



STANDARD EUROBAROMETER 100

# Brug af medierne i Den Europæiske Union

Eurobarometer Report  
OKTOBER — NOVEMBER 2023

## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

Denne undersøgelse er blevet anmodet om og koordineret af Europa-Kommissionen, Generaldirektoratet for Kommunikation.

Dette dokument repræsenterer ikke Europa-Kommissionens synspunkt. De fortolkninger og meninger, der er indeholdt heri, er udelukkende forfatterens.

Projekttitel	Standard Eurobarometer 100 — efteråret 2023 Brug af medierne i Den Europæiske Union
Sprogudgave	EN
Medier/Volume	PDF/Volume_01
Katalognummer	NA-AO-23-043-EN-N
ISBN	978-92-68-09983-4
ISSN	1977-3927
DOI	10.2775/25739

© Den Europæiske Union, 2023

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

Fotokredit: Billeder af Getty

## Indholdsfortegnelse

Introduktion.....	4
I. Medier bruger og stoler på medierne.....	9
1. Brug af medier.....	10
2. Tillid til medierne.....	35
II. Informationsniveauet om europæiske anliggender.....	39
III. Informationskilder vedrørende politiske spørgsmål og Den Europæiske Union.....	49
1. Europæiske politiske spørgsmål.....	50
2. Aktiv søgning efter oplysninger om Den Europæiske Union.....	56
IV. Udtalelser om de nationale mediers pluralisme og uafhængighed.....	61
1. Pluralisme i de nationale medier.....	62
2. De nationale mediers uafhængighed.....	66
V. Europæere og falske nyheder.....	75
VI. Sociale netværk.....	90
1. Sociale netværk og politiske oplysninger online.....	91
Kommentarer.....	105



Dokument udarbejdet af Pierre Dieumegard for [Europe-Democracy-Esperanto](#)

Formålet med dette "foreløbige" dokument er at give flere borgere i Den Europæiske Union mulighed for at få kendskab til dokumenter, der er udarbejdet af Den Europæiske Union (og finansieret af deres skatter).

**Uden oversættelser bliver folk udelukket fra debatten.**

Dette dokument "Eurobarometer" [var kun på fransk, tysk og engelsk](#) i en pdf-fil. Fra denne oprindelige fil lavede vi en odt-fil, udarbejdet af Libre Office-software, til maskinoversættelse til andre sprog. Resultaterne foreligger [nupå alle officielle sprog](#).

**Det er ønskeligt, at EU's administration overtager oversættelsen af vigtige dokumenter. "Vigtige dokumenter" er ikke kun love og bestemmelser, men også de vigtige oplysninger, der er nødvendige for at træffe informerede beslutninger i fællesskab.**

For at drøfte vores fælles fremtid sammen og muliggøre pålidelige oversættelser ville det internationale sprog esperanto være meget nyttigt på grund af dets enkelhed, regelmæssighed og nøjagtighed.

Kontakt os:

[Kontakt@europokune.eu](mailto:Kontakt@europokune.eu)

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



## Introduktion

## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

Standard Eurobarometer 100. 2 (EB100) undersøgelse fra efteråret 2023 blev gennemført fra den 23. oktober og den 17. november 2023 i 37 lande eller territorier: de 27 EU-medlemsstater, syv kandidatlande (Albanien, Bosnien-Hercegovina, Moldova, Montenegro, Nordmakedonien, Serbien og Tyrkiye), det tyrkisk-cypriotiske samfund i den del af landet, der ikke kontrolleres af Republikken Cyprens regering, samt i Kosovo,<sup>1</sup> og Det Forenede Kongerige.

Den fulde rapport om Eurobarometer 100-undersøgelsen består af flere mængder. I første bind præsenteres resultaterne af generelle spørgsmål om den offentlige mening i Den Europæiske Union. Fire andre bind præsenterer europæernes udtalelser om følgende emner: brugen af medier i Den Europæiske Union, Den Europæiske Unions prioriteter, unionsborgerskab og holdninger vedrørende den russiske invasion af Ukraine.

Det nuværende omfang af Eurobarometer-standardundersøgelsen fra efteråret 2023 fokuserer på brugen af medierne i Den Europæiske Union. Her analyserer vi følgende spørgsmål:

Mediebrug og -tillid til medierne — i hvilket omfang de forskellige medier anvendes mest af de europæiske borgere. Hvor stor tillid har europæerne til medierne og de oplysninger, de giver?

Informationsniveauet om europæiske spørgsmål — føler europæerne sig velinformede om europæiske spørgsmål? Føler de, at borgerne i deres land er velinformede om disse spørgsmål?

Informationskilder vedrørende politiske spørgsmål og Den Europæiske Union — hvad er de vigtigste informationskilder, som europæerne anvender til nyheder om europæiske politiske spørgsmål og i forbindelse med søgning efter oplysninger om Den Europæiske Union?

"Udtalelser om de nationale mediers pluralisme og uafhængighed — mener de europæiske borgere, at de europæiske medier giver en mangfoldighed af synspunkter og meninger? Er disse medier udsat for politisk og kommercielt pres?

"Europæere og falske nyheder — står Den Europæiske Unions borgere ofte over for falske nyheder eller nyheder, der giver et misvisende billede af virkeligheden? Er de i stand til at identificere det? Betragter de det som et problem i deres land og for demokratiet generelt?

Sociale netværk — er online sociale netværk en måde at holde sig ajour med politiske nyheder og have indflydelse på politiske spørgsmål? Kan borgerne interessere sig for politiske spørgsmål? Kan man stole på politisk information på sociale netværk?

---

1 Denne betegnelse indebærer ingen stillingtagen til Kosovos status og er i overensstemmelse med UNSCR 1244/99 og ICJ's udtalelse om Kosovos uafhængighedserklæring.

## Metodik

Den anvendte metode er den metode, der anvendes i de standard Eurobarometer-undersøgelser, der gennemføres af Generaldirektoratet for Kommunikation ("Media monitoring and Eurobarometer Unit")<sup>23</sup>. En teknisk note vedrørende de interviews, der gennemføres af medlemsinstitutionerne i Kantarnetværket, er vedlagt denne rapport. Den angiver også konfidensintervallerne.

I henhold til EU's generelle forordning om databeskyttelse <sup>4</sup> (GDPR) blev respondenterne spurgt, om de ville acceptere at blive stillet spørgsmål om spørgsmål, der kunne betragtes som "følsomme".

Bemærkning: I denne rapport henvises der til EU-landene ved deres officielle forkortelse. De forkortelser, der anvendes i denne rapport, svarer til:

Belgien	VÆR	Litauen	LT
Bulgarien	BG	Luxembourg	LU
Tjekkiet	CZ	Ungarn	HU
Danmark	DK	Malta	MT
Tyskland	DE	Nederlandene	NL
Estland	EE	Østrig	AT
Irland	IE	Polen	PL
Grækenland	EL	Portugal	PT
Spanien	ES	Rumænien	RO
Frankrig	FR	Slovenien	SI
Kroatien	HR	Slovakiet	SK
Italien	DET	Finland	FI
Republikken Cypern	CY*	Sverige	SE
Letland	LV	Nordmakedonien	MK
Det tyrkisk-cypriotiske samfund	CY (tcc)	Serbien	RS
Albanien	AL	Tyrkiet	TR
Bosnien-Hercegovina	BA	Det Forenede Kongerige	UK
Moldova	MD		
Montenegro	MIG		
Kosovo <sup>5</sup>	XK		
Den Europæiske Union — vægtet gennemsnit for de 27 medlemmer	EU-27		
Stater i Den Europæiske Union			
BE, FR, IT, LU, DE, AT, ES, PT, DVS. NL, FI, EL, EE, SI, CY, MT, SK, LV, LT, HR	Euroområdet		
BG, CZ, DK, HU, PL, RO, SE	Uden for euroområdet		

Cypern som helhed er en af de 27 EU-medlemsstater. Den gældende fællesskabsret er imidlertid blevet suspenderet i den del af landet, som ikke kontrolleres af Republikken Cyperns regering. Af praktiske grunde er det kun interviewene i den del af landet, der kontrolleres af Republikken Cyperns regering, der indgår i kategorien "CY" og i EU27-gennemsnittet.

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

3 Resultattabellerne er vedlagt. Det skal bemærkes, at de samlede procentsatser, der er angivet i tabellerne i denne rapport, kan overstige 100 %, når respondenterne har kunnet vælge flere svar på det samme spørgsmål.

4 2016/679

5 Denne betegnelse indebærer ingen stillingtagen til Kosovos status, og den er i overensstemmelse med UNSCR 1244/99 og ICJ's udtalelse om Kosovos uafhængighedserklæring.

**Vi vil gerne takke de mennesker i hele Europa, der har givet deres tid til at deltage i denne undersøgelse.**

**Uden deres aktive deltagelse ville denne undersøgelse ikke have været mulig.**







## I. Medier bruger og stoler på medierne

## 1. Brug af medier

Tv er fortsat den mest anvendte form for medier.

Tv er langt den mest anvendte medieform, idet 93 % af respondenterne (ingen ændring siden vinteren 2022-2023) ser fjernsyn via et tv-apparat eller internettet mindst en gang om ugen og tæt på otte ud af ti (79 %, -1 procentpoint), der gør det dagligt eller næsten dagligt.

Næsten ni ud af ti (89 %) ser tv på et tv mindst en gang om ugen. Selv om denne andel er forblevet uændret siden sidste gang dette spørgsmål blev stillet i vinteren 2022-2023, er det stadig betydeligt lavere end det var mellem efteråret 2010 (EB74) og efteråret 2012 (EB78), hvor 97 % rapporterede at se tv på et tv mindst en gang om ugen.

Andelen af respondenter, der ser tv via internettet, fortsætter med at stige støt, idet 38 % siger, at de ser tv på denne måde mindst en gang om ugen — en stigning på to procentpoint siden vinteren 2022-2023 og på 22 procentpoint, siden dette spørgsmål blev stillet første gang i efteråret 2011 (EB76).

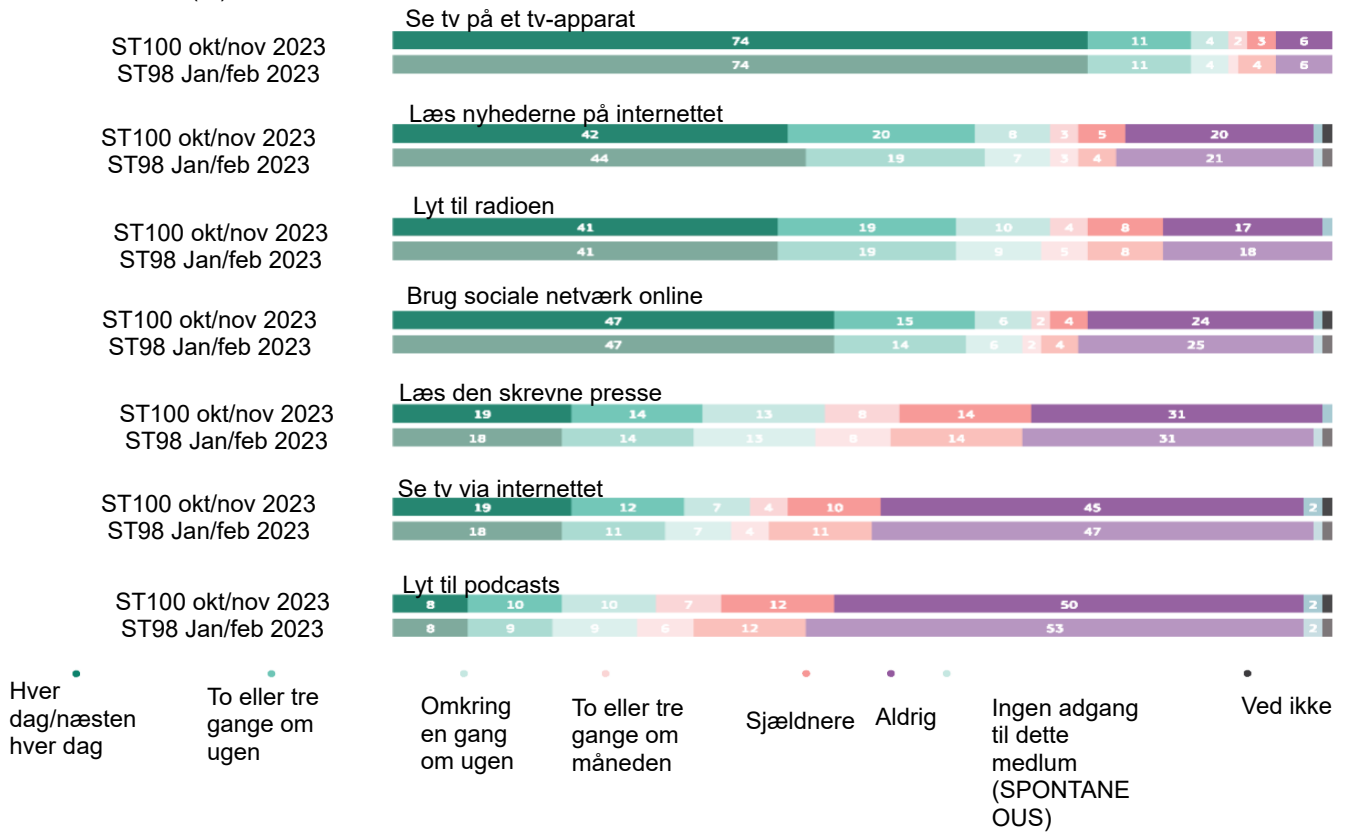
Syv ud af ti rapporterer at lytte til radioen mindst en gang om ugen. Denne andel er steget med et procentpoint siden vinteren 2022-2023 og har standset et langsomt, men vedvarende fald siden efteråret 2019 (EB92) (74 %). Ikke desto mindre er det langsigtede mønster stadig et faldende radioforbrug (fra 79 % i efteråret 2010 til 70 % i den nuværende undersøgelse).

Efter en stigning på tre procentpoint mellem vinteren 2021-2022 og vinteren 2022-2023 er andelen af personer, der læser nyhederne på internettet mindst en gang om ugen, forblevet stabil i den nuværende undersøgelse, idet syv ud af ti rapporterer at gøre det.

Andelen af respondenter, der bruger sociale netværk på nettet mindst en gang om ugen, er steget en smule siden vinteren 2022-2023 (+ 1 procentpoint) til 68 %. Denne andel er nu tilbage på det niveau, der blev nået i vinteren 2020-21 (EB94), efter en støt stigning i den regelmæssige brug af sociale onlinenetværk (fra 33 % registreret i efteråret 2010).

Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

QE3. Kan du fortælle, i hvilket omfang du...? (EU27)  
(%)

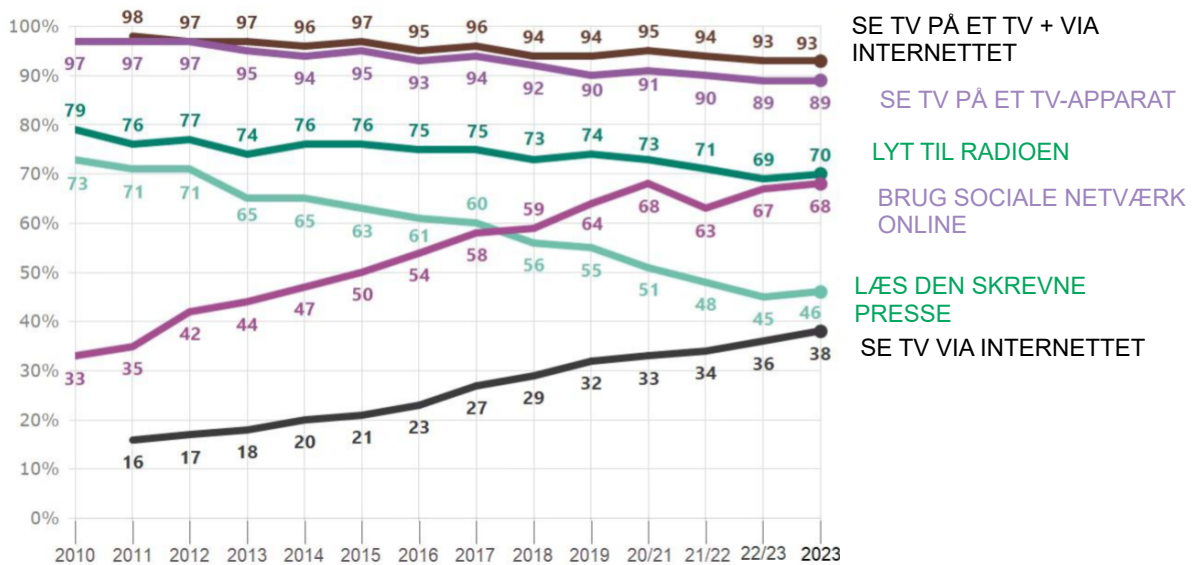


## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

Mindre end halvdelen (46 %) læser den skrevne presse mindst en gang om ugen. Dette udgør en stigning på 1 procentpoint i denne andel af respondenterne siden vinteren 2022-2023, hvilket har standset et langsigtet, næsten kontinuerligt fald siden efteråret 2010 (73 %).

Endelig lytter næsten tre ud af ti (28 %) til podcasts mindst en gang om ugen — en stigning på to procentpoint siden vinteren 2022-2023 og en stigning på seks procentpoint siden vinteren 2021-2022<sup>6</sup>.

QE3 Kan du fortælle, i hvilket omfang du...?  
(% — EU — MINDST EN GANG OM UGEN)

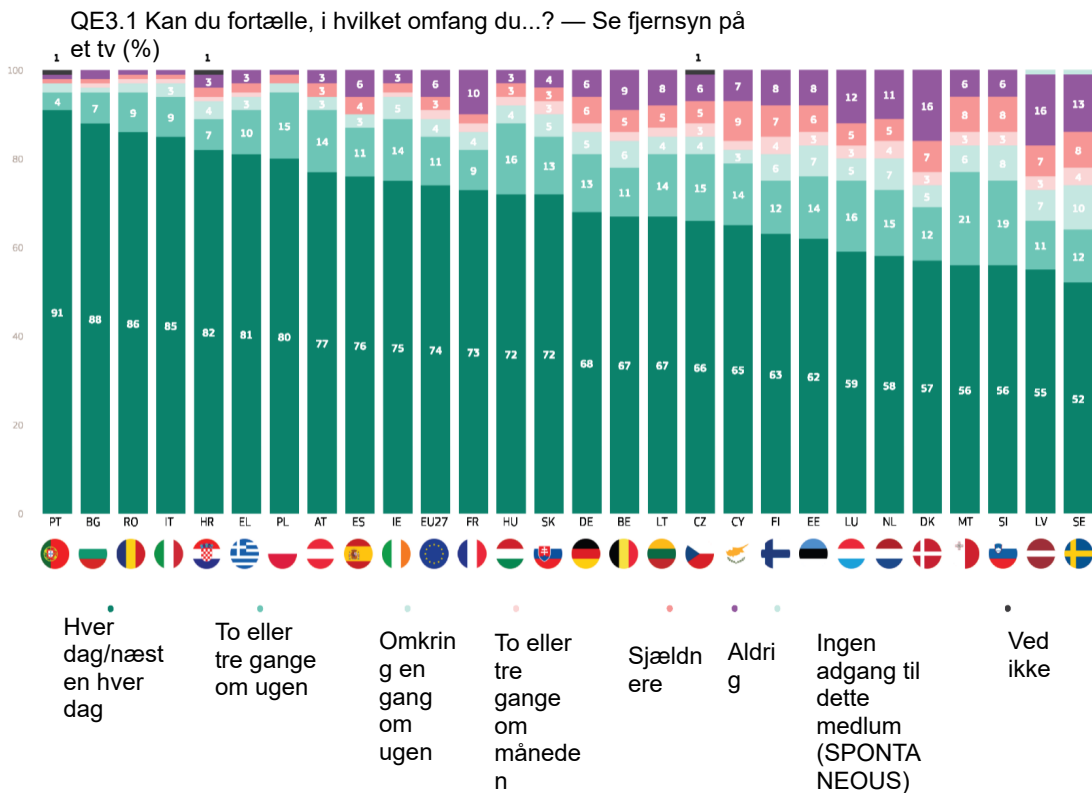


6 QE3. Kan du fortælle, i hvilket omfang du...? 1) Se tv på et tv-apparat; 2) Se tv via internettet; 3) Lyt til radioen; 4) Lyt til podcasts; 5) Læs den skriftlige presse; 6) Læs nyheder på internettet; 7) Brug online sociale netværk.

## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

I hele EU ser næsten tre fjerdedele (74 %) fjernsyn på et tv-apparat dagligt eller næsten dagligt. Respondenterne i Portugal (91 %), Bulgarien (88 %) og Rumænien (86 %) er mest tilbøjelige til at gøre det. I den modsatte ende af skalaen rapporterer 52 % i Sverige, 55 % i Letland og 56 % i Malta og Slovenien at se fjernsyn på et tv-apparat dagligt eller næsten dagligt.

Andelen af, der siger, at de ser tv dagligt eller næsten dagligt, er faldet i 18 lande siden vinteren 2022-2023, især i Cypern (65 %, -14 procentpoint), Malta (56 %, -13 procentpoint) og Letland (55 %, -9 procentpoint). Omvendt er denne andel af respondenterne steget i syv lande, navnlig i Frankrig (73 %, + 4 procentpoint) og Spanien (76 %, + 3 procentpoint). Dette tal har været stabilt i Tyskland (68 %) og Estland (62 %).



## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

Den sociodemografiske analyse viser, at det at se fjernsyn på et tv varierer efter aldersgruppe og uddannelsesniveau. Jo ældre respondenterne er, jo mere sandsynligt er de at se tv på et tv-apparat dagligt eller næsten dagligt. For eksempel gør 88 % af dem, der er 55 år eller derover, det sammenlignet med 45 % af dem i alderen 15-24 år. Desuden er respondenter, der afsluttede en fuldtidsuddannelse på 15 år eller yngre, mere tilbøjelige end dem, der er fyldt 20 år, til at se tv på et tv-apparat dagligt eller næsten dagligt (91 % mod 69 %).

Der kan også observeres forskelle på tværs af socio-professionelle kategorier, hvor huspersoner (84 %) er de mest tilbøjelige til at være daglige/næsten daglige seere af fjernsyn på et tv-apparat, især i forhold til ledere (65 %). Respondenter, der anser sig selv for at tilhøre arbejderklassen (81 %) af samfundet, er også de mest tilbøjelige til at se fjernsyn på et tv-apparat dagligt eller næsten dagligt.

