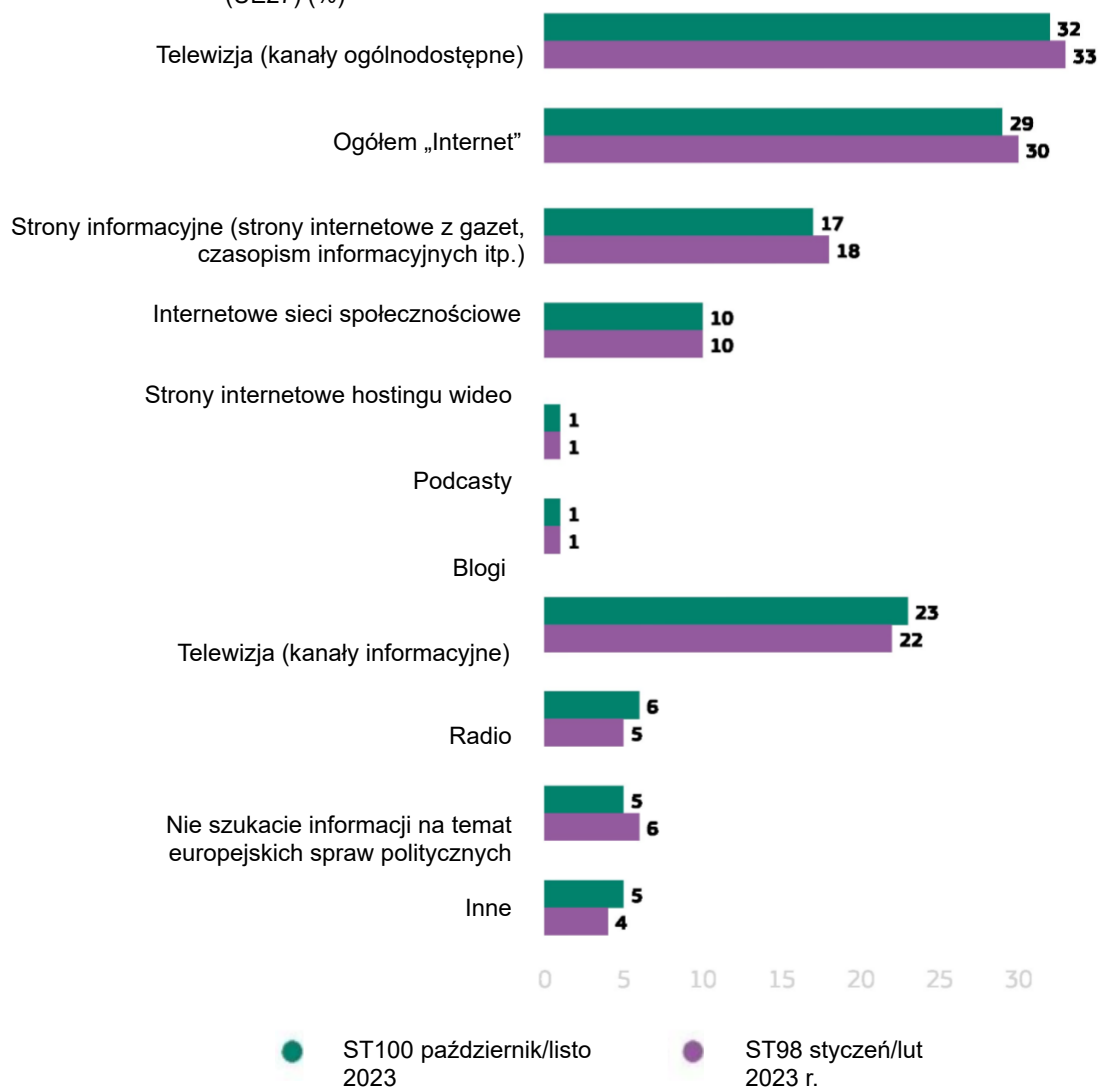
Okolo trzech na dziesięciu (29 %, -1 p.p.) preferuje internetowe źródło informacji na temat europejskich kwestii politycznych¹³. W ramach tej kategorii 17 % (-1 p.p.) podaje strony informacyjne jako źródło tego typu treści, podczas gdy co dziesiąty (bez zmian) wymienia internetowe portale społecznościowe.

Jeśli chodzi o tradycyjne media, 6 % (+1 p.p.) wskazuje prasę pisemną jako swój pierwszy wybór, aby otrzymywać wiadomości na temat europejskich kwestii politycznych, a 5 % (-1 p.p.) powołuje się na radio.

13 Suma „Internet” łączy w sobie wyniki za przedmioty: Strony internetowe informacyjne (strony internetowe z gazet, czasopism informacyjnych itp.), internetowe sieci społecznościowe, strony internetowe hostingu wideo, podcasty i blogi (nie było respondentów, którzy wymieniali blogi jako pierwsze źródło informacji na temat europejskich kwestii politycznych).

Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

QE4a. Skąd czerpiesz większość informacji na temat europejskich spraw politycznych? Po pierwsze? (UE27) (%)



Ogólnodostępne kanały telewizyjne są pierwszym najczęściej wymienianym źródłem informacji na temat europejskich kwestii politycznych w siedmiu państwach członkowskich UE. Największy odsetek respondentów powołujących się na to medium można zaobserwować w Portugalii (83 %), Chorwacji (72 %) i Rumunii (70 %). Na przeciwległym końcu skali wskazuje to źródło 21 % w Szwecji, 35 % w Danii i 37 % w Holandii. Kanały generalistyczne są jednym z trzech najczęściej wymienianych źródeł w 18 krajach.

Internet¹⁴ jest jednym z trzech najczęściej wymienianych źródeł przez respondentów we wszystkich państwach członkowskich (z wyjątkiem respondentów w Niemczech) i jest najczęściej wymienianym źródłem w 19 krajach, w tym na Malcie (76 %), Holandii (74 %) i na Łotwie (73 %). Internet jest najmniej wymieniony w Rumunii (38 %), Portugalii (39 %) i Niemczech (48 %).

Telewizyjne kanały informacyjne plasują się jako czołowe źródło informacji na temat europejskich spraw politycznych w Rumunii i jednym z trzech największych w 22 krajach. Respondenci w Portugalii (79 %), Rumunii (75 %) i Danii (68 %) najczęściej przytoczą to źródło, podczas gdy w Hiszpanii (39 %), Finlandii (42 %) i na Cyprze (43 %) są najmniej skłonni do tego. W 11 państwach członkowskich strony internetowe są jednymi z trzech najczęściej używanych źródeł informacji na temat europejskich kwestii politycznych. Najwyższe proporcje dające tę odpowiedź odnotowano na Malcie i w Finlandii (zarówno 61 %), jak i w Czechach i Holandii (zarówno 59 %). Z kolei strony informacyjne są najmniej wymienione w Rumunii (17 %), Bułgarii (26 %) i Portugalii (27 %).

Radio jest drugim lub trzecim najczęściej wymienianym źródłem informacji w trzech krajach. Co najmniej połowa wskazuje na to w Niemczech (57 %), Szwecji (52 %) i na Słowacji (50 %), podczas gdy we Włoszech i Rumunii 21 % i 22 % na Malcie.

Internetowe sieci społecznościowe są drugim najczęściej wymienianym źródłem na Cyprze (53 %) i trzecim najczęściej wymienianym na Malcie (48 %). To źródło jest również cytowane przez prawie połowę respondentów na Łotwie (48 %). Natomiast 20 % w Portugalii, 26 % w Niemczech i 27 % we Francji i Holandii korzysta z internetowych sieci społecznościowych jako źródła informacji.

Prasa pisemna jest trzecim najczęściej wymienianym medium informacyjnym na temat europejskich spraw politycznych w Luksemburgu (45 %) (wraz z kanałami telewizyjnymi). Respondenci najczęściej wymieniają to źródło w Finlandii (47 %) i Austrii (46 %). Na przeciwległym końcu widma najniższe udziały dające tę odpowiedź znajdują się na Malcie (6 %), w Polsce (9 %) oraz na Cyprze, na Węgrzech i w Rumunii (wszystkie 12 %).

W siedmiu państwach członkowskich UE ponad jedna dziesiąta wymienia podcasty, w szczególności w Danii i na Słowacji (zarówno 17 %), jak i w Szwecji (14 %). Strony internetowe hostingu wideo są cytowane przez około jedną piątą na Słowacji (21 %) i przez co najmniej jedną na dziesięć w kolejnych siedmiu krajach, zwłaszcza w Chorwacji (16 %) i Czechach (14 %). Blogi są wymieniane przez prawie jedną czwartą w Grecji (23 %) i o ponad jedną dziesiątą na Cyprze (13 %).

Ponadto istnieją trzy kraje, w których co najmniej jeden na dziesięć twierdzi, że nie szuka informacji na temat europejskich kwestii politycznych: Hiszpania (17 %) i Cypr i Włochy (obie 10 %).

14 Suma „Internet” łączy w sobie wyniki za przedmioty: Strony informacyjne (strony internetowe z gazet, czasopism informacyjnych itp.), internetowe sieci społecznościowe, strony internetowe hostingu wideo, podcasty i blogi.

W analizie społeczno-demograficznej podkreślono, co następuje:

Mężczyźni są bardziej skłonni niż kobiety otrzymywać większość informacji na temat europejskich spraw politycznych ze stron informacyjnych (44 % vs 36 %), radia (36 % vs 33 %) i prasy pisemnej (28 % vs 24 %). Kobiety częściej niż mężczyźni korzystają z ogólnodostępnych kanałów telewizyjnych (60 % vs 55 %).

Im starszy respondent, tym większe prawdopodobieństwo otrzymania europejskich wiadomości politycznych z kanałów generalistycznych lub telewizyjnych, prasy pisemnej lub radia, a tym mniejsze prawdopodobieństwo, że otrzymają je z Internetu, w tym ze stron informacyjnych, podcastów, internetowych sieci społecznościowych, blogów lub stron internetowych hostingu wideo. Na przykład 61 % osób w wieku 15-24 lat otrzymuje tego typu wiadomości z internetowych sieci społecznościowych, w porównaniu z 13 % osób w wieku 55 lat lub starszych.

Im dłużej respondenci nadal kształcą się w pełnym wymiarze godzin, tym bardziej prawdopodobne jest, że wymienią źródła internetowe, w tym strony informacyjne, podcasty, internetowe sieci społecznościowe i strony internetowe hostingu wideo, a tym mniej prawdopodobne jest, że wspominają o ogólnodostępnych kanałach telewizyjnych. Na przykład 52 % osób, które ukończyły edukację w wieku 20 lat lub starszych, korzysta ze stron informacyjnych, w porównaniu z 15 % osób, które zakończyły naukę w wieku 15 lat lub młodszych.

Menedżerowie najczęściej wymieniają strony informacyjne (58 %), radio (40 %), prasę pisemną (30 %) i podcasty (12 %). Osoby zajmujące się domem najczęściej polegają na uogólnionych (64 %) i kanałach telewizyjnych (60 %), podczas gdy są najmniej skłonne do cytowania źródeł internetowych (38 %), stron informacyjnych (24 %), internetowych sieci społecznościowych (23 %), usług hostingu wideo (4 %), podcastów (3 %) i blogów (1 %).

Respondenci, którzy nigdy lub prawie nigdy nie mają trudności z płaceniem rachunków, częściej otrzymują większość swoich europejskich wiadomości politycznych ze stron informacyjnych (43 %, w porównaniu z 33 % osób, które przez większość czasu mają trudności), radio (37 % w porównaniu z 28 %) lub prasę pisemną (28 % w porównaniu z 19 %).

Internet jest bardziej prawdopodobny dla tych, którzy uważają się za należących do klasy wyższej (76 %) lub wyższej klasy średniej (71 %) społeczeństwa, w porównaniu do tych, którzy uważają się za należących do klasy robotniczej (43 %) lub niższej klasy średniej (50 %). Ten sam wzór dotyczy prasy pisemnej (37 % w porównaniu z 19-24 %). Z kolei generalistyczne kanały telewizyjne są częściej wykorzystywane przez respondentów, którzy uważają się za należących do klasy robotniczej (61 %) lub niższej klasy średniej (60 %) niż przez tych, którzy uważają się za należących do klasy wyższej lub wyższej klasy średniej (zarówno 45 %).

Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

QE4T Gdzie można uzyskać większość informacji na temat europejskich kwestii politycznych? Po pierwsze? A potem? (MOŻLIWOŚĆ WIELU ODPOWIEDZI) (% – UE)

	Telewizja (kanały ogólnodostępne)	Ogółem „Internet”	Telewizja (kanały informacyjne)	Strony informacyjne (strony internetowe z gazet, czasopism informacyjnych itp.)	Radio	Interneto we sieci społecznościowe	Prasa pisemna	Nie szukacie informacji na temat europejskich spraw politycznych	Podcasty	Strony internetowe hostingu wideo	Blogi	Inne	Nie wiem
UE-27	57	55	53	40	34	30	26	8	7	7	3	1	0
Płeć													
Człowiek	55	58	53	44	36	30	28	6	8	8	4	1	0
Kobieta	60	52	53	36	33	30	24	9	6	6	3	1	0
Wiek													
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
Edukacja (koniec)													
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
Nadal studiuje	33	82	35	57	17	59	11	10	18	16	7	1	0
Kategoria społeczno-zawodowa													
Samozatrudniony	56	66	54	53	39	33	29	4	9	10	7	1	0
Zarządcy	48	72	54	58	40	31	30	3	12	8	4	0	0
Pozostałe białe kołnierze	55	65	54	46	33	35	23	6	8	9	5	1	0
Pracownicy ręczni	57	60	52	40	32	35	19	8	6	7	3	1	0
Osoby domowe	64	38	60	24	25	23	20	16	3	4	1	0	0
Bezrobotny	56	60	42	41	22	36	16	12	7	7	3	1	0
Emerytowany	72	26	60	21	43	9	39	8	2	2	1	1	1
Studenci	33	82	35	57	17	59	11	10	18	16	7	1	0
Trudności z płaceniem rachunków													
Przez większość czasu	60	49	50	33	28	29	19	12	6	8	3	1	0
Od czasu do czasu	59	52	54	34	29	32	22	9	6	7	5	1	0
Prawie nigdy/Nigdy	56	57	53	43	37	29	28	6	8	7	3	1	0
Zalóżmy, że należymy do													
Klasa robotnicza	61	43	53	30	32	25	19	14	5	5	2	1	1
Niższa klasa średnia	60	50	53	33	33	30	24	8	5	7	3	1	0
Klasa średnia	57	60	53	44	35	31	28	5	8	8	4	1	0
Wyższa klasa średnia	45	71	51	55	39	33	37	2	12	9	5	1	0
Klasa wyższa	45	76	60	64	36	37	37	2	9	7	9	0	1
Wizerunek UE													
Pozytywne	57	61	56	47	36	32	29	4	9	7	3	1	0
Neutralny	59	50	52	34	34	28	24	9	6	6	3	0	0
Negatywne	53	53	47	36	31	30	22	10	7	8	4	1	1

2. Aktywne wyszukiwanie informacji o Unii Europejskiej

Większość respondentów korzysta z tradycyjnych mediów (telewizja, radio, prasa pisemna) szukając informacji o UE, jej polityce i jej instytucjach (52 %, brak zmian od zimy 2022–2023), podczas gdy blisko połowa (48 %, +1 punkt procentowy) patrzy na Internet¹⁵.

Dezagregując pozycje wchodzące w skład połączonej kategorii „Internet”, około trzech na dziesięć (31 %, +1 p.p.) wymienia strony informacyjne, podczas gdy blisko dwie na dziesięć (19 %, +1 p.p.) trafiają na internetowe portale społecznościowe. Mniej niż jedna piąta (17 %, bez zmian) odwiedza instytucjonalną i oficjalną stronę internetową, aby szukać informacji na temat UE, jej polityki i jej instytucji, podczas gdy tylko 3 % (bez zmian) opiera się na blogach.

Prawie trzech na dziesięciu (29 %, bez zmian) twierdzi, że szukają tego rodzaju informacji, prowadząc rozmowy z przyjaciółmi, krewnymi lub współpracownikami. Inne źródła są wymienione przez jednego na dwadzieścia lub mniej: książki, broszury i ulotki informacyjne (5 %, bez zmian), (online) konferencje, rozmowy i spotkania (4 %, bez zmian) i telefon (1 %, bez zmian).

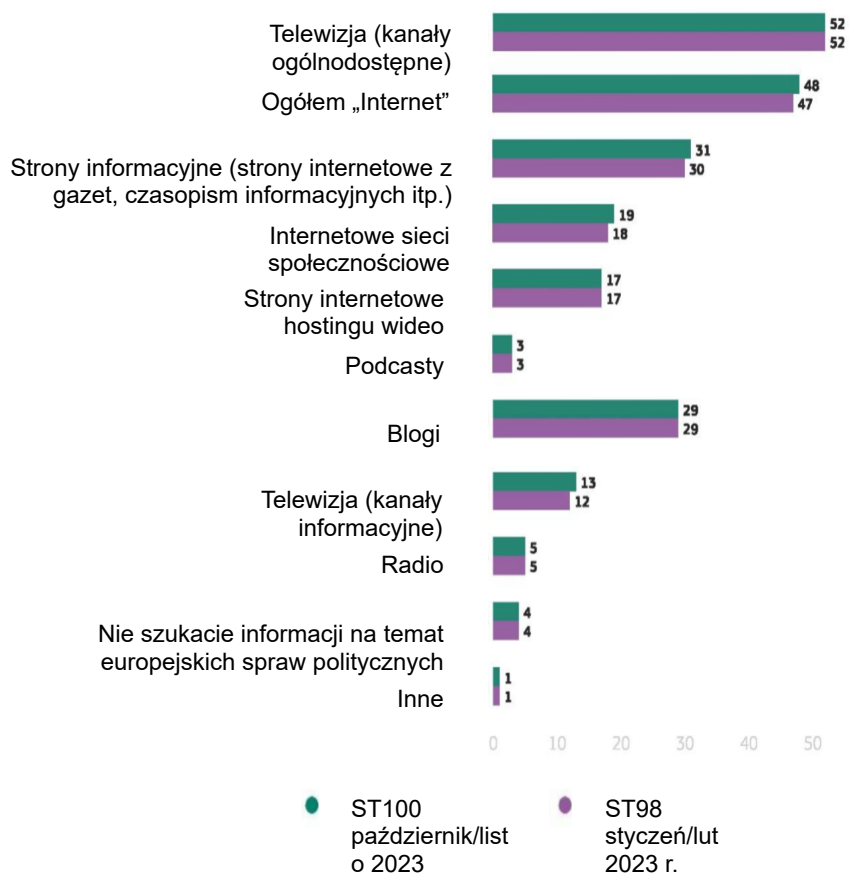
Więcej niż jeden na dziesięć (13 %, +1 p.p.) spontanicznie twierdzi, że nigdy nie szuka takich informacji lub nie jest zainteresowany informacjami o UE¹⁶.

15 Suma „Internet” łączy w sobie wyniki za przedmioty: Strony internetowe informacyjne (strony internetowe z gazet, czasopism informacyjnych, stron internetowych hostingu wideo itp.), internetowe sieci społecznościowe, strony instytucjonalne i oficjalne (strony rządowe itp.) oraz blogi.

16 QE5. Kiedy szukają Państwo informacji o UE, jej polityce, jej instytucjach, z których z poniższych źródeł korzystają Państwo? (MOŻLIWOŚĆ KILKU ODPOWIEDZI)

Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

QE5. Kiedy szukają Państwo informacji o UE, jej polityce, jej instytucjach, z których z poniższych źródeł korzystają Państwo? (MOŻLIWOŚĆ WIELU ODPOWIEDZI) (UE27)(%)



W każdym państwie członkowskim najczęściej wymienianym źródłem informacji o UE jest Internet lub tradycyjne media. Internet zajmuje najwyższe miejsce w 16 krajach, podczas gdy tradycyjne media są najczęściej wymienianym źródłem w dziesięciu krajach. W Luksemburgu te dwa źródła zajmują najwyższe miejsce.

Tradycyjne media (telewizja, radio, prasa pisemna) są wymieniane przez prawie sześć na dziesięć lub więcej w Luksemburgu (63 %), Niemczech (60 %) oraz Danii i Włoszech (zarówno 59 %). Wynosi to 36 % na Malcie i w Estonii i 38 % w Czechach i na Łotwie, które udzieliły tej odpowiedzi. Tradycyjne media są jednym z trzech najczęściej wymienianych źródeł we wszystkich państwach członkowskich UE.

Internet¹⁷ jest najczęściej wymieniany w Holandii (76 %), Szwecji (74 %) i Finlandii (73 %). Na drugim końcu skali 27 % w Rumunii i 31 % w Portugalii szuka informacji na temat UE w Internecie. Internet jest jednym z trzech najczęściej wymienianych źródeł w każdym kraju.