### QE3.1 Kan du fortælle, i hvilket omfang du...? Se tv på et tv-apparat (% — EU)

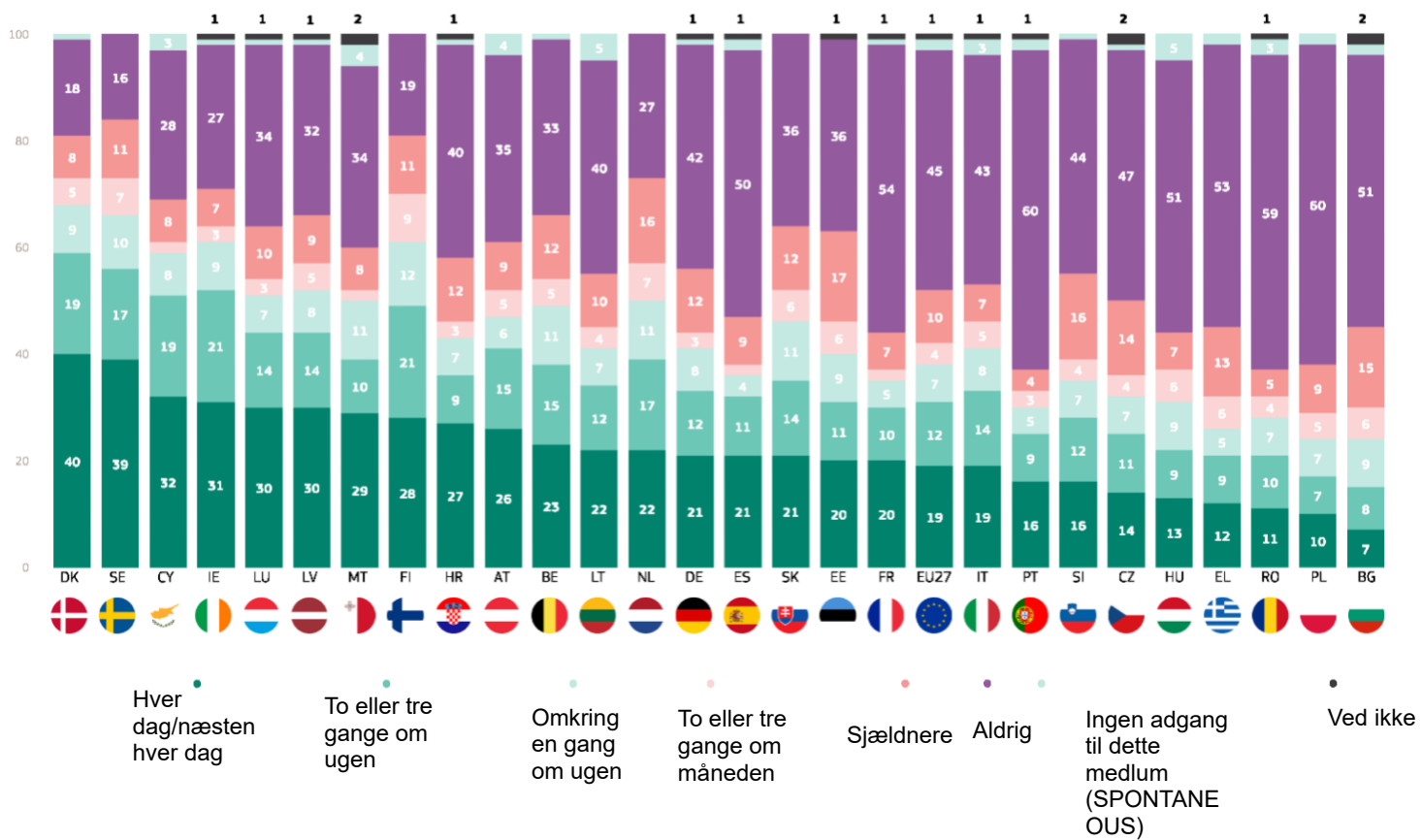
	Hverdag/ næsten hver dag	To eller tre gange om ugen	Omkring en gang om ugen	To eller tre gange om måneden	Sjældne e	Aldrig	Ingen adgang til dette medie (SPONTANEOUS)	Ved ikke	I alt mindst en gang om ugen
EU-27	74	11	4	2	3	6	0	0	89
<b>Køn</b>									
Mand	73	12	4	2	3	6	0	0	89
Kvinde	76	11	4	1	3	5	0	0	91
<b>Alder</b>									
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
<b>Uddannelse (slut på)</b>									
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
Studerer stadig	43	19	9	4	11	14	0	0	71
<b>Socio-professionel kategori</b>									
Selvbeskæftigede	72	14	5	1	3	5	0	0	91
Ledere	65	16	4	3	5	7	0	0	85
Andre hvide kraver	72	12	5	2	3	5	0	1	89
Manuelle arbejdere	77	12	4	1	2	4	0	0	93
Personer i huset	84	8	1	1	2	4	0	0	93
Arbejdsløs	69	9	4	1	6	11	0	0	82
Pensioneret	90	5	1	1	1	2	0	0	96
Studerende	43	19	9	4	11	14	0	0	71
<b>Vanskeligheder med at betale regninger</b>									
Det meste af tiden	73	11	4	1	4	7	0	0	88
Fra tid til anden	76	11	4	1	3	5	0	0	91
Næsten aldrig/aldrig	74	11	4	2	3	6	0	0	89
<b>Overveje at tilhøre</b>									
Arbejderklassen	81	8	3	1	2	5	0	0	92
Den nederste middelklasse	76	9	4	2	4	5	0	0	89
Middelklassen	73	13	4	2	3	5	0	0	90
Den øverste middelklasse	62	15	7	3	6	7	0	0	84
Overklassen	71	15	1	4	1	7	0	1	87
<b>Billede af EU</b>									
Positiv	73	12	4	1	4	6	0	0	89
Neutral	75	12	4	2	3	4	0	0	91
Negativ	74	9	4	2	3	8	0	0	87

## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

Tæt på en ud af fem (19 %, + 1 procentpoint siden vinteren 2022-2023) ser tv på internettet dagligt eller næsten dagligt. Denne andel af respondenterne varierer meget i de 27 EU-medlemsstater med de højeste andele i Danmark (40 %), Sverige (39 %) og Cypern (32 %) og de laveste andele i Bulgarien (7 %), Polen (10 %) og Rumænien (11 %).

I 12 EU-medlemsstater er respondenterne mere tilbøjelige til at sige, at de ser fjernsyn på internettet hver dag eller næsten hver dag, end de var i vinteren 2022-2023. De største stigninger i denne andel kan ses i Portugal (16 %, + 5 procentpoint), Estland (20 %, + 4 procentpoint) og Spanien (21 %, + 4 procentpoint). Dette tal er faldet i yderligere 12 lande, navnlig i Malta (29 %, -13 procentpoint), Luxembourg (30 %, -7 procentpoint), Letland (30 %, -5 procentpoint) og Rumænien (11 %, -5 procentpoint). Der er ikke sket ændringer i Danmark (40 %), Finland (28 %) og Tjekkiet (14 %).

QE3.2. Kan du fortælle, i hvilket omfang du...? Se tv via fl'le Internet (96)



## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

Den sociodemografiske analyse viser, at yngre respondenter og dem, der opholdt sig længere i fuldtidsuddannelse, er mere tilbøjelige til at være daglige eller næsten daglige seere af tv på internettet. Navnlig ser 29 % af dem i alderen 15-24 år tv på internettet dagligt eller næsten dagligt, sammenlignet med 11 % af dem i alderen 55 år eller derover. På samme måde ser næsten en fjerdedel (24 %) af dem, der afsluttede en fuldtidsuddannelse på 20 år eller derover, på internettet dagligt eller næsten dagligt, sammenlignet med mindre end en ud af ti (7 %), der gør det blandt dem, der forlod en uddannelse på 15 år eller derunder.

QE3.2 Kan du fortælle, i hvilket omfang du...? Se tv via internettet (% — EU)

	Hverdag/ næsten hver dag	To eller tre gange om ugen	Omkring en gang om ugen	To eller tre gange om måneden	Sjældn ere	Aldrig	Ingen adgang til dette medie (SPONTANEOUS)	Ved ikke	I alt mindst en gang om ugen
EU-27	19	12	7	4	10	45	2	1	38
<b>Køn</b>									
Mand	21	13	8	4	10	42	1	1	42
Kvinde	18	11	6	4	9	49	2	1	35
<b>Alder</b>									
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
<b>Uddannelse (slut på)</b>									
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
Studerer stadig	32	18	12	5	11	21	0	1	62
<b>Socio-professionel kategori</b>									
Selvbeskæftigede	24	15	8	5	11	36	1	0	47
Ledere	25	19	8	6	12	29	1	0	52
Andre hvide kraver	22	15	9	6	12	35	1	0	46
Manuelle arbejdere	20	12	8	4	9	45	2	0	40
Personer i huset	14	8	5	3	7	60	2	1	27
Arbejdsløs	21	9	6	3	10	49	1	1	36
Pensioneret	9	5	4	2	7	69	3	1	18
Studerende	32	18	12	5	11	21	0	1	62
<b>Vanskeligheder med at betale regninger</b>									
Det meste af tiden	16	8	6	3	10	53	2	2	30
Fra tid til anden	19	12	8	4	9	46	1	1	39
Næsten aldrig/aldrig	20	12	7	4	10	44	2	1	39
<b>Overveje at tilhøre</b>									
Arbejderklassen	14	7	5	3	7	61	2	1	26
Den nederste middelklasse	18	10	7	4	11	48	1	1	35
Middelklassen	21	14	8	4	10	40	2	1	43
Den øverste middelklasse	25	17	10	6	11	30	0	1	52
Overklassen	18	12	9	4	9	45	2	1	39
<b>Billede af EU</b>									
Positiv	22	14	8	5	9	40	1	1	44
Neutral	17	11	7	4	10	48	2	1	35
Negativ	18	9	7	2	10	51	2	1	34

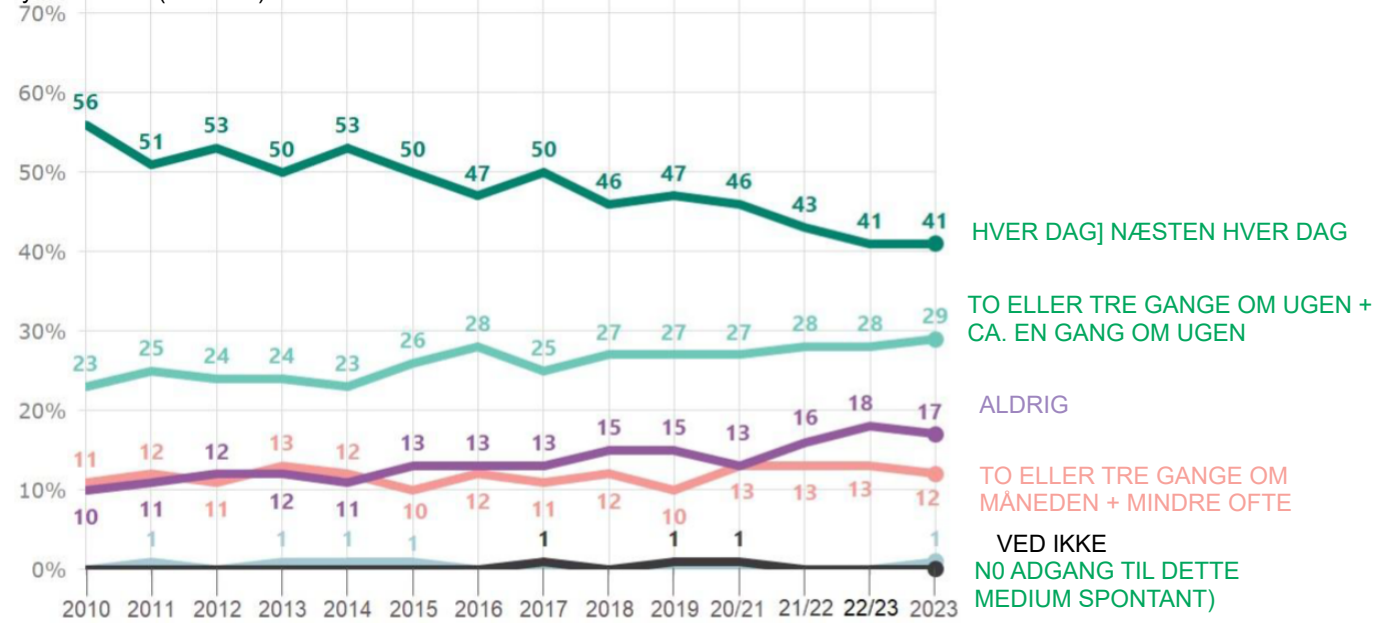


## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

Regelmæssig radiolytning har været stort set stabil siden Eurobarometerstandarden 2022-2023. Syv ud af ti respondenter lytter til radioen mindst en gang om ugen (+ 1 procentpoint), herunder 41 % (ingen ændring), som gør det dagligt eller næsten dagligt. Omkring en ud af seks siger, at de aldrig lytter til radioen (17 %, -1 pp).

QE3.3 Kan du fortælle, i hvilket omfang du...?

Lyt til radioen (% — EU)

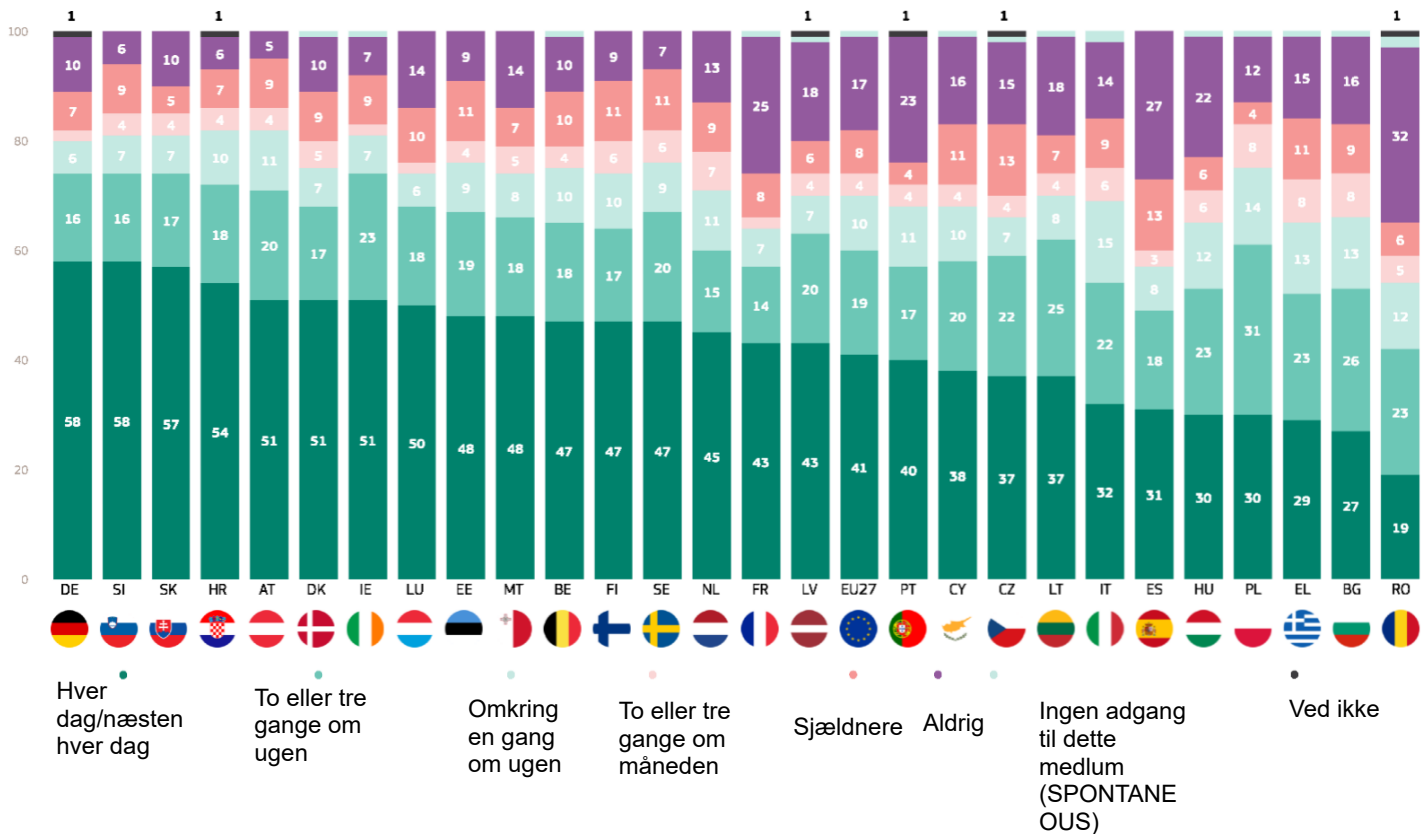


## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

Andelen af respondenter, der lytter til radioen hver dag eller næsten hver dag, varierer fra 58 % i Tyskland og Slovenien og 57 % i Slovakiet til mindre end tre ud af ti i Rumænien (19 %), Bulgarien (27 %) og Grækenland (29 %).

I 14 EU-medlemsstater er andelen af respondenter, der rapporterer at lytte til radioen dagligt eller næsten dagligt, faldet i forhold til vinteren 2022-2023. De største fald ses i Cypern (38 %, -7 procentpoint), Letland (43 %, -6 procentpoint) og Ungarn (30 %, -6 procentpoint). Radiolytning er steget i otte lande, navnlig i Kroatien (54 %, +6 procentpoint) og Tyskland (58 %, +4 procentpoint), og har været stabil i fem lande: Slovenien (58 %), Slovakiet (57 %), Østrig (51 %), Luxembourg (50 %) og Frankrig (43 %).

QE3.3. Kan du fortælle, i hvilket omfang du..? Lyt til radioen (%)



## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

Daglig eller næsten daglig lytning til radio er højere blandt mænd (44 %) end blandt kvinder (38 %). Denne andel stiger også i takt med, at respondenternes alder stiger, med næsten halvdelen (48 %) blandt dem i alderen 55 år eller derover, der lytter til radioen dagligt eller næsten dagligt, sammenlignet med to ud af ti blandt dem i alderen 15-24 år. Der er også forskelle med hensyn til uddannelsesniveau, idet personer, der afsluttede en fuldtidsuddannelse på 16 år eller derover (44-45 %), er mere tilbøjelige til at gøre det end dem, der forlod 15 år eller yngre (37 %). Endelig er andelen af respondenter, der lytter til radioen dagligt eller næsten dagligt, 45 % blandt respondenter, der aldrig eller næsten aldrig har problemer med at betale regninger, sammenlignet med 33-36 % blandt dem, der har problemer i det mindste fra tid til anden.

QE3.3 Kan du fortælle, i hvilket omfang du...? Lyt til radioen (% — EU)

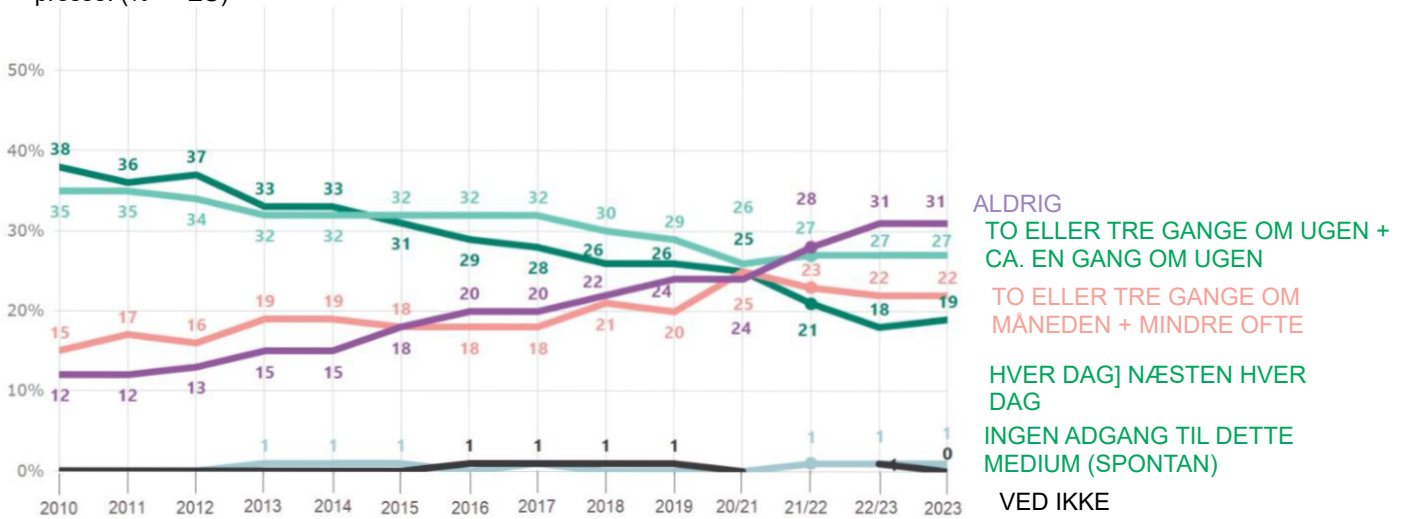
	Hverdag/ næsten hver dag	To eller tre gange om ugen	Omkring en gang om ugen	To eller tre gange om måneden	Sjældn ere	Aldrig	Ingen adgang til dette medie (SPONTANEOUS)	Ved ikke	I alt mindst en gang om ugen
<b>EU-27</b>	41	19	10	4	8	17	1	0	70
<b>Køn</b>									
Mand	44	19	11	4	8	14	0	0	74
Kvinde	38	19	9	5	9	19	1	0	66
<b>Alder</b>									
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
<b>Uddannelse (slut på)</b>									
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
Studerer stadig	20	15	15	8	17	24	0	1	50
<b>Socio-professionel kategori</b>									
Selvbeskæftigede	50	21	9	4	6	10	0	0	80
Ledere	47	23	10	4	7	9	0	0	80
Andre hvide kraver	41	22	11	5	9	12	0	0	74
Manuelle arbejdere	41	20	10	4	7	17	1	0	71
Personer i huset	31	16	10	6	10	25	2	0	57
Arbejdsløs	29	15	10	5	14	26	1	0	54
Pensioneret	47	18	7	3	6	18	1	0	72
Studerende	20	15	15	8	17	24	0	1	50
<b>Vanskeligheder med at betale regninger</b>									
Det meste af tiden	36	16	9	4	10	23	1	1	61
Fra tid til anden	33	21	13	5	9	18	1	0	67
Næsten aldrig/aldrig	45	19	8	4	8	15	1	0	72
<b>Overveje at tilhøre</b>									
Arbejderklassen	36	18	9	4	8	24	1	0	63
Den nederste middelklasse	39	20	9	4	10	17	1	0	68
Middelklassen	43	20	10	4	8	14	1	0	73
Den øverste middelklasse	46	18	11	5	9	11	0	0	75
Overklassen	38	31	10	5	3	10	2	1	79
<b>Billede af EU</b>									
Positiv	42	20	10	5	8	15	0	0	72
Neutral	39	19	10	4	9	18	1	0	68
Negativ	41	18	9	3	9	19	1	0	68

## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

Andelen, der læser den skrevne presse dagligt eller næsten dagligt, har været stort set stabil siden vinteren 2022-2023 (+ 1 procentpoint). Den langsigtede tendens i det daglige skriftlige presseforbrug er ikke desto mindre støt faldende fra 38 % i efteråret 2010 til 19 % i den nuværende undersøgelse.

Andelen af dem, der aldrig læser den skrevne presse, er igen på det højeste niveau, der nogensinde er registreret i en Eurobarometer-standardundersøgelse (31 %, ingen ændring siden vinteren 2022-2023).

(13.5 Kan du fortælle, i hvilket omfang du...? Læs den skrevne presse: (% — EU)

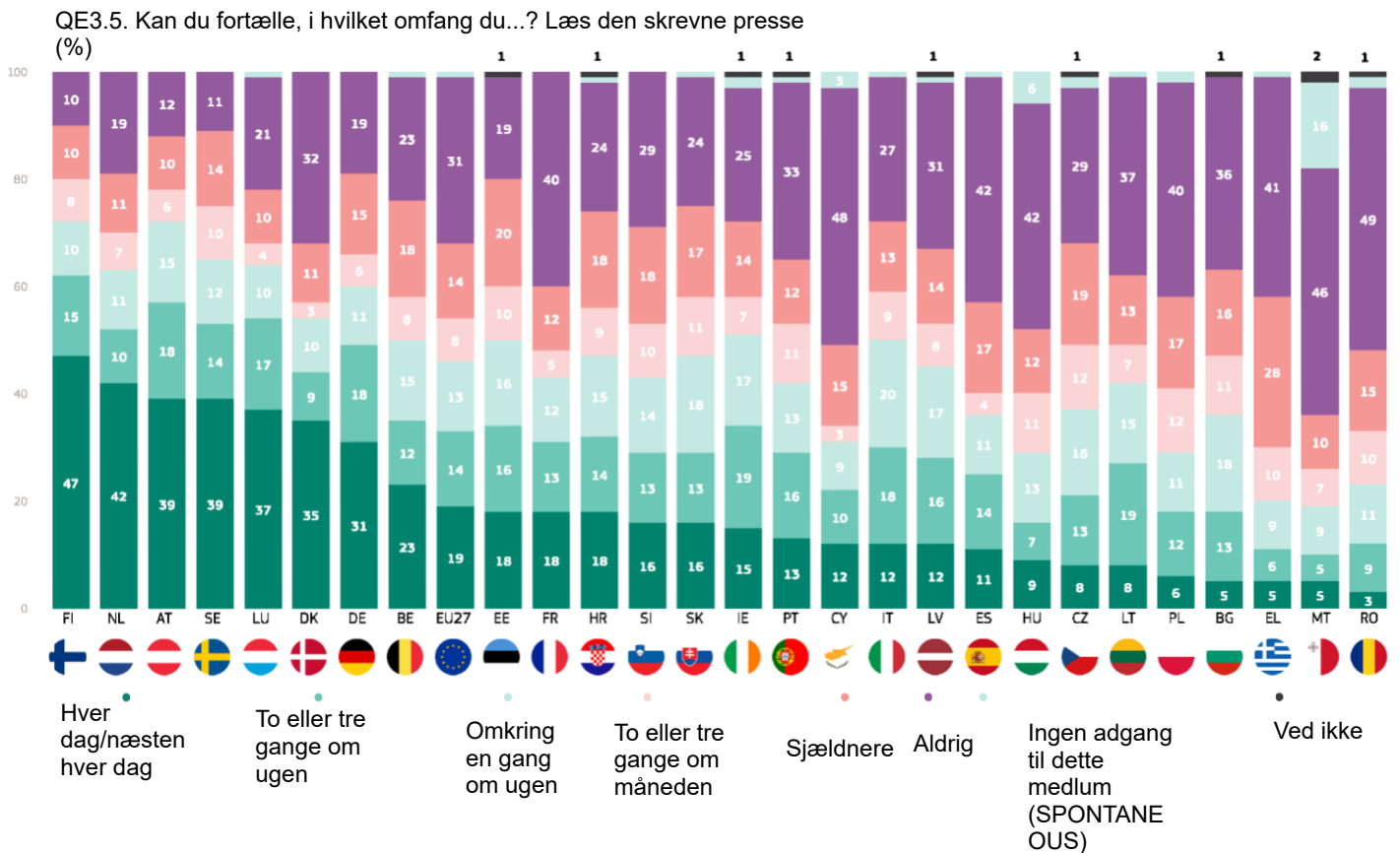


## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

Der er store forskelle i det daglige skriftlige presseforbrug i EU's medlemsstater. Omkring fire ud af ti respondenter eller flere siger, at de læser den skrevne presse dagligt eller næsten dagligt i Finland (47 %), Nederlandene (42 %) og Østrig og Sverige (begge 39 %), mens denne andel falder til en ud af tyve eller mindre i Rumænien (3 %) og i Bulgarien, Grækenland og Malta (alle 5 %).