Strona informacyjna jest drugim lub trzecim pod względem rankingu źródłem informacji w 19 krajach. Najczęściej wymienia się je w Szwecji (53 %), Finlandii (48 %) i Holandii (45 %). Z kolei są one najmniej cytowane w Rumunii (12 %) oraz w Bułgarii i Portugalii (po 18 %).

Ponad czterech na dziesięciu w Rumunii (43 %), Grecji i Słowacji (42 %) i Niemczech (41 %) twierdzi, że prowadzi rozmowy z krewnymi, przyjaciółmi lub kolegami w poszukiwaniu informacji na temat UE. Na przeciwnym końcu skali mniej niż jedna piąta wspomina o tym w Estonii, Francji i Irlandii (wszystkie 18 %) oraz w Hiszpanii (19 %). Jest to drugie lub trzecie najczęściej wymieniane źródło w siedmiu krajach.

Internetowe sieci społecznościowe są wybierane wśród preferowanych źródeł informacji o UE o ponad jedną trzecią na Cyprze (37 %) oraz na Łotwie i na Malcie (po 34 %). Cytuje je natomiast 14 % w Słowenii i Portugalii, a 16 % we Francji, na Węgrzech, w Polsce i Rumunii. Internetowe sieci społecznościowe są trzecim najczęściej wymienianym źródłem na Cyprze i, wraz ze stronami informacyjnymi, w Estonii.

Strony instytucjonalne i oficjalne są trzecim najczęściej wymienianym źródłem przez respondentów w Holandii (50 %). Osoby z Finlandii i Szwecji (oba 43 %) są również jednymi z najbardziej skłonnych polegać na nich w celu uzyskania informacji na temat UE. Na drugim końcu widma mniej niż jedna dziesiąta wymienia te strony internetowe w Portugalii (7 %) oraz w Bułgarii, na Węgrzech i w Rumunii (wszystkie 8 %).

Co najmniej jedna dziesiąta w Luksemburgu i Szwecji (11 %) oraz w Danii i Niemczech (po 10 %) twierdzi, że będzie szukać informacji na temat UE w książkach, broszurach i ulotkach informacyjnych.

Tylko na Cyprze (10 %) co najmniej jedna na dziesięć uczestniczy w konferencjach, rozmowach lub spotkaniach (online), podczas gdy 17 % w Grecji korzysta z blogów, a mniej niż jeden na dwadzieścia we wszystkich krajach wymienia telefon.

Co najmniej jeden na dziesięć na 22 państwach członkowskich UE twierdzi, że nigdy nie szuka takich informacji lub nie jest zainteresowany, zwłaszcza w Estonii i Portugalii (zarówno 27 %) oraz na Litwie i w Hiszpanii (po 22 %).

Analiza społeczno-demograficzna pokazuje, że mężczyźni częściej niż kobiety korzystają z Internetu w poszukiwaniu informacji o UE (52 % vs 45 %), a w szczególności korzystają ze stron internetowych zawierających informacje (34 % w porównaniu z 27 %) oraz stron instytucjonalnych i oficjalnych (18 % vs 15 %).

Im starsi respondenci, tym częściej wspominają tradycyjne media (telewizja, radio lub prasa pisemna) (65 % osób w wieku 55 lat lub więcej, w porównaniu z 32 % osób w wieku od 15 do 24 lat), natomiast odwrotnie jest w przypadku Internetu (68 % osób w wieku 15–24 lat, w porównaniu z 31 % osób w wieku 55 lat lub

17 Suma „Internet” łączy w sobie wyniki za przedmioty: Strony internetowe informacyjne (strony internetowe z gazet, czasopism informacyjnych, stron internetowych hostingu wideo itp.), internetowe sieci społecznościowe, strony instytucjonalne i oficjalne (strony rządowe itp.) oraz blogi.

starszych), a w szczególności w przypadku internetowych sieci społecznościowych (39 % vs 9 %) oraz stron internetowych instytucjonalnych i oficjalnych (23 % vs 11 %).

Im dłużej respondent pozostaje w pełnym wymiarze godzin, tym bardziej prawdopodobne jest, że będzie szukał informacji o UE w Internecie (63 % osób, które ukończyły 20 lat lub więcej, w porównaniu z 18 % osób, które zakończyły 15 lat lub mniej). Jest to najbardziej widoczne, jeśli chodzi o strony informacyjne, z których ponad cztery na dziesięć (43 %) osób, które ukończyły edukację w wieku 20 lat lub starszych, wspomina o tym, w porównaniu z około co dziesiątą (11 %) osób, które opuściły 15 lat lub mniej. Odwrotny wzór dotyczy tradycyjnych mediów (telewizja, radio lub prasa pisemna) (62 % osób, które ukończyły edukację w wieku 15 lat lub młodszych, w porównaniu z 52 % osób, które skończyły 20 lat lub więcej).

Osoby samozatrudnione (55 %) i osoby domowe (54 %) najczęściej korzystają z telewizji, radia lub prasy pisemnej, zwłaszcza w odniesieniu do bezrobotnych (40 %). Menedżerowie najczęściej korzystają z Internetu (69 %), zwłaszcza stron informacyjnych (47 %) oraz instytucjonalnych i oficjalnych stron internetowych (29 %), podczas gdy internetowe sieci społecznościowe są najczęściej wykorzystywane wśród bezrobotnych (25 %). Respondenci, którzy nigdy lub prawie nigdy nie mają trudności z płaceniem rachunków, są bardziej prawdopodobni niż ci, którzy przez większość czasu mają trudności z poszukiwaniem informacji o UE w obu tradycyjnych mediach (telewizja, radio, prasa pisemna) (53 % vs 46 %) oraz źródłach internetowych (51 % vs 41 %). Wśród tych ostatnich luka jest największa, jeśli chodzi o strony internetowe informacyjne (34 % w porównaniu z 23 %).

Respondenci, którzy uważają się za należących do wyższej lub wyższej klasy średniej społeczeństwa, są bardziej skłonni niż ci, którzy uważają się za należących do klasy robotniczej, korzystają z Internetu przy poszukiwaniu informacji o UE (69-71 % w porównaniu z 35 %). Różnice te są najbardziej widoczne w odniesieniu do stron internetowych zawierających informacje (46-48 % w porównaniu z 22 %) oraz stron instytucjonalnych i oficjalnych (29-34 % w porównaniu z 9 %).

Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

QE5 Kiedy szukają Państwo informacji na temat UE, jej polityki, jej instytucji, z których z poniższych źródeł korzystają Państwo? (MOŻLIWOŚĆ WIELU ODPOWIEDZI) (% – UE)

	Telewizja (kanały ogólnodostępne)	Ogółem „Internet”	Telewizja (kanały informacyjne)	Strony informacyjne (strony internetowe z gazet, czasopism informacyjnych itp.)	Radio	Interneto we sieci społeczno-sciowe	Prasa pisemna	Nie szukacie informacji na temat europejskich spraw politycznych	Podcasty	Strony internetowe hostingu wideo	Blogi	Inne	Nie wiem
UE-27	52	48	31	29	19	17	13	5	4	3	1	0	1
Płeć													
Człowiek	52	52	34	28	19	18	12	5	5	3	1	0	1
Kobieta	53	45	27	29	19	15	14	5	4	3	1	0	1
Wiek													
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
Edukacja (koniec)													
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
Nadal studiuje	32	71	43	30	38	28	12	7	7	5	3	0	0
Kategoria społeczno-zawodowa													
Samozatrudniony	55	59	39	32	22	20	9	7	7	5	1	0	1
Zarządcy	51	69	47	31	20	29	6	8	6	4	1	0	1
Pozostałe białe kolnierze	51	56	34	30	22	19	9	4	6	4	1	0	1
Pracownicy ręczni	49	48	29	27	21	13	14	3	3	3	1	0	1
Osoby domowe	54	31	20	28	14	9	24	2	3	1	1	0	0
Bezrobotny	40	48	26	22	25	14	22	3	2	3	1	0	1
Emerytowany	67	26	17	27	6	9	15	6	2	1	1	0	1
Studenci	32	71	43	30	38	28	12	7	7	5	3	0	0
Trudności z płaceniem rachunków													
Przez większość czasu	46	41	23	28	20	10	21	4	4	3	1	0	1
Od czasu do czasu	52	44	25	30	21	14	14	4	5	4	1	0	1
Prawie nigdy/Nigdy	53	51	34	28	18	19	11	6	4	2	1	0	1
Zalóżmy, że należymy do													
Klasa robotnicza	49	35	22	24	15	9	23	2	2	2	1	0	2
Niższa klasa średnia	52	43	24	29	20	12	14	5	4	3	1	0	1
Klasa średnia	54	53	34	30	20	19	9	6	5	3	1	0	1
Wyższa klasa średnia	52	69	46	31	22	34	5	9	8	5	1	0	0
Klasa wyższa	53	71	48	35	25	29	2	8	9	8	1	0	2
Wizerunek UE													
Pozytywne	57	56	36	32	21	20	8	6	5	3	1	0	0
Neutralny	50	43	26	27	17	14	16	4	4	3	1	0	1
Negatywne	47	44	26	26	20	14	17	4	4	3	1	0	1

IV. Opinie w sprawie pluralizmu i niezależności mediów krajowych



1. Pluralizm w mediach krajowych

Zdecydowana większość uważa, że ich krajowe media zapewniają różnorodność poglądów i opinii.

Blisko siedmiu na dziesięciu respondentów (69 %, -1 punkt procentowy od zimy 2021–2022) twierdzi, że ich krajowe media zapewniają różnorodność poglądów i opinii, przy czym prawie co piąty (19 %, -1 p.p.) uważa, że jest to „ostatecznie” przypadek. I odwrotnie, ponad jedna czwarta (27 %, +1 p.p.) daje negatywną odpowiedź, w tym mniej niż jedną na dziesięć (8 %, bez zmian), która mówi „nie, nie w ogóle”, a 3 % (bez zmian) twierdzi, że nie wie¹⁸.

Dane te utrzymują się na stałym poziomie od czasu ostatniego zadawania tego pytania zimą 2021–2022 (EB96).

QE7. W odniesieniu do każdego z poniższych stwierdzeń proszę podać, w jakim stopniu odpowiadają one sytuacji mediów (narodowości) (UE27) (%)
(Narodowość) media zapewniają różnorodność poglądów i opinii



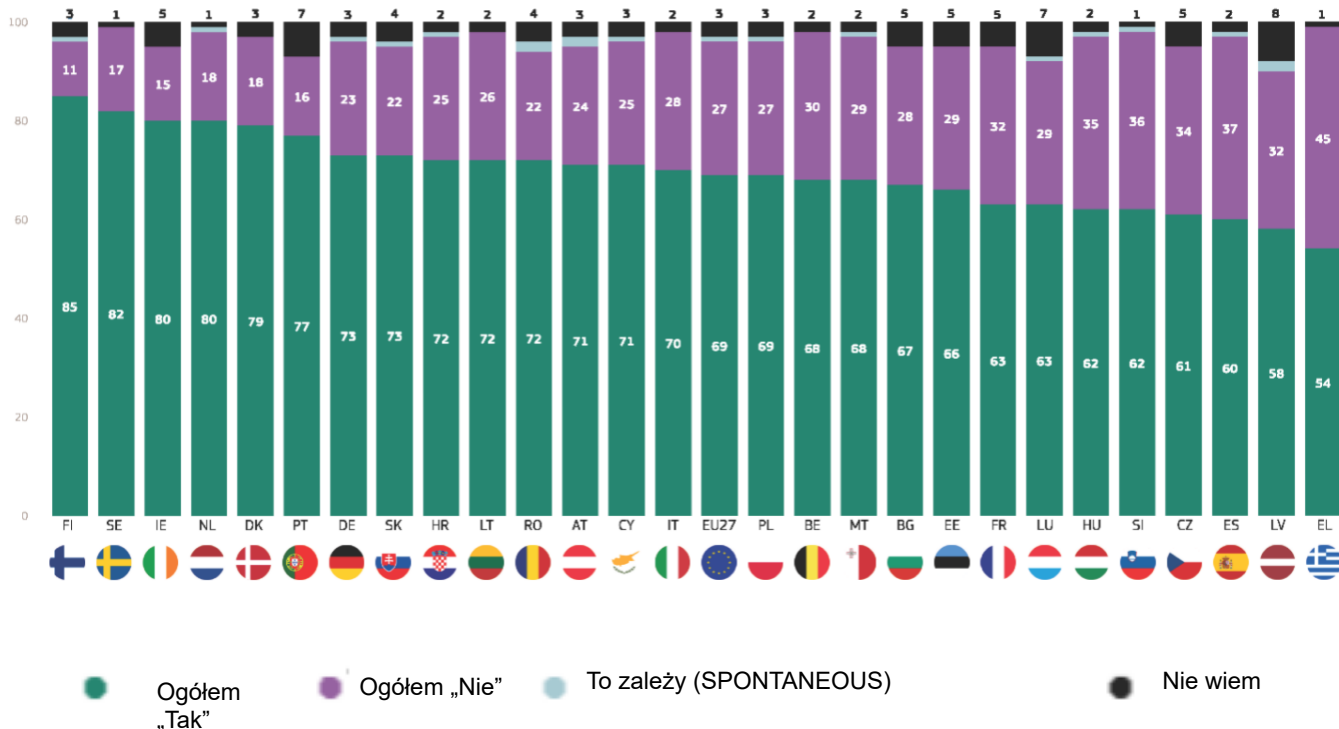
¹⁸ QE7. W odniesieniu do każdego z poniższych stwierdzeń proszę podać, w jakim stopniu odpowiadają one sytuacji mediów (narodowości). 2) (narodowość) media zapewniają różnorodność poglądów i opinii.

Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

Bezwzględna większość we wszystkich państwach członkowskich UE uważa, że ich krajowe media zapewniają różnorodność poglądów i opinii. Odsetek ten waha się od co najmniej ośmiu na dziesięciu w Finlandii (85 %), Szwecji (82 %) i Irlandii i Niderlandach (zarówno 80 %), do sześciu na dziesięciu lub mniej w Grecji (54 %), na Łotwie (58 %) i w Hiszpanii (60 %).

W 14 krajach respondenci są bardziej skłonni niż w zimie 2021–2022 sądzić, że ich krajowe media prezentują różnorodne poglądy i opinie, zwłaszcza w Polsce (69 %, +8 punktów procentowych), Słowacji (73 %, +7 p.p.) i Słowenii (62 %, +7 p.p.). Odsetek respondentów zmniejszył się w 12 krajach, przy czym największy spadek odnotowano w Estonii (66 %, -13 p.p.), Czechach (61 %, -13 p.p.) i Niemczech (73 %, -7 p.p.). W Austrii nie odnotowano żadnych zmian (71 %).

QE7.2. W odniesieniu do każdego z poniższych stwierdzeń proszę podać, w jakim stopniu odpowiadają one sytuacji mediów (NATIONALITY) lub nie, zapewniają różnorodność poglądów i opinii (%)



Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

QE7.2 W odniesieniu do każdego z poniższych stwierdzeń proszę podać, w jakim stopniu odpowiadają one sytuacji mediów (NATIONALITY) lub nie zapewniają różnorodności poglądów i opinii (%)

		UE-27	PL	SI	SK	SE	IE	EL	LV	MT	ES	HR	LT	BA DZ	BG	FI	PR ZY	FR	IT	LU	HU	PT	CY	NL	DK	RO	DE	CZ	EE	
Tak, zdecydowanie	Październik/ listo 2023 r.	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 maj/czerwiec 2023 r.	▼1	▲4	▲3	▲2	▲4	▼4	▼2	▲1	▲3	▼1	=	=	▼1	▼1	▲3	▲2	▲1	▼2	▲3	=	▼5	▲2	=	=	=	▼9	▼4	▼13	
Tak, w pewnym stopniu	Październik/ listo 2023 r.	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 maj/czerwiec 2023 r.	=	▲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	=	
Nie, nie tak naprawdę	Październik/ listo 2023 r.	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 maj/czerwiec 2023 r.	▲1	▼2	▼2	▼2	▼1	▼3	=	▼5	▲1	▼1	▼2	=	▼1	=	▼3	▼1	=	▲2	▼1	=	▲2	=	▲3	=	▲6	▲6	▲2	▲3	
Nie, wcale nie	Październik/ listo 2023 r.	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 maj/czerwiec 2023 r.	=	▼5	▼3	▼3	▼4	▼3	▼3	▼3	▼2	▲1	▼2	=	=	▲2	▼1	=	▲1	▲1	▼3	▲1	▼1	▲4	▼2	▲2	=	▼1	▲6	▲5	
To zależy (SPONTANEOUS)	Październik/ listo 2023 r.	1	1	1	1	0	0	0	2	1	1	1	1	0	0	0	1	2	0	0	1	1	0	1	1	0	2	1	0	0
	Δ maj/czerwiec 2023 r.	=	=	=	▼1	▼1	=	=	▲2	▼1	=	▲1	▼1	▼1	▼1	▲1	=	=	▼1	▲1	=	▼1	=	▲1	=	▲1	▲1	=	=	
Nie wiem	Październik/ listo 2023 r.	3	3	1	4	1	5	1	8	2	2	2	2	2	2	5	3	3	5	2	7	2	7	3	1	3	4	3	5	5
	Δ maj/czerwiec 2023 r.	=	▼1	▼2	▼1	=	▲1	=	▲3	▼1	▼2	▲1	▼1	▲1	▼2	▲2	▲1	=	▼1	▲4	=	▲1	▼2	=	▲2	▼2	▲1	▲5	▲5	
Ogółem „Tak”	Październik/ listo 2023 r.	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 maj/czerwiec 2023 r.	▼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	▼13	
Ogółem „Nie”	Październik/ listo 2023 r.	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 maj/czerwiec 2023 r.	▲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	

Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

Analiza społeczno-demograficzna nie ujawnia żadnych istotnych różnic pod względem płci w proporcjach, które uważają, że ich krajowe media zapewniają różnorodność poglądów i opinii. Niemniej jednak nadal można zaobserwować następujące elementy:

Najstarsi respondenci w wieku 55 lat lub więcej (71 %) są najbardziej skłonni do zachowania tego poglądu, zwłaszcza w porównaniu z osobami w wieku 15–39 lat (65 %).

Ci, którzy ukończyli naukę w pełnym wymiarze godzin w wieku 20 lat lub starszych (71 %) są nieco bardziej skłonni niż ci, którzy odeszli w wieku 15 lat lub wcześniej (67 %) uważają, że ich krajowe media zapewniają różnorodność poglądów i opinii.

Najbardziej prawdopodobne jest udzielenie tej odpowiedzi przez menedżerów (73 proc.), zwłaszcza w porównaniu z osobami bezrobotnymi (55 %).

Im mniejsze trudności finansowe mają respondenci, tym bardziej prawdopodobne jest, że ich krajowe media prezentują różnorodne poglądy i opinie. Na przykład 71 % tych, którzy nigdy lub prawie nigdy nie mają trudności z zapłaceniem rachunków, twierdzi to, w porównaniu z 60 % tych, którzy mają trudności z tym przez większość czasu.

QE7.2 W odniesieniu do każdego z poniższych stwierdzeń proszę podać, w jakim stopniu odpowiada ono sytuacji mediów (narodowości): (Narodowość) media zapewniają różnorodność poglądów i opinii (% – UE)

	Ogółem „Tak”	Ogółem „Nie”	Nie wiem
UE-27	69	27	3
Płeć			
Człowiek	69	28	3
Kobieta	69	27	3
Wiek			
15-24	65	30	4
25-39	65	31	3
40-54	69	29	2
55 +	71	24	4
Edukacja (koniec)			
15—	67	26	6
16-19	68	29	3
20+	71	28	1
Nadal studiuje	68	27	4
Kategoria społeczno-zawodowa			
Samozatrudniony	71	27	2
Zarządcy	73	26	1
Pozostałe białe kołnierze	67	29	3
Pracownicy ręczni	68	29	3
Osoby domowe	68	25	7
Bezrobotny	55	40	3
Emerytowany	71	24	4
Studenci	68	27	4
Trudności z płaceniem rachunków			
Przez większość czasu	60	35	4
Od czasu do czasu	67	30	3
Prawie nigdy/Nigdy	71	26	3
Założmy, że należymy do			
Klasa robotnicza	64	29	6
Niższa klasa średnia	67	30	3
Klasa średnia	71	26	2
Wyższa klasa średnia	75	24	1
Klasa wyższa	69	28	2
Wizerunek UE			
Pozytywne	78	20	2

Neutralny	67	28	4
Negatywne	50	46	3

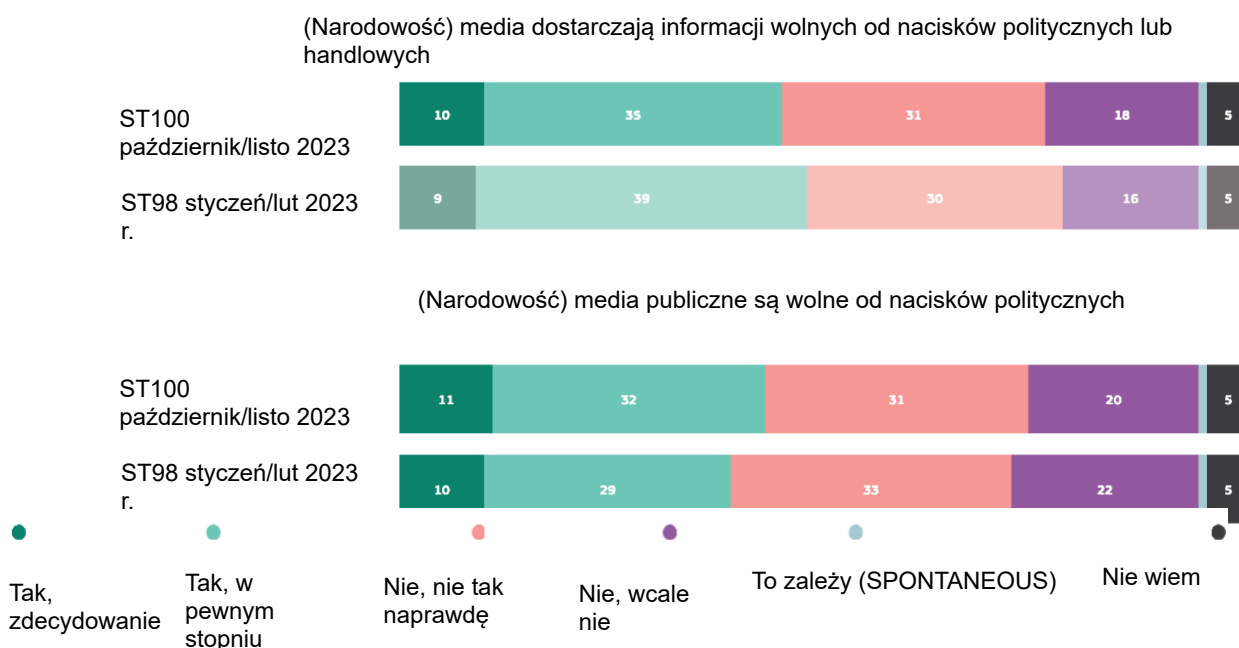
2. Niezależność mediów narodowych

Większość uważa, że ich krajowe media nie dostarczają informacji, które są wolne od nacisków handlowych lub politycznych.

Ponad czterech na dziesięciu respondentów (45 %) twierdzi, że ich krajowe media dostarczają informacji wolnych od nacisków politycznych lub handlowych, w tym co dziesiąty, który uważa, że jest to „ostatecznie” sprawa. Jednak nieco mniej niż połowa (49 %) uważa, że informacje dostarczane przez krajowe media nie są wolne od tego rodzaju presji, a prawie co piąty (18 %) twierdzi, że tak jest „w ogóle”. Jeden na dwudziestu twierdzi, że nie wie¹⁹.

W związku z pięcioprocentowym wzrostem liczby punktów procentowych między zimą 2021–2022 a zimą 2022–2023 odsetek respondentów, którzy uważają, że ich krajowe media dostarczają informacji wolnych od presji politycznej lub handlowej, spadł w obecnym badaniu o trzy punkty procentowe. I odwrotnie, odsetek tych, którzy uważają, że jest odwrotnie, wzrósł o trzy punkty procentowe.

OE7. W odniesieniu do każdego z poniższych stwierdzeń proszę podać, w jakim stopniu odpowiadają one sytuacji mediów (narodowości) (UE27) (%)



¹⁹ QE7. W odniesieniu do każdego z poniższych stwierdzeń proszę podać, w jakim stopniu odpowiadają one sytuacji mediów (narodowości). 3) (narodowość) media dostarczają informacji wolnych od nacisków politycznych lub handlowych.

Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

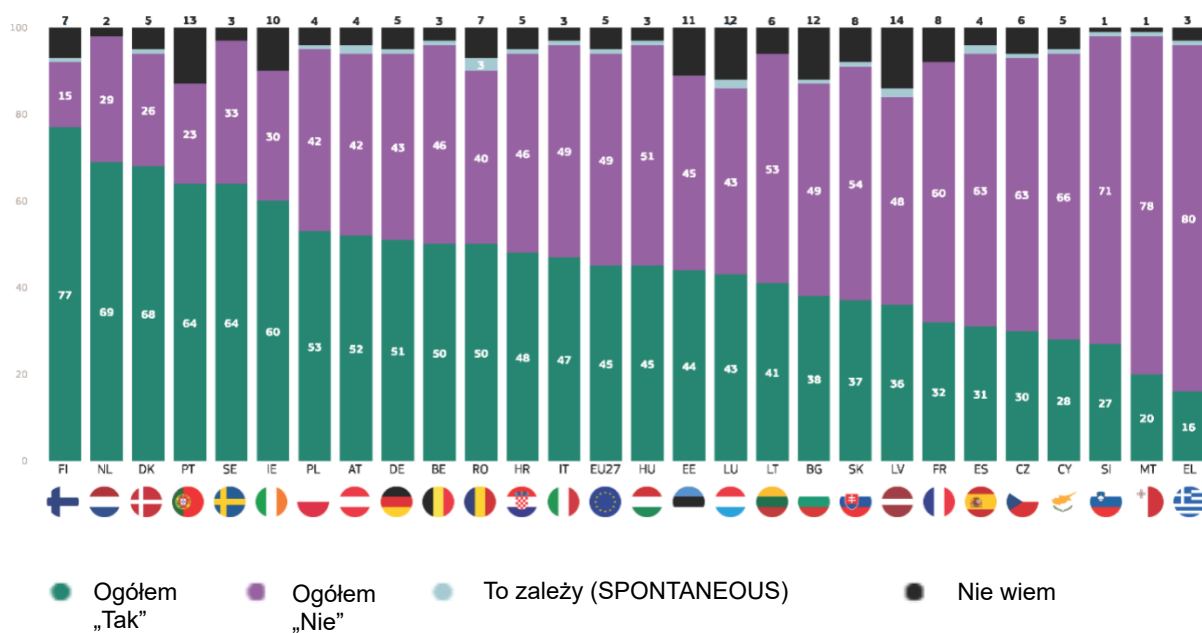
W 12 państwach członkowskich UE większość respondentów uważa, że media w ich kraju przekazują informacje wolne od nacisków politycznych lub handlowych (w porównaniu z 14 w zimie 2022–2023), w szczególności w Finlandii (77 %), Holandii (69 %) i Danii (68 %).

Jest to pogląd mniejszości w 14 krajach, przy czym respondenci w Grecji (16 %), Malcie (20 %) i Słowenii (27 %) są najmniej skłonni udzielić pozytywnej odpowiedzi. Opinie są podzielone w Luksemburgu (43 % „tak” wobec 43 % „nie”).

Od zimy 2022–2023 respondenci w 21 z 27 państw członkowskich UE są obecnie mniej skłonni sądzić, że ich krajowe media dostarczają informacji wolnych od nacisków politycznych lub handlowych. Spadek o co najmniej dziesięć punktów procentowych odnotowano na Malcie (20 %, -20 p.p.), Luksemburgu (43 %, -14 p.p.), na Cyprze (28 %, -12 p.p.), Belgii (50 %, -10 p.p.) i na Łotwie (36 %, -10 p.p.). Odsetek ten wzrósł o 12 punktów procentowych w Polsce (53 %) i o trzy punkty procentowe w Chorwacji (48 %) i na Słowacji (37 %), natomiast w Portugalii odnotowano niewielki wzrost (64 %, +1 p.p.). Liczba ta pozostała niezmienną na Węgrzech (45 %) i na Litwie (41 %).

Pogląd, że krajowe media dostarczają informacji wolnych od nacisków politycznych i handlowych, stał się obecnie pozycją większościową w Chorwacji i Polsce. Jest to natomiast pogląd mniejszościowy w Estonii, Włoszech i na Łotwie, podczas gdy opinia została podzielona w Luksemburgu.

QE7.3. W odniesieniu do każdego z poniższych stwierdzeń proszę podać, w jakim stopniu odpowiadają one sytuacji mediów (NATIONALITY) lub nie zawierają informacji wolnych od nacisków politycznych lub handlowych (%)



Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

QE7.3 W odniesieniu do każdego z poniższych stwierdzeń proszę podać, w jakim stopniu odpowiadają one sytuacji mediów (NATIONALITY) lub nie zawierają informacji wolnych od nacisków politycznych lub handlowych (%)

	UE-27	PL	HR	SK	PT	LT	HU	BG	DE	FR	RO	CZ	DK	NL	PRZY	SE	EE	EL	IT	SI	FI	IE	ES	BADZ	LV	CY	LU	MT	
Ogółem „Tak”	Październik k/łisto 2023 r.	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 maj/czerwiec 2023 r.	▲1	▲3	▲2	=	▲1	=	▲6	▲1	▲1	▲3	▲2	▼1	▼6	▲1	▲4	▼5	▲1	▲1	▲3	▼1	▼5	▼3	▼2	▼2	▼2	=	=	▼20
Ogółem „Nie”	Październik k/łisto 2023 r.	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 maj/czerwiec 2023 r.	▼4	▲9	▲1	▲3	=	=	▼6	▼2	▼2	▼4	▼4	▼2	▲3	▼4	▼7	▲2	▼6	▼6	▼8	▼4	=	▼5	▼7	▼8	▼8	▼12	▼14	=
Tak, zdecydowanie	Październik k/łisto 2023 r.	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 maj/czerwiec 2023 r.	▲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
Tak, w pewnym stopniu	Październik k/łisto 2023 r.	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 maj/czerwiec 2023 r.	▲2	▼2	▼4	▼9	▼1	▼2	=	▼1	▼1	▲1	=	▲1	=	=	▼1	▼2	▲1	▲6	▲5	▲5	=	=	▲7	▲3	▲6	▲8	▲2	▲13
Nie, nie tak naprawdę	Październik k/łisto 2023 r.	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 maj/czerwiec 2023 r.	=	▼2	=	=	▼1	=	▲1	▼1	=	▼1	▲2	=	▲1	▼1	▲1	=	▼1	▲1	=	▼1	=	▼1	▲2	=	▲1	▲1	▲1	▲1
Nie, wcale nie	Październik k/łisto 2023 r.	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 maj/czerwiec 2023 r.	=	=	▲2	=	▼4	▲1	=	▲2	=	▼1	=	▲3	=	=	=	▲2	▲1	▲2	▼1	▼3	▲3	▲4	=	▲1	▲3	▼1	=	=
To zależy (SPONTANEO US)	Październik k/łisto 2023 r.	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 maj/czerwiec 2023 r.	▼3	▲12	▲3	▲3	▲1	=	=	▼1	▼1	▼1	▼2	▼3	▼3	▼3	▼3	▼3	▼5	▼5	▼5	▼5	▼5	▼5	▼8	▼9	▼10	▼10	▼12	▼14
Nie wiem	Październik k/łisto 2023 r.	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 maj/czerwiec 2023 r.	▲3	▼10	▼5	▼3	▲4	▼1	▼1	=	▲1	▲3	=	=	▲2	▲4	▲2	▲1	▲5	▲2	▲6	▲9	▲2	▲5	▲7	▲9	▲6	▲12	▲13	▲19

Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

Dane społeczno-demograficzne pokazują, że chociaż wyniki są spójne ze względu na płeć i grupy wiekowe, istnieją wyraźne różnice w zakresie edukacji. Respondenci, którzy ukończyli naukę w pełnym wymiarze godzin w wieku 20 lat lub starszych (47 %) są bardziej skłonni niż ci, którzy ukończyli 15 lat lub mniej (40 %) uważają, że ich krajowe media dostarczają informacji wolnych od nacisków politycznych lub handlowych.

Większość menedżerów (52 %) twierdzi, że krajowe media zapewniają informacje wolne od nacisków politycznych lub handlowych, podczas gdy około jedna trzecia (34 %) robi to wśród bezrobotnych. Respondenci, którzy przez większość czasu mają trudności z płaceniem rachunków (37 %) są mniej skłonni do udzielenia tej odpowiedzi niż ci, którzy od czasu do czasu mają trudności lub rzadziej (45-47 %). Podobnie ci, którzy uważają się za należących do klasy robotniczej (37 %) są mniej skłonni do tego niż ci, którzy uważają się za należących do klasy średniej (49 %), wyższej klasy średniej (55 %) lub wyższej klasy (48 %).

QE7.3 W odniesieniu do każdego z poniższych stwierdzeń proszę podać, w jakim stopniu odpowiada ono sytuacji mediów (narodowości): (Narodowość) media dostarczają informacji wolnych od nacisków politycznych lub handlowych (% – UE)

	Ogółem „Tak”	Ogółem „Nie”	Nie wiem
UE-27	45	49	5
Płeć			
Człowiek	46	49	4
Kobieta	45	48	6
Wiek			
15-24	46	44	8
25-39	46	48	5
40-54	46	49	4
55 +	44	49	6
Edukacja (koniec)			
15—	40	49	9
16-19	44	50	5
20+	47	49	3
Nadal studiuje	49	42	7
Kategoria społeczno-zawodowa			
Samozatrudniony	43	54	3
Zarządcy	52	45	2
Pozostałe białe kołnierze	46	49	4
Pracownicy ręczni	46	48	5
Osoby domowe	44	46	9
Bezrobotny	34	58	7
Emerytowany	44	49	6
Studenci	49	42	7
Trudności z płaceniem rachunków			
Przez większość czasu	37	55	6
Od czasu do czasu	45	48	6
Prawie nigdy/Nigdy	47	47	5
Zalóżmy, że należymy do			
Klasa robotnicza	37	52	9
Niższa klasa średnia	43	51	5
Klasa średnia	49	47	3
Wyższa klasa średnia	55	43	2
Klasa wyższa	48	43	8
Wizerunek UE			
Pozytywne	55	40	4

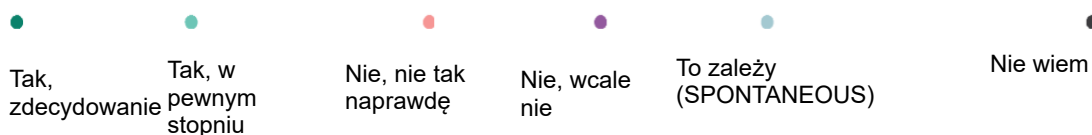
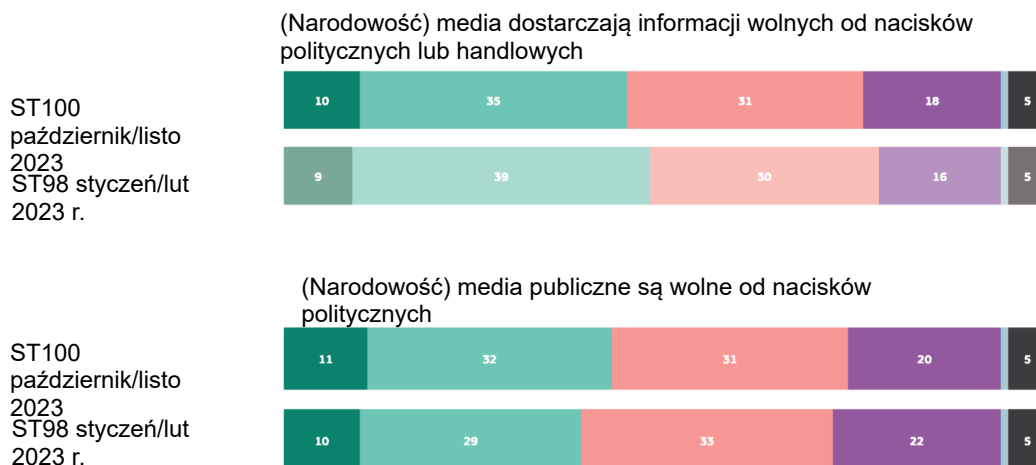
Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

Neutralny	43	49	6
Negatywne	29	66	4

Większość twierdzi, że ich krajowe media publiczne nie są wolne od nacisków politycznych.

Ponad czterech na dziesięciu respondentów (43 %, +4 punkty procentowe od zimy 2021–2022) twierdzi, że ich krajowe media publiczne są wolne od presji politycznej, przy czym około jeden na dziesięciu (11 %, +1 p.p.) uważa, że jest to „ostatecznie” przypadek. Niemniej jednak większość (51 %, -4 p.p.) uważa, że jest odwrotnie, w tym co piąty (-2 p.p.), który twierdzi, że krajowe media publiczne „w ogóle” nie są wolne od nacisków politycznych. Jeden na dwadzieścia (bez zmian) twierdzi, że nie wie²⁰.

QE7. W odniesieniu do każdego z poniższych stwierdzeń proszę podać, w jakim stopniu odpowiadają one sytuacji mediów (narodowości) (UE27) (%)

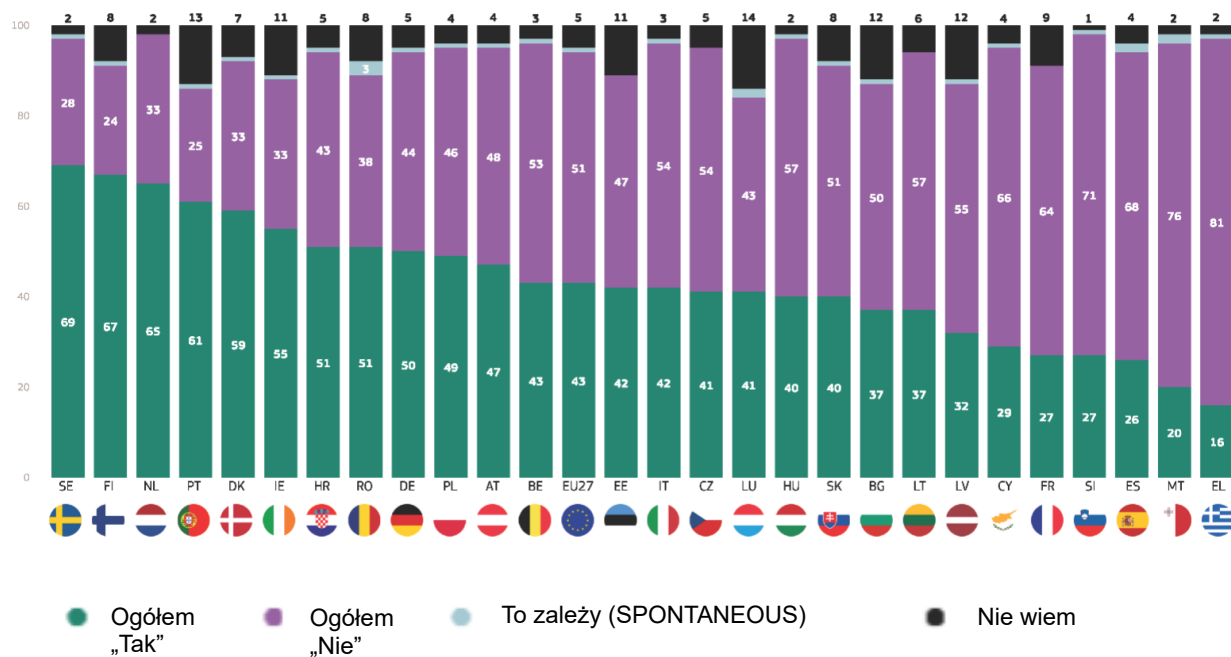


20 QE7. W odniesieniu do każdego z poniższych stwierdzeń proszę podać, w jakim stopniu odpowiadają one sytuacji mediów (narodowości). 4) (narodowość) media publiczne są wolne od nacisków politycznych.

Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

W dziesięciu krajach większość wskazuje, że krajowe media publiczne są wolne od nacisków politycznych, zwłaszcza w Szwecji (69 %), Finlandii (67 %) i Holandii (65 %). Mniejszość uważa w ten sposób mniejszość w pozostałych 17 państwach członkowskich UE, przy czym najniższy odsetek zaobserwowano w Grecji (16 %), na Malcie (20 %) i w Hiszpanii (26 %).