Den daglige eller næsten daglige læsning af den skriftlige presse er faldet i 14 EU-medlemsstater siden vinteren 2022-2023.

Der kan konstateres et særligt stort fald i Malta (5 %, — 21 procentpoint), mens der registreres et fald på fem procentpoint i Sverige (39 %) og Belgien (23 %). Derimod er denne andel af respondenterne steget med tre procentpoint eller derunder i otte lande, især i Danmark (35 %, + 3 procentpoint), Tyskland (31 %, + 3 procentpoint) og Portugal (13 %, + 3 procentpoint). Dette tal er forblevet uændret i Estland (18 %), Slovakiet (16 %) Tjekkiet (8 %), Litauen (8 %) og Grækenland (5 %).



## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

Den sociodemografiske analyse fremhæver, at ældre respondenter og dem, der forblev længere i fuldtidsuddannelse, er de mest tilbøjelige til at læse den skrevne presse dagligt eller næsten dagligt. 28 % af dem på 55 år eller derover (sammenlignet med 6 % af de 15-24-årige) og 25 % af dem, der afsluttede en fuldtidsuddannelse på 20 år eller derover (sammenlignet med 17-18 % af dem, der forlod skolen tidligere), siger, at de gør det.

Selvstændige og ledere (begge 23 %) er mest tilbøjelige til at være daglige eller næsten daglige læsere af den skrevne presse (sammenlignet med 11 % af de arbejdsløse), ligesom dem, der aldrig eller næsten aldrig har problemer med at betale deres regninger (23 % sammenlignet med 11 % af dem, der har vanskeligheder oftere). På samme måde er der også en forskel i den sociale klasse, hvor de, der anser sig selv for at høre til overklassen (33 %) eller den øverste middelklasse (32 %) i samfundet, er mere tilbøjelige til at læse den skrevne presse dagligt eller næsten dagligt end dem, der anser sig selv for at høre til arbejderklassen (12 %).

QE3.5 Kan du fortælle, i hvilket omfang du...? Læs den skriftlige presse (% — EU)

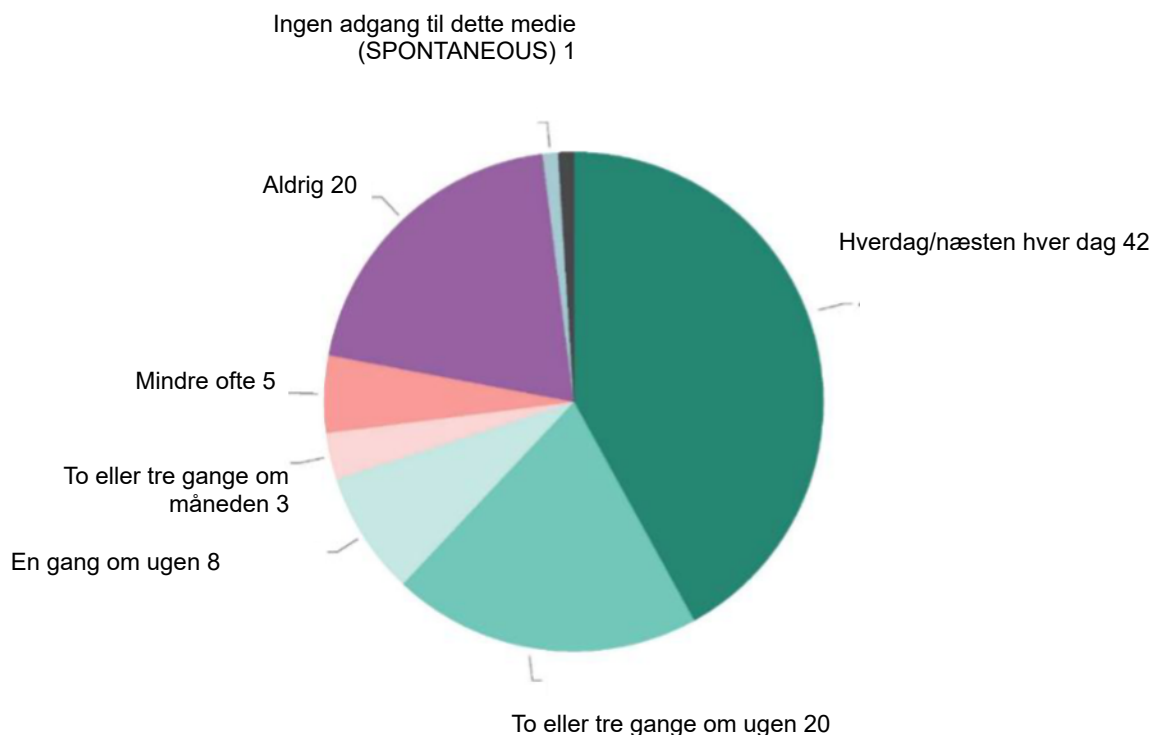
	Hverdag/ næsten hver dag	To eller tre gange om ugen	Omkrin g en gang om ugen	To eller tre gange om måneden	Sjæld nere	Aldrig	Ingen adgang til dette medie (SPONTANEOUS)	Ved ikke	I alt mindst en gang om ugen
EU-27	19	14	13	8	14	31	1	0	46
<b>Køn</b>									
Mand	20	15	14	8	14	28	1	0	49
Kvinde	17	14	13	7	15	33	1	0	44
<b>Alder</b>									
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
<b>Uddannelse (slut på)</b>									
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
Studerer stadig	6	10	11	9	24	38	1	1	27
<b>Socio-professionel kategori</b>									
Selvbeskæftigede	23	15	16	7	14	25	0	0	54
Ledere	23	17	15	8	15	22	0	0	55
Andre hvide kraver	15	16	15	10	16	27	0	1	46
Manuelle arbejdere	12	15	13	8	16	35	1	0	40
Personer i huset	13	10	12	7	12	44	2	0	35
Arbejdsløs	11	9	11	9	16	43	0	1	31
Pensioneret	31	14	11	5	9	28	1	1	56
Studerende	6	10	11	9	24	38	1	1	27
<b>Vanskeligheder med at betale regninger</b>									
Det meste af tiden	11	15	12	7	15	38	1	1	38
Fra tid til anden	11	14	15	8	17	33	1	1	40
Næsten aldrig/aldrig	23	14	12	7	14	29	1	0	49
<b>Overveje at tilhøre</b>									
Arbejderklassen	12	12	13	7	13	41	1	1	37
Den nederste middelklasse	15	14	13	9	15	33	1	0	42
Middelklassen	21	15	14	7	15	27	1	0	50
Den øverste middelklasse	32	16	11	7	14	20	0	0	59
Overklassen	33	18	8	12	13	14	1	1	59
<b>Billede af EU</b>									

### Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

Positiv	21	15	14	8	15	27	0	0	50
Neutral	15	15	13	8	14	33	2	0	43
Negativ	18	13	11	7	14	35	1	1	42

Syv ud af ti europæiske borgere (ingen ændring siden vinteren 2022-2023) læser nyheder på internettet mindst en gang om ugen, og 42 % (-2 procentpoint) siger, at de gør det dagligt eller næsten dagligt. En ud af fem (-1 pp) læser aldrig nyhederne på internettet.

QE3.6. Kan du fortælle, i hvilket omfang du...? Læs nyhederne om Internet (EU27)(%)



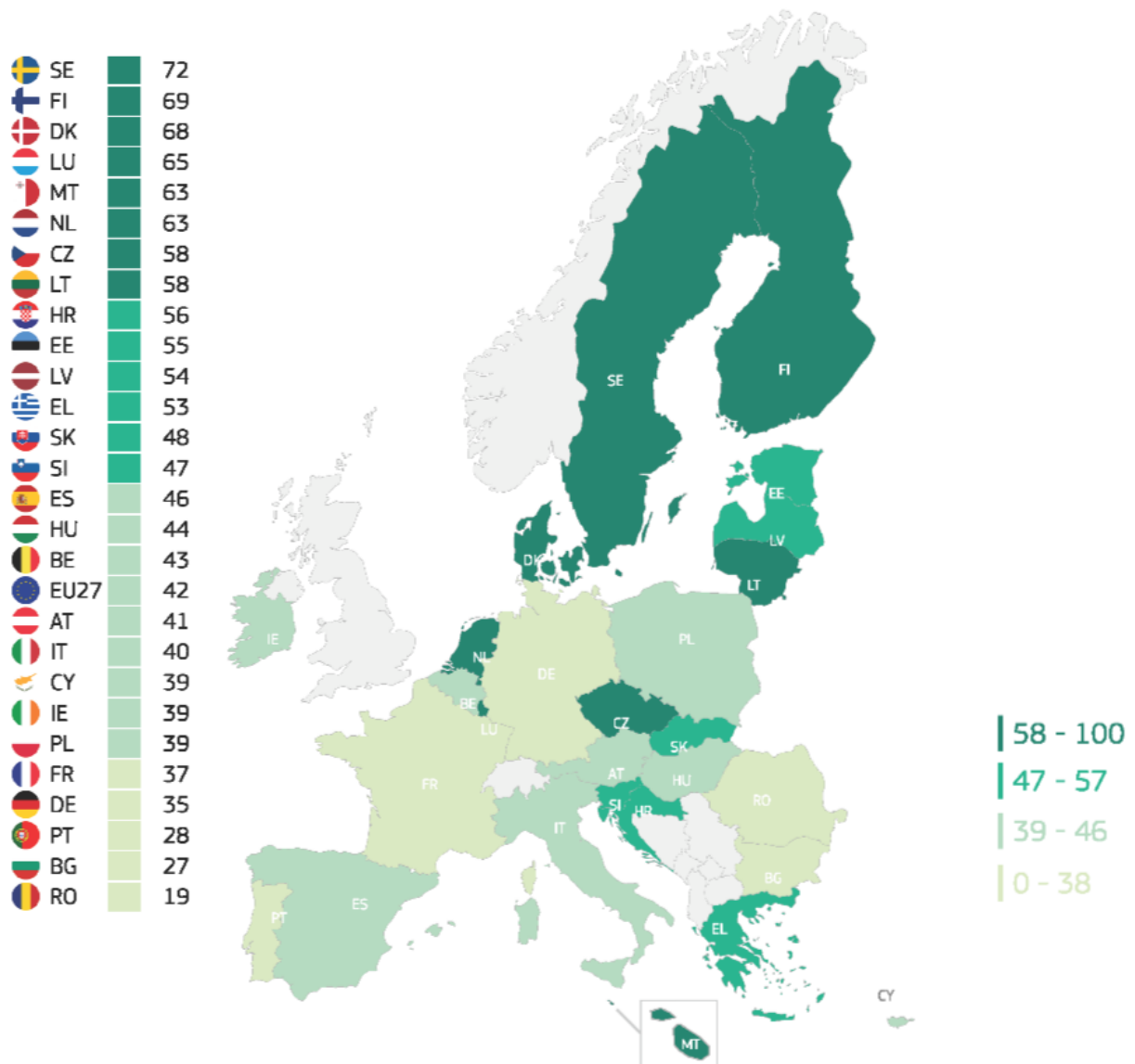


## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

Andelen af respondenter, der læser nyheder på internettet hver dag eller næsten hver dag, varierer betydeligt mellem EU's medlemsstater, fra mere end to tredjedele i Sverige (72 %), Finland (69 %) og Danmark (68 %) til mindre end tre ud af ti i Rumænien (19 %), Bulgarien (27 %) og Portugal (28 %).

I ni lande siger mindst en ud af fem, at de aldrig læser nyheder på internettet, især i Portugal (35 %), Rumænien (34 %) og Frankrig (26 %). I 16 lande er respondenterne mindre tilbøjelige end i vinteren 2022-2023 til at læse nyheder på internettet dagligt eller næsten dagligt med de største fald i Rumænien (19 %, -12 procentpoint), Bulgarien (27 %, -8 procentpoint), Nederlandene (63 %, -7 procentpoint), Letland (54 %, -7 procentpoint) og Cypren (39 %, -7 procentpoint). Omvendt er dette tal steget i ni lande, men kun i Slovakiet (48 %, +4 procentpoint), Østrig (41 %, +4 procentpoint) og Luxembourg (65 %, +3 procentpoint) er denne andel steget med mindst tre procentpoint. Der er ikke sket ændringer i Finland (69 %) og Spanien (46 %).

QE3.6. Kan du fortælle, i hvilket omfang du...? Læs nyhederne på internettet - Hverdag/næsten hver dag (%)



## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

Mænd (47 %) er mere tilbøjelige end kvinder (37 %) til at sige, at de dagligt eller næsten dagligt læser nyheder på internettet. På tværs af aldersgrupper er denne andel den laveste blandt ældre respondenter på 55 år og derover (30 %) sammenlignet med 47-52 % blandt yngre respondenter. De længere respondenter forblev i fuldtidsuddannelse, desto mere sandsynligt er det, at de læser nyheder på internettet dagligt eller næsten dagligt, idet 58 % af dem, der er fyldt 20 år, gør det, sammenlignet med 16 % af dem, der forlod 15 år eller derunder.

Ledere (59 %) og selvstændige (54 %) er mest tilbøjelige til at læse nyheder på internettet hver dag eller næsten hver dag, især i forhold til husfolk (30 %). Respondenter, der aldrig eller næsten aldrig har problemer med at betale deres regninger, er mest tilbøjelige til dagligt eller næsten dagligt at læse nyheder på internettet (45 % sammenlignet med 35 % af dem, der har problemer oftere), ligesom dem, der anser sig selv for at høre til den øverste eller øverste middelklasse i samfundet (60-62 % sammenlignet med 31 % af dem, der anser sig selv for at høre til arbejderklassen).

QE3.6 Kan du fortælle, i hvilket omfang du...? Læs nyhederne på internettet (% — EU)

	Hverdag/ næsten hver dag	To eller tre gange om ugen	Omkrin g en gang om ugen	To eller tre gange om måneden	Sjæl dner e	Aldrig	Ingen adgang til dette medie (SPONTANEOUS)	Ved ikke	I alt mindst en gang om ugen
EU-27	42	20	8	3	5	20	1	1	70
<b>Køn</b>									
Mand	47	19	8	3	5	17	1	0	74
Kvinde	37	20	9	3	5	24	1	1	66
<b>Alder</b>									
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
<b>Uddannelse (slut på)</b>									
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
Studerer stadig	51	24	11	4	5	5	0	0	86
<b>Socio-professionel kategori</b>									
Selvbeskæftigede	54	21	7	3	5	10	0	0	82
Ledere	59	20	8	3	4	6	0	0	87
Andre hvide kraver	48	24	10	4	5	9	0	0	82
Manuelle arbejdere	40	24	10	4	6	15	1	0	74
Personer i huset	30	18	9	3	6	31	2	1	57
Arbejdsløs	44	17	9	2	6	21	1	0	70
Pensioneret	25	13	6	2	5	45	3	1	44
Studerende	51	24	11	4	5	5	0	0	86
<b>Vanskeligheder med at betale regninger</b>									
Det meste af tiden	35	17	7	3	6	29	2	1	59
Fra tid til anden	35	23	10	4	5	21	1	1	68
Næsten aldrig/aldrig	45	19	8	3	5	19	1	0	72
<b>Overveje at tilhøre</b>									
Arbejderklassen	31	17	8	3	5	33	2	1	56
Den nederste middelklasse	37	21	9	3	5	24	1	0	67
Middelklassen	44	21	9	3	6	16	1	0	74
Den øverste middelklasse	60	16	9	3	4	8	0	0	85
Overklassen	62	19	7	2	2	6	0	2	88
<b>Billede af EU</b>									

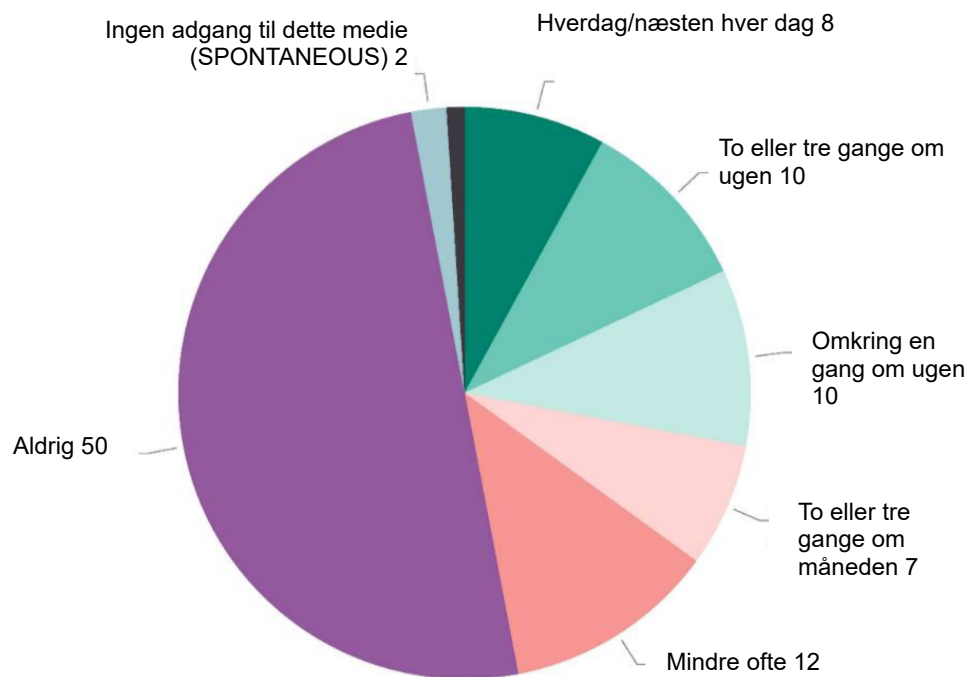
### Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

Positiv	48	20	8	3	4	16	1	0	76
Neutral	35	20	9	4	6	24	1	1	64
Negativ	40	19	8	2	5	24	1	1	67

## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

Regelmæssig lytning til podcasts er stigende, idet denne andel nu når op på 28 % (+ 2 procentpoint siden vinteren 2022-2023 og + 6 procentpoint siden vinteren 2021-2022), herunder tæt på en ud af ti (8 %, ingen ændring siden vinteren 2022-2023), som lytter til dem dagligt eller næsten dagligt. Men halvdelen af respondenterne (50 %, -3 procentpoint) lytter aldrig til podcasts.

QE3.4. Kan du fortælle, i hvilket omfang du...? Lyt til podcasls (EU27) (%)

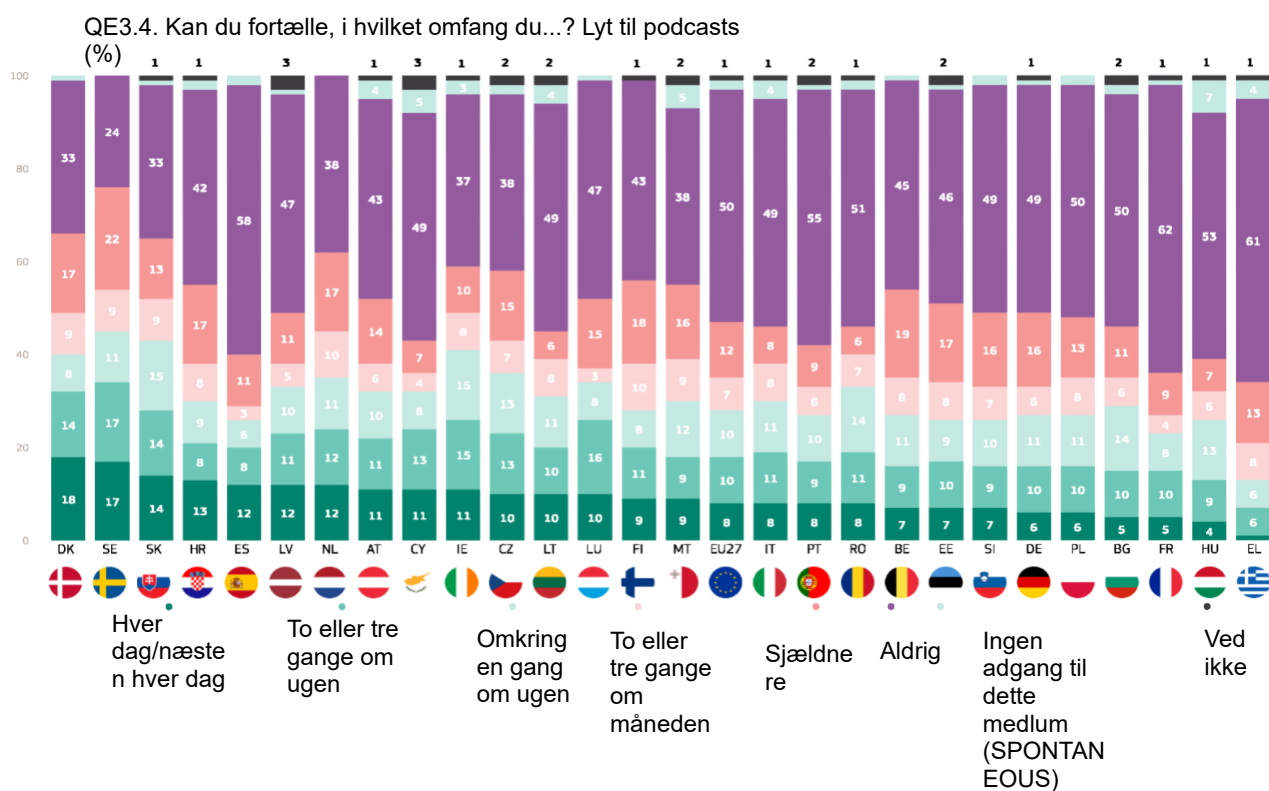


## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

I alle EU's medlemsstater lytter mindre end en ud af fem til podcasts hver dag eller næsten hver dag. Det er mest sandsynligt, at respondenterne gør det i Danmark (18 %), Sverige (17 %) og Slovakiet (14 %). I den anden ende af spektret lytter en ud af tyve eller færre til podcasts dagligt eller næsten dagligt i Grækenland (1 %), Ungarn (4 %) og Bulgarien og Frankrig (begge 5 %).

Mindst halvdelen af respondenterne i otte lande har aldrig lyttet til podcasts med de højeste andele i Frankrig (62 %), Grækenland (61 %) og Spanien (58 %).

Siden vinteren 2022-2023 er der sket et fald i andelen af podcasts, der dagligt eller næsten dagligt lytter til podcasts i 16 EU-medlemsstater. Endnu en gang ses det største fald i Malta (9 %, -16 procentpoint), mens der ses et fald på mindst fem procentpoint i Irland (11 %, -6 procentpoint) og Ungarn (4 %, -5 procentpoint). Daglig eller næsten daglig podcastlytning er steget i seks lande, især i Spanien (12 %, + 5 procentpoint). Dette tal er forblevet uændret i fem lande: Sverige (17 %), Luxembourg (10 %), Finland (9 %), Estland (7 %) og Grækenland (1 %).



## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

Der er en klar aldersforskel blandt respondenter, der lytter til podcasts dagligt eller næsten dagligt, idet mere end en ud af ti (13-14 %) giver dette svar blandt dem i alderen 15-39 sammenlignet med mindre end en ud af tyve (3 %) blandt dem i alderen 55 år eller derover. Denne andel er også højest blandt dem, der forblev i fuldtidsuddannelse, indtil de var 20 år eller ældre (10 %), sammenlignet med dem, der afsluttede en uddannelse på 15 år eller yngre (2 %).

Ledere (12 %) er mest tilbøjelige til at lytte til podcasts hver dag eller næsten hver dag, især i forhold til husfolk (3 %). Endelig er daglig eller næsten daglig lytte til podcasts højere blandt dem, der anser sig selv for at tilhøre den øverste eller øvre middelklasse i samfundet (11-12 %), end det er blandt dem, der anser sig selv for at tilhøre arbejderklassen eller den lavere middelklasse (begge 6 %).