QE7.4. W odniesieniu do każdego z poniższych oświadczeń proszę podać, w jakim stopniu odpowiadają one sytuacji mediów (narodowości):- (NATIONALITY) media publiczne są wolne od nacisków politycznych (%)



Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

W 18 państwach członkowskich UE odsetek respondentów, którzy uważają, że ich krajowe media publiczne są wolne od presji politycznej, wzrósł od zimy 2021–2022, przy czym największy wzrost odnotowano w Polsce (49 %, +15 punktów procentowych), Szwecji (69 %, +9 p.p.) i Bułgarii (37 %, +9 p.p.). W ośmiu państwach respondenci są mniej skłonni do udzielenia tej odpowiedzi niż zimą 2021–2022. Dotyczy to w szczególności respondentów w Estonii (42 %, -21 p.p.), a także w Danii (59 %, -9 p.p.) i Luksemburgu (41 %, -9 p.p.). Na Malcie nie było żadnych zmian (20 %)

Pogląd, że krajowe media publiczne są wolne od nacisków politycznych, jest obecnie pozycją większościową w Chorwacji i Polsce. Z drugiej strony jest to pogląd mniejszościowy w Estonii i Luksemburgu.

QE7.4 W odniesieniu do każdego z poniższych stwierdzeń proszę podać, w jakim stopniu odpowiadają one sytuacji mediów publicznych (NATIONALITY) lub nie są wolne od nacisków politycznych (%)

		UE-27	▲	L	BG	SE	HR	CY	LV	LT	FR	NL	PR ZY	ES	EL	IT	FI	BA DŻ	DE	IE	HU	MT	▲	T	SK	SI	RO	CZ	DK	LU	EE
Ogółem „Tak”	Październik/ listo 2023 r.	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 maj/czerwiec 2023 r.	▲1	▲5	▲4	▲3	▼2	▲3	▲2	=	=	=	▲2	=	▲1	=	▲3	▲3	▼2	▼2	▲1	▲1	▼3	=	=	▼1	=	▼2	▲1	▼13		
Ogółem „Nie”	Październik/ listo 2023 r.	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 maj/czerwiec 2023 r.	▲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	▼8		
Tak, zdecydowa nie	Październik/ listo 2023 r.	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 maj/czerwiec 2023 r.	▼2	▼1	▼4	▼3	▼2	▼4	▼7	▼5	▼2	▲3	▼2	▼3	▼8	▼3	▼4	▲4	▼1	▼3	=	▼13	▲2	▲9	▲9	▲5	=	▲2	▲3	▲6		
Tak, w pewnym stopniu	Październik/ listo 2023 r.	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 maj/czerwiec 2023 r.	▼2	▼14	=	▼6	▼4	=	▼6	=	▼4	▼5	▼3	▲1	▲6	▲3	▼3	▼6	=	▼2	▼1	▲13	▼4	▼5	=	▲1	▲3	▲2	▼4	▲4		
Nie, nie tak naprawdę	Październik/ listo 2023 r.	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	3	0	1	2	0
	Δ maj/czerwiec 2023 r.	=	=	▼1	=	▼1	▲1	▲1	▼1	=	▼1	▼1	▲1	=	=	▲1	=	=	▲1	▲1	=	▼1	▼2	▼2	▲1	=	▲1	▲2	=		
Nie, wcale nie	Październik/ listo 2023 r.	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 maj/czerwiec 2023 r.	=	=	▼4	=	▲1	▼3	▲6	=	▲1	▼1	▲2	▼2	=	▼2	▲4	▲1	=	▲3	▼1	=	▲4	▼1	▼3	▼2	▲5	▲4	▲8	▲11		
To zależy (SPONTAN EOUS)	Październik/ listo 2023 r.	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 maj/czerwiec 2023 r.	▲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		
Nie wiem	Październik/ listo 2023 r.	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 maj/czerwiec 2023 r.	▼4	▼15	▼4	▼9	▼6	▼4	▼13	▼5	▼6	▼2	▼5	▼2	▼2	=	▼7	▼2	▼1	▼5	▼1	=	▼2	▲4	▲9	▲6	▲3	▲4	▼1	▲10		

Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

Analiza społeczno-demograficzna nie wykazuje znaczącej różnicy pod względem płci. W różnych grupach wiekowych najstarsi respondenci w wieku 55 lat lub więcej (40 %) są nieco mniej skłonni niż ich młodszy odpowiednicy (43-44 %) uważają, że ich krajowe media publiczne są wolne od nacisków politycznych.

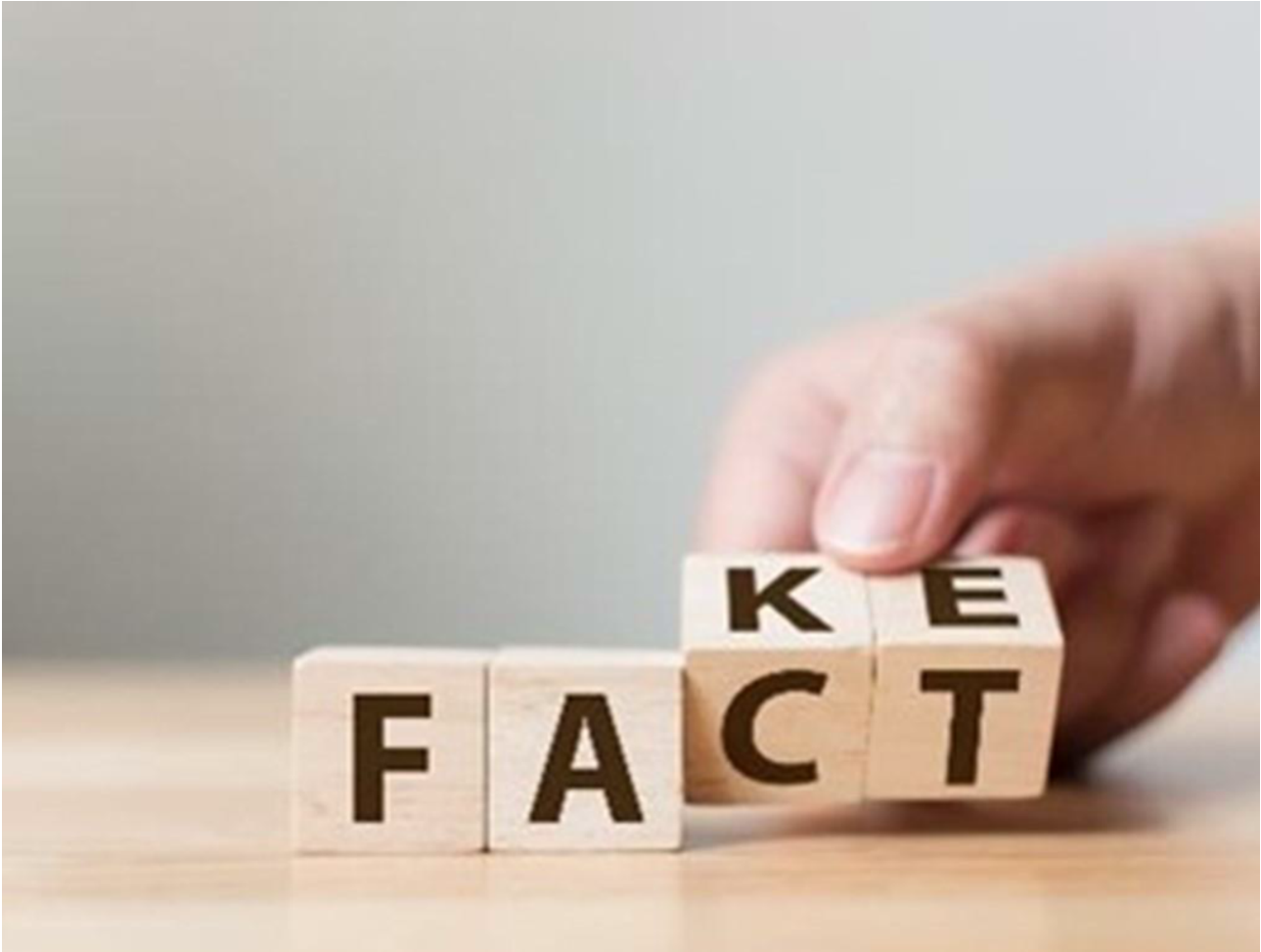
Nieco bardziej wyraźne są różnice pod względem poziomu wykształcenia, przy czym 44 % osób, które ukończyły kształcenie w pełnym wymiarze godzin w wieku 20 lat lub starszych, którzy twierdzą, że ich krajowe media publiczne są wolne od nacisków politycznych, w porównaniu z 38 % osób, które zakończyły studia w wieku 15 lat lub młodszych.

Jeśli chodzi o kategorie społeczno-zawodowe, połowa menedżerów uważa, że ich krajowe media publiczne są wolne od nacisków politycznych, podczas gdy trzy na dziesięć osób bezrobotnych. Respondenci, którzy nigdy lub prawie nigdy nie mieli trudności z zapłaceniem rachunków (44 %) są najbardziej skłonni do zachowania tego poglądu, zwłaszcza w porównaniu z tymi, którzy przez większość czasu mają trudności (34 %). Podobnie respondenci, którzy uważają się za należących do wyższej klasy średniej (53 %) lub wyższej (48 %) społeczności, najczęściej udzielają tej odpowiedzi, zwłaszcza w porównaniu z tymi, którzy uważają się za należących do klasy robotniczej (35 %).

QE7.4 W odniesieniu do każdego z poniższych stwierdzeń proszę podać, w jakim stopniu odpowiada ono sytuacji mediów (narodowości): Media publiczne są wolne od presji politycznej (% – UE)

	Ogółem „Tak”	Ogółem „Nie”	Nie wiem
UE-27	43	51	5
Płeć			
Człowiek	42	53	4
Kobieta	43	50	6
Wiek			
15-24	44	48	7
25-39	44	51	4
40-54	43	52	4
55 +	40	53	6
Edukacja (koniec)			
15—	38	51	9
16-19	41	53	5
20+	44	52	3
Nadal studiuje	46	46	7
Kategoria społeczno-zawodowa			
Samozatrudniony	42	54	3
Zarządcy	50	47	3
Pozostałe białe kołnierze	42	53	4
Pracownicy ręczni	42	52	5
Osoby domowe	42	47	9
Bezrobotny	30	63	6
Emerytowany	40	52	7
Studenci	46	46	7
Trudności z płaceniem rachunków			
Przez większość czasu	34	59	6
Od czasu do czasu	41	52	6
Prawie nigdy/Nigdy	44	50	5
Założmy, że należymy do			
Klasa robotnicza	35	54	9
Niższa klasa średnia	39	55	5
Klasa średnia	45	50	4
Wyższa klasa średnia	53	44	2
Klasa wyższa	48	44	7
Wizerunek UE			
Pozytywne	52	43	4
Neutralny	39	53	7

V. Europejczycy i fałszywe wiadomości



Duża większość zgadza się, że wiadomości lub informacje, które są fałszywe lub błędnie przedstawiają rzeczywistość, są problemem w ich kraju i dla demokracji w ogóle.

Respondenci zostali zapytani o to, w jakim stopniu zgodzili się lub nie zgodzili się z czterema stwierdzeniami na temat wiadomości lub informacji, które wprowadzają w błąd lub są fałszywe²¹. Ogólnie wyniki utrzymują się na stałym poziomie od zimy 2022–2023.

Około ośmiu na dziesięciu (81 %, brak zmian od zimy 2022–2023) zgadza się, że istnienie wiadomości lub informacji, które wprowadzają w błąd lub są fałszywe, jest problemem dla demokracji w ogóle, a około czterech na dziesięciu „całkowicie się zgadza” (38 %, brak zmian). Więcej niż jeden na dziesięć (13 %, -1 punkt procentowy) nie zgadza się.

Ponad trzy czwarte (77 %, +1 p.p.) zgadza się, że istnienie wiadomości lub informacji, które wprowadzają w błąd lub są fałszywe, jest problemem w ich kraju, w tym około trzech na dziesięć (31 %, -1 p.p.) twierdzących, że „całkowicie się zgadzają”. Mniej niż jeden na pięciu (17 %, -1 p.p.) nie zgadza się z tym stwierdzeniem.

Ponad dwie trzecie (68 %, -1 p.p.) zgadza się, że często natrafiają na wiadomości lub informacje, które uważają za fałszywe lub nawet fałszywe, w tym 21 % (-1 p.p.), którzy „całkowicie zgadzają się” z tym stwierdzeniem. Ponad jedna czwarta (27 %, +1 p.p.) się nie zgadza.

Sześć na dziesięć (-1 p.p.) zgadza się, że łatwo jest zidentyfikować wiadomości lub informacje, które uważają za fałszywe lub nawet fałszywe, przy czym 16 % (-2 p.p.) zgadza się z tym stwierdzeniem. Ponad jedna trzecia (35 %, +1 p.p.) się nie zgadza.

21 QE8. Czy całkowicie się zgadzasz, masz tendencję do wyrażania zgody, nie zgadzasz się lub całkowicie nie zgadzasz się z każdym z poniższych stwierdzeń? 1) Często spotykasz się z wiadomościami lub informacjami, które uważasz za fałszywe lub nawet fałszywe; 2) Łatwo jest zidentyfikować wiadomości lub informacje, które uważasz za fałszywe lub nawet fałszywe; 3) Istnienie wiadomości lub informacji, które wprowadzają w błąd lub są fałszywe, jest problemem w naszym kraju; 4) Istnienie wiadomości lub informacji, które błędnie przedstawiają rzeczywistość lub są nawet fałszywe, jest problemem dla demokracji w ogóle.

Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

QE8. Czy całkowicie się zgadzasz, masz tendencję do wyrażania zgody, nie zgadzasz się lub całkowicie nie zgadzasz się z każdym z poniższych stwierdzeń? (UE27) (%)

Istnienie wiadomości lub informacji, które błędnie przedstawiają rzeczywistość, a nawet są fałszywe, jest problemem dla demokracji w ogóle.



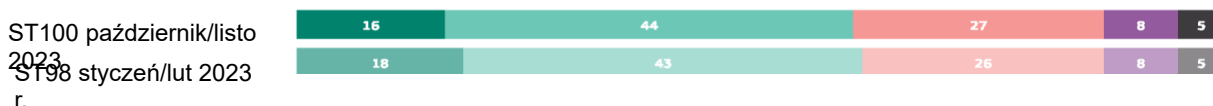
Istnienie wiadomości lub informacji, które błędnie przedstawiają rzeczywistość lub są nawet fałszywe, jest problemem w naszym kraju.



Często spotykasz się z wiadomościami lub informacjami, które uważasz za fałszywe lub nawet fałszywe.



Łatwo jest zidentyfikować wiadomości lub informacje, które uważasz za fałszywe lub nawet fałszywe.

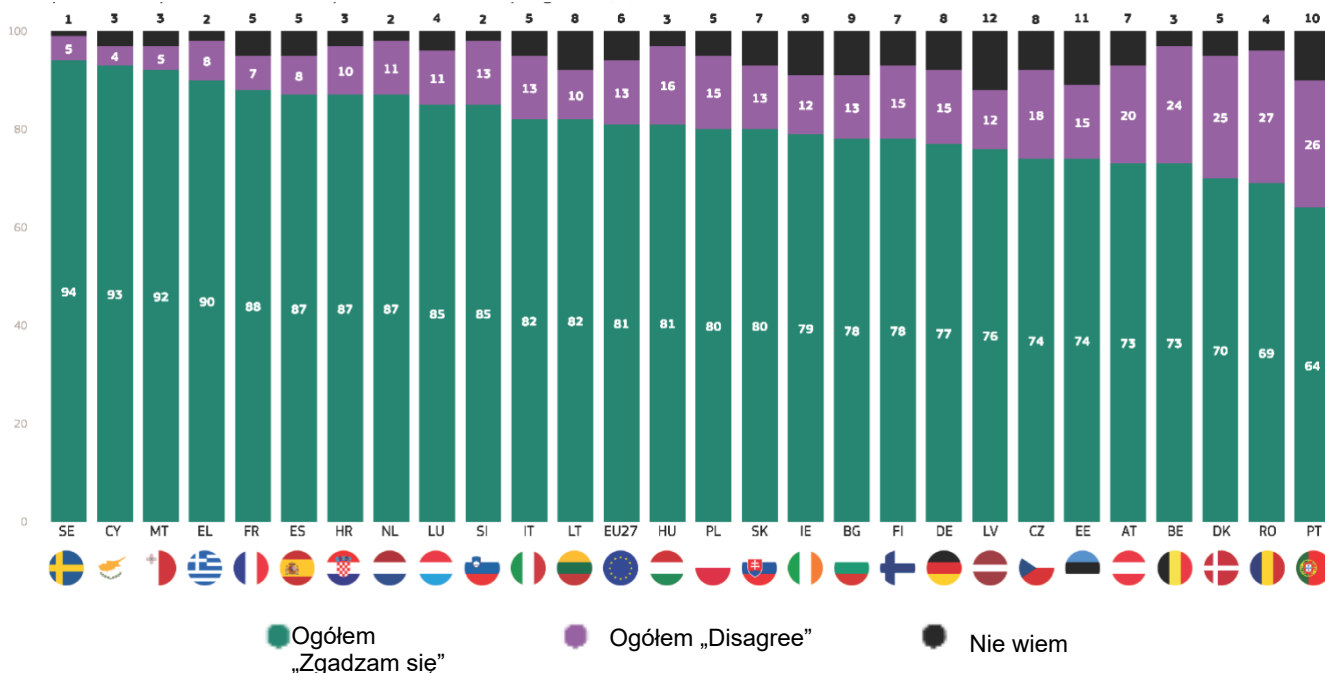


- Całkowicie się zgadzam
- Sklonność do wyrażania zgody
- Sklonność do niezgody
- Całkowicie się nie zgadzam
- Nie wiem

Ponad sześć na dziesięć państw członkowskich UE zgadza się, że istnienie wiadomości lub informacji, które wprowadzają w błąd lub są fałszywe, stanowi problem dla demokracji w ogóle. Najwyższy poziom porozumienia można zaobserwować w Szwecji (94 %), na Cyprze (93 %) i na Malcie (92 %), natomiast najniższy w Portugalii (64 %), Rumunii (69 %) i Danii (70 %).

W pięciu krajach ponad połowa zgadza się z tym stwierdzeniem: Szwecja (67 %), Grecja (60 %), Malta (57 %), Cypr (56 %) i Niderlandy (51 %).

QEB.4. Czy całkowicie się zgadzasz, masz tendencję do wyrażania zgody, nie zgadzasz się lub całkowicie nie zgadzasz się z każdym z poniższych stwierdzeń? Istnienie wiadomości lub informacji, które błędnie przedstawiają rzeczywistość, a nawet są fałszywe, jest problemem dla demokracji w ogóle (%)



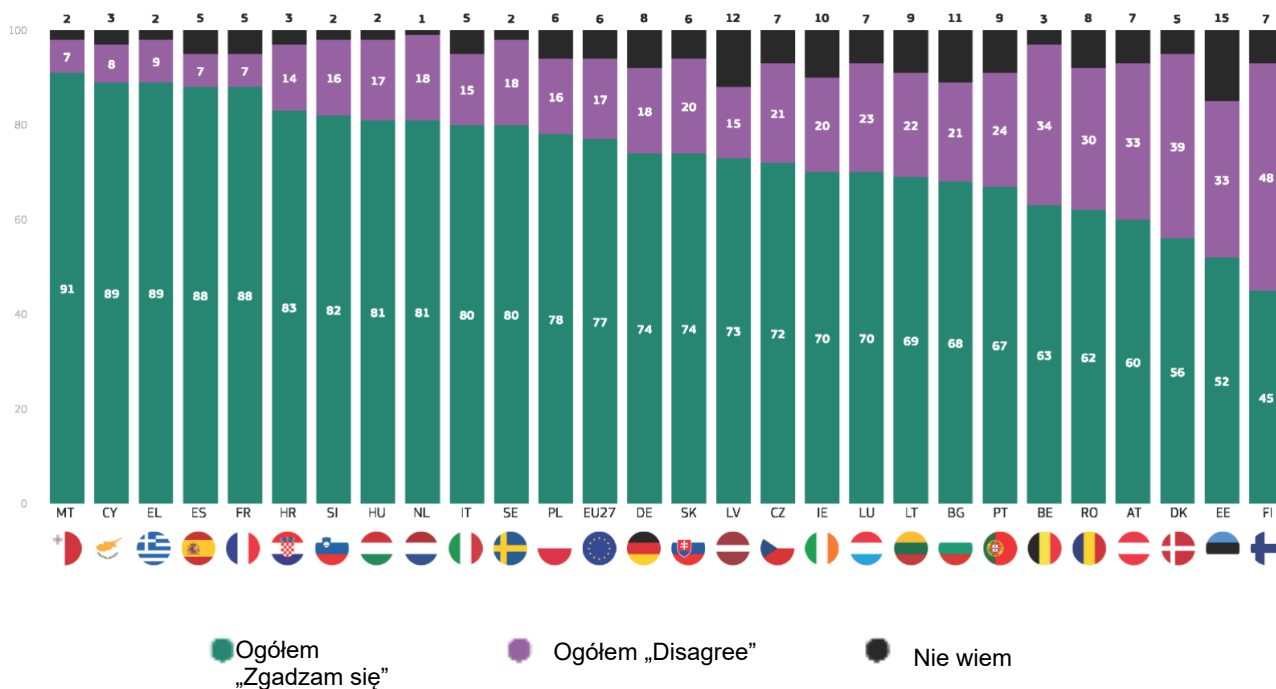
W 13 państwach członkowskich UE od zimy 2022–2023 odnotowano spadek odsetka respondentów, którzy zgadzają się, że istnienie wiadomości lub informacji, które wprowadzają w błąd lub są fałszywe, stanowi problem dla demokracji w ogóle. Dotyczy to zwłaszcza Bułgarii (78 %, -5 punktów procentowych) i Belgii (73 %, -5 p.p.), Słowacji (80 %, -4 p.p.) i Irlandii (79 %, -4 p.p.). Poziom porozumienia wzrósł w ośmiu państwach, w szczególności w Luksemburgu (85 %, +5 p.p.), Rumunii (69 %, +4 p.p.), Finlandii (78 %, +3 p.p.) i Portugalii (64 %, +3 p.p.). Liczba ta pozostała niezmienną w sześciu krajach: Grecja (90 %), Chorwacja (87 %), Słowenia (85 %), Włochy (82 %), Polska (80 %) i Niemcy (77 %).

Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

W każdym państwie członkowskim UE, z wyjątkiem Finlandii, większość respondentów zgadza się, że istnienie wiadomości lub informacji, które wprowadzają w błąd lub są fałszywe, stanowi problem w ich kraju. Najwyższe proporcje zgodne z tym stwierdzeniem odnotowano na Malcie (91 %) oraz na Cyprze i w Grecji (po 89 %). 45 % w Finlandii, 52 % w Estonii i 56 % w Danii zgadza się z tym stwierdzeniem.

Co najmniej połowa w Grecji (53 %) i na Cyprze (50 %) „całkowicie zgadza się”, że istnienie wiadomości lub informacji, które wprowadzają w błąd lub są fałszywe, stanowi problem w ich kraju, podobnie jak ponad cztery na dziesięć w Szwecji (43 %) oraz w Hiszpanii i Francji (zarówno 41 %).

QEB.3. Czy całkowicie się zgadzasz, masz tendencję do wyrażania zgody, nie zgadzasz się lub całkowicie nie zgadzasz się z każdym z poniższych stwierdzeń? Istnienie wiadomości lub informacji, które błędnie przedstawiają rzeczywistość lub są nawet fałszywe, jest problemem w (naszym KRAJU) (%)



Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

W 14 państwach od zimy 2022–2023 odnotowano wzrost odsetka respondentów, którzy zgadzają się, że istnienie wiadomości lub informacji, które wprowadzają w błąd lub są fałszywe, stanowi problem dla ich kraju. Najbardziej znaczący wzrost odnotowano w Portugalii (67 %, +15 punktów procentowych), a pozytywne zmiany o co najmniej pięć punktów procentowych odnotowano również w Luksemburgu (70 %, +8 p.p.), Hiszpanii (88 %, +5 p.p.) i Słowenii (82 %, +5 p.p.). Natomiast poziom porozumień spadł w 12 krajach, zwłaszcza na Litwie (69 %, -8 p.p.), Bułgarii (68 %, -8 p.p.) i na Słowacji (74 %, -6 p.p.). W Irlandii nie odnotowano żadnych zmian (70 %).

QE8.3 Czy całkowicie się zgadzasz, masz tendencję do wyrażania zgody, nie zgadzasz się lub całkowicie nie zgadzasz się z każdym z poniższych stwierdzeń. Istnienie wiadomości lub informacji, które błędnie przedstawiają rzeczywistość lub są nawet fałszywe, jest problemem w naszym kraju (%)

	UE-27	PT	LU	ES	SI	DK	FR	NL	FI	MT	PL	DE	IT	LV	RO	IE	EL	HR	PRZY	BA DŹ	CZ	EE	CY	HU	SE	SK	BG	LT	
Całkowicie się zgadzają	Październik/ listopad 2023 r.	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	maj/czerwiec 2023 r.	▼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
Skłonność do wyrażania zgody	Październik/ listopad 2023 r.	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	maj/czerwiec 2023 r.	▲2	▲13	=	▲8	▲9	▲7	▲2	▲4	▲1	▲10	▲4	▼3	▲4	▲1	▼3	▼1	▲3	▲3	▲3	▼2	=	▼1	▼6	▼3	=	=	▼6	▼3
Skłonność do niezgody	Październik/ listopad 2023 r.	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	maj/czerwiec 2023 r.	▼1	▼9	▼6	▼4	▼2	▼2	▼2	=	=	▼1	=	▼1	▼2	▼2	▼2	▼1	=	▲4	▲4	▲4	▲3	▼1	▲3	▲3	▲2	▲7	▲4	▲4
Całkowicie się nie zgadzają	Październik/ listopad 2023 r.	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	maj/czerwiec 2023 r.	=	▼1	▲1	▼1	▼1	▼1	=	▼1	▼2	▼1	▼1	=	▼1	=	▼1	=	=	▼2	▼1	=	▼1	▲2	▼1	▲2	=	▲1	▲2	▲1
Nie wiem	Październik/ listopad 2023 r.	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	maj/czerwiec 2023 r.	=	▼5	▼3	=	▼2	=	▼1	▼2	▼1	=	▼1	=	▲2	▲1	▲2	▲1	▲1	▼1	▼1	▼1	▲1	▲2	▲1	▼2	▲1	▼2	▲2	▲3
Ogółem „Zgadzam się”	Październik/ listopad 2023 r.	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	maj/czerwiec 2023 r.	▲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
Ogółem „Disagree”	Październik/ listopad 2023 r.	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
Δ	maj/czerwiec 2023 r.	▼1	▼10	▼5	▼5	▼3	▼3	▼2	▼1	▼2	▼2	▼1	▼1	▼3	▼2	▼3	▼1	=	▲2	▲3	▲4	▲2	▲1	▲2	▲5	▲2	▲8	▲	▲5

Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

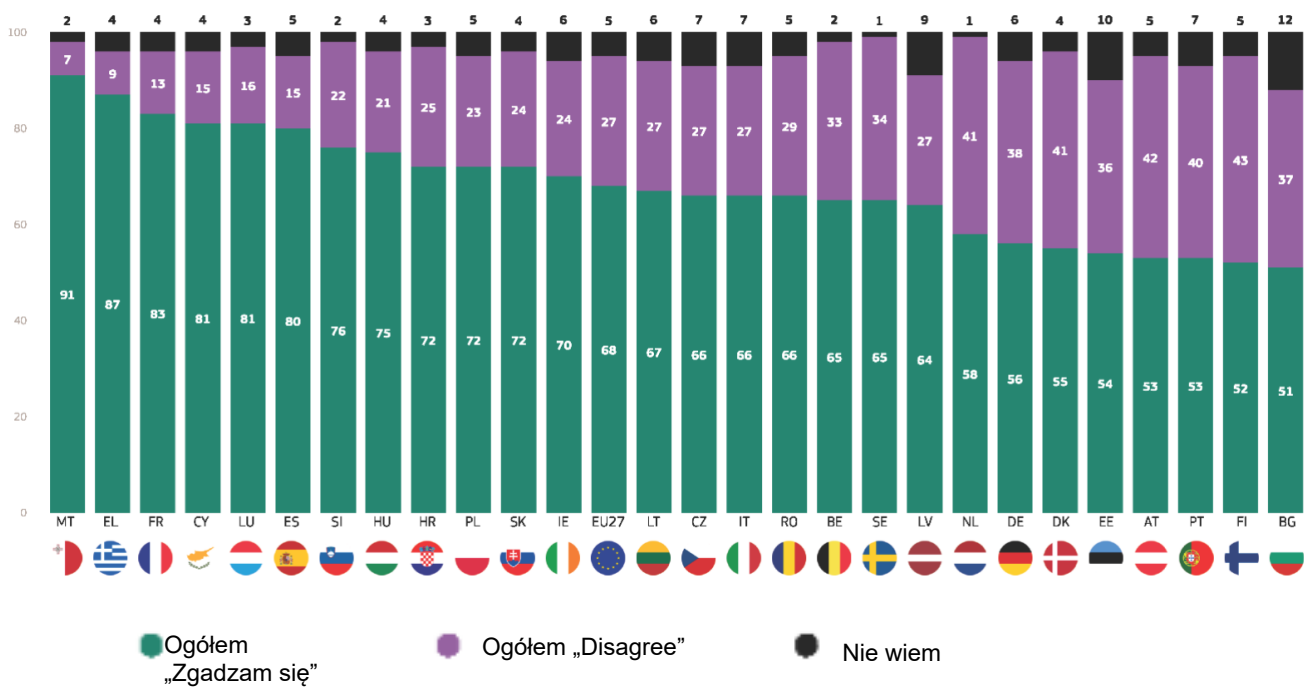
erwiec
2023 r.

Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

WE wszystkich państwach członkowskich UE większość zgadza się, że często natrafiają na wiadomości lub informacje, które uważają za fałszywe lub nawet fałszywe. Opinia ta występuje najczęściej na Malcie (91 %), w Grecji (87 %) i we Francji (83 %). Natomiast respondenci w Bułgarii (51 %), Finlandii (52 %) i Austrii i Portugalii (po 53 %) są najmniej skłonni zgodzić się z tym stwierdzeniem.

W pięciu krajach co najmniej trzy na dziesięć „całkowicie zgadzają się”, że często natrafiają na wiadomości lub informacje, które uważają za fałszywe lub nawet fałszywe: Cypr (37 %), Hiszpania (36 %), Grecja i Francja (34 %) i Słowenia (30 %).

QE8.1. Czy całkowicie się zgadzasz, masz tendencję do wyrażania zgody, nie zgadzasz się lub całkowicie nie zgadzasz się z każdym z poniższych stwierdzeń? Często spotykasz się z wiadomościami lub informacjami, które uważasz za fałszywe lub nawet fałszywe (%)



Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

Odsetek respondentów, którzy twierdzą, że często natrafiają na wiadomości lub informacje, które uważają za fałszywe lub nawet fałszywe, spadł w 13 państwach członkowskich UE od zimy 2022–2023. Największe spadki odnotowano w Irlandii (70 %, -10 punktów procentowych), Bułgarii (51 %, -8 p.p.), Słowacji (72 %, -6 p.p.) i Belgii (65 %, -6 p.p.). Liczba ta wzrosła w 11 krajach i o co najmniej pięć punktów procentowych w Słowenii (76 %, +6 p.p.), Niderlandach (58 %, +5 p.p.) i Danii (55 %, +5 p.p.). Nie odnotowano żadnych zmian we Francji (83 %), na Litwie (67 %) i w Finlandii (52 %).

QE8.1 Czy całkowicie się zgadzasz, masz tendencję do wyrażania zgody, nie zgadzasz się lub całkowicie nie zgadzasz się z każdym z poniższych stwierdzeń. Często spotykasz się z wiadomościami lub informacjami, które uważasz za fałszywe lub nawet fałszywe (%)

	UE-27	SI	DK	NL	LU	PT	RO	ES	IT	LV	MT	SE	FR	LT	FI	EL	HU	CZ	EE	CY	PRZY	DE	HR	PL	BA DŹ	SK	BG	IE	
Październik/ listopad 2023 r.	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	
Całkowicie się zgadzam	▲1	▲1	▲5	▲1	▲10	=	▲2	▲2	▲1	▲4	▲12	▲6	▲1	=	▲1	▲1	=	▲2	=	▲1	=	▲1	=	▲4	▲2	▲3	▲5	▲4	
Październik/ listopad 2023 r.	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	
Sklonność do wyrażania zgody	=	▲7	=	▲4	▲6	▲3	▲1	=	▲3	▲5	▲13	▲5	▲1	=	▲1	▲1	▲2	▲5	▲3	▲2	▲3	▲3	▲4	=	▲4	▲3	▲3	▲6	
Październik/ listopad 2023 r.	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	
Sklonność do niezgody	▲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	
Październik/ listopad 2023 r.	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	
Całkowicie się nie zgadzam	=	▲1	▲2	▲2	▲1	▲1	▲1	▲3	▲1	=	=	▲1	=	=	▲1	=	▲3	▲2	▲3	▲2	▲1	▲1	▲3	=	=	=	▲4	▲2	
Październik/ listopad 2023 r.	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	
Nie wiem	=	▲2	▲1	▲1	▲2	▲3	▲2	▲1	▲3	=	=	=	▲2	=	▲1	▲3	=	▲2	▲1	=	▲1	▲1	▲1	=	▲1	▲1	▲2	▲1	
Październik/ listopad 2023 r.	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	
Ogółem „Zgadza się”	▲1	▲6	▲5	▲5	▲4	▲3	▲3	▲2	▲2	▲1	▲1	▲1	=	=	=	▲2	▲2	▲3	▲3	▲3	▲3	▲3	▲4	▲4	▲4	▲6	▲6	▲8	▲10

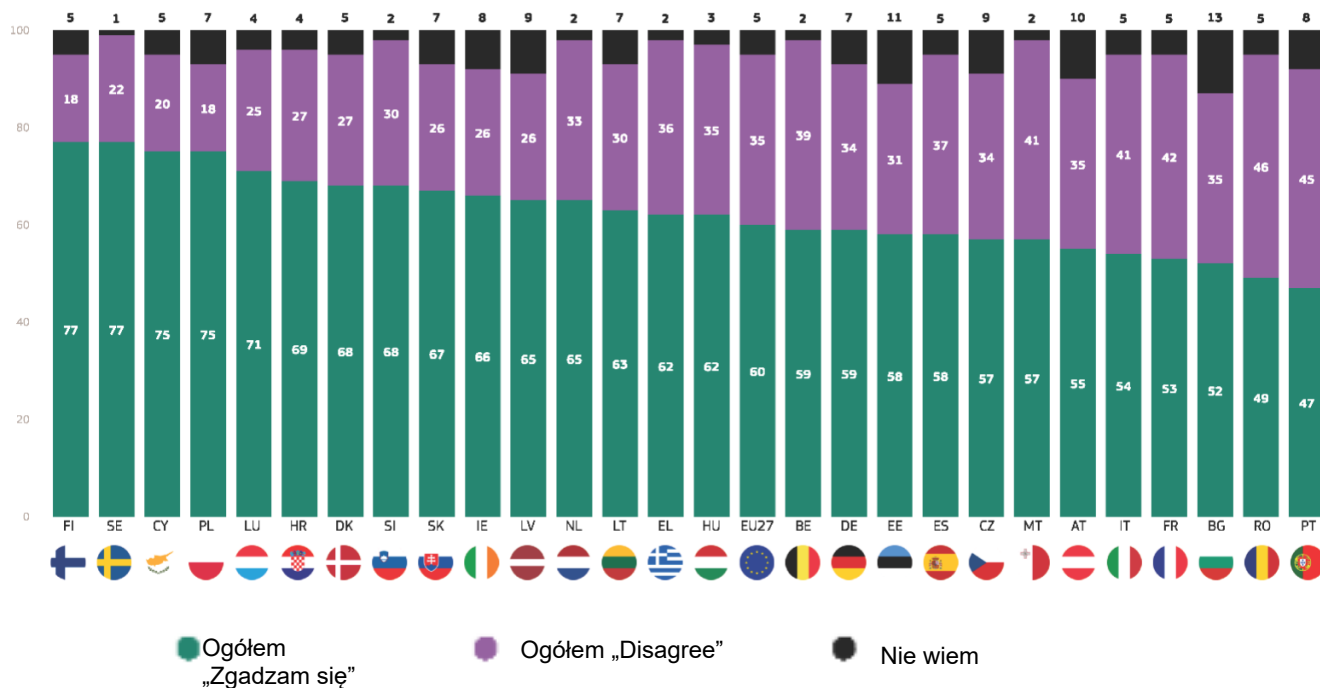
Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

	Paźdz iernik/ listo 2023 r.	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
Ogółem „Disagree”	Δ maj/c zerwi ec 2023 r.	▲1	▲4	▲6	▲4	▲2	=	▲1	▲3	▲5	▲1	▲1	▲1	▲2	=	▲1	▲1	▲2	▲1	▲2	▲3	▲2	▲3	▲5	▲4	▲5	▲7	▲10	▲9

Większość we wszystkich państwach członkowskich UE zgadza się, że łatwo jest zidentyfikować wiadomości lub informacje, które wprowadzają w błąd lub są fałszywe. Co najmniej trzy czwarte zgadza się z tym stwierdzeniem w Finlandii i Szwecji (zarówno 77 %) oraz na Cyprze i w Polsce (po 75 %). Natomiast mniej niż połowa zgadza się w Portugalii (47 %) i Rumunii (49 %), podobnie jak 52 % w Bułgarii.

Odsetek respondentów, którzy w sumie zgadzają się z tym stwierdzeniem, jest najwyższy na Cyprze (26 %), na Węgrzech (25 %) i w Słowenii (24 %).

QE8.2. Czy całkowicie się zgadzasz, masz tendencję do wyrażania zgody, nie zgadzasz się lub całkowicie nie zgadzasz się z każdym z poniższych stwierdzeń? Łatwo jest zidentyfikować wiadomości lub informacje, które uważasz za fałszywe lub nawet fałszywe (%)



Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

Od zimy 2022–2023 odsetek respondentów, którzy zgadzają się, że łatwo jest zidentyfikować wiadomości lub informacje, które wprowadzają w błąd lub są fałszywe, zmniejszył się w 16 państwach. Szczególnie duży spadek tego odsetka odnotowano na Malcie (57 %, -24 punkty procentowe), a spadek o co najmniej pięć punktów procentowych odnotowano również w Bułgarii (52 %, -6 p.p.), Belgii (59 %, -5 p.p.), Francji (53 %, -5 p.p.) i Rumunii (49 %, -5 p.p.). W ośmiu państwach członkowskich UE poziom porozumienia z tym stwierdzeniem wzrósł, zwłaszcza w Portugalii (47 %, +9 p.p.), Polsce (75 %, +7 p.p.) oraz Estonii i Hiszpanii (zarówno 58 %, +3 p.p.). Liczba ta utrzymała się na stałym poziomie w Szwecji (77 %), Słowenii (68 %) i Niderlandach (65 %).

Zgoda, że łatwo jest zidentyfikować wiadomości lub informacje, które wprowadzają w błąd lub są nawet fałszywe, jest obecnie poglądem większości w Portugalii.

QE8.2 Czy całkowicie się zgadzasz, masz tendencję do wyrażania zgody, nie zgadzasz się lub całkowicie nie zgadzasz się z każdym z poniższych stwierdzeń. Łatwo jest zidentyfikować wiadomości lub informacje, które uważasz za fałszywe lub nawet fałszywe (%)

	UE-27	PT	PL	EE	ES	EL	FI	LU	SK	NL	SI	SE	DK	DE	LT	HU	CZ	HR	IE	IT	CY	LV	PRZY	BA	DZ	FR	RO	BG	MT
Całkowicie się zgadzam	Październik/ listopad 2023 r.	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 maj/czerwiec 2023 r.	▼2	▲1	=	▲1	▼5	▲1	▲1	▲5	▼2	▼1	▼1	▼2	▼5	▼1	=	▼1	=	=	▼2	▼2	▼2	▼4	▼5	▼1	▼3	▼3	▼1	▼1
Skłonność do wyrażania zgody	Październik/ listopad 2023 r.	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 maj/czerwiec 2023 r.	▲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
Skłonność do niezgody	Październik/ listopad 2023 r.	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 maj/czerwiec 2023 r.	▲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
Całkowicie się nie zgadzam	Październik/ listopad 2023 r.	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 maj/czerwiec 2023 r.	=	▼5	▼3	=	▼2	▼2	▼1	▼2	▲1	▼2	▼1	=	=	▼2	=	▲2	▲1	▲2	▲2	▲1	▼3	=	▼3	=	▲1	▲5	▲1	▲2
Nie wiem	Październik/ listopad 2023 r.	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 maj/czerwiec 2023 r.	=	▼1	▲1	▼1	▲1	=	▼2	▼1	=	=	▼2	▼1	▲1	▲2	▲2	▼1	▲2	▲1	▲3	▲1	▲2	▲2	▲2	▲2	=	▼2	▼1	▲1
Ogółem „Zgadzam się”	Październik/ listopad 2023 r.	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
	Δ maj/c	▼1	▲9	▲7	▲3	▲3	▲2	▲2	▲1	▲1	=	=	=	▼1	▼1	▼1	▼1	▼2	▼2	▼3	▼3	▼3	▼3	▼3	▼4	▼5	▼5	▼6	▼24

Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

	Październik/	listo	2023	r.	Δ	maj/c	zerwi	ec	2023	r.																		
zerwi ec 2023 r.	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
Ogółem „Disagree”	▲1	▼8	▼8	▼2	▼4	▼2	=	=	▼1	=	▲2	▲1	=	▼1	▼1	▲2	=	▲1	=	▲2	▲1	▲1	▲2	▲5	▲7	▲6	▲5	▲25

Analiza społeczno-demograficzna podkreśla następujące wzorce:

Mężczyźni (64 %) są bardziej skłonni niż kobiety (55 %) zgodzić się, że łatwo jest im zidentyfikować wiadomości lub informacje, które uważają za fałszywe lub nawet fałszywe. Różnice w zależności od płci są mniej wyraźne w przypadku innych stwierdzeń.

Starsi respondenci w wieku co najmniej 55 lat są najmniej skłonni zgodzić się, że łatwo jest im zidentyfikować wiadomości lub informacje, które uważają za fałszywe lub nawet fałszywe (53 % w porównaniu z 63-67 % młodszych respondentów), że często spotykają się z takimi wiadomościami lub informacjami (62 %, w porównaniu z 71-72 %) oraz że istnienie takich wiadomości lub informacji stanowi problem w ich kraju (74 % w porównaniu z 79-80 %). Schematy są mniej jasne, jeśli chodzi o stwierdzenie, że „istnienie wiadomości lub informacji, które fałszywie przedstawiają rzeczywistość, a nawet jest fałszywe, jest problemem dla demokracji w ogóle”.

Im dłużej respondent pozostaje w pełnym wymiarze godzin, tym bardziej prawdopodobne jest, że zgodzi się z każdym stwierdzeniem na temat wiadomości lub informacji, które fałszywie przedstawiają rzeczywistość, a nawet są fałszywe. Jest to najbardziej widoczne przy przestrzeganiu poziomu porozumienia dla stwierdzenia, że „łatwo jest zidentyfikować wiadomości lub informacje, które uważasz za fałszywe lub nawet fałszywe” (67 % wśród osób, które opuściły edukację w wieku 20 lat lub starszych, w porównaniu z 41 % osób, które ukończyły 15 lat lub młodszych).

Osoby domowe są najmniej skłonne zgodzić się z każdym stwierdzeniem dotyczącym wiadomości lub informacji, które wprowadzają w błąd lub są fałszywe. Na przykład 47 % osób mieszkających w domu zgadza się, że łatwo jest im zidentyfikować takie wiadomości lub informacje, w porównaniu z 69 % menedżerów.

Respondenci, którzy nigdy lub prawie nigdy nie mają trudności z zaplaceniem rachunków (61 %), są bardziej skłonni niż ci, którzy przez większość czasu mają trudności (52 %) powiedzieć, że łatwo jest im zidentyfikować wiadomości lub informacje, które uważają za fałszywe lub nawet fałszywe.

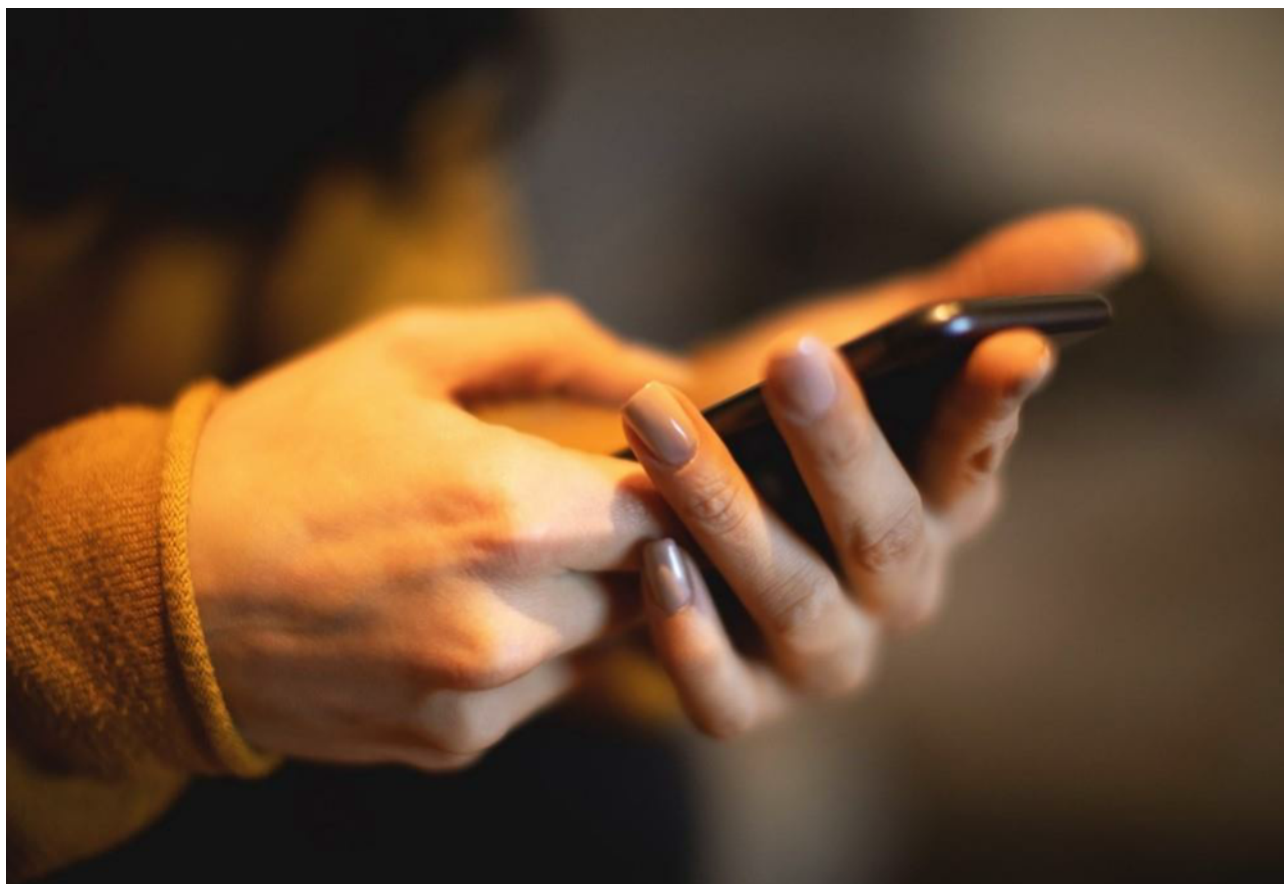
Im wyższa klasa społeczna, do której respondenci uważają się za należących, tym bardziej prawdopodobne jest, że łatwo jest im zidentyfikować wiadomości lub informacje, które uważają za fałszywe lub nawet fałszywe (70-77 % tych, którzy uważają się za należących do wyższej lub wyższej klasy średniej, w porównaniu z 51 % tych, którzy uważają się za należących do klasy robotniczej). Ci, którzy uważają się za należących do klasy robotniczej, są również najmniej skłonni zgodzić się, że istnienie takich wiadomości lub informacji jest problemem dla demokracji w ogóle (76 %, w porównaniu z 83-85 % tych, którzy uważają się za należących do klasy średniej, wyższej lub wyższej). Różnice są mniej znaczące w przypadku pozostałych dwóch stwierdzeń.

Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

QE8.1 Czy całkowicie się zgadzasz, masz tendencję do wyrażania zgody, nie zgadzasz się lub całkowicie nie zgadzasz się z każdym z następujących stwierdzeń: Często spotykasz się z wiadomościami lub informacjami, które uważasz za fałszywe lub nawet fałszywe (% – UE)

	Ogółem „Zgadzam się”	Ogółem „Disagree”	Nie wiem
UE-27	68	27	5
Płeć			
Człowiek	70	26	4
Kobieta	66	28	6
Wiek			
15-24	71	24	5
25-39	72	24	4
40-54	72	24	4
55 +	62	31	7
Edukacja (koniec)			
15—	56	31	13
16-19	69	26	5
20+	72	26	2
Nadal studiuje	70	25	5
Kategoria społeczno-zawodowa			
Samozatrudniony	73	25	2
Zarządcy	72	26	2
Pozostałe białe kołnierze	72	24	4
Pracownicy ręczni	69	26	5
Osoby domowe	63	28	9
Bezrobotny	73	20	7
Emerytowany	60	32	8
Studenci	70	25	5
Trudności z płaceniem rachunków			
Przez większość czasu	68	24	8
Od czasu do czasu	70	25	5
Prawie nigdy/Nigdy	67	28	5
Założmy, że należymy do			
Klasa robotnicza	66	24	10
Niższa klasa średnia	67	28	5
Klasa średnia	69	27	4
Wyższa klasa średnia	69	29	2
Klasa wyższa	72	26	2
Wizerunek UE			
Pozytywne	67	30	3
Neutralny	67	27	6
Negatywne	74	20	6

VI. Sieci społecznościowe

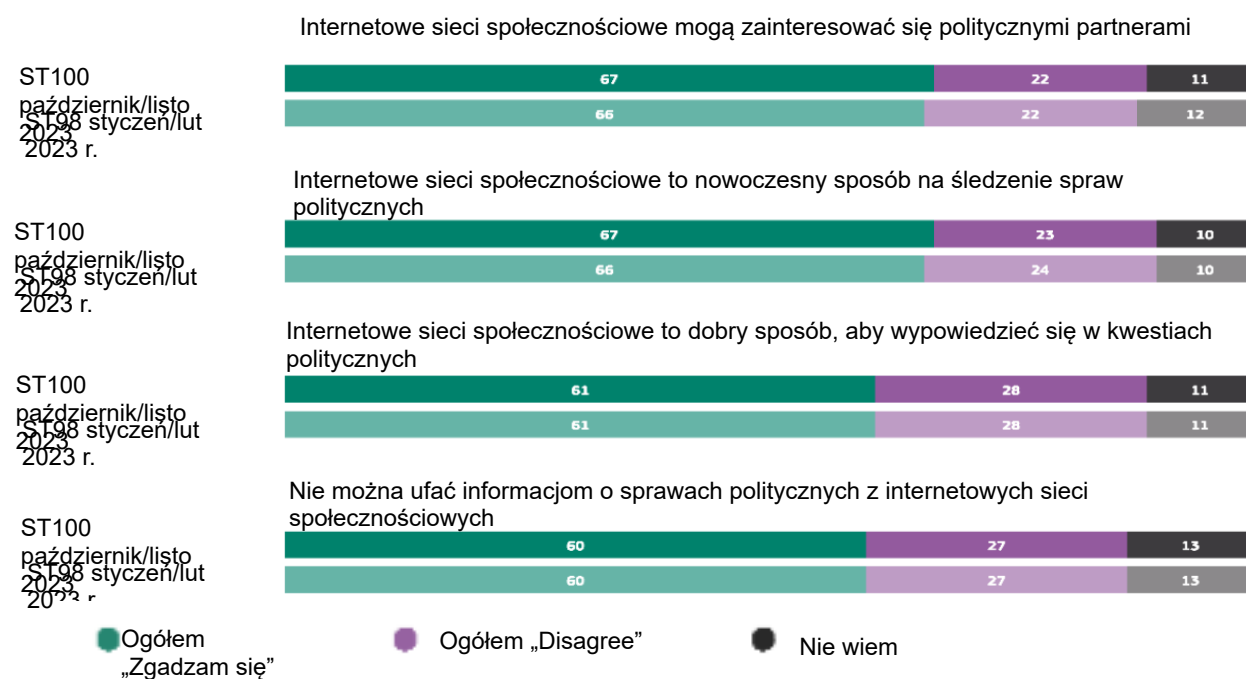


1. Internetowe sieci społecznościowe i informacje polityczne

Większość obywateli europejskich uważa, że internetowe sieci społecznościowe umożliwiają angażowanie się w sprawy polityczne, chociaż większość uważa, że nie można ufać informacjom o kwestiach politycznych w mediach społecznościowych.

Respondenci zostali zapytani, czy zgodzili się lub nie zgodzili się z czterema stwierdzeniami dotyczącymi internetowych mediów społecznościowych²². Ogólnie rzecz biorąc, wyniki pozostały zasadniczo stabilne od zimy 2022–2023, mimo że należy zauważyć, że proporcje w zgodzie z każdym oświadczeniem są na rekordowym poziomie.

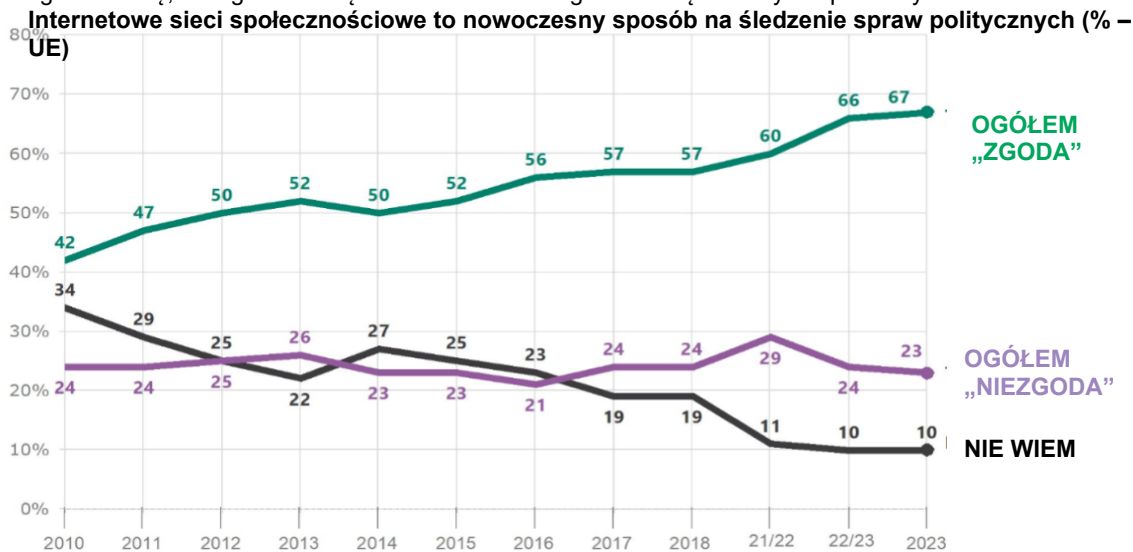
QE6. Niezależnie od tego, czy uczestniczysz w internetowych sieciach społecznościowych, czy nie (strony społecznościowe, blogi, witryny hostingowe wideo), proszę powiedzieć, czy całkowicie się zgadzasz, czy zgadzasz się, nie zgadzasz się lub całkowicie nie zgadzasz się z każdym z poniższych stwierdzeń (EU27) (%)



22 QE6. Niezależnie od tego, czy uczestniczysz w internetowych sieciach społecznościowych, czy nie (strony społecznościowe, blogi, witryny hostingowe wideo), powiedz, czy całkowicie się zgadzasz, czy zgadzasz się, nie zgadzasz się lub całkowicie nie zgadzasz się z każdym z poniższych stwierdzeń. 1) Internetowe sieci społecznościowe są nowoczesnym sposobem na śledzenie spraw politycznych; 2) Nie można ufać informacjom o sprawach politycznych z internetowych sieci społecznościowych; 3) Internetowe sieci społecznościowe mogą zainteresować się sprawami politycznymi; Sieci społecznościowe online są dobrym sposobem, aby wypowiedzieć się w kwestiach politycznych.

Około dwie trzecie zgadza się, że internetowe sieci społecznościowe są nowoczesnym sposobem na śledzenie spraw politycznych (67 %, +1 punkt procentowy od zimy 2022–2023), w tym jedną czwartą (+1 p.p.), którzy w sumie zgadzają się z oświadczeniem. Mniej niż jedna czwarta (23 %, -1 p.p.) nie zgadza się, podczas gdy 10 % (bez zmian) twierdzi, że nie wie. Chociaż dane te utrzymują się zasadniczo na stabilnym poziomie od zimy 2022–2023, długoterminowa tendencja jest jednym z rosnących poziomów zgodności z tym stwierdzeniem od jesieni 2010 r. (+25 p.p.), wraz ze spadkiem odsetka osób, które odpowiadają „nie wiem” (-24 p.p.).

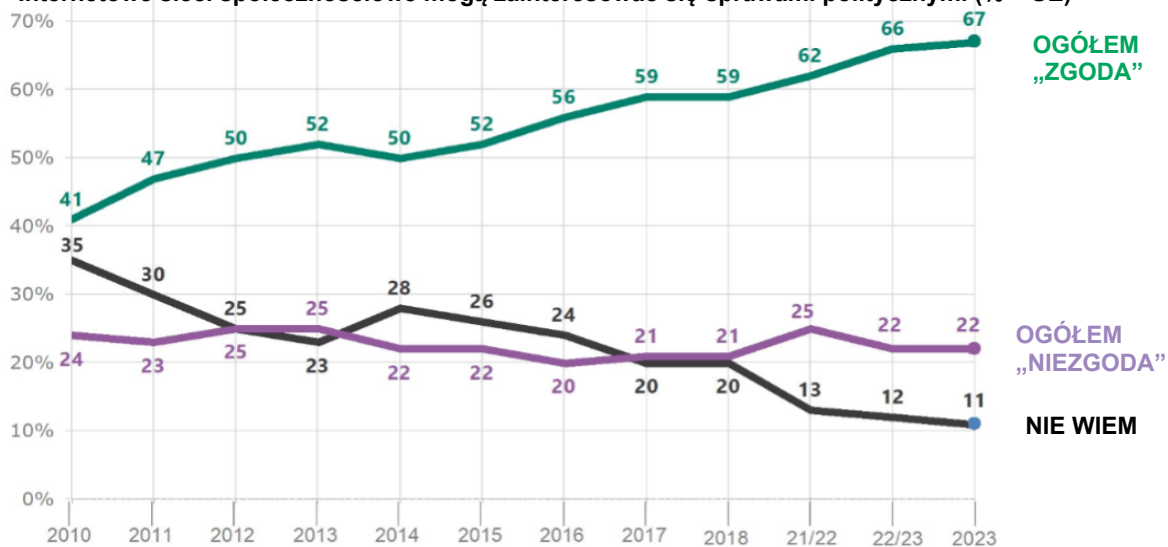
QE6.1 Niezależnie od tego, czy uczestniczysz w internetowych sieciach społecznościowych, czy nie (sieci społecznościowe, blogi, witryny hostingowe wideo), powiedz mi, czy całkowicie się zgadzasz, czy zgadzasz się, nie zgadzasz się lub całkowicie nie zgadzasz się z każdym z poniższych stwierdzeń.



Około dwie trzecie zgadza się, że internetowe sieci społecznościowe mogą zainteresować się sprawami politycznymi (67 %, +1 p.p. od zimy 2022–2023), przy czym całkowita zgoda wynosi 21 % (-1 p.p.). Nieco ponad jeden na pięciu (22 %, bez zmian) nie zgadza się, podczas gdy 11 % (-1 p.p.) twierdzi, że nie wie. Po raz kolejny analiza trendu długoterminowego pokazuje, że poziom zgodności z tym stwierdzeniem stale wzrastał od jesieni 2010 r. (+26 p.p.), natomiast odwrotnie jest w przypadku respondentów, którzy twierdzą, że nie wiedzą (-24 p.p.).

QE6.3 Niezależnie od tego, czy uczestniczysz w internetowych sieciach społecznościowych, czy nie (sieci społecznościowe, blogi, witryny hostingowe wideo), powiedz mi, czy całkowicie się zgadzasz, czy zgadzasz się, nie zgadzasz się lub całkowicie nie zgadzasz się z każdym z poniższych stwierdzeń.