QE3.4 Kan du fortælle, i hvilket omfang du...? Lyt til podcasts (% — EU)

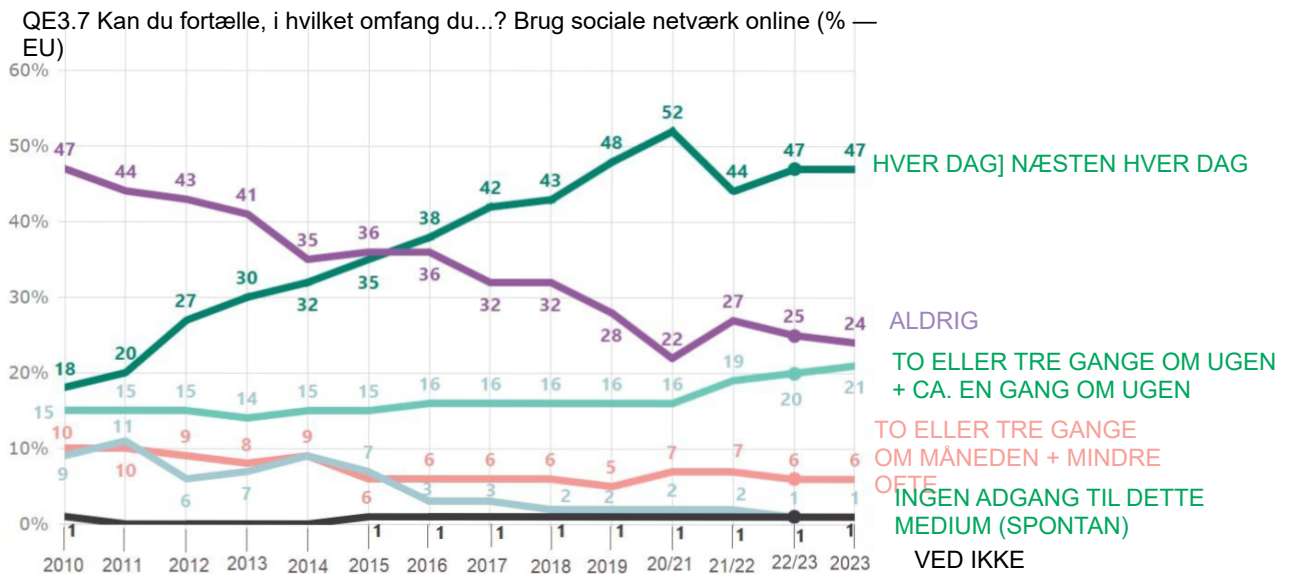
	Hverdag/ næsten hver dag	To eller tre gange om ugen	Omkring en gang om ugen	To eller tre gange om måneden	Sjældn ere	Aldrig	Ingen adgang til dette medie (SPONTANEOUS)	Ved ikke	I alt mindst en gang om ugen
EU-27	8	10	10	7	12	50	2	1	28
<b>Køn</b>									
Mand	9	11	10	7	13	47	2	1	30
Kvinde	7	10	10	6	11	53	2	1	27
<b>Alder</b>									
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
<b>Uddannelse (slut på)</b>									
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
Studerer stadig	17	18	16	9	14	25	0	1	51
<b>Socio-professionel kategori</b>									
Selvbeskæftigede	9	14	13	8	14	41	1	0	36
Ledere	12	16	14	11	16	30	1	0	42
Andre hvide kraver	9	13	14	9	14	39	1	1	36
Manuelle arbejdere	7	10	10	6	13	51	2	1	27
Personer i huset	3	5	9	2	8	68	4	1	17
Arbejdsløs	8	7	8	6	12	57	1	1	23
Pensioneret	2	4	4	2	7	75	4	2	10
Studerende	17	18	16	9	14	25	0	1	51
<b>Vanskeligheder med at betale regninger</b>									
Det meste af tiden	7	9	8	6	8	57	3	2	24
Fra tid til anden	7	12	10	6	10	52	2	1	29
Næsten aldrig/aldrig	8	10	10	7	13	49	2	1	28
<b>Overveje at tilhøre</b>									
Arbejderklassen	6	6	6	4	8	66	2	2	18
Den nederste middelklasse	6	10	10	6	12	54	2	0	26
Middelklassen	8	12	11	7	14	45	2	1	31
Den øverste middelklasse	12	15	14	11	14	33	1	0	41
Overklassen	11	16	15	10	17	29	1	1	42
<b>Billede af EU</b>									
Positiv	9	12	12	8	13	44	1	1	33
Neutral	6	8	9	6	12	55	3	1	23
Negativ	7	9	7	5	10	57	3	2	23



## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

Den daglige brug af sociale onlinenetværk har været stabil siden vinteren 2022-2023 (47 %, ingen ændring). Denne andel oplevede et pludseligt fald mellem vinteren 2020-2021 og vinteren 2021-2022 (fra 52 % til 44 %), før den igen steg i vinteren 2022-2023 (47 %). Ikke desto mindre tyder det langsigtede mønster på en støt stigning i den daglige brug af online sociale netværk siden efteråret 2010 (18 %).

Andelen af respondenter, der bruger sociale netværk på nettet mindst en gang om ugen, har også været stort set stabil siden vinteren 2022-2023 (+ 1 procentpoint) og ligger på nuværende tidspunkt på 68 %, mens omkring en fjerdedel (24 %, -1 procentpoint) siger, at de aldrig bruger dem.



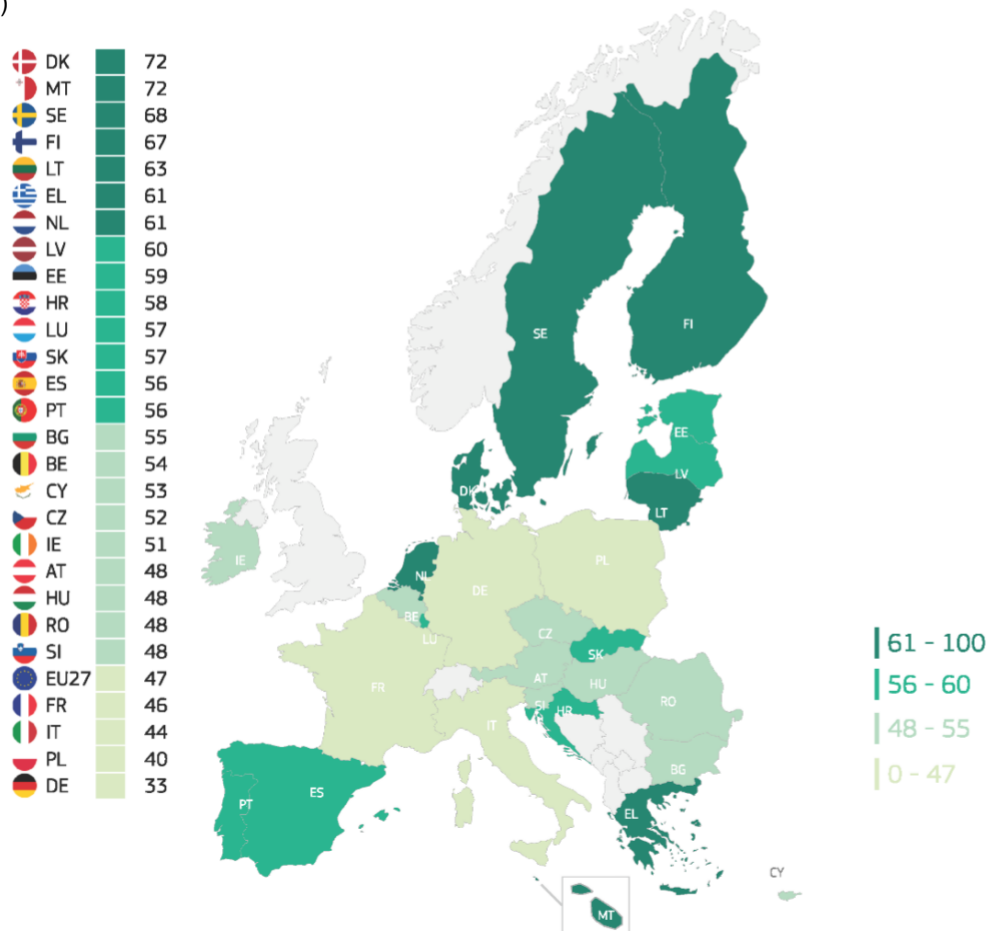


## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

I 19 lande bruger et flertal online sociale netværk hver dag eller næsten hver dag. Dette er især tilfældet for respondenter i Danmark og Malta (både 72 %) og Sverige (68 %). Omvendt siger 33 % i Tyskland, 40 % i Polen og 44 % i Italien, at de bruger dem dagligt eller næsten dagligt. Den daglige eller næsten daglige brug af sociale onlinenetværk er steget i 15 EU-medlemsstater siden vinteren 2022-2023.

Der ses stigninger på mindst fem procentpoint i Østrig (48 %, + 6 procentpoint), Finland (67 %, + 5 procentpoint) og Luxembourg (57 %, + 5 procentpoint). I den anden ende af skalaen er denne andel faldet i 11 lande, især i Cypern (53 %, -11 procentpoint), Ungarn (48 %, -7 procentpoint) og Polen (40 %, -7 procentpoint). Der er ikke sket ændringer i Italien (44 %).

QE3.7. Kan du fortælle, i hvilket omfang du...? Brug sociale netværk online — Hverdag/Næsten hver dag (%)



## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

De sociodemografiske data afslører, at jo yngre respondenterne er, jo mere sandsynligt er de at bruge online sociale netværk dagligt eller næsten dagligt. For eksempel gør otte ud af ti af dem i alderen 15-24 år det, sammenlignet med en fjerdedel af dem på 55 år eller derover.

De længere respondenter forblev i fuldtidsuddannelse, jo mere sandsynligt er de at være daglige eller næsten daglige brugere af sociale onlinenetværk, idet 53 % giver dette svar blandt dem, der afsluttede en fuldtidsuddannelse på 20 år eller derover, sammenlignet med 23 % af dem, der forlod 15 år eller derunder.

Personer i hjemmet (42 %) er mindst tilbøjelige til at være daglige eller næsten daglige brugere af sociale onlinenetværk, især sammenlignet med arbejdsløse (59 %). Med hensyn til social klasse er respondenter, der anser sig selv for at høre til arbejderklassen (41 %) af samfundet, mindst tilbøjelige til at sige, at de bruger online sociale netværk på daglig eller næsten daglig basis, med dem, der anser sig selv for at høre til den øverste eller øvre middelklasse (henholdsvis 52 % og 57 %) er mest tilbøjelige til at gøre det.

QE3.7 Kan du fortælle, i hvilket omfang du...? Brug sociale netværk online (% — EU)

	Hverdag/ næsten hver dag	To eller tre gange om ugen	Omkring en gang om ugen	To eller tre gange om måneden	Sjældne e	Aldrig	Ingen adgang til dette medie (SPONTANEOUS)	Ved ikke	I alt mindst en gang om ugen
EU-27	47	15	6	2	4	24	1	1	68
<b>Køn</b>									
Mand	46	15	8	2	5	23	1	0	69
Kvinde	48	14	5	2	4	24	2	1	67
<b>Alder</b>									
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
<b>Uddannelse (slut på)</b>									
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
Studerer stadig	80	11	3	1	2	3	0	0	94
<b>Socio-professionel kategori</b>									
Selvbeskæftigede	54	18	7	2	4	15	0	0	79
Ledere	54	18	7	2	5	13	1	0	79
Andre hvide kraver	56	19	8	3	4	10	0	0	83
Manuelle arbejdere	53	17	8	3	4	14	1	0	78
Personer i huset	42	12	5	3	4	30	3	1	59
Arbejdsløs	59	12	4	1	4	19	1	0	75
Pensioneret	19	10	5	2	5	54	4	1	34
Studerende	80	11	3	1	2	3	0	0	94
<b>Vanskeligheder med at betale regninger</b>									
Det meste af tiden	51	11	4	2	2	27	2	1	66
Fra tid til anden	47	16	8	2	4	21	1	1	71
Næsten aldrig/aldrig	47	14	6	2	5	24	2	0	67
<b>Overveje at tilhøre</b>									
Arbejderklassen	41	12	4	2	3	35	2	1	57
Den nederste middelklasse	44	15	6	3	4	26	1	1	65
Middelklassen	49	16	7	2	5	19	1	1	72
Den øverste middelklasse	57	14	7	3	5	14	0	0	78
Overklassen	52	20	7	3	2	14	1	1	79
<b>Billede af EU</b>									
Positiv	52	15	6	2	4	20	1	0	73
Neutral	44	14	7	3	4	26	2	0	65
Negativ	43	15	6	2	4	27	2	1	64

## 2. Tillid til medierne

Flertallet har en tendens til ikke at stole på medierne.

Næsten fire ud af ti (39 %) siger, at de har en tendens til at stole på medierne, en stigning på tre procentpoint siden sidste gang dette spørgsmål blev stillet i foråret 2023 (EB99). Men flertallet (57 %, -3 procentpoint) siger, at de har en tendens til ikke at stole på dem<sup>7</sup>.

Der er stor forskel på tilliden til medierne i de 27 EU-medlemsstater. I seks lande siger et flertal af respondenterne, at de har en tendens til at stole på medierne: Finland (72 %), Portugal (61 %), Sverige (57 %), Østrig (56 %) og Danmark og Nederlandene (begge 55 %). I den modsatte ende af skalaen giver en ud af fem dette svar i Grækenland, og det samme gælder ca. en fjerdedel i Frankrig, Malta og Slovenien (alle 26 %). Andelen af respondenter, der ikke har tillid til medierne, er størst i Grækenland (79 %), Slovenien (73 %) og Frankrig (71 %).

Andelen af respondenter, der har en tendens til at stole på medierne, er steget i 14 EU-medlemsstater sammenlignet med vinteren 2022-2023. Stigninger i tillidsniveauet er mest bemærkelsesværdige i Østrig (56 %, + 9 procentpoint), Tyskland (44 %, + 8 procentpoint) og Italien (38 %, + 7 procentpoint). Dette tal er derimod faldet i 11 lande, navnlig i Danmark (55 %, -7 procentpoint), Tjekkiet (38 %, -6 procentpoint) og Belgien (43 %, -5 procentpoint). Der er ikke sket ændringer i Polen (40 %) og Litauen (39 %).

Tillid til medierne er nu flertallets opfattelse i Østrig.

QA6.1 Hvor stor tillid har du til visse institutioner? Har du tendens til at stole på det eller har du tendens til ikke at stole på det for hver af følgende institutioner? Medierne (%)

	EU-27	AT	DE	DE T	EE	RO	SK	BG	ES	FR	HR	HU	MT	IE	SI	LT	PL	CY	LV	NL	PT	SE	EL	LU	FI	VÆ R	CZ	DK
Har tendens til at stole på	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/juni 2023	√3	√9	√8	√7	√6	√6	√6	√5	√3	√2	√2	√2	√2	√1	√1	=	=	▼2	▼2	▼2	▼2	▼2	▼3	▼3	▼3	▼5	▼6	▼7
Har tendens til ikke at stole på	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/juni 2023	▼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
Ved ikke	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/juni 2023	=	√1	=	=	√1	√1	√1	√1	▼1	▼1	√2	√1	√2	√2	▼4	▼1	√2	√2	▼1	=	=	=	=	▼3	√1	=	√2	√2

<sup>7</sup> QA6. Hvor meget tillid har du til bestemte institutioner? Har du tendens til at stole på det eller har du tendens til ikke at stole på det for hver af følgende institutioner? 1) Medierne

## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

Den sociodemografiske analyse viser, at tilliden til medierne er lidt højere blandt de yngste respondenter i alderen 15-24 (43 %) end blandt ældre respondenter (38-39 %). Respondenter, der afsluttede en fuldtidsuddannelse på 20 år eller derover, er også de mest tilbøjelige til at stole på medierne (43 % sammenlignet med 35 % blandt dem, der forlod uddannelsen tidligere).

Andelen af personer, der har tillid til medierne, er størst blandt ledere (44 %), især sammenlignet med arbejdsløse (24 %). Tillidsniveauet er også mere udbredt blandt respondenter, der har færrest økonomiske vanskeligheder. Mere specifikt 43 % af dem, der aldrig eller næsten aldrig har problemer med at betale deres regninger, sammenlignet med 26 % af dem, der har problemer det meste af tiden.

QA6.1 Hvor stor tillid har du til visse institutioner? Har du tendens til at stole på det eller har du tendens til ikke at stole på det for hver af følgende institutioner? Medierne (% — EU)

	Har tendens til at stole på	Har tendens til ikke at stole på	Ved ikke
EU-27	39	57	4
<b>Køn</b>			
Mand	39	58	3
Kvinde	40	56	4
<b>Alder</b>			
15-24	43	54	3
25-39	38	58	4
40-54	38	58	4
55 +	39	57	4
<b>Uddannelse (slut på)</b>			
15—	35	60	5
16-19	35	61	4
20+	43	54	3
Studerer stadig	49	48	3
<b>Socio-professionel kategori</b>			
Selvbeskæftigede	41	55	4
Ledere	44	53	3
Andre hvide kraver	38	59	3
Manuelle arbejdere	35	61	4
Personer i huset	36	59	5
Arbejdsløs	24	73	3
Pensioneret	40	56	4
Studerende	49	48	3
<b>Vanskeligheder med at betale regninger</b>			
Det meste af tiden	26	70	4
Fra tid til anden	35	62	3
Næsten aldrig/aldrig	43	53	4
<b>Overveje at tilhøre</b>			
Arbejderklassen	31	65	4
Den nederste middelklasse	36	61	3
Middelklassen	42	55	3
Den øverste middelklasse	51	46	3
Overklassen	43	52	5
<b>Billede af EU</b>			
Positiv	55	42	3
Neutral	32	63	5
Negativ	17	81	2

## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

Et flertal mener, at deres nationale medier giver pålidelige oplysninger, selv om denne andel varierer meget fra land til land.

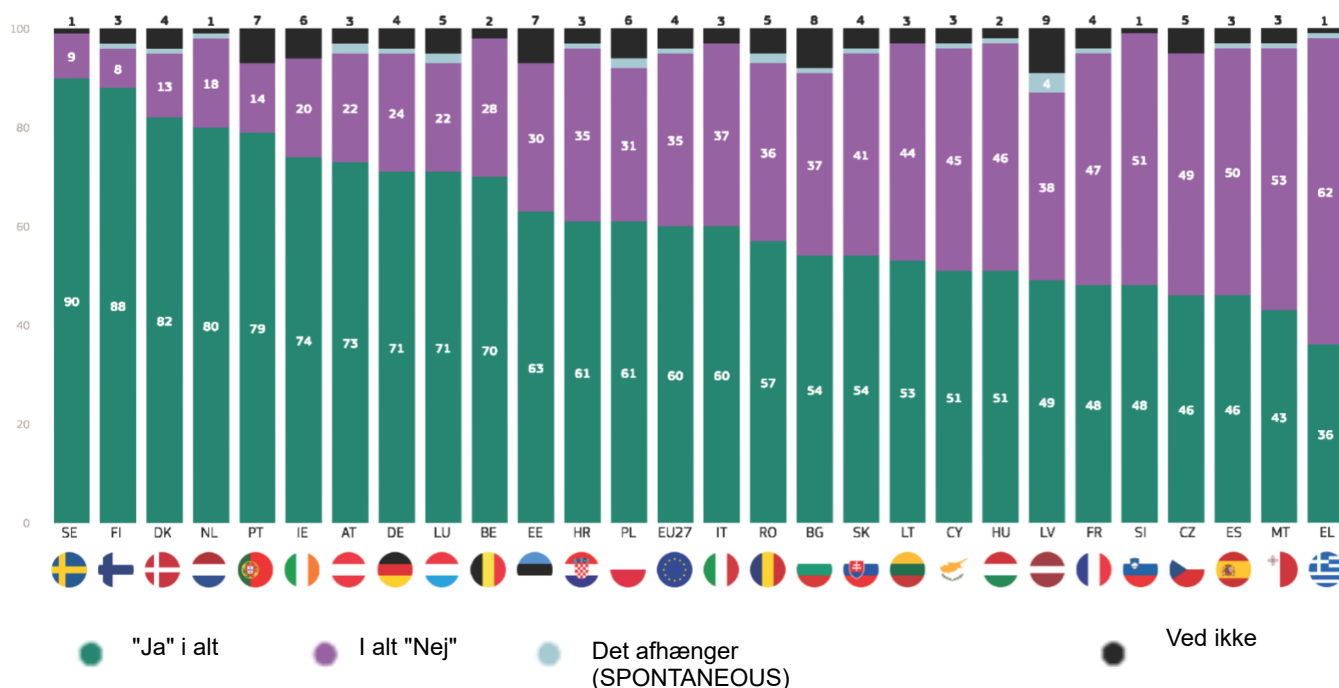
Seks ud af ti respondenter (+ 1 procentpoint siden vinteren 2022-2023) mener, at deres nationale medier giver pålidelige oplysninger, enten "definitivt" (12 %, + 1 procentpoint) eller "i et vist omfang" (48 %, ingen ændring). Omvendt siger mere end en tredjedel (35 %, -1 procentpoint) det modsatte ("nej, ikke rigtig" eller "nej, slet ikke") og 4 % (ingen ændring) siger, at de ikke ved<sup>8</sup>.

I 22 EU-medlemsstater (sammenlignet med 21 i vinteren 2022-2023) siger flertallet, at medierne i deres land giver pålidelige oplysninger. Denne opfattelse er særlig udbredt i Sverige (90 %), Finland (88 %) og Danmark (82 %). I de resterende fem medlemsstater er det mest sandsynligt, at respondenterne mener, at deres nationale medier ikke giver pålidelige oplysninger: Grækenland (62 %, 51 % "nej" mod 48 % "ja"), Spanien (50 % mod 46 %) og Tjekkiet (49 % mod 46 %).

I 12 EU-medlemsstater er respondenterne mere tilbøjelige end i vinteren 2022-2023 til at tro, at deres nationale medier giver pålidelige oplysninger. Dette er især tilfældet i Slovakiet (54 %, + 12 procentpoint), Polen (61 %, + 9 procentpoint) og Frankrig (48 %, + 6 procentpoint). Denne andel er faldet i yderligere 12 lande med de største fald i Malta (43 %, -11 procentpoint), Cypern (51 %, -9 procentpoint) og Letland (49 %, -8 procentpoint). Dette tal er forblevet uændret i Irland (74 %), Luxembourg (71 %) og Litauen (53 %).

Sammenlignet med vinteren 2022-2023 er opfattelsen af, at de nationale medier giver pålidelige oplysninger, nu størstedelens position i Frankrig, Ungarn og Slovakiet. Ikke desto mindre er dette også blevet mindretalssynspunktet i Malta og Spanien.

QE7.1. For hvert af følgende udsagn bedes De oplyse, i hvilket omfang de svarer til situationen for medierne (NATIONALITET) (NATIONALITET) — (NATIONALITET) giver pålidelige oplysninger (%)



8 QE7. For hvert af følgende udsagn bedes De oplyse, i hvilket omfang det svarer til (NATIONALITET) mediernes situation. 1) (NATIONALITET) medier giver troværdig information.

## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

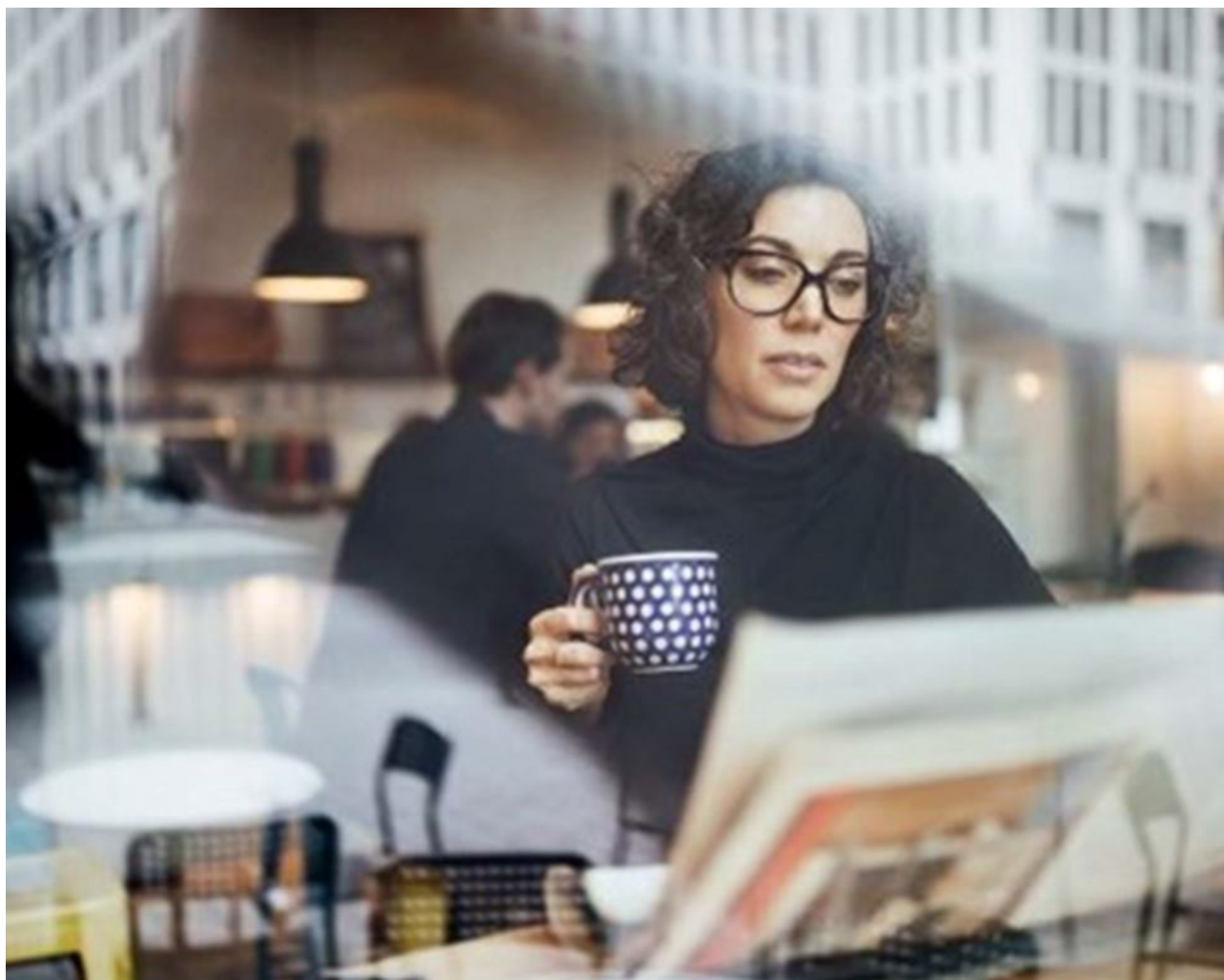
De sociodemografiske data viser, at resultaterne er konsistente med hensyn til køn og på tværs af aldersgrupper. Der kan observeres større variation på uddannelsesniveau, hvor respondenter, der afsluttede en fuldtidsuddannelse på 20 år eller derover (65 %), er mere tilbøjelige end dem, der forlod 15 eller yngre (55 %) til at sige, at medierne i deres land giver pålidelige oplysninger.

På tværs af socioprofessionelle kategorier er ledere (71 %) mest tilbøjelige til at sige, at deres nationale medier giver pålidelige oplysninger, især i forhold til de arbejdsløse (45 %). Den andel, der giver dette svar, er også den højeste blandt dem, der aldrig eller næsten aldrig har problemer med at betale deres regninger (64 % sammenlignet med 47 % af dem, der har problemer det meste af tiden).

QE7.1 For hvert af følgende udsagn bedes De oplyse, i hvilket omfang de svarer til (NATIONALITET) mediernes situation: (Nationalitet) medier giver pålidelige oplysninger (% — EU)

	"Ja" i alt	I alt "Nej"	Ved ikke
EU-27	60	35	4
<b>Køn</b>			
Mand	61	35	3
Kvinde	60	35	4
<b>Alder</b>			
15-24	60	34	5
25-39	60	36	3
40-54	62	35	3
55 +	61	34	4
<b>Uddannelse (slut på)</b>			
15—	55	37	7
16-19	58	38	3
20+	65	32	2
Studerer stadig	66	29	4
<b>Socio-professionel kategori</b>			
Selvbeskæftigede	62	34	3
Ledere	71	27	1
Andre hvide kraver	59	36	4
Manuelle arbejdere	56	39	4
Personer i huset	55	36	8
Arbejdsløs	45	51	3
Pensioneret	61	34	4
Studerende	66	29	4
<b>Vanskeligheder med at betale regninger</b>			
Det meste af tiden	47	48	4
Fra tid til anden	57	38	4
Næsten aldrig/aldrig	64	32	3
<b>Overveje at tilhøre</b>			
Arbejderklassen	51	41	6
Den nederste middelklasse	57	39	3
Middelklassen	65	32	2
Den øverste middelklasse	73	26	1
Overklassen	62	34	3
<b>Billede af EU</b>			
Positiv	73	23	3
Neutral	57	37	5
Negativ	39	58	2

## II. Informationsniveauet om europæiske anliggender



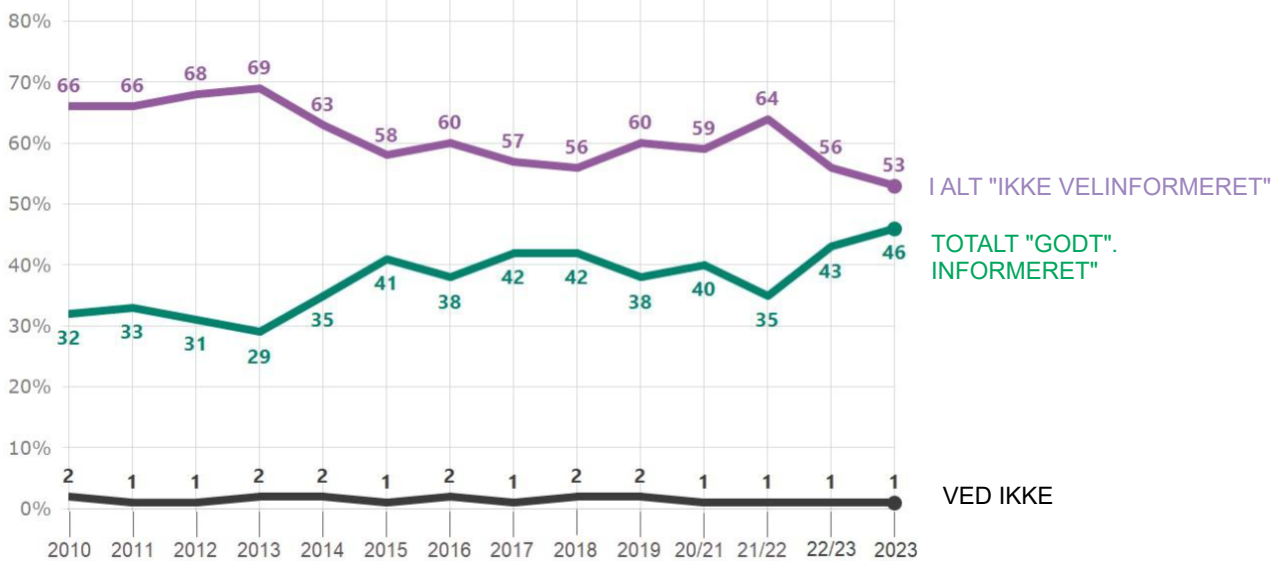
## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

Andelen af europæere, der føler sig godt informeret om europæiske spørgsmål, er på sit højeste.

Efter en stigning på otte procentpoint mellem vinteren 2021-2022 og vinteren 2022-2023 er andelen af respondenter, der føler sig godt informeret om europæiske forhold, steget med tre procentpoint i den nuværende Eurobarometer-standardundersøgelse (46 %) og er nu på sit højeste niveau siden begyndelsen af serien i efteråret 2010<sup>9</sup>.

Selv om et absolut flertal fortsat ikke føler sig velinformeret (53 %, -3 procentpoint), er denne andel nu på sit laveste niveau nogensinde.

QE2 Og samlet set, i hvilket omfang mener du, at du er velinformeret eller ej om europæiske spørgsmål? (% — EU)



9 QE2. Og generelt, hvor velinformeret mener du, at du er om europæiske anliggender?

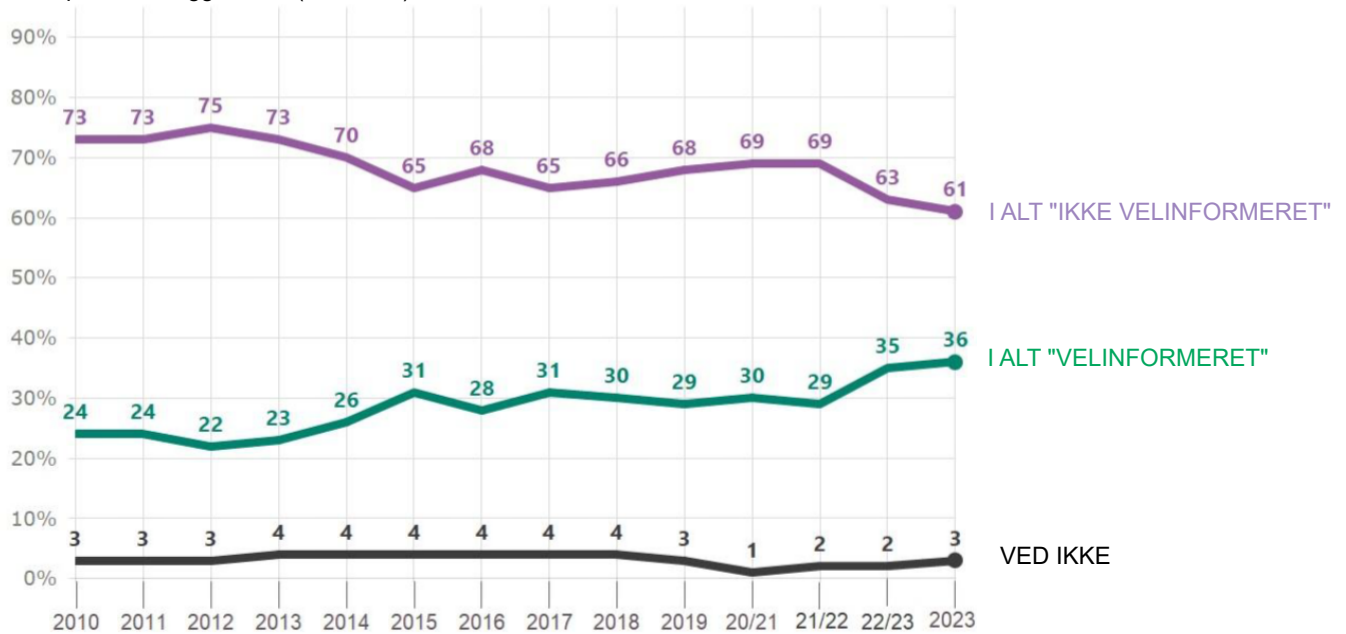


## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

Mere end en tredjedel mener, at folk i deres land er velinformede om europæiske anliggender (36 %), mens omkring seks ud af ti mener det modsatte (61 %) og 3 % siger, at de ikke ved det<sup>10</sup>.

Andelen af respondenter, der angiver, at folk i deres land er velinformede om europæiske anliggender, er på rekordniveau, da dette spørgsmål blev stillet første gang i efteråret 2010 (+ 1 procentpoint siden vinteren 2022-2023; + 7 procentpoint siden vinteren 2021-2022). Omvendt er andelen af personer, der mener, at folk ikke er velinformede, på sit laveste niveau (-2 procentpoint siden vinteren 2022-2023, -8 procentpoint siden vinteren 2021-2022).

QE1 Samlet set, i hvilket omfang mener du, at folk i (Vores land) er velinformede eller ej om europæiske anliggender? (% — E U)

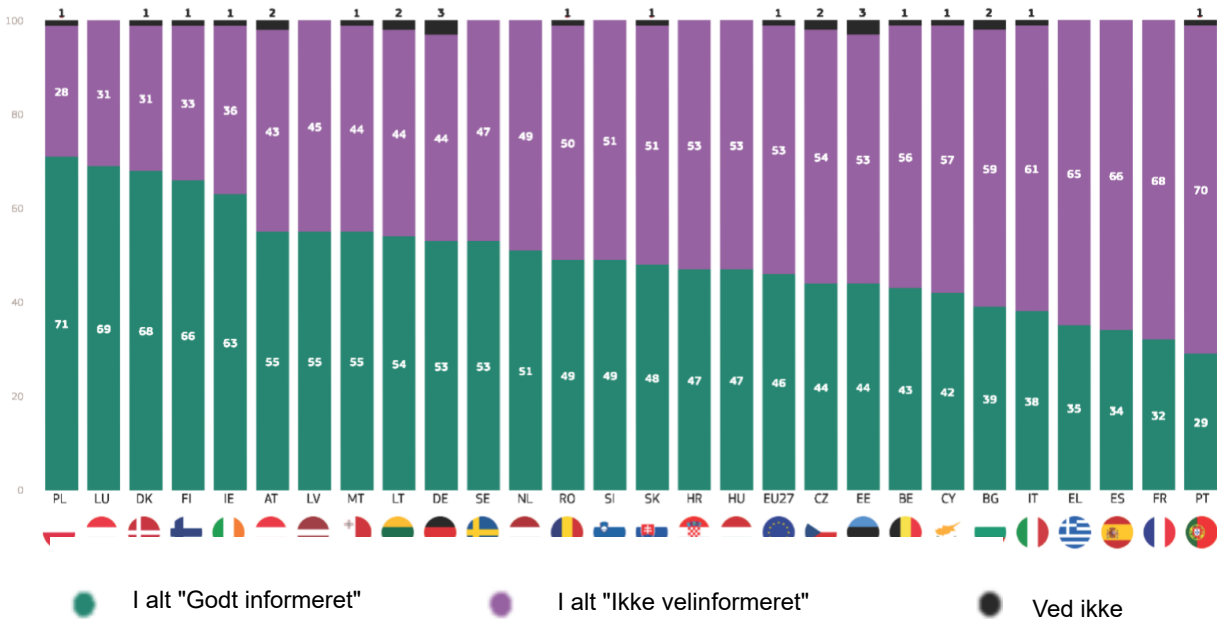


<sup>10</sup> QF1(\* eller QE1? \*). Hvor velinformeret mener du, at folk i (Vores land) handler om europæiske anliggender?

## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

I 12 EU-medlemsstater (sammenlignet med ni i vinteren 2022-2023) mener et flertal af respondenterne, at de er velinformede om europæiske spørgsmål. De højeste andele, der siger dette, kan ses i Polen (71 %), Luxembourg (69 %) og Danmark (68 %). I den anden ende af spektret er det mest sandsynligt, at respondenterne mener, at de ikke er velinformede i 15 lande. Dette er især tilfældet for respondenter i Portugal (70 %), Frankrig (68 %) og Spanien (66 %).

QE2. Og i hvilket omfang mener du, at du er velinformeret eller ej om europæiske spørgsmål? (%)



## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

I 17 lande er andelen af respondenter, der føler sig godt informeret om europæiske forhold, steget siden vinteren 2022-2023. Stigninger på mere end fem procentpoint registreres i Tyskland (53 %, + 7 procentpoint), Sverige (53 %, + 6 procentpoint) og Slovenien (49 %, + 6 procentpoint). Omvendt er denne andel faldet i seks lande, navnlig i Malta (55 %, -12 procentpoint), Portugal (29 %, -7 procentpoint) og Cypern (42 %, -4 procentpoint), og den har været stabil i fire lande: Irland (63 %), Litauen (54 %), Rumænien (49 %) og Bulgarien (39 %). Sammenlignet med vinteren 2022-2023 er det nu flertallet i Tyskland, Nederlandene og Sverige at føle sig velinformeret.

QE2 Og samlet set, i hvilket omfang mener du, at du er velinformeret eller ej om europæiske spørgsmål? (%)

		EU-27	DE	SI	SE	EE	AT	PL	DK	FI	FR	HR	SK	VÆ R	CZ	EL	ES	NL	LV	BG	IE	LT	RO	DET	LU	HU	CY	PT	MT
I alt "velinfor- meret"	Oktober / november 2023	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/juni 2023	√3	√7	√6	√6	√5	√5	√5	√4	√4	√3	√3	√3	√2	√2	√2	√2	√2	√1	=	=	=	=	▼2	▼2	▼2	▼4	▼7	▼12
	Oktober / november 2023	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
I alt "Ikke godt informeret"	Δ maj/juni 2023	▼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
	Oktober / november 2023	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
Ved ikke	Δ maj/juni 2023	=	√2	▼1	=	√2	√1	=	√1	√1	▼1	=	▼2	√1	▼1	=	=	=	=	=	=	√1	=	√1	=	=	√1	√1	=
	Oktober / november 2023																												

## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

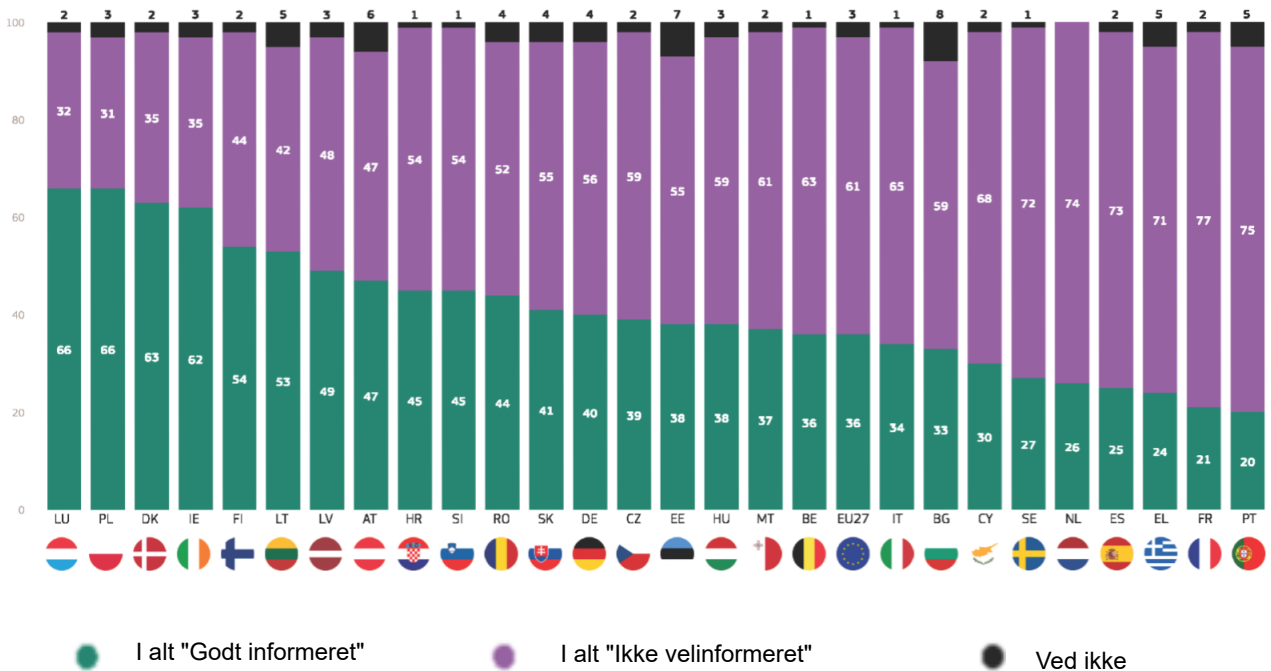
I syv EU-medlemsstater (samme som i vinteren 2022-2023) mener flertallet, at befolkningen i deres land er velinformeret om europæiske anliggender, og mere end seks ud af ti angiver dette i Luxembourg og Polen (begge 66 %), Danmark (63 %) og Irland (62 %).

I 19 EU-medlemsstater mener de fleste respondenter, at folk i deres land ikke er velinformerede om europæiske anliggender.

De største andele, der giver dette svar, findes i Frankrig (77 %), Portugal (75 %) og Nederlandene (74 %).

Der er delte meninger i Østrig, hvor lige store andele siger, at folk er velinformerede og ikke velinformerede (begge 47 %).

QE1. I hvilket omfang mener du, at folk i (Vores land) er velinformerede eller ej om europæiske spørgsmål? (%)



## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

I 15 EU-medlemsstater er andelen af respondenter, der mener, at folk i deres land er velinformede om europæiske anliggender, steget siden vinteren 2022-2023. Dette er især tilfældet i Danmark (63 %, + 6 procentpoint), Slovenien (45 %, + 6 procentpoint) og Tyskland (40 %, + 6 procentpoint). I otte lande er respondenterne mindre tilbøjelige end i vinteren 2022-2023 til at give dette svar med et fald på mere end 10 procentpoint i Malta (37 %, -21 procentpoint) og Cypren (30 %, -12 procentpoint). Dette tal er forblevet stabilt i fire lande: Letland (49 %), Ungarn (38 %), Belgien (36 %) og Portugal (20 %).

Sammenlignet med vinteren 2022-2023 er opfattelsen af, at befolkningen i deres land er velinformeret om europæiske anliggender, nu flertallets opfattelse i Letland. I modsætning hertil er dette nu blevet mindretalssynspunktet i Malta og Rumænien, mens holdningen er blevet delt i Østrig.

QE1 Samlet set, i hvilket omfang mener du, at folk i (Vores land) er velinformede eller ej om europæiske anliggender? (%)

	EU-27	DK	DE	SI	"L"	CZ	EE	HR	AT	FR	NL	SE	ES	LT	SK	FI	VÆ R	LV	HU	PT	BG	IE	EL	DET	LU	RO	CY	MT
I alt "velinformeret"	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/juni 2023	√1	√6	√6	√6	√5	√4	√4	√4	√4	√3	√3	√2	√1	√1	√1	√1	=	=	=	=	▼1	▼1	▼1	▼2	▼3	▼4	▼12	▼21
I alt "Ikke godt informeret"	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/juni 2023	▼2	▼6	▼6	▼5	▼6	▼2	▼6	▼4	▼5	▼2	▼2	▼2	▼2	▼3	=	▼2	√1	▼1	▼2	▼1	▼1	√1	▼2	√2	√2	√4	"11"	(22)
Ved ikke	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/juni 2023	√1	=	=	▼1	√1	▼2	√2	=	√1	▼1	▼1	=	√1	√2	▼1	√1	▼1	√1	√2	√1	√2	=	√3	=	√1	=	√1	▼1

## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

Den sociodemografiske analyse viser, at mænd (50 %) er mere tilbøjelige end kvinder (41 %) til at føle sig velinformede om europæiske forhold. Denne andel er også højest blandt respondenterne i de centrale aldersgrupper (48 % af dem i alderen 25-54 sammenlignet med 43-44 % af de yngre og ældre) og blandt dem, der forblev længere i fuldtidsuddannelse (56 % af dem, der afslutter en uddannelse på 20 år eller derover, sammenlignet med 27 % af dem, der forlod aldersgruppen 15 år eller yngre).

Følelsen af at være velinformeret om europæiske anliggender er mest udbredt blandt ledere (59 %) end blandt husfolk (31 %) og arbejdsløse (33 %). Derudover er der også forskelle med hensyn til respondenternes økonomiske vanskeligheder og selvopfattede sociale klasser. Mere specifikt mener omkring halvdelen (51 %) af dem, der aldrig eller næsten aldrig har problemer med at betale deres regninger, at de er velinformede, sammenlignet med omkring en fjerdedel (27 %) af dem, der har vanskeligheder det meste af tiden. Tilsvarende er respondenter, der anser sig selv for at tilhøre den øverste (75 %) eller den øverste middelklasse (65 %) af samfundet, mere tilbøjelige til at give dette svar end dem, der anser sig selv for at tilhøre arbejderklassen (31 %).

Endelig er respondenter, der har et positivt billede af EU (60 %), mere tilbøjelige til at tro, at de er velinformede om europæiske anliggender end dem, der har et neutralt (37 %) eller negativt image.

QE2 Og samlet set, i hvilket omfang mener du, at du er velinformeret eller ej om europæiske spørgsmål? (% — EU)

	I alt "velinformeret"	I alt "Ikke velinformeret"	Ved ikke
EU-27	46	53	1
<b>Køn</b>			
Mand	50	49	1
Kvinde	41	58	1
<b>Alder</b>			
15-24	43	56	1
25-39	48	51	1
40-54	48	51	1
55 +	44	55	1
<b>Uddannelse (slut på)</b>			
15—	27	72	1
16-19	44	55	1
20+	56	43	1
Studerer stadig	46	53	1
<b>Socio-professionel kategori</b>			
Selvbeskæftigede	54	45	1
Ledere	59	40	1
Andre hvide kraver	51	48	1
Manuelle arbejdere	41	58	1
Personer i huset	31	67	2
Arbejdsløs	33	66	1
Pensioneret	42	56	2
Studerende	46	53	1
<b>Vanskeligheder med at betale regninger</b>			
Det meste af tiden	27	72	1
Fra tid til anden	39	60	1
Næsten aldrig/aldrig	51	48	1
<b>Overveje at tilhøre</b>			
Arbejderklassen	31	68	1
Den nederste middelklasse	39	59	2
Middelklassen	51	48	1
Den øverste middelklasse	65	35	0
Overklassen	75	25	0
<b>Billede af EU</b>			
Positiv	60	40	0
Neutral	37	62	1
Negativ	31	67	2

## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

De sociodemografiske resultater er ens, når man ser på de proportioner, der mener, at folk i deres land er velinformede om europæiske forhold, selv om forskellene er mindre udtalte, og der er ingen klare kønsforskelle.

De ældste respondenter på 55 år og derover (34 %) er lidt mindre tilbøjelige end dem i alderen 15-54 (37-38 %) til at sige, at folk i deres land er velinformede. Der kan konstateres en klarere forskel med hensyn til uddannelsesniveau, med næsten fire ud af ti (39 %) blandt dem, der afsluttede en fuldtidsuddannelse på 20 år eller derover, der giver dette svar, sammenlignet med omkring en fjerdedel (27 %) af dem, der forlod 15 år eller derunder.

Ledere (42 %) er mest tilbøjelige til at tro, at folk i deres land er velinformede, især når de sammenlignes med arbejdsløse (25 %). Følelsen af, at folk i ens land er velinformede om europæiske forhold, er mest udbredt blandt dem, der har svært ved at betale deres regninger aldrig/næsten aldrig eller fra tid til anden (34-39 % sammenlignet med 25 % af dem, der har vanskeligheder det meste af tiden) og blandt dem, der anser sig selv for at høre til overklassen (52 % sammenlignet med 28 % af dem, der anser sig selv for at tilhøre arbejderklassen).

Endelig er de, der har et positivt billede af EU (47 %), mere tilbøjelige til at føle, at folk i deres land er velinformede om europæiske anliggender end dem, der har et neutralt (33 %) eller negativt billede (19 %).

QE1 Samlet set, i hvilket omfang mener du, at folk i (Vores land) er velinformede eller ej om europæiske anliggender? (% — EU)

	I alt "velinformeret"	I alt "Ikke velinformeret"	Ved ikke
EU-27	36	61	3
<b>Køn</b>			
Mand	37	61	2
Kvinde	36	61	3
<b>Alder</b>			
15-24	38	59	3
25-39	38	60	2
40-54	37	61	2
55 +	34	63	3
<b>Uddannelse (slut på)</b>			
15—	27	68	5
16-19	36	61	3
20+	39	59	2
Studerer stadig	39	58	3
<b>Socio-professionel kategori</b>			
Selvbeskæftigede	38	61	1
Ledere	42	57	1
Andre hvide kraver	41	57	2
Manuelle arbejdere	36	62	2
Personer i huset	32	63	5
Arbejdsløs	25	72	3
Pensioneret	33	63	4
Studerende	39	58	3
<b>Vanskeligheder med at betale regninger</b>			
Det meste af tiden	25	71	4
Fra tid til anden	34	64	2
Næsten aldrig/aldrig	39	58	3
<b>Overveje at tilhøre</b>			
Arbejderklassen	28	67	5
Den nederste middelklasse	35	62	3
Middelklassen	40	58	2
Den øverste middelklasse	42	58	0
Overklassen	52	46	2
<b>Billede af EU</b>			
Positiv	47	51	2
Neutral	33	64	3

## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

Negativ

19

79

2



### III. Informationskilder vedrørende politiske spørgsmål og Den Europæiske Union



## 1. Europæiske politiske spørgsmål

Europæerne får fortsat det meste af deres nyheder om europæiske politiske spørgsmål fra generalistiske og nyheds-tv-kanaler.

Generalistiske tv-kanaler er fortsat den foretrukne nyhedskilde om europæiske politiske spørgsmål (57 %, -1 procentpoint siden vinteren 2022-2023), nøje fulgt af tv-nyhedskanaler (53 %, + 2 procentpoint)<sup>11</sup>.

Mere end halvdelen er afhængige af et internetbaseret medie som deres vigtigste kilde til nyheder om europæiske politiske spørgsmål (55 %, + 1 procentpoint).

Fire ud af ti (ingen ændringer) går til informationswebsteder, mens tre ud af ti (+ 1 procentpoint) får deres nyheder om europæiske politiske spørgsmål fra sociale onlinenetværk. Mindre end en ud af ti er afhængige af videohostingwebsteder (7 %, ingen ændring), podcasts (7 %, + 1 pp) eller blogs (3 %, ingen ændring).

Blandt de traditionelle medier nævnes radioen af ca. en tredjedel af respondenterne (34 %, + 1 procentpoint), mens den skrevne presse er angivet med omkring en fjerdedel (26 %, + 1 procentpoint).

Færre end en ud af ti (8 %, + 1 procentpoint) siger, at de ikke søger oplysninger om europæiske politiske spørgsmål<sup>12</sup>.

Samlet set har disse tal, bortset fra en lille stigning i andelen, der nævner tv-nyhedskanaler (+ 2 procentpoint), stort set været stabile siden vinteren 2022-2023.

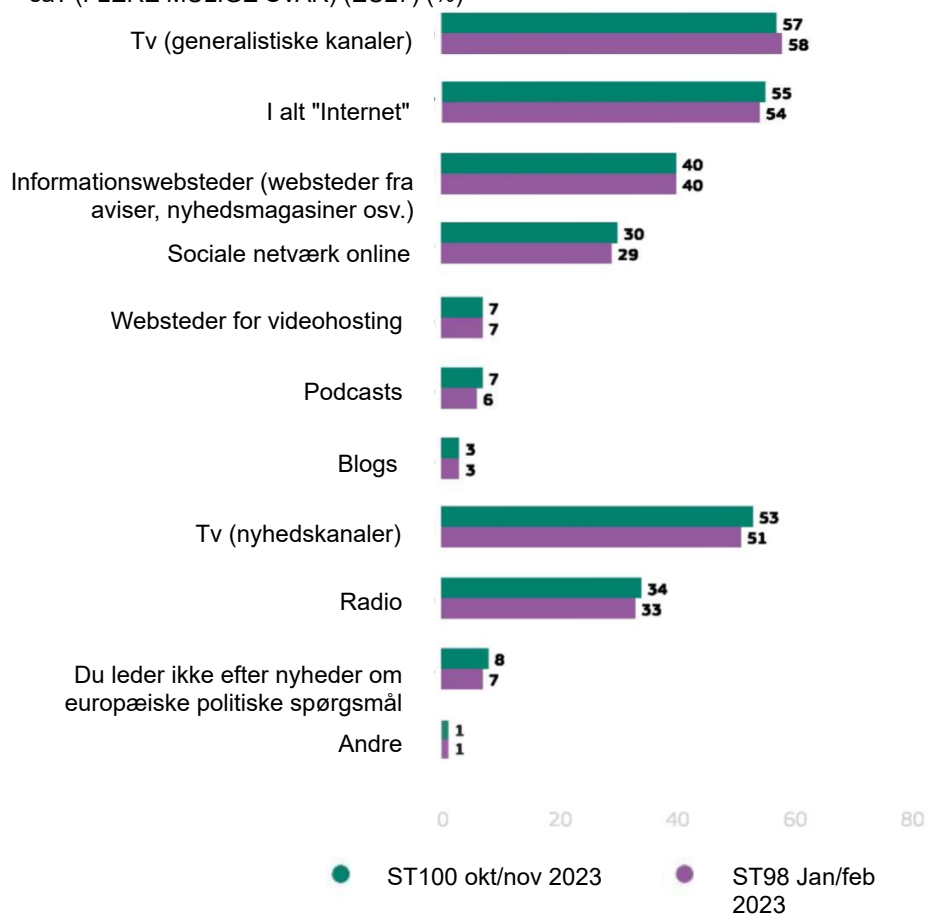
---

11 Det samlede "Internet" kombinerer pointene for emnerne: Informationswebsteder (websteder fra aviser, nyhedsmagasiner osv.), sociale onlinenetværk, videohostingwebsteder, podcasts og blogs.

12 QE4a. Hvor finder du de fleste af dine nyheder om europæiske politiske spørgsmål? For det første?  
QE4b. Og så? (FLERE SVAR ER MULIGE)

## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

QE4T. Hvor finder du de fleste af dine nyheder om europæiske politiske spørgsmål? For det første? Og så? (FLERE MULIGE SVAR) (EU27) (%)

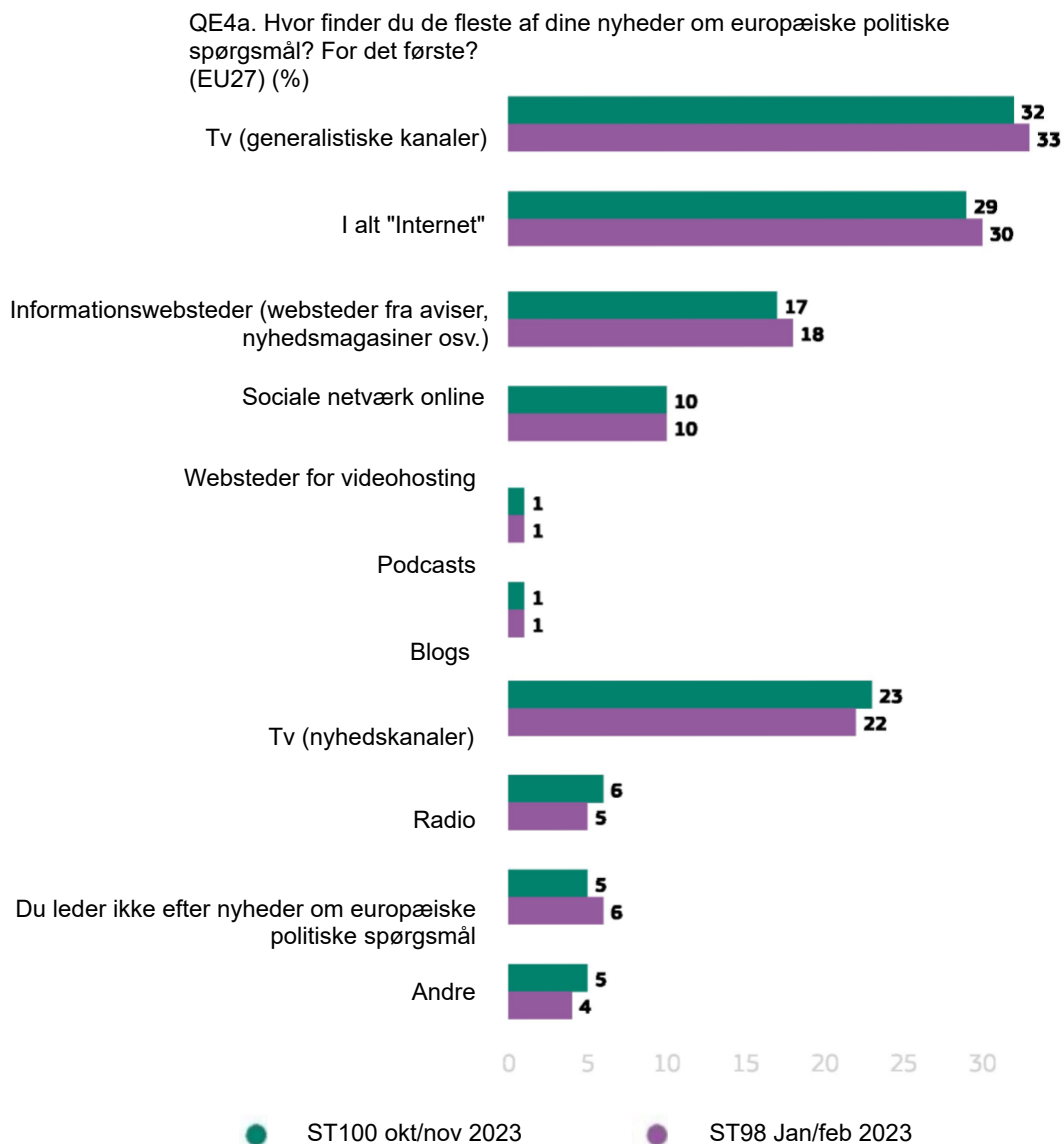


## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

Rangordningen af nyhedskilder om europæiske politiske spørgsmål er den samme, når man kun ser på respondenternes første svar. Generalistiske tv-kanaler (32 %, -1 procentpoint siden vinteren 2022-2023) er endnu en gang den foretrukne kilde efterfulgt af nyheds-tv-kanaler (23 %, + 1 procentpoint).

Omkring tre ud af ti (29 %, -1 procentpoint) foretrækker en internetbaseret kilde til nyheder om europæiske politiske spørgsmål<sup>13</sup>. Inden for denne kategori nævner 17 % (-1 pp) informationswebsteder som kilde til denne type indhold, mens en ud af ti (ingen ændring) nævner online sociale netværk.

Med hensyn til traditionelle medier angiver 6 % (+ 1 procentpoint) den skrevne presse som deres første valg for at få nyheder om europæiske politiske spørgsmål, og 5 % (-1 procentpoint) nævner radioen.



<sup>13</sup> Det samlede "Internet" kombinerer pointene for emnerne: Informationswebsteder (websteder fra aviser, nyhedsmagasiner osv.), sociale onlinenetværk, videohostingwebsteder, podcasts og blogs (der var ingen respondenter, der nævnte blogs som den første kilde til nyheder om europæiske politiske spørgsmål).

Generalistiske tv-kanaler er den første hyppigst nævnte kilde til nyheder om europæiske politiske spørgsmål i syv EU-medlemsstater. Den højeste andel af respondenter, der henviser til dette medium, kan observeres i Portugal (83 %), Kroatien (72 %) og Rumænien (70 %). I den modsatte ende af skalaen nævner 21 % i Sverige, 35 % i Danmark og 37 % i Nederlandene denne kilde. Generalistiske kanaler er en af de tre mest omtalte kilder i 18 lande.

Internettet<sup>14</sup> er en af de tre mest nævnte kilder af respondenter i alle medlemsstater (med den eneste undtagelse af respondenter i Tyskland) og er den mest nævnte kilde i 19 lande, herunder Malta (76 %), Nederlandene (74 %) og Letland (73 %). Internettet nævnes mindst i Rumænien (38 %), Portugal (39 %) og Tyskland (48 %).

Tv-nyhedskanaler rangerer som den øverste nyhedskilde om europæiske politiske spørgsmål i Rumænien og som en af de tre bedste i 22 lande. Respondenterne i Portugal (79 %), Rumænien (75 %) og Danmark (68 %) er mest tilbøjelige til at citere denne kilde, mens respondenterne i Spanien (39 %), Finland (42 %) og Cypern (43 %) er mindst tilbøjelige til at gøre det. I 11 EU-medlemsstater er informationswebsteder blandt de tre første mest anvendte nyhedskilder om europæiske politiske spørgsmål. De højeste andele, der giver dette svar, er registreret i Malta og Finland (både 61 %) og i Tjekkiet og Nederlandene (begge 59 %). Omvendt nævnes informationswebsteder mindst i Rumænien (17 %), Bulgarien (26 %) og Portugal (27 %).

Radioen er den anden eller tredje mest omtalte nyhedskilde i tre lande. Mindst halvdelen nævner dette i Tyskland (57 %), Sverige (52 %) og Slovakiet (50 %), mens 21 % i Italien og Rumænien og 22 % i Malta gør det.

Sociale onlinenetværk er den næstmest omtalte kilde til europæiske politiske spørgsmål i Cypern (53 %) og den tredjemest omtalte i Malta (48 %). Denne kilde nævnes også af næsten halvdelen af respondenterne i Letland (48 %). Derimod er 20 % i Portugal, 26 % i Tyskland og 27 % i Frankrig og Nederlandene afhængige af sociale onlinenetværk som nyhedskilde.

Den skrevne presse er det tredje hyppigst omtalte medie for nyheder om europæiske politiske spørgsmål i Luxembourg (45 %) (sammen med nyheds-tv-kanaler). Sammen med respondenterne i Luxembourg er det mest sandsynligt, at respondenterne nævner denne kilde i Finland (47 %) og Østrig (46 %). I den modsatte ende af spektret findes de laveste andele, der giver dette svar, i Malta (6 %), Polen (9 %) og Cypern, Ungarn og Rumænien (alle 12 %).

I syv EU-medlemsstater nævner mere end en ud af ti podcasts, især i Danmark og Slovakiet (både 17 %) og i Sverige (14 %). Videohostingwebsteder nævnes af omkring en ud af fem i Slovakiet (21 %) og mindst en ud af ti i yderligere syv lande, navnlig i Kroatien (16 %) og Tjekkiet (14 %). Blogs nævnes af næsten en fjerdedel i Grækenland (23 %) og mere end en ud af ti i Cypern (13 %).

Endelig er der tre lande, hvor mindst en ud af ti siger, at de ikke søger oplysninger om europæiske politiske spørgsmål: Spanien (17 %) og Cypern og Italien (begge 10 %).

---

14 Det samlede "Internet" kombinerer pointene for emnerne: Informationswebsteder (websteder fra aviser, nyhedsmagasiner osv.), sociale onlinenetværk, videohostingwebsteder, podcasts og blogs.

Den sociodemografiske analyse fremhæver følgende:

Mænd er mere tilbøjelige end kvinder til at få det meste af deres nyheder om europæiske politiske spørgsmål fra informationswebsteder (44 % mod 36 %), radioen (36 % mod 33 %) og den skrevne presse (28 % mod 24 %). Kvinder er mere tilbøjelige end mænd til at bruge generelle tv-kanaler (60 % mod 55 %).

Jo ældre respondenter er, jo mere sandsynligt er det, at de får europæiske politiske nyheder fra generalistiske eller nyheds-tv-kanaler, den skrevne presse eller radioen, og jo mindre sandsynligt er det, at de får det fra internettet, herunder informationswebsteder, podcasts, sociale onlinenetværk, blogs eller videohostingwebsteder. For eksempel får 61 % af dem i alderen 15-24 år denne type nyheder fra online sociale netværk, sammenlignet med 13 % af dem i alderen 55 eller derover.

De længere respondenter forblev i fuldtidsuddannelse, jo mere sandsynligt er de at nævne internetkilder, herunder informationswebsteder, podcasts, online sociale netværk og videohostingwebsteder, og jo mindre sandsynligt er de at nævne generalistiske tv-kanaler. For eksempel er 52 % af dem, der afsluttede deres uddannelse på 20 år eller ældre, afhængige af informationswebsteder sammenlignet med 15 % af dem, der afsluttede en uddannelse på 15 år eller yngre.

Ledere er mest tilbøjelige til at nævne informationswebsteder (58 %), radioen (40 %), den skrevne presse (30 %) og podcasts (12 %). Husfolk er mest tilbøjelige til at forlade sig på generalistiske (64 %) og nyheds-tv-kanaler (60 %), mens de er mindst tilbøjelige til at citere internetkilder (38 %), informationswebsteder (24 %), sociale onlinenetværk (23 %), videohostingtjenester (4 %), podcasts (3 %) og blogs (1 %).

Respondenter, der aldrig eller næsten aldrig har problemer med at betale regninger, er mere tilbøjelige til at få det meste af deres europæiske politiske nyheder fra informationswebsteder (43 % sammenlignet med 33 % af dem, der har problemer det meste af tiden), radioen (37 % sammenlignet med 28 %) eller den skrevne presse (28 % sammenlignet med 19 %).

Internettet er mere tilbøjelige til at blive brugt af dem, der anser sig selv for at tilhøre den øverste klasse (76 %) eller den øverste middelklasse (71 %) af samfundet, sammenlignet med dem, der anser sig selv for at tilhøre arbejderklassen (43 %) eller lavere middelklasse (50 %). Det samme mønster gælder for den skrevne presse (37 % mod 19-24 %). Omvendt bruges generalistiske tv-kanaler mere af respondenter, der anser sig selv for at tilhøre arbejderklassen (61 %) eller lavere middelklasse (60 %) end af dem, der anser sig selv for at tilhøre overklassen eller den øvre middelklasse (begge 45 %).

## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

QE4T Hvor får du de fleste af dine nyheder om europæiske politiske spørgsmål? For det første? Og så? (FLERE MULIGE SVAR) (% — EU)

	Tv (generalistiske kanaler)	I alt "Internet "	Tv (nyhedskanaler)	Informations websteder (websteder fra aviser, nyhedsmagasiner osv.)	Radio	Sociale netværk online	Den skrevne presse	Du leder ikke efter nyheder om europæiske politiske spørgsmål	Podcasts	Websteder for videohosting	Blogs	Andre	Ved ikke
EU-27	57	55	53	40	34	30	26	8	7	7	3	1	0
<b>Køn</b>													
Mand	55	58	53	44	36	30	28	6	8	8	4	1	0
Kvinde	60	52	53	36	33	30	24	9	6	6	3	1	0
<b>Alder</b>													
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
<b>Uddannelse (slut på)</b>													
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
Studerer stadig	33	82	35	57	17	59	11	10	18	16	7	1	0
<b>Socio-professionel kategori</b>													
Selvbeskæftigede	56	66	54	53	39	33	29	4	9	10	7	1	0
Ledere	48	72	54	58	40	31	30	3	12	8	4	0	0
Andre hvide kraver	55	65	54	46	33	35	23	6	8	9	5	1	0
Manuelle arbejdere	57	60	52	40	32	35	19	8	6	7	3	1	0
Personer i huset	64	38	60	24	25	23	20	16	3	4	1	0	0
Arbejdsløs	56	60	42	41	22	36	16	12	7	7	3	1	0
Pensioneret	72	26	60	21	43	9	39	8	2	2	1	1	1
Studerende	33	82	35	57	17	59	11	10	18	16	7	1	0
<b>Vanskeligheder med at betale regninger</b>													
Det meste af tiden	60	49	50	33	28	29	19	12	6	8	3	1	0
Fra tid til anden	59	52	54	34	29	32	22	9	6	7	5	1	0
Næsten aldrig/aldrig	56	57	53	43	37	29	28	6	8	7	3	1	0
<b>Overveje at tilhøre</b>													
Arbejderklassen	61	43	53	30	32	25	19	14	5	5	2	1	1
Den nederste middelklasse	60	50	53	33	33	30	24	8	5	7	3	1	0
Middelklassen	57	60	53	44	35	31	28	5	8	8	4	1	0
Den øverste middelklasse	45	71	51	55	39	33	37	2	12	9	5	1	0
Overklassen	45	76	60	64	36	37	37	2	9	7	9	0	1
<b>Billede af EU</b>													
Positiv	57	61	56	47	36	32	29	4	9	7	3	1	0
Neutral	59	50	52	34	34	28	24	9	6	6	3	0	0
Negativ	53	53	47	36	31	30	22	10	7	8	4	1	1

## 2. Aktiv søgning efter oplysninger om Den Europæiske Union

De fleste respondenter er afhængige af traditionelle medier (tv, radio, skriftlig presse), når de søger oplysninger om EU, dets politikker og dets institutioner (52 %, ingen ændring siden vinteren 2022-2023), mens næsten halvdelen (48 %, + 1 procentpoint) ser på internettet<sup>15</sup>.

Opdeling af de elementer, der indgår i den kombinerede kategori "Internet", omkring tre ud af ti (31 %, + 1 procentpoint) nævner informationswebsteder, mens næsten to ud af ti (19 %, + 1 procentpoint) går på sociale onlinenetværk. Mindre end én ud af fem (17 %, ingen ændringer) besøger institutionelle og officielle websteder for at søge oplysninger om EU, dets politikker og dets institutioner, mens kun 3 % (ingen ændring) er afhængige af blogs.

Næsten tre ud af ti (29 %, ingen ændring) siger, at de leder efter denne form for information ved at have drøftelser med venner, familie eller kolleger. Andre kilder nævnes af en ud af tyve eller mindre: bøger, brochurer og informationsbrochurer (5 %, ingen ændringer), (online) konferencer, foredrag og møder (4 %, ingen ændringer) og telefon (1 %, ingen ændringer).

Mere end en ud af ti (13 %, + 1 procentpoint) siger spontant, at de aldrig søger efter denne form for information, eller de er ikke interesserede i oplysninger om EU<sup>16</sup>.

---

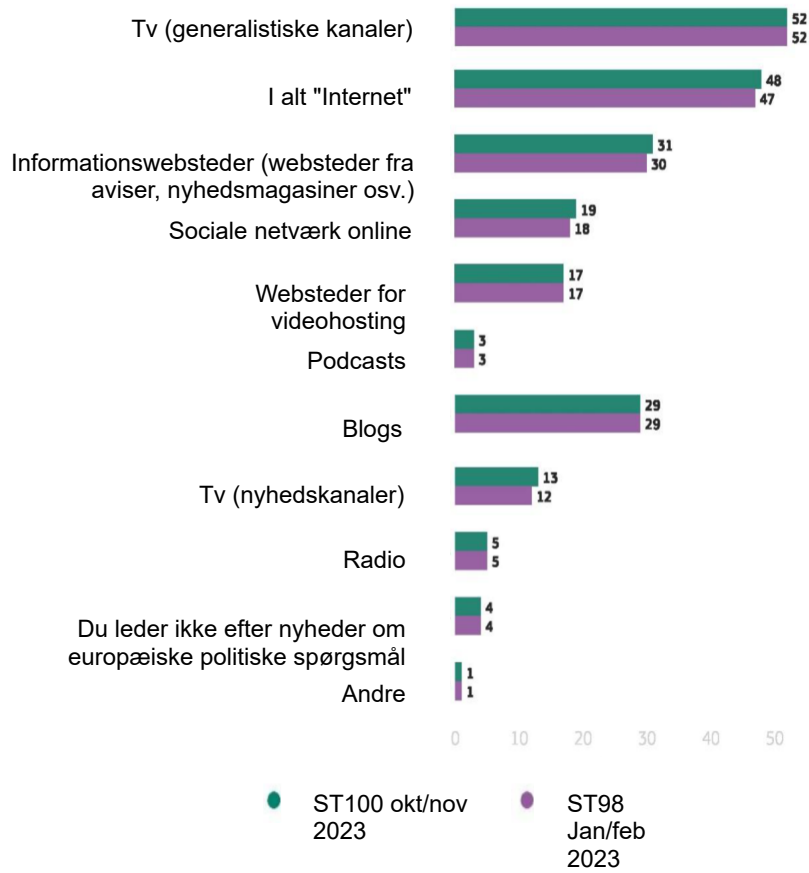
15 Det samlede "Internet" kombinerer pointene for emnerne: Informationswebsteder (websteder fra aviser, nyhedsmagasiner, videohostingwebsteder osv.), sociale onlinenetværk, institutionelle og officielle websteder (statslige websteder osv.) og blogs.