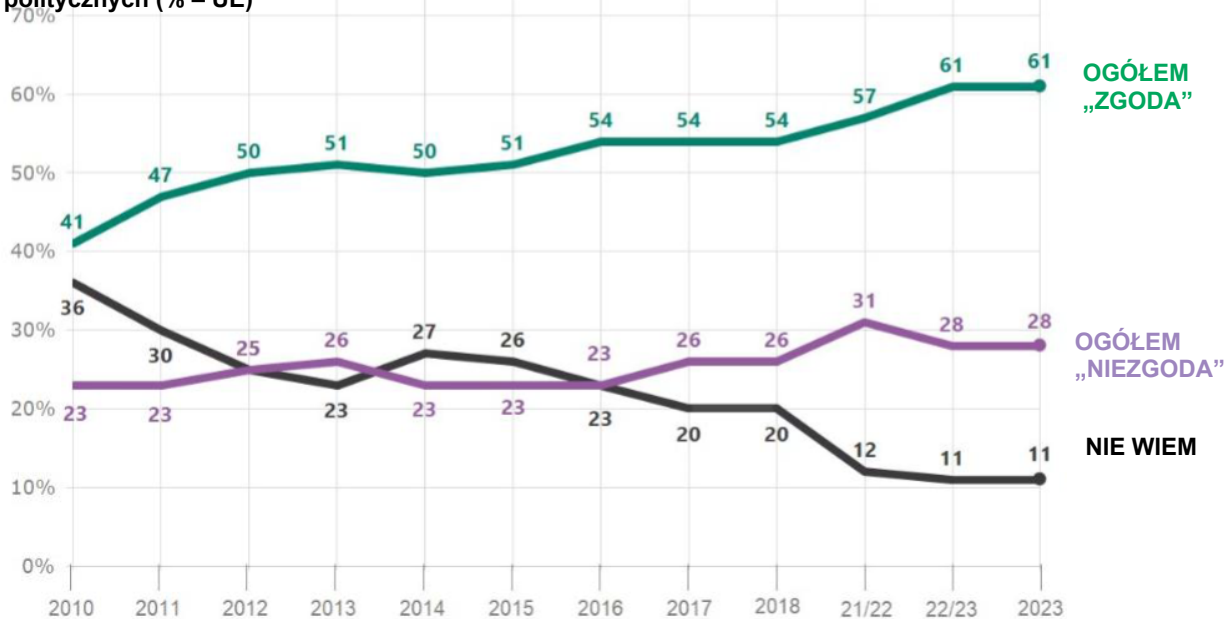
Internetowe sieci społecznościowe mogą zainteresować się sprawami politycznymi (% – UE)



Okolo sześciu na dziesięciu respondentów zgadza się, że internetowe sieci społecznościowe są dobrym sposobem, aby wypowiedzieć się w kwestiach politycznych (61 %, brak zmian od zimy 2022–2023), w tym prawie co piąta osoba, która „całkowicie się zgadza” (19 %, -1 p.p.). Mniej niż trzy na dziesięć się nie zgadza (28 %, brak zmian), podczas gdy 11 % (bez zmian) twierdzi, że nie wie. Od jesieni 2010 r. poziom zgodności z tym oświadczeniem wzrósł o 20 punktów procentowych.

QE6.4 Niezależnie od tego, czy uczestniczysz w internetowych sieciach społecznościowych, czy nie (sieci społecznościowe, blogi, witryny hostingowe wideo), proszę powiedz mi, czy całkowicie się zgadzasz, czy zgadzasz się, nie zgadzasz się lub całkowicie nie zgadzasz się z każdym z poniższych stwierdzeń.

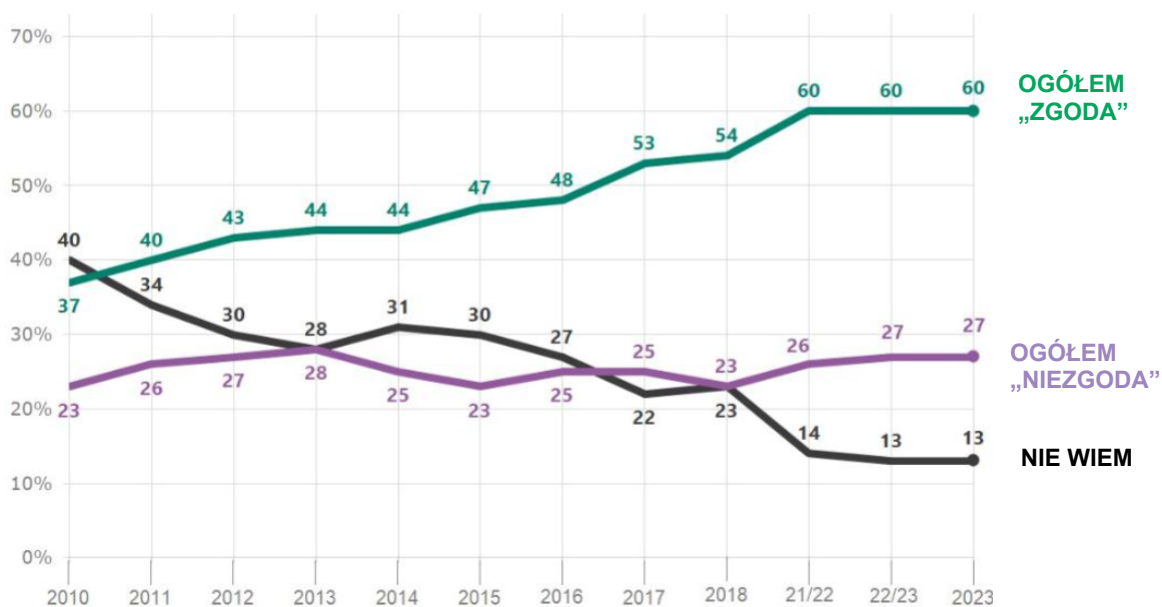
Internetowe sieci społecznościowe są dobrym sposobem, aby wypowiedzieć się w kwestiach politycznych (% – UE)



Pomimo tych pozytywnych opinii na temat korzyści płynących z internetowych sieci społecznościowych sześć na dziesięć (bez zmian od zimy 2022 r. 2023 r.) również zgadza się, że nie można ufać informacjom na temat spraw politycznych z internetowych sieci społecznościowych, przy czym 21 % (-1 p.p., którzy „całkowicie się zgadzają”). Ponad jedna czwarta nie zgadza się z tym stwierdzeniem (27 %, brak zmian), podczas gdy 13 % (bez zmian) twierdzi, że nie wie. Choć zgoda na to oświadczenie pozostaje niezmienną od zimy 2021–2022, w dłuższej perspektywie odsetek osób, które uważają, że nie można ufać informacji na temat spraw politycznych z internetowych sieci społecznościowych, jest obecnie o 23 punkty procentowe wyższy niż jesienią 2010 r.

QE6.2 Niezależnie od tego, czy uczestniczysz w internetowych sieciach społecznościowych, czy nie (sieci społecznościowe, blogi, witryny hostingowe wideo), proszę powiedz mi, czy całkowicie się zgadzasz, czy zgadzasz się, nie zgadzasz się lub całkowicie nie zgadzasz się z każdym z poniższych stwierdzeń.

Nie można ufać informacjom na temat spraw politycznych z internetowych sieci społecznościowych (% – UE)

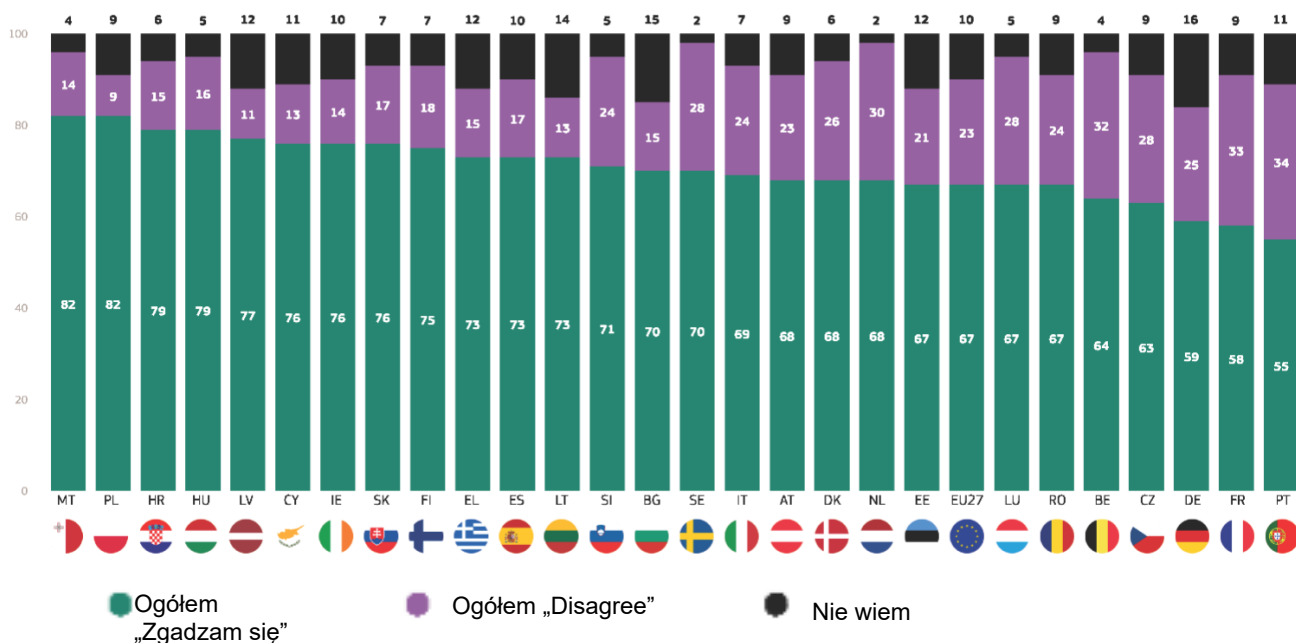


Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

Ponad połowa respondentów w każdym państwie członkowskim UE zgadza się, że internetowe sieci społecznościowe są nowoczesnym sposobem na śledzenie spraw politycznych. Poziom umów jest najwyższy na Malcie i w Polsce (zarówno 82 %) oraz w Chorwacji i na Węgrzech (79 %), natomiast najniższy w Portugalii (55 %), we Francji (58 %) i w Niemczech (59 %).

W 13 państwach członkowskich UE odsetek respondentów, którzy zgadzają się, że internetowe sieci społecznościowe są nowoczesnym sposobem na śledzenie spraw politycznych, wzrósł od zimy 2022–2023. Największy wzrost odnotowano w Luksemburgu (67 %, +7 punktów procentowych), Francji (58 %, +7 p.p.), Słowenii (71 %, +5 p.p.), Austrii (68 %, +5 p.p.) i Rumunii (67 %, +5 p.p.). Natomiast poziom zgodności z tym stwierdzeniem spadł w 12 krajach, zwłaszcza na Malcie (82 %, -9 p.p.), Danii (68 %, -7 p.p.) i na Cyprze (76 %, -5 p.p.). Liczba ta utrzymała się na stałym poziomie w Hiszpanii (73 %) i Portugalii (55 %).

QE6.1. Niezależnie od tego, czy uczestniczysz w internetowych sieciach społecznościowych, czy nie (społeczne strony internetowe, blogi, witryny hostingowe wideo). Proszę powiedzieć, czy całkowicie się zgadzasz. zazwyczaj się nie zgadzasz lub całkowicie nie zgadzasz się z każdym z następujących stwierdzeń:- internetowe sieci społecznościowe są nowoczesnym sposobem na śledzenie spraw politycznych (%)

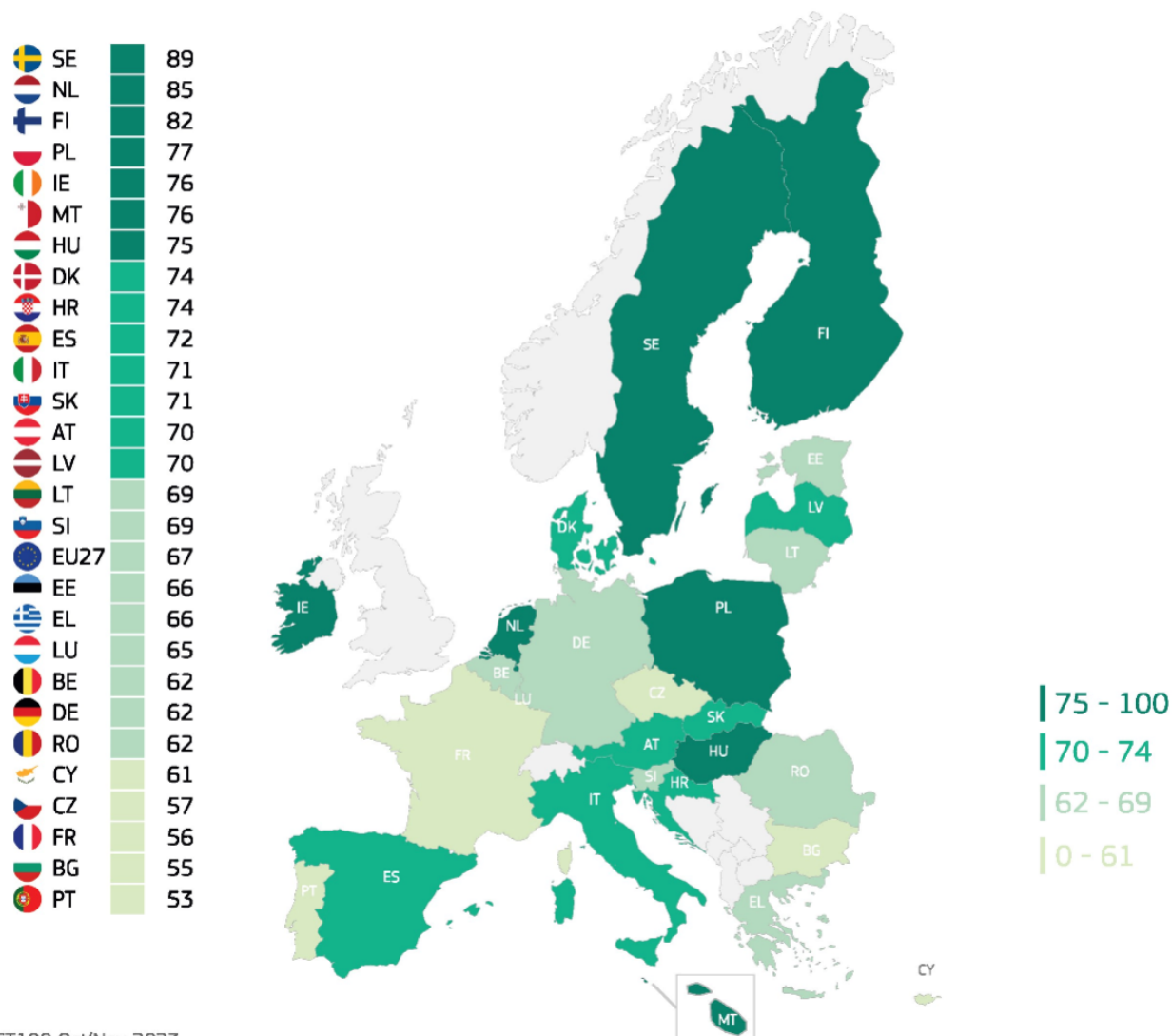


Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

Większość respondentów we wszystkich państwach członkowskich UE zgadza się, że internetowe sieci społecznościowe mogą zainteresować się sprawami politycznymi. Pogląd ten jest najbardziej rozpowszechniony w Szwecji (89 %), Holandii (85 %) i Finlandii (82 %). Natomiast respondenci w Portugalii (53 %), Bułgarii (55 %) i Francji (56 %) są najmniej skłonni zgodzić się z tym stwierdzeniem.

W 13 krajach respondenci są bardziej skłonni niż zimą 2022–2023 zgodzić się, że internetowe sieci społecznościowe mogą zainteresować się sprawami politycznymi. Dotyczy to w szczególności respondentów w Austrii (70 %, +8 punktów procentowych), Francji (56 %, +7 p.p.), Luksemburgu (65 %, +5 p.p.) i Rumunii (62 %, +5 p.p.). Poziomy umów spadły w dziesięciu krajach, w szczególności na Malcie (76 %, -9 p.p.), na Cyprze (61 %, -9 p.p.) i w Belgii (62 %, -6 p.p.). Nie odnotowano żadnych zmian w Polsce (77 %), na Węgrzech (75 %), Hiszpanii (72 %) i na Litwie (69 %).

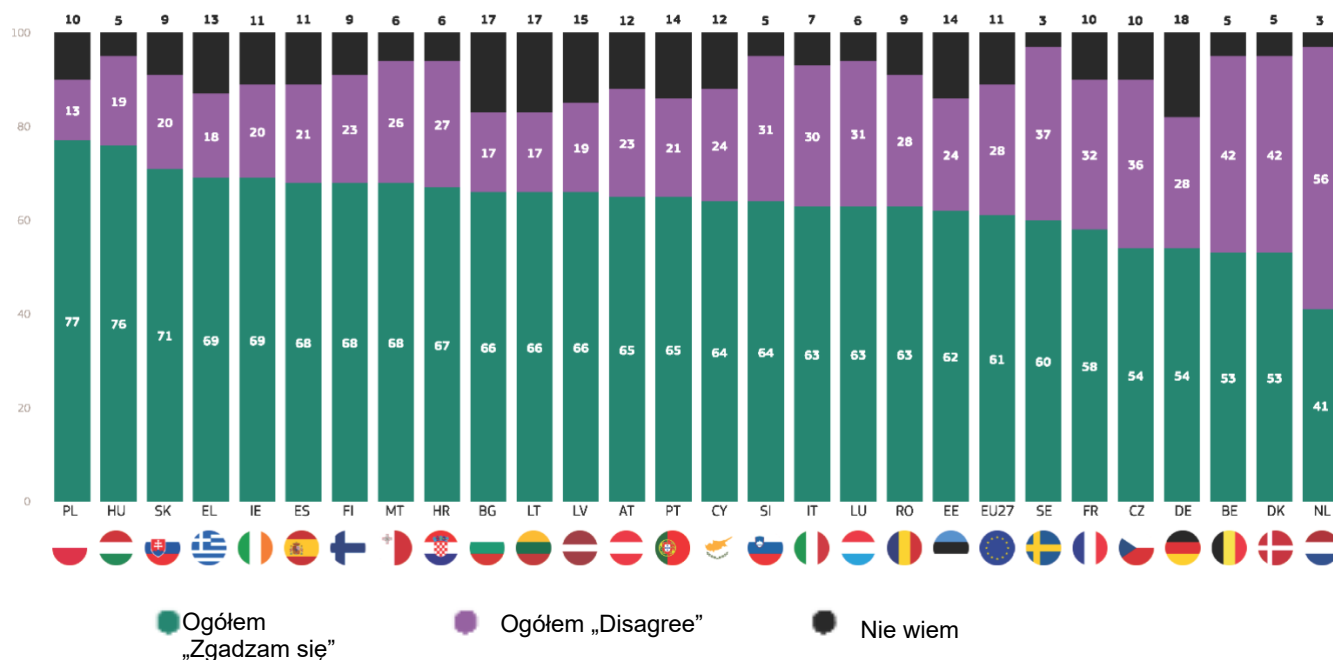
QE6.3. Niezależnie od tego, czy uczestniczysz w internetowych sieciach społecznościowych (strony społecznościowe, blogi, witryny hostingowe wideo), powiedz, czy całkowicie się zgadzasz, czy zgadzasz się, nie zgadzasz się lub całkowicie nie zgadzasz się z każdym z następujących stwierdzeń: Internetowe sieci społecznościowe mogą zainteresować się sprawami politycznymi – ogółem „Zgadzam się” (%)



Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

WE wszystkich państwach członkowskich, z wyjątkiem Niderlandów, większość zgadza się, że internetowe sieci społecznościowe są dobrym sposobem, aby wypowiedzieć się w kwestiach politycznych. Ponad siedmiu na dziesięciu zgadza się z tym stwierdzeniem w Polsce (77 %), na Węgrzech (76 %) i na Słowacji (71 %). Na przeciwnym końcu skali około czterech na dziesięciu podziela ten pogląd w Niderlandach (41 %), podobnie jak 53 % w Belgii i Danii. Zgoda co do tego, że internetowe sieci społecznościowe są dobrym sposobem na wyrażenie opinii w kwestiach politycznych, wzrosła w 13 państwach członkowskich UE od zimy 2022–2023, przy czym największy wzrost odnotowano w Portugalii (65 %, +8 p.p.), Austrii (65 %, +8 p.p.) i Rumunii (63 %, +8 p.p.). Spadki obserwowano w dziesięciu krajach, przy czym największe spadki odnotowano na Cyprze (64 %, -8 p.p.), na Malcie (68 %, -7 p.p.) i we Włoszech (63 %, -5 p.p.). Odsetek ten pozostał niezmienny w czterech krajach: Węgry (76 %), Finlandia (68 %), Litwa (66 %) i Niderlandy (41 %).