16 QE5. Når du leder efter oplysninger om EU, dets politikker, dets institutioner, hvilke af følgende kilder bruger du? (FLERE SVAR ER MULIGE)



## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

QE5. Når du leder efter oplysninger om EU, dets politikker, dets institutioner, hvilke af følgende kilder bruger du? (FLERE MULIGE SVAR) (EU27)(%)



I alle EU-medlemsstater er den mest omtalte kilde, når man søger oplysninger om EU, enten internettet eller traditionelle medier. Internettet rangerer højest i 16 lande, mens traditionelle medier er den hyppigst nævnte kilde i ti lande. I Luxembourg er disse to kilder samlet højest.

Traditionelle medier (tv, radio, skriftlig presse) nævnes med næsten seks ud af ti eller mere i Luxembourg (63 %), Tyskland (60 %) og Danmark og Italien (begge 59 %). Dette skal sammenlignes med 36 % i Malta og Estland og 38 % i Tjekkiet og Letland, som giver dette svar. Traditionelle medier er en af de tre mest omtalte kilder i alle EU's medlemsstater.

Internettet<sup>17</sup> nævnes hyppigst i Nederlandene (76 %), Sverige (74 %) og Finland (73 %). I den anden ende af skalaen søger 27 % i Rumænien og 31 % i Portugal oplysninger om EU på internettet. Internettet er en af de tre mest omtalte kilder i alle lande.

Informationswebsteder er den anden eller tredje højest rangerede kilde i 19 lande. De nævnes mest i Sverige (53 %), Finland (48 %) og Nederlandene (45 %). Omvendt nævnes de mindst i Rumænien (12 %) og i Bulgarien og Portugal (begge 18 %).

Mere end fire ud af ti i Rumænien (43 %), Grækenland og Slovakiet (både 42 %) og Tyskland (41 %) siger, at de har drøftelser med slægtninge, venner eller kolleger, når de søger oplysninger om EU. I den modsatte ende af skalaen nævner mindre end en ud af fem dette i Estland, Frankrig og Irland (alle 18 %) og i Spanien (19 %). Dette er den anden eller tredje mest omtalte kilde i syv lande.

Sociale onlinenetværk udvælges blandt de foretrukne informationskilder om EU med mere end en tredjedel i Cypern (37 %) og i Letland og Malta (begge 34 %). Derimod nævner 14 % i Slovenien og Portugal og 16 % i Frankrig, Ungarn, Polen og Rumænien dem. Online sociale netværk er den tredje mest nævnte kilde i Cypern og, sammen med informationswebsteder, Estland.

Institutionelle og officielle websteder er den tredje hyppigst nævnte kilde af respondenter i Nederlandene (50 %). Dem i Finland og Sverige (begge 43 %) er også blandt de mest tilbøjelige til at forlade sig på dem til orientering om EU. I den anden ende af spektret nævner mindre end en ud af ti disse websteder i Portugal (7 %) og i Bulgarien, Ungarn og Rumænien (alle 8 %).

Mindst en ud af ti i Luxembourg og Sverige (både 11 %) og i Danmark og Tyskland (begge 10 %) siger, at de vil søge oplysninger om EU i bøger, brochurer og informationsbrochurer.

Kun i Cypern (10 %) deltager mindst en ud af ti (online) konferencer, samtaler eller møder, mens 17 % i Grækenland er afhængige af blogs, og færre end en ud af tyve i alle lande nævner telefon.

Endelig siger mindst en ud af ti ud af 22 EU-medlemsstater, at de aldrig søger efter sådanne oplysninger eller ikke er interesserede, især i Estland og Portugal (både 27 %) og i Litauen og Spanien (begge 22 %).

Den sociodemografiske analyse viser, at mænd er mere tilbøjelige end kvinder til at bruge internettet, når de søger oplysninger om EU (52 % mod 45 %), og specifikt til at anvende informationswebsteder (34 % mod 27 %) og institutionelle og officielle websteder (18 % mod 15 %).

Jo ældre respondenterne er, desto mere sandsynligt er det, at de nævner traditionelle medier (tv, radio eller skriftlig presse) (65 % af dem i alderen 55 år og derover sammenlignet med 32 % af dem i alderen 15-24 år), mens det omvendte gælder for internettet (68 % af dem i alderen 15-24 år sammenlignet med 31 % af dem i alderen 55 år og derover), og især for sociale onlinenetværk (39 % mod 9 %) og institutionelle og officielle websteder (23 % mod 11 %).

Jo længere en respondent forblev i fuldtidsuddannelse, desto mere sandsynligt er det, at de søger oplysninger om EU på internettet (63 % af dem, der afsluttede 20 år eller ældre, sammenlignet med 18 % af

---

17 Det samlede "Internet" kombinerer pointene for emnerne: Informationswebsteder (websteder fra aviser, nyhedsmagasiner, videohostingwebsteder osv.), sociale onlinenetværk, institutionelle og officielle websteder (statslige websteder osv.) og blogs.

dem, der sluttede på 15 år eller derunder). Dette er mest tydeligt, når det gælder informationswebsteder, hvor mere end fire ud af ti (43 %) af dem, der har afsluttet en uddannelse på 20 år eller derover, nævner dette, sammenlignet med omkring en ud af ti (11 %) af dem, der forlod 15 år eller derunder. Det omvendte mønster gælder for traditionelle medier (tv, radio eller skriftlig presse) (62 % af dem, der afsluttede en uddannelse på 15 år eller derunder, sammenlignet med 52 % af dem, der sluttede på 20 år eller ældre).

Selvstændige (55 %) og husfolk (54 %) er mest tilbøjelige til at forlade sig på tv, radio eller skriftlig presse, navnlig i forhold til de arbejdsløse (40 %). Ledere er mest tilbøjelige til at bruge internettet (69 %), navnlig informationswebsteder (47 %) og institutionelle og officielle websteder (29 %), mens online sociale netværk er mest udbredt blandt de arbejdsløse (25 %). De respondenter, der aldrig eller næsten aldrig har problemer med at betale regninger, er mere tilbøjelige end dem, der har det meste af tiden til at søge oplysninger om EU på begge traditionelle medier (tv, radio, skriftlig presse) (53 % mod 46 %) og internetkilder (51 % mod 41 %). Blandt sidstnævnte er kløften den største, når det kommer til informationswebsteder (34 % mod 23 %).

Respondenter, der anser sig selv for at høre til samfundets øverste eller øverste middelklasse, er mere tilbøjelige end dem, der anser sig selv for at tilhøre arbejderklassen, til at bruge internettet, når de søger oplysninger om EU (69-71 % mod 35 %). Forskellene er mest bemærkelsesværdige i forhold til informationswebsteder (46-48 % mod 22 %) og institutionelle og officielle websteder (29-34 % mod 9 %).

## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

QE5 Når du leder efter oplysninger om EU, dets politikker, dets institutioner, hvilke af følgende kilder bruger du? (FLERE MULIGE SVAR) (% — EU)

	Tv (generalistiske kanaler)	Internet " "	Tv (nyhedskanaler)	Informations websteder (websteder fra aviser, nyhedsmagasiner osv.)	Radio	Sociale netværk online	Den skrevne presse	Du leder ikke efter nyheder om europæiske politiske spørgsmål	Podcasts	Websteder for videohosting	Blogs	Andre	Ved ikke
EU-27	52	48	31	29	19	17	13	5	4	3	1	0	1
<b>Køn</b>													
Mand	52	52	34	28	19	18	12	5	5	3	1	0	1
Kvinde	53	45	27	29	19	15	14	5	4	3	1	0	1
<b>Alder</b>													
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
<b>Uddannelse (slut på)</b>													
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
Studerer stadig	32	71	43	30	38	28	12	7	7	5	3	0	0
<b>Socio-professionel kategori</b>													
Selvbeskæftigede	55	59	39	32	22	20	9	7	7	5	1	0	1
Ledere	51	69	47	31	20	29	6	8	6	4	1	0	1
Andre hvide kraver	51	56	34	30	22	19	9	4	6	4	1	0	1
Manuelle arbejdere	49	48	29	27	21	13	14	3	3	3	1	0	1
Personer i huset	54	31	20	28	14	9	24	2	3	1	1	0	0
Arbejdsløs	40	48	26	22	25	14	22	3	2	3	1	0	1
Pensioneret	67	26	17	27	6	9	15	6	2	1	1	0	1
Studerende	32	71	43	30	38	28	12	7	7	5	3	0	0
<b>Vanskeligheder med at betale regninger</b>													
Det meste af tiden	46	41	23	28	20	10	21	4	4	3	1	0	1
Fra tid til anden	52	44	25	30	21	14	14	4	5	4	1	0	1
Næsten aldrig/aldrig	53	51	34	28	18	19	11	6	4	2	1	0	1
<b>Overveje at tilhøre</b>													
Arbejderklassen	49	35	22	24	15	9	23	2	2	2	1	0	2
Den nederste middelklasse	52	43	24	29	20	12	14	5	4	3	1	0	1
Middelklassen	54	53	34	30	20	19	9	6	5	3	1	0	1
Den øverste middelklasse	52	69	46	31	22	34	5	9	8	5	1	0	0
Overklassen	53	71	48	35	25	29	2	8	9	8	1	0	2
<b>Billede af EU</b>													
Positiv	57	56	36	32	21	20	8	6	5	3	1	0	0
Neutral	50	43	26	27	17	14	16	4	4	3	1	0	1
Negativ	47	44	26	26	20	14	17	4	4	3	1	0	1

## IV. Udtalelser om de nationale mediers pluralisme og uafhængighed



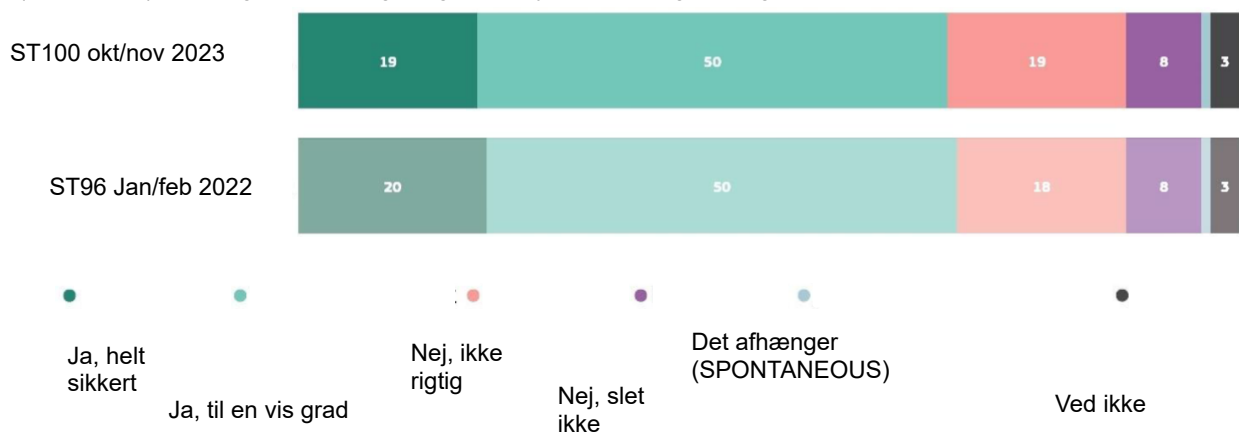
## 1. Pluralisme i de nationale medier

Et stort flertal mener, at deres nationale medier giver en mangfoldighed af synspunkter og meninger.

Tæt på syv ud af ti respondenter (69 %, -1 procentpoint siden vinteren 2021-2022) siger, at deres nationale medier giver en mangfoldighed af synspunkter og meninger, med næsten en ud af fem (19 %, -1 procentpoint), som mener, at dette er "helt sikkert" tilfældet. Omvendt giver mere end en fjerdedel (27 %, + 1 procentpoint) et negativt svar, herunder mindre end en ud af ti (8 %, ingen ændring), der siger "nej, slet ikke", og 3 % (ingen ændring) siger, at de ikke ved<sup>18</sup>.

Disse tal har været stabile, siden sidste gang dette spørgsmål blev stillet i vinteren 2021-2022 (EB96).

QE7. For hvert af følgende udsagn bedes De oplyse, i hvilket omfang de svarer til situationen for (NATIONALITET) medierne (EU27) (%)  
(Nationalitet) medier giver en mangfoldighed af synspunkter og meninger



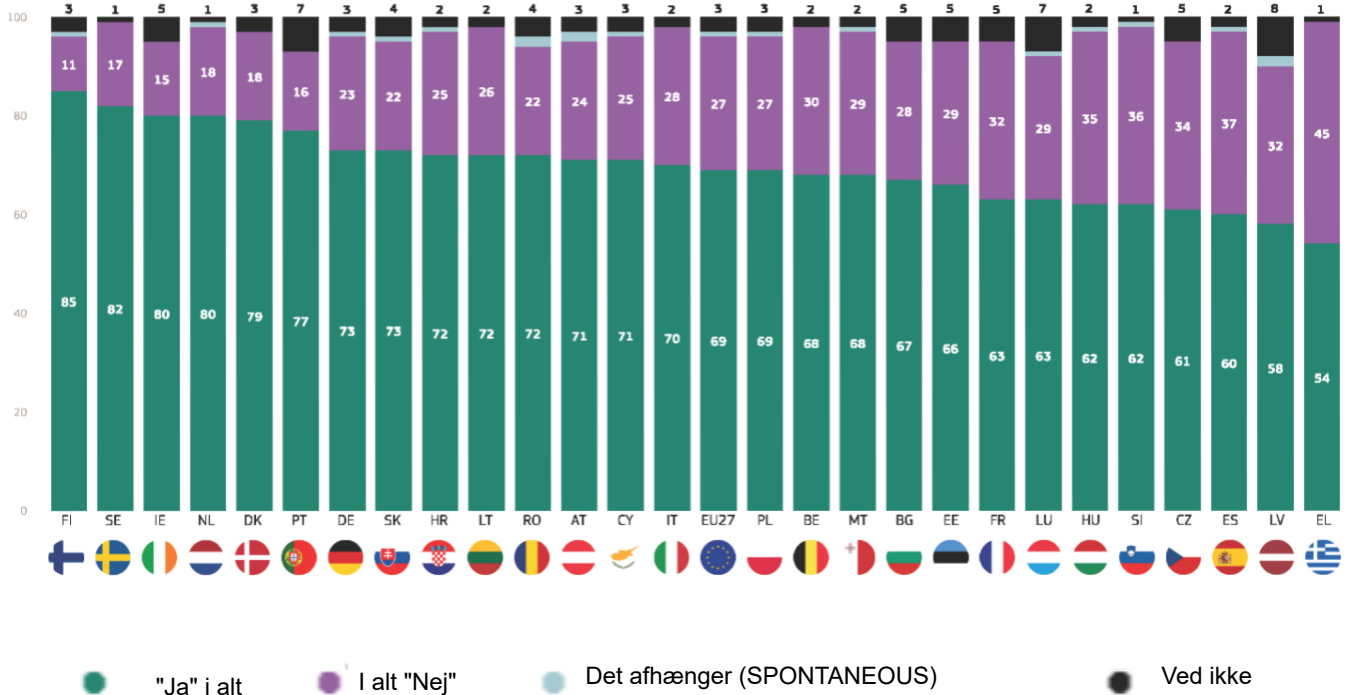
<sup>18</sup> QE7. For hvert af følgende udsagn bedes De oplyse, i hvilket omfang det svarer til (NATIONALITET) mediernes situation. 2) (NATIONALITET) medier giver en mangfoldighed af synspunkter og meninger.

## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

Et absolut flertal i alle EU's medlemsstater mener, at deres nationale medier giver en mangfoldighed af synspunkter og meninger. Denne andel varierer fra mindst otte ud af ti i Finland (85 %), Sverige (82 %) og Irland og Nederlandene (begge 80 %) til seks ud af ti eller derunder i Grækenland (54 %), Letland (58 %) og Spanien (60 %).

I 14 lande er respondenterne mere tilbøjelige end i vinteren 2021-2022 til at tro, at deres nationale medier giver en mangfoldighed af synspunkter og meninger, navnlig i Polen (69 %, + 8 procentpoint), Slovakiet (73 %, + 7 procentpoint) og Slovenien (62 %, + 7 procentpoint). Denne andel af respondenterne er faldet i 12 lande med de største fald i Estland (66 %, -13 procentpoint), Tjekkiet (61 %, -13 procentpoint) og Tyskland (73 %, -7 procentpoint). Der er ikke sket ændringer i Østrig (71 %).

QE7.2. For hvert af følgende udsagn bedes De oplyse, i hvilket omfang de svarer til situationen for (NATIONALITET) medier — (NATIONALITET) medier giver en mangfoldighed af synspunkter og meninger (%)



## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

QE7.2 For hvert af følgende udsagn bedes De oplyse, i hvilket omfang de svarer til situationen for (NATIONALITET) medier (NATIONALITET) medier (NATIONALITET) medier giver en mangfoldighed af synspunkter og meninger (%)

		EU-27	PL	SI	SK	SE	IE	EL	LV	MT	ES	HR	LT	VÆ R	BG	FI	AT	FR	DE T	LU	HU	PT	CY	NL	DK	RO	DE	CZ	EE
Ja, helt sikkert	Oktober/ november 2023	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/juni 2023	▼1	√4	√3	√2	√4	▼4	▼2	√1	√3	▼1	=	=	▼1	▼1	√3	√2	√1	▼2	√3	=	▼5	√2	=	=	=	▼9	▼4	▼13
Ja, til en vis grad	Oktober/ november 2023	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/juni 2023	=	√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	=
Nej, ikke rigtig	Oktober/ november 2023	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/juni 2023	√1	▼2	▼2	▼2	▼1	▼3	=	▼5	√1	▼1	▼2	=	▼1	=	▼3	▼1	=	√2	▼1	=	√2	=	√3	=	√6	√6	√2	√3
Nej, slet ikke	Oktober/ november 2023	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/juni 2023	=	▼5	▼3	▼3	▼4	▼3	▼3	▼3	▼2	√1	▼2	=	=	√2	▼1	=	√1	√1	▼3	√1	▼1	√4	▼2	√2	=	▼1	√6	√5
Det afhænger (SPONTAN EOUS)	Oktober/ november 2023	1	1	1	1	0	0	0	2	1	1	1	0	0	0	1	2	0	0	1	1	0	1	1	0	2	1	0	0
	Δ maj/juni 2023	=	=	=	▼1	▼1	=	=	√2	▼1	=	√1	▼1	▼1	▼1	√1	=	=	▼1	√1	=	▼1	=	√1	=	√1	√1	=	=
Ved ikke	Oktober/ november 2023	3	3	1	4	1	5	1	8	2	2	2	2	2	5	3	3	5	2	7	2	7	3	1	3	4	3	5	5
	Δ maj/juni 2023	=	▼1	▼2	▼1	=	√1	=	√3	▼1	▼2	√1	▼1	√1	▼2	√2	√1	=	▼1	√4	=	√1	▼2	=	√2	▼2	√1	√5	√5
"Ja" i alt	Oktober/ november 2023	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/juni 2023	▼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
I alt "Nej"	Oktober/ november 2023	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/juni 2023	√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



## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

Den sociodemografiske analyse afslører ingen væsentlige kønsforskelle i de proportioner, der mener, at deres nationale medier giver en mangfoldighed af synspunkter og meninger. Ikke desto mindre kan følgende stadig observeres:

De ældste respondenter på 55 år og derover (71 %) er mest tilbøjelige til at holde denne opfattelse, især i forhold til dem i alderen 15-39 (65 %).

De, der afsluttede deres fuldtidsuddannelse på 20 år eller derover (71 %), er lidt mere tilbøjelige end dem, der forlod 15 år eller tidligere (67 %) til at tro, at deres nationale medier giver en bred vifte af synspunkter og meninger.

Det er mest sandsynligt, at ledere (73 %) giver dette svar, især i forhold til arbejdsløse (55 %).

Jo mindre økonomiske vanskeligheder respondenterne har, jo mere sandsynligt er det, at deres nationale medier giver en mangfoldighed af synspunkter og meninger. For eksempel siger 71 % af dem, der aldrig eller næsten aldrig har problemer med at betale deres regninger, dette sammenlignet med 60 % af dem, der har svært ved at gøre det meste af tiden.

QE7.2 For hvert af følgende udsagn bedes De oplyse, i hvilket omfang de svarer til (NATIONALITET) mediernes situation: (Nationalitet) medier giver en mangfoldighed af synspunkter og meninger (% — EU)

	"Ja" i alt	I alt "Nej"	Ved ikke
EU-27	69	27	3
<b>Køn</b>			
Mand	69	28	3
Kvinde	69	27	3
<b>Alder</b>			
15-24	65	30	4
25-39	65	31	3
40-54	69	29	2
55 +	71	24	4
<b>Uddannelse (slut på)</b>			
15—	67	26	6
16-19	68	29	3
20+	71	28	1
Studerer stadig	68	27	4
<b>Socio-professionel kategori</b>			
Selvbeskæftigede	71	27	2
Ledere	73	26	1
Andre hvide kraver	67	29	3
Manuelle arbejdere	68	29	3
Personer i huset	68	25	7
Arbejdsløs	55	40	3
Pensioneret	71	24	4
Studerende	68	27	4
<b>Vanskeligheder med at betale regninger</b>			
Det meste af tiden	60	35	4
Fra tid til anden	67	30	3
Næsten aldrig/aldrig	71	26	3
<b>Overveje at tilhøre</b>			
Arbejderklassen	64	29	6
Den nederste middelklasse	67	30	3
Middelklassen	71	26	2
Den øverste middelklasse	75	24	1
Overklassen	69	28	2
<b>Billede af EU</b>			
Positiv	78	20	2
Neutral	67	28	4

Negativ

50

46

3

## 2. De nationale mediers uafhængighed

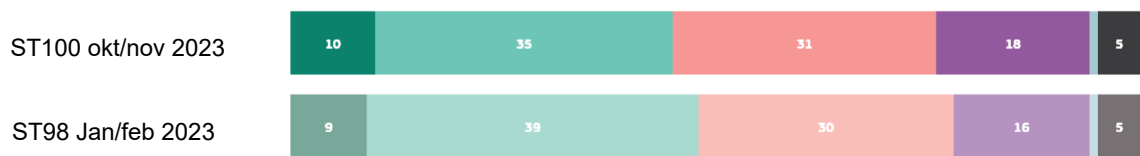
Et flertal mener, at deres nationale medier ikke giver oplysninger, der er fri for kommercielt eller politisk pres.

Mere end fire ud af ti respondenter (45 %) siger, at deres nationale medier leverer oplysninger uden politisk eller kommercielt pres, herunder en ud af ti, der mener, at dette er "helt sikkert" sagen. Knap halvdelen (49 %) mener imidlertid, at oplysningerne fra de nationale medier ikke er fri for denne form for pres, idet næsten hver femte (18 %) siger, at dette ikke er tilfældet. En ud af tyve siger, at de ikke ved det<sup>19</sup>.