QE6.4. Niezależnie od tego, czy uczestniczysz w internetowych sieciach społecznościowych, czy nie (społeczne strony internetowe, blogi, witryny hostingowe wideo). Proszę powiedzieć, czy całkowicie się zgadzasz, czy zgadzasz się, nie zgadzasz się lub całkowicie nie zgadzasz się z każdym z następujących stwierdzeń: - internetowe sieci społecznościowe są dobrym sposobem, aby wypowiedzieć się w kwestiach politycznych (%)



Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

QE6.3 Niezależnie od tego, czy uczestniczysz w internetowych sieciach społecznościowych, czy nie (sieci społecznościowe, blogi, witryny hostingowe wideo), proszę powiedzieć, czy całkowicie się zgadzasz, czy zgadzasz się, nie zgadzasz się lub całkowicie nie zgadzasz się z każdym z poniższych stwierdzeń Online sieci społecznościowe mogą zainteresować się sprawami politycznymi (%)

		UE-27	PRZY	FR	LU	RO	EL	HR	LV	NL	FI	PT	SK	EE	SE	ES	LT	HU	PL	BG	CZ	SI	IE	IT	DE	DK	BA DŻ	CY	MT
Ogółem „Zgadza m się”	Październi k/listo 2023 r.	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 maj/czerwiec 2023 r.	▲1	▲8	▲7	▲5	▲5	▲4	▲4	▲4	▲4	▲4	▲3	▲2	▲1	▲1	=	=	=	=	▼1	▼1	▼1	▼2	▼2	▼3	▼5	▼6	▼9	▼9
Ogółem „Disagree”	Październi k/listo 2023 r.	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 maj/czerwiec 2023 r.	=	▼5	▲1	▼2	▼2	▼6	▼2	▼3	▼3	▼1	▲3	▲2	▲3	▲1	▼1	▼2	▲1	▲2	▲1	▼1	▼1	▲4	▲1	▲1	▲1	▲3	▲5	▲7
Nie wiem	Październi k/listo 2023 r.	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 maj/czerwiec 2023 r.	▼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

QE6.1 Niezależnie od tego, czy uczestniczysz w internetowych sieciach społecznościowych, czy nie (sieci społecznościowe, blogi, witryny hostingowe wideo), proszę powiedzieć, czy całkowicie się zgadzasz, czy zgadzasz się, nie zgadzasz się lub całkowicie nie zgadzasz się z każdym z poniższych stwierdzeń Online sieci społecznościowe są nowoczesnym sposobem na śledzenie spraw politycznych (%)

		UE-27	FR	LU	PRZY	RO	SI	LV	PL	NL	CZ	HR	LT	FI	SE	ES	PT	BA DŻ	EE	EL	HU	SK	DE	IT	BG	IE	CY	DK	MT
Ogółem „Zgadza m się”	Październi k/listo 2023 r.	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 maj/czerwiec 2023 r.	▲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
Ogółem „Disagree”	Październi k/listo 2023 r.	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 maj/czerwiec 2023 r.	▼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
Nie wiem	Październi k/listo 2023 r.	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 maj/czerwiec 2023 r.	=	▼3	▼4	▼3	▼1	▼4	▼1	▼2	=	=	▼1	=	▼2	▼1	▲1	▼5	=	▼3	▲5	▼1	▼1	▲1	▲3	▲1	▲2	▲3	▲3	=

QE6.4 Niezależnie od tego, czy uczestniczysz w internetowych sieciach społecznościowych, czy nie (sieci społecznościowe, blogi, witryny hostingowe wideo), proszę powiedzieć, czy całkowicie się zgadzasz, czy zgadzasz się, nie zgadzasz się lub całkowicie nie zgadzasz się z każdym z poniższych stwierdzeń Online sieci społecznościowe są dobrym sposobem, aby wypowiedzieć się w kwestiach politycznych (%)

		UE-27	PT	PRZY	RO	EE	LU	FR	SI	SK	ES	HR	LV	PL	SE	LT	HU	NL	FI	EL	BG	CZ	IE	DE	BA DŻ	DK	IT	MT	CY
Ogółem „Zgadza m się”	Październi k/listo 2023 r.	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 maj/czerwiec 2023 r.	=	▲14	▲8	▲8	▲6	▲6	▲5	▲4	▲4	▲3	▲3	▲2	▲2	▲1	=	=	=	=	▼1	▼2	▼2	▼2	▼3	▼4	▼4	▼5	▼7	▼8
Ogółem „Disagree”	Październi k/listo 2023 r.	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 maj/czerwiec 2023 r.	=	▼8	▼7	▼6	▲1	▼1	▲2	▲1	▼1	▼4	▼1	▼2	▼1	=	▼1	▲2	=	▲1	▼3	▲2	▲1	▲1	=	▲3	▲4	▲2	▲5	▲5
Nie wiem	Październi k/listo 2023 r.	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 maj/czerwiec 2023 r.	=	▼6	▼1	▼2	▼7	▼5	▼7	▼5	▼3	▲1	▼2	=	▼1	▼1	▲1	▼2	=	▼1	▲4	=	▲1	▲1	▲3	▲1	=	▲3	▲2	▲3

QE6.2 Niezależnie od tego, czy uczestniczysz w internetowych sieciach społecznościowych, czy nie (sieci społecznościowe, blogi, witryny hostingowe wideo), proszę powiedzieć,

Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

czy całkowicie się zgadzasz, czy zgadzasz się, nie zgadzasz się lub całkowicie nie zgadzasz się z każdym z poniższych stwierdzeń.

		UE-27	PT	LU	SK	FR	LV	LT	FI	PL	SI	SE	DK	HR	NL	ES	IT	PRZY	RO	CZ	DE	EE	CY	BA DŹ	MT	HU	BG	EL	IE
Ogółem „Zgadza m się”	Październi k/listo 2023 r.	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 maj/czerwi ec 2023 r.	=	▲8	▲4	▲4	▲3	▲3	▲3	▲3	▲2	▲2	▲2	▲1	▲1	▲1	=	=	=	=	▼1	▼1	▼1	▼1	▼2	▼2	▼3	▼5	▼5	▼10
Ogółem „Disagr ee”	Październi k/listo 2023 r.	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 maj/czerwi ec 2023 r.	=	▲1	=	▲2	▲4	▼1	▼4	▼3	▼2	▲1	▼2	▼3	▲1	▼1	▼3	▼1	▲1	▲2	=	▼2	▲2	=	▲2	▲1	▲3	▲5	▲3	▲10
Nie wiem	Październi k/listo 2023 r.	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 maj/czerwi ec 2023 r.	=	▼9	▼4	▼6	▼7	▼2	▲1	=	=	▼3	=	▲2	▼2	=	▲3	▲1	▼1	▼2	▲1	▲3	▼1	▲1	=	▲1	=	=	▲2	=

Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

Respondenci, którzy twierdzą, że korzystają z internetowych sieci społecznościowych co najmniej raz w tygodniu, są bardziej skłonni zgodzić się z czterema stwierdzeniami niż Europejczycy jako całość:

Ośmiu na dziesięciu respondentów, którzy korzystają z internetowych sieci społecznościowych co najmniej raz w tygodniu, zgadza się, że internetowe sieci społecznościowe są nowoczesnym sposobem na śledzenie spraw politycznych, w porównaniu z 67 % wszystkich respondentów – różnica wynosi 13 punktów procentowych.

Około ośmiu na dziesięciu osób korzystających z internetowych sieci społecznościowych co najmniej raz w tygodniu (78 %) twierdzi, że internetowe sieci społecznościowe mogą zainteresować się sprawami politycznymi, w porównaniu z 67 % Europejczyków w ogóle, co stanowi 11-procentową różnicę.

Blisko trzy czwarte (74 %) osób korzystających z internetowych sieci społecznościowych co najmniej raz w tygodniu uważa, że internetowe sieci społecznościowe są dobrym sposobem, aby wypowiedzieć się w kwestiach politycznych, w porównaniu z 61 % wszystkich Europejczyków – 13-procentową różnicą.

Wśród respondentów, którzy korzystają z internetowych sieci społecznościowych co najmniej raz w tygodniu, 65 % zgadza się, że nie można ufać informacjom na temat spraw politycznych z internetowych sieci społecznościowych, w porównaniu z 60 % wszystkich respondentów – różnica wynosi pięć punktów procentowych.

		UE-27	BA DZ	BG	CZ	DK	DE	EE	IE	EL	ES	FR	HR	IT	CY	LV	LT	LU	HU	MT	NL	PR ZY	PL	PT	RO	SI	SK	FI	SE	
Internetowe sieci społecznościowe to dobry sposób, aby wypowiedzieć się w kwestiach politycznych	Ogółem	Październik/listo 2023 r.	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
	„Zgadza się”	Δ maj/czerwiec 2023 r.	▲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
	Ogółem	Październik/listo 2023 r.	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
	„Disagree”	Δ maj/czerwiec 2023 r.	▼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	=
Internetowe sieci społecznościowe mogą zainteresować się sprawami politycznymi	Ogółem	Październik/listo 2023 r.	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
	„Nie wiem”	Δ maj/czerwiec 2023 r.	=	=	▲1	=	▲3	▲1	▼3	▲2	▲5	▲1	▼3	▼1	▲3	▲3	▼1	=	▼4	▼1	=	=	▼3	▼2	▼5	▼1	▼4	▼1	▼2	▼1
	Ogółem	Październik/listo 2023 r.	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
	„Zgadza się”	Δ maj/czerwiec 2023 r.	=	▼2	▼5	▼1	▲1	▼1	▼1	▼10	▼5	=	▲3	▲1	=	▼1	▲3	▲3	▲4	▼3	▼2	▲1	=	▲2	▲8	=	▲2	▲4	▲3	▲2
Nie można ufać informacjom o sprawach politycznych z internetowych sieci społecznościowych	Ogółem	Październik/listo 2023 r.	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	
	„Disagree”	Δ maj/czerwiec 2023 r.	=	▲2	▲5	=	▼3	▼2	▲2	▲10	▲3	▼3	▲4	▲1	▼1	=	▼1	▼4	=	▲3	▲1	▼1	▲1	▼2	▲1	▲2	▲1	▲2	▼3	▼2
	Ogółem	Październik/listo 2023 r.	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
	„Nie wiem”	Δ maj/czerwiec 2023 r.	=	=	=	▲1	▲2	▲3	▼1	=	▲2	▲3	▼7	▼2	▲1	▲1	▼2	▲1	▼4	=	▲1	=	▼1	=	▼9	▼2	▼3	▼6	=	=

Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

			Październik/listopad 2023 r.																											
			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
	Nie wiem	Δ	▼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
			Październik/listopad 2023 r.																											
	Ogółem „Zgadza się”	Δ	=	▼4	▼2	▼2	▼4	▼3	▲6	▼2	▼1	▲3	▲5	▲3	▼5	▼8	▲2	=	▲6	=	▼7	=	▲8	▲2	▲14	▲8	▲4	▲4	=	▲1
Internetowe sieci społecznościowe to nowoczesny sposób na śledzenie spraw politycznych			Październik/listopad 2023 r.																											
	Ogółem „Disagree”	Δ	=	▲3	▲2	▲1	▲4	=	▲1	▲1	▼3	▼4	▲2	▼1	▲2	▲5	▼2	▼1	▼1	▲2	▲5	=	▼7	▼1	▼8	▼6	▲1	▼1	▲1	=
			Październik/listopad 2023 r.																											
	Nie wiem	Δ	=	▲1	=	▲1	=	▲3	▼7	▲1	▲4	▲1	▼7	▼2	▲3	▲3	=	▲1	▼5	▼2	▲2	=	▼1	▼1	▼6	▼2	▼5	▼3	▼1	▼1

Analiza społeczno-demograficzna pokazuje, że starsi respondenci w wieku co najmniej 55 lat są mniej skłonni niż ich młodszy partnerzy zgodzić się ze stwierdzeniami w internetowych sieciach społecznościowych. Na przykład 51 % osób w wieku co najmniej 55 lat zgadza się, że internetowe sieci społecznościowe są nowoczesnym sposobem na śledzenie spraw politycznych, w porównaniu z 85 % osób w wieku 15-24 lat. Jedynym wyjątkiem jest zgoda ze stwierdzeniem, że „nie można ufać informacjom o sprawach politycznych z internetowych sieci społecznościowych” – w tym przypadku respondenci w centralnych kohortach wiekowych (25-54) (65-66 %) częściej zgadzają się niż młodszy (58 %) i starsi respondenci (56 %).

Różnice w zgodzie można również zauważyć w zależności od poziomu wykształcenia, przy czym osoby, które zakończyły edukację w pełnym wymiarze godzin w wieku 16 lat lub starszych, częściej zgadzają się z każdym oświadczeniem niż osoby, które zakończyły edukację wcześniej. Na przykład respondenci, którzy ukończyli edukację w wieku 16 lat lub więcej (66-73 %) są bardziej skłonni zgodzić się, że internetowe sieci społecznościowe mogą zainteresować się sprawami politycznymi niż ci, którzy zakończyli edukację w wieku 15 lat lub młodszych (46 %).

Obserwując wyniki według kategorii społeczno-zawodowych, emerytowani respondenci są najmniej skłonni zgodzić się z każdym stwierdzeniem dotyczącym internetowych sieci społecznościowych. Dotyczy to w szczególności wyrażenia zgody na stwierdzenie, że internetowe sieci społecznościowe mogą zainteresować się sprawami politycznymi (48 % emerytów, w porównaniu z 76 % menedżerów i innych pracowników białych kołnierzyków).

Respondenci, którzy mają trudności z płaceniem rachunków od czasu do czasu lub rzadziej, są bardziej skłonni niż ci, którzy przez większość czasu mają trudności z uzgodnieniem, że informacji o sprawach politycznych z internetowych sieci społecznościowych nie można ufać (61 % w porównaniu z 55 %) oraz że internetowe sieci społecznościowe mogą zainteresować się sprawami politycznymi (67-68 % w porównaniu z 59 %). Podobnie, im wyższa klasa społeczna, do której respondenci uważają, że należy, tym bardziej prawdopodobne jest, że nie można ufać informacjom o sprawach politycznych z internetowych sieci społecznościowych (65-72 % tych, którzy uważają się za należących do wyższej klasy średniej lub wyższej, w porównaniu z 53 % osób, które uważają się za należących do klasy robotniczej), oraz że internetowe sieci społecznościowe mogą zainteresować się sprawami politycznymi (76-80 % w porównaniu z 57 %). Schematy trudności finansowych respondentów i samoopstrzeżonej klasy społecznej są mniej wyraźne w przypadku pozostałych dwóch twierdzeń.

Standardowe badanie Eurobarometr 100 Jesień 2023 r. Media

QE6 Niezależnie od tego, czy uczestniczysz w internetowych sieciach społecznościowych, czy nie (sieci społecznościowe, blogi, witryny hostingowe wideo), proszę powiedzieć, czy całkowicie się zgadzasz, czy zgadzasz się, nie zgadzasz się lub całkowicie nie zgadzasz się z każdym z poniższych stwierdzeń. (% – „całkowita zgoda”)

	Internetowe sieci społecznościowe to nowoczesny sposób na śledzenie spraw politycznych	Nie można ufać informacjom o sprawach politycznych z internetowych sieci społecznościowych	Internetowe sieci społecznościowe mogą zainteresować się sprawami politycznymi	Internetowe sieci społecznościowe to dobry sposób, aby wypowiedzieć się w kwestiach politycznych
UE-27	67	60	67	61
Płeć				
Człowiek	68	62	69	63
Kobieta	67	59	66	61
Wiek				
15-24	85	58	83	78
25-39	79	65	78	73
40-54	73	66	73	66
55 +	51	56	53	48
Edukacja (koniec)				
15—	45	47	46	43
16-19	68	61	66	63
20+	70	66	73	63
Nadal studiuje	86	59	85	77
Kategoria społeczno-zawodowa				
Samozatrudniony	76	66	75	67
Zarządcy	72	67	76	66
Pozostałe białe kołnierze	76	66	76	70
Pracownicy ręczni	73	64	71	69
Osoby domowe	59	52	56	55
Bezrobotny	70	59	67	67
Emerytowany	45	52	48	42
Studenci	86	59	85	77
Trudności z płaceniem rachunków				
Przez większość czasu	64	55	59	61
Od czasu do czasu	71	61	67	64
Prawie nigdy/Nigdy	66	61	68	61
Założmy, że należymy do				
Klasa robotnicza	60	53	57	55
Niższa klasa średnia	66	61	65	63
Klasa średnia	71	63	72	65
Wyższa klasa średnia	68	65	76	61
Klasa wyższa	71	72	80	69
Wizerunek UE				
Pozytywne	72	64	73	66
Neutralny	65	58	64	59
Negatywne	60	57	60	57

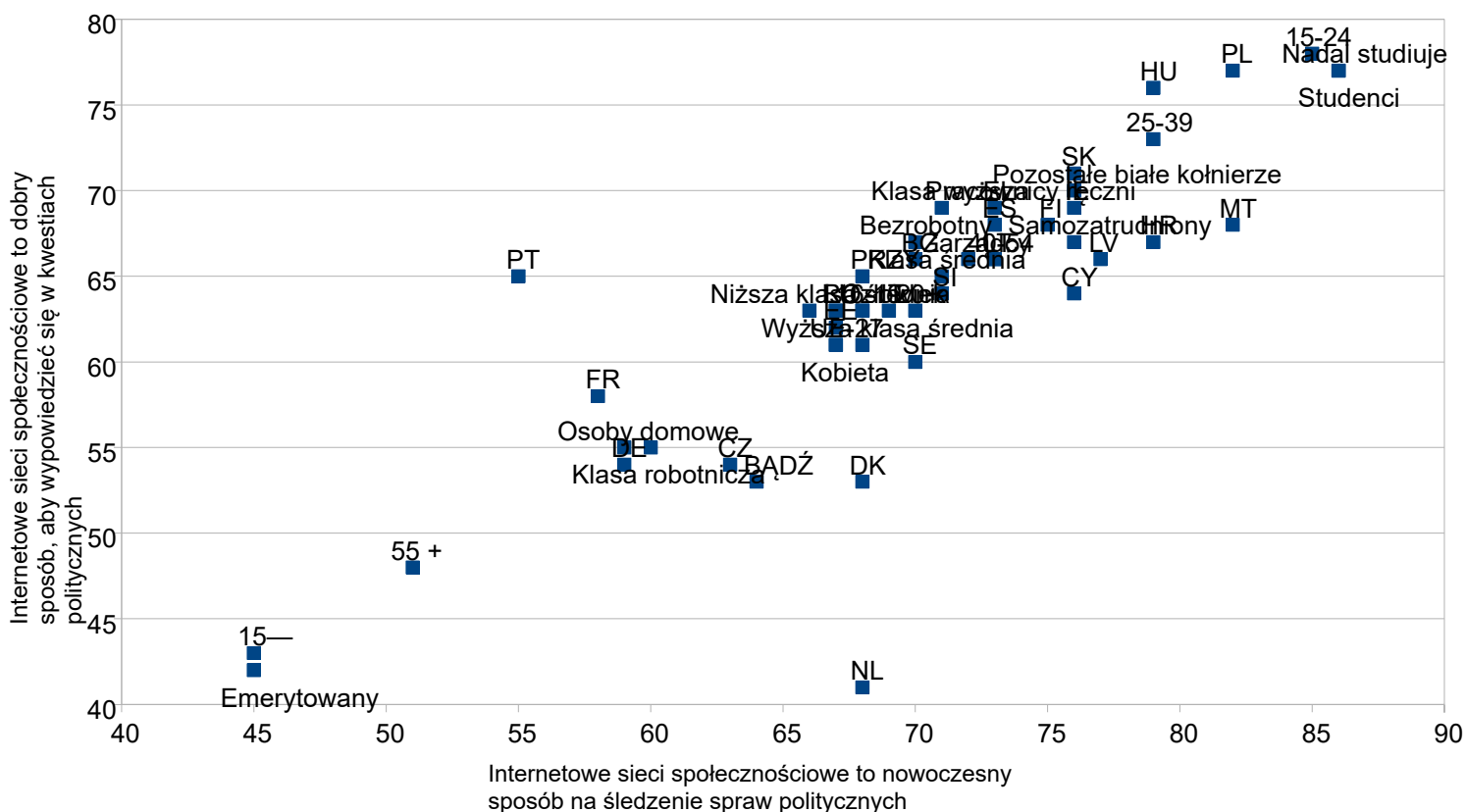
Komentarze

(Pierre Dieumegard)

Po raz kolejny dokument Eurobarometru nie został prawidłowo sprawdzony przed publikacją. Część VI (Sieci społeczne) zawiera tylko jedną podsekcję, wbrew dobrej praktyce pisania we wszystkich krajach i językach. Brakuje podsekcji?

Od 2010 roku prasa pisemna jest coraz mniej czytana, podczas gdy sieci społecznościowe są wykorzystywane coraz częściej, bardziej niż prasa pisemna. Chociaż radio i telewizja nieznacznie spadają, są one nadal wykorzystywane przez większość respondentów (pytanie QE3).

odsetek osób, które uważają, że sieci społecznościowe nie są dobrym sposobem na poznanie spraw politycznych, pozostaje stały i wynosi około jednej czwartej respondentów. Z drugiej strony, odsetek tych, którzy uważają, że jest to dobry sposób, wzrasta, ze szkodą dla tych, którzy nie mają opinii (QE6).



Wiek jest głównym czynnikiem wyjaśniającym opinie na temat użyteczności sieci społecznościowych w polityce, ale opinie różnią się znacznie w zależności od kraju (pytanie QE6). Polacy jako całość zachowują się tak samo jak osoby w wieku 15-24 lat jako całość.