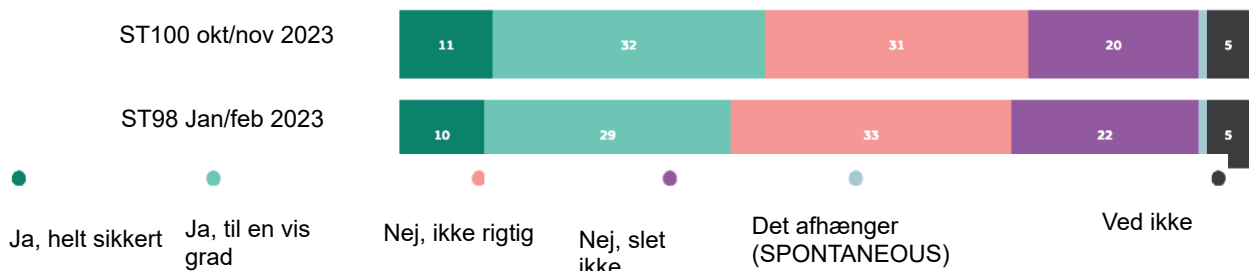
Efter en stigning på fem procentpoint mellem vinteren 2021-2022 og vinteren 2022-2023 er andelen af respondenter, der mener, at deres nationale medier leverer oplysninger uden politisk eller kommercielt pres, faldet med tre procentpoint i den nuværende undersøgelse. Omvendt er andelen af dem, der mener det modsatte, steget med tre procentpoint.

0E7. For hvert af følgende udsagn bedes De oplyse, i hvilket omfang de svarer til situationen for (NATIONALITET) medierne (EU27) (%)

(Nationalitet) medier giver oplysninger uden politisk eller kommercielt pres



(Nationalitet) public service-medier er fri for politisk pres



<sup>19</sup> QE7. For hvert af følgende udsagn bedes De oplyse, i hvilket omfang det svarer til (NATIONALITET) mediernes situation. 3) (NATIONALITET) medier giver oplysninger uden politisk eller kommercielt pres.

## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

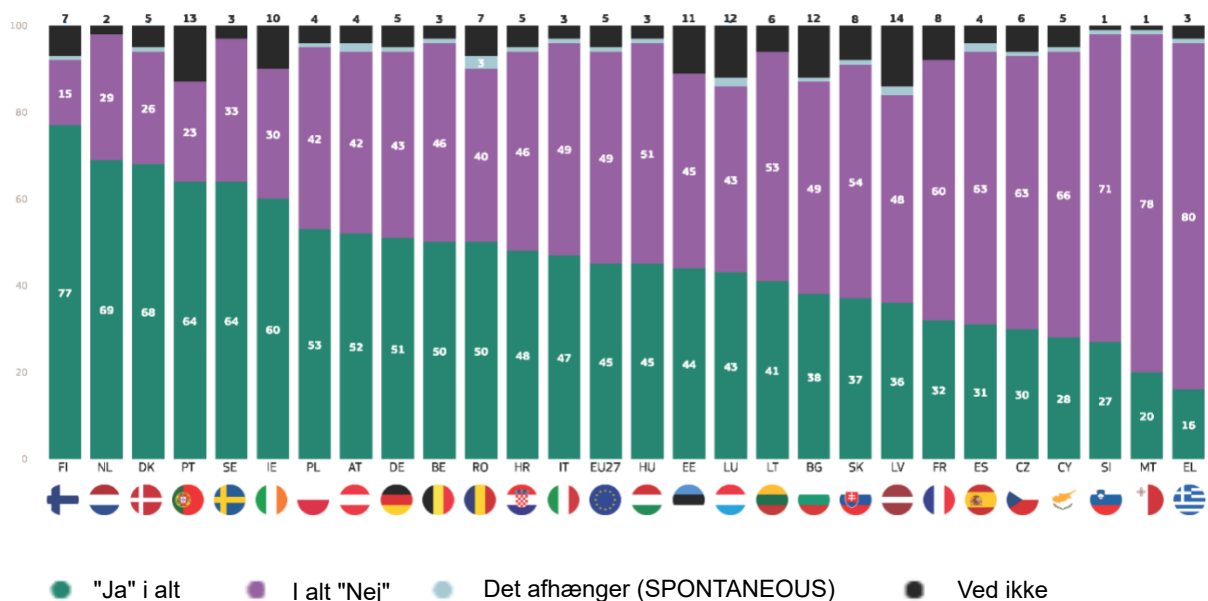
I 12 EU-medlemsstater mener et flertal af respondenterne, at medierne i deres land leverer oplysninger uden politisk eller kommercielt pres (sammenlignet med 14 i vinteren 2022-2023), navnlig i Finland (77 %), Nederlandene (69 %) og Danmark (68 %).

Dette er mindretalssynspunktet i 14 lande, hvor respondenterne i Grækenland (16 %), Malta (20 %) og Slovenien (27 %) er mindst tilbøjelige til at give et positivt svar. Udtalelserne er opdelt i Luxembourg (43 % "ja" mod 43 % "nej").

Siden vinteren 2022-2023 er respondenter i 21 ud af de 27 EU-medlemsstater nu mindre tilbøjelige til at tro, at deres nationale medier leverer oplysninger uden politisk eller kommercielt pres. Der konstateres fald på mindst 10 procentpoint i Malta (20 %, -20 procentpoint), Luxembourg (43 %, -14 procentpoint), Cypern (28 %, -12 procentpoint), Belgien (50 %, -10 procentpoint) og Letland (36 %, -10 procentpoint). Denne andel er steget med 12 procentpoint i Polen (53 %) og med tre procentpoint i Kroatien (48 %) og Slovakiet (37 %), mens der er sket en lille stigning i Portugal (64 %, + 1 procentpoint). Dette tal er forblevet uændret i Ungarn (45 %) og Litauen (41 %).

Opfattelsen af, at nationale medier leverer oplysninger uden politisk eller kommercielt pres, er nu blevet flertallets position i Kroatien og Polen. I modsætning hertil er dette nu mindretalssynspunktet i Estland, Italien og Letland, mens holdningen er blevet delt i Luxembourg.

QE7.3. For hvert af følgende udsagn bedes De oplyse, i hvilket omfang de svarer til situationen for medierne (NATIONALITET) (NATIONALITET) — (NATIONALITET) giver oplysninger uden politisk eller kommercielt pres (%)



## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

QE7.3 For hvert af følgende udsagn bedes De oplyse, i hvilket omfang de svarer til situationen for (NATIONALITET) medier (NATIONALITET) medier giver oplysninger uden politisk eller kommercielt pres (%)

	EU-27	PL	HR	SK	PT	LT	HU	BG	DE	FR	RO	CZ	DK	NL	AT	SE	EE	EL	DE T	SI	FI	IE	ES	VÆR	LV	CY	LU	MT	
"Ja" i alt	Oktober/ november 2023	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/juni 2023	√1	√3	√2	=	√1	=	√6	√1	√1	√3	√2	▼1	▼6	√1	√4	▼5	√1	√1	√3	▼1	▼5	▼3	▼2	▼2	▼2	=	=	▼20
I alt "Nej"	Oktober/ november 2023	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/juni 2023	▼4	√9	√1	√3	=	=	▼6	▼2	▼2	▼4	▼4	▼2	√3	▼4	▼7	√2	▼6	▼6	▼8	▼4	=	▼5	▼7	▼8	▼8	▼12	▼14	=
Ja, helt sikkert	Oktober/ november 2023	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/juni 2023	√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
Ja, til en vis grad	Oktober/ november 2023	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/juni 2023	√2	▼2	▼4	▼9	▼1	▼2	=	▼1	▼1	√1	=	√1	=	=	▼1	▼2	√1	√6	√5	√5	=	=	√7	√3	√6	√8	√2	√13
Nej, ikke rigtig	Oktober/ november 2023	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/juni 2023	=	▼2	=	=	▼1	=	√1	▼1	=	▼1	√2	=	√1	▼1	√1	=	▼1	√1	=	▼1	=	▼1	√2	=	√1	√1	√1	√1
Nej, slet ikke	Oktober/ november 2023	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/juni 2023	=	=	√2	=	▼4	√1	=	√2	=	▼1	=	√3	=	=	=	√2	√1	√2	▼1	▼3	√3	√4	=	√1	√3	▼1	=	=
Det afhænger af (SPONTANEOUS)	Oktober/ november 2023	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/juni 2023	▼3	√12	√3	√3	√1	=	=	▼1	▼1	▼1	▼2	▼3	▼3	▼3	▼3	▼3	▼5	▼5	▼5	▼5	▼5	▼8	▼9	▼10	▼10	▼12	▼14	▼20
Ved ikke	Oktober/ november 2023	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/juni 2023	√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"

## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

De sociodemografiske data viser, at selv om resultaterne er konsistente efter køn og aldersgruppe, er der klare forskelle med hensyn til uddannelse. Respondenter, der afsluttede deres fuldtidsuddannelse på 20 år eller derover (47 %), er mere tilbøjelige end dem, der er fyldt 15 år eller yngre (40 %), til at tro, at deres nationale medier giver oplysninger uden politisk eller kommercielt pres.

Et flertal af lederne (52 %) siger, at nationale medier leverer oplysninger uden politisk eller kommercielt pres, mens omkring en tredjedel (34 %) gør det blandt de arbejdsløse. Respondenter, der har svært ved at betale deres regninger det meste af tiden (37 %), er mindre tilbøjelige til at give dette svar end dem, der har problemer fra tid til anden eller mindre ofte (45-47 %). Tilsvarende er de, der anser sig selv for at tilhøre arbejderklassen (37 %), mindre tilbøjelige til at sige dette end dem, der anser sig for at tilhøre middelklassen (49 %), den øvre middelklasse (55 %) eller overklassen (48 %).

QE7.3 For hvert af følgende udsagn bedes De oplyse, i hvilket omfang de svarer til (NATIONALITET) mediernes situation: (Nationalitet) medier giver oplysninger uden politisk eller kommercielt pres (% — EU)

	"Ja" i alt	I alt "Nej"	Ved ikke
EU-27	45	49	5
<b>Køn</b>			
Mand	46	49	4
Kvinde	45	48	6
<b>Alder</b>			
15-24	46	44	8
25-39	46	48	5
40-54	46	49	4
55 +	44	49	6
<b>Uddannelse (slut på)</b>			
15—	40	49	9
16-19	44	50	5
20+	47	49	3
Studerer stadig	49	42	7
<b>Socio-professionel kategori</b>			
Selvbeskæftigede	43	54	3
Ledere	52	45	2
Andre hvide kraver	46	49	4
Manuelle arbejdere	46	48	5
Personer i huset	44	46	9
Arbejdsløs	34	58	7
Pensioneret	44	49	6
Studerende	49	42	7
<b>Vanskeligheder med at betale regninger</b>			
Det meste af tiden	37	55	6
Fra tid til anden	45	48	6
Næsten aldrig/aldrig	47	47	5
<b>Overveje at tilhøre</b>			
Arbejderklassen	37	52	9
Den nederste middelklasse	43	51	5
Middelklassen	49	47	3
Den øverste middelklasse	55	43	2
Overklassen	48	43	8
<b>Billede af EU</b>			
Positiv	55	40	4
Neutral	43	49	6

Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

Negativ

29

66

4

Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

Flertallet siger, at deres nationale public service-medier ikke er fri for politisk pres.

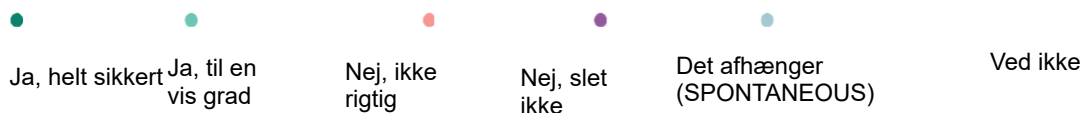
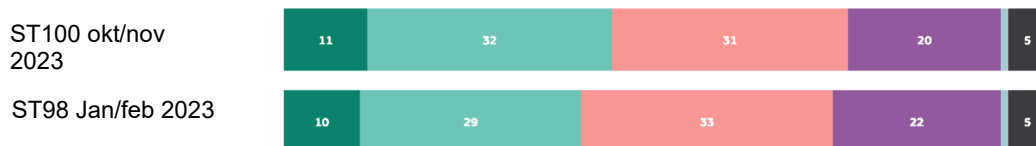
Mere end fire ud af ti respondenter (43 %, + 4 procentpoint siden vinteren 2021-2022) siger, at deres nationale public service-medier er fri for politisk pres, med omkring en ud af ti (11 %, + 1 procentpoint), som mener, at dette er "helt sikkert" tilfældet. Ikke desto mindre mener flertallet (51 %, -4 procentpoint) det modsatte, herunder en ud af fem (-2 procentpoint), der siger, at de nationale public service-medier "slet ikke" er fri for politisk pres. En ud af tyve (ingen ændring) siger, at de ikke ved det<sup>20</sup>.

QE7. For hvert af følgende udsagn bedes De oplyse, i hvilket omfang de svarer til situationen for (NATIONALITET) medierne (EU27) (%)

(Nationalitet) medier giver oplysninger uden politisk eller kommercielt pres



(Nationalitet) public service-medier er fri for politisk pres

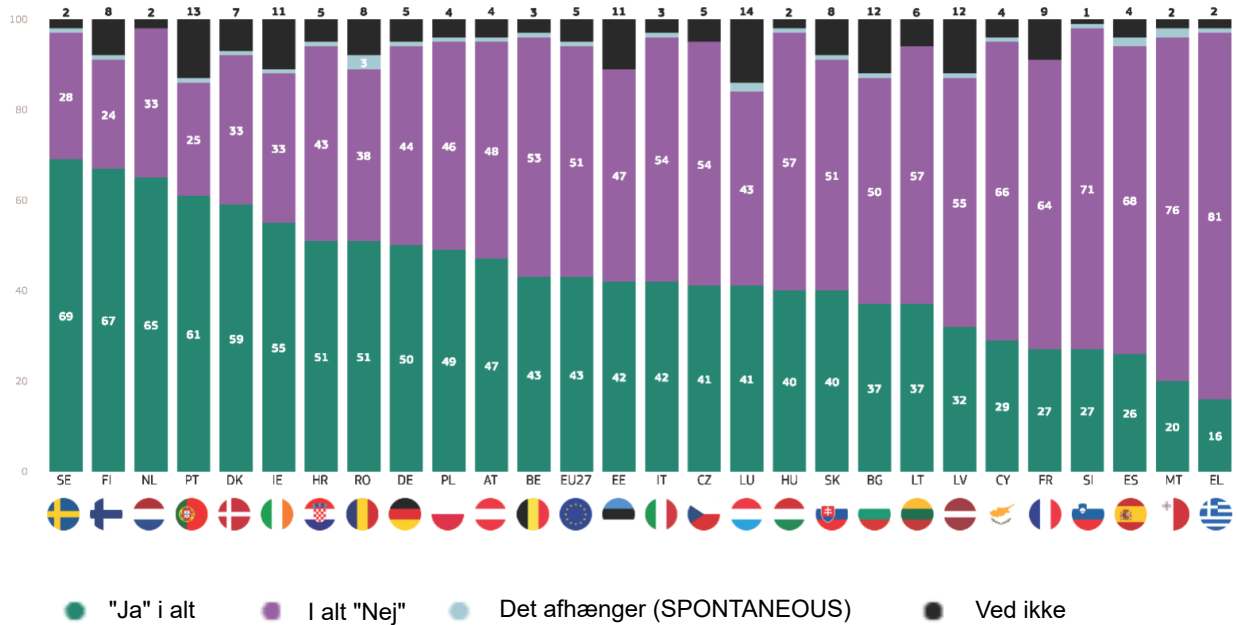


<sup>20</sup> QE7. For hvert af følgende udsagn bedes De oplyse, i hvilket omfang det svarer til (NATIONALITET) mediernes situation. 4) (NATIONALITET) public service medier er fri for politisk pres.

## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

I ti lande angiver flertallet, at deres nationale public service-medier er fri for politisk pres, især i Sverige (69 %), Finland (67 %) og Nederlandene (65 %). Omvendt mener et mindretal dette i de resterende 17 EU-medlemsstater med de laveste andele i Grækenland (16 %), Malta (20 %) og Spanien (26 %).

QE7.4. For hver af følgende erklæringer bedes De oplyse, i hvilket omfang de svarer til situationen for (NATIONALITET) medierne:-(NATIONALITET) public service medier er fri for politisk pres (%)





## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

I 18 EU-medlemsstater er andelen af respondenter, der mener, at deres nationale public service-medier er fri for politisk pres, steget siden vinteren 2021-2022 med de største stigninger i Polen (49 %, + 15 procentpoint), Sverige (69 %, + 9 procentpoint) og Bulgarien (37 %, + 9 procentpoint). I otte lande er respondenterne mindre tilbøjelige til at give dette svar, end de var i vinteren 2021-2022. Dette er især tilfældet for respondenter i Estland (42 %, -21 procentpoint) samt respondenter i Danmark (59 %, -9 procentpoint) og Luxembourg (41 %, -9 procentpoint). Der er ikke sket ændringer i Malta (20 %)

Opfattelsen af, at de nationale public service-medier er fri for politisk pres, er nu flertallets position i Kroatien og Polen. Omvendt er dette nu mindretalssynspunktet i Estland og Luxembourg.

QE7.4 For hvert af følgende udsagn bedes De oplyse, i hvilket omfang de svarer til situationen for public service-medierne (NATIONALITET) (NATIONALITET) uden politisk pres (%)

		EU-27 "L"	BG	SE	HR	CY	LV	LT	FR	NL	AT	ES	EL	DE	FI	VÆ	DE	IE	HU	MT	IT	SK	SI	RO	CZ	DK	LU	EE	
"Ja" i alt	Oktober/november 2023	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/juni 2023	√1	√5	√4	√3	▼2	√3	√2	=	=	=	√2	=	√1	=	√3	√3	▼2	▼2	√1	√1	▼3	=	=	▼1	=	▼2	√1	▼13
I alt "Nej"	Oktober/november 2023	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/juni 2023	√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
Ja, helt sikkert	Oktober/november 2023	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/juni 2023	▼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
Ja, til en vis grad	Oktober/november 2023	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/juni 2023	▼2	▼14	=	▼6	▼4	=	▼6	=	▼4	▼5	▼3	√1	√6	√3	▼3	▼6	=	▼2	▼1	√13	▼4	▼5	=	√1	√3	√2	▼4	√4
Nej, ikke rigtig	Oktober/november 2023	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	3	0	1	2	0
	Δ maj/juni 2023	=	=	▼1	=	▼1	√1	√1	▼1	=	▼1	▼1	√1	=	=	√1	=	=	√1	√1	=	▼1	▼2	▼2	√1	=	√1	√2	=
Nej, slet ikke	Oktober/november 2023	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/juni 2023	=	=	▼4	=	√1	▼3	√6	=	√1	▼1	√2	▼2	=	▼2	√4	√1	=	√3	▼1	=	√4	▼1	▼3	▼2	√5	√4	√8	"11"
Det afhænger af (SPONTAN EOUS)	Oktober/november 2023	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/juni 2023	√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
Ved ikke	Oktober/november 2023	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/juni 2023	▼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"

## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

Den sociodemografiske analyse viser ingen signifikant kønsforskel. På tværs af aldersgrupper er de ældste respondenter på 55 år og derover (40 %) lidt mindre tilbøjelige end deres yngre modparter (43-44 %) til at tro, at deres nationale public service-medier er fri for politisk pres.

En smule mere udtalt er forskellene med hensyn til uddannelsesniveau, idet 44 % af dem, der afsluttede en fuldtidsuddannelse på 20 år eller derover, siger, at deres nationale public service-medier er fri for politisk pres, sammenlignet med 38 % af dem, der sluttede i alderen 15 eller yngre.

Med hensyn til socioprofessionelle kategorier mener halvdelen blandt lederne, at deres nationale public service-medier er fri for politisk pres, mens tre ud af ti gør det blandt de arbejdsløse. Respondenter, der aldrig eller næsten aldrig har problemer med at betale deres regninger (44 %), er mest tilbøjelige til at holde dette synspunkt, især i forhold til dem, der har vanskeligheder det meste af tiden (34 %). Tilsvarende er respondenter, der anser sig selv for at tilhøre den øverste middelklasse (53 %) eller overklassen (48 %) af samfundet, mest tilbøjelige til at give dette svar, især i forhold til dem, der anser sig selv for at tilhøre arbejderklassen (35 %).

QE7.4 For hvert af følgende udsagn bedes De oplyse, i hvilket omfang de svarer til (NATIONALITET) mediernes situation: (Nationalitet) public service-medier er fri for politisk pres (% — EU

	"Ja" i alt	I alt "Nej"	Ved ikke
EU-27	43	51	5
<b>Køn</b>			
Mand	42	53	4
Kvinde	43	50	6
<b>Alder</b>			
15-24	44	48	7
25-39	44	51	4
40-54	43	52	4
55 +	40	53	6
<b>Uddannelse (slut på)</b>			
15—	38	51	9
16-19	41	53	5
20+	44	52	3
Studerer stadig	46	46	7
<b>Socio-professionel kategori</b>			
Selvbeskæftigede	42	54	3
Ledere	50	47	3
Andre hvide kraver	42	53	4
Manuelle arbejdere	42	52	5
Personer i huset	42	47	9
Arbejdsløs	30	63	6
Pensioneret	40	52	7
Studerende	46	46	7
<b>Vanskeligheder med at betale regninger</b>			
Det meste af tiden	34	59	6
Fra tid til anden	41	52	6
Næsten aldrig/aldrig	44	50	5
<b>Overveje at tilhøre</b>			
Arbejderklassen	35	54	9
Den nederste middelklasse	39	55	5
Middelklassen	45	50	4
Den øverste middelklasse	53	44	2
Overklassen	48	44	7
<b>Billede af EU</b>			
Positiv	52	43	4
Neutral	39	53	7

## V. Europæere og falske nyheder



Store flertal er enige om, at nyheder eller oplysninger, der er falske eller fordrejer virkeligheden, er et problem i deres land og for demokratiet generelt.

Respondenterne blev spurgt om, i hvilket omfang de var enige eller uenige i fire udsagn om nyheder eller oplysninger, der misrepræsenterer virkeligheden eller endda er falske<sup>21</sup>. Samlet set har resultaterne været stabile siden vinteren 2022-2023.

Omkring otte ud af ti (81 %, ingen ændring siden vinteren 2022-2023) er enige om, at eksistensen af nyheder eller oplysninger, der misrepræsenterer virkeligheden eller endda er falske, er et problem for demokratiet generelt, idet omkring fire ud af ti er "helt enige" (38 %, ingen ændring). Mere end en ud af ti (13 %, -1 procentpoint) er uenige.

Mere end tre fjerdedele (77 %, + 1 procentpoint) er enige om, at eksistensen af nyheder eller oplysninger, der misrepræsenterer virkeligheden eller endda er falske, er et problem i deres land, herunder omkring tre ud af ti (31 %, -1 procentpoint), der siger, at de "fuldstændigt er enige". Færre end en ud af fem (17 %, -1 procentpoint) er uenige i denne erklæring.

Mere end to tredjedele (68 %, -1 procentpoint) er enige om, at de ofte kommer på tværs af nyheder eller oplysninger, som de tror misrepræsenterer virkeligheden eller er endda falske, herunder 21 % (-1 procentpoint), der "helt enig" i denne erklæring. Mere end en fjerdedel (27 %, + 1 procentpoint) er uenige.

Seks ud af ti (-1 procentpoint) er enige om, at det er let for dem at identificere nyheder eller oplysninger, som de mener misrepræsenterer virkeligheden eller endda er falske, med 16 % (-2 procentpoint) i fuld overensstemmelse med denne erklæring. Mere end en tredjedel (35 %, + 1 procentpoint) er uenige.

---

21 QE8. Er du helt enig, har tendens til at være enig, har tendens til at være uenig eller helt uenig i hver af de følgende udsagn. 1) Du støder ofte på nyheder eller oplysninger, som du mener misrepræsenterer virkeligheden eller endda er falske; 2) Det er nemt for dig at identificere nyheder eller oplysninger, som du mener misrepræsenterer virkeligheden eller endda er falske; 3) eksistensen af nyheder eller oplysninger, der misrepræsenterer virkeligheden eller endda er falske, er et problem i (Vores land); 4) Tilstedeværelsen af nyheder eller oplysninger, der misrepræsenterer virkeligheden eller endda er falske, er et problem for demokratiet i almindelighed.

## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

QE8. Er du helt enig, har tendens til at være enig, har tendens til at være uenig eller helt uenig i hver af de følgende udsagn. (EU27) (%)

Eksistensen af nyheder eller oplysninger, der misrepræsenterer virkeligheden eller endda er falske, er et problem for demokratiet generelt.



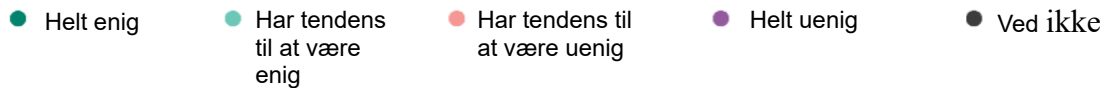
Eksistensen af nyheder eller oplysninger, der misrepræsenterer virkeligheden eller endda er falsk, er et problem i (Vores land)



Du kommer ofte på tværs af nyheder eller oplysninger, som du tror misrepræsenterer virkeligheden eller er endda falske.



Det er nemt for dig at identificere nyheder eller oplysninger, som du tror misrepræsenterer virkeligheden eller er endda falske.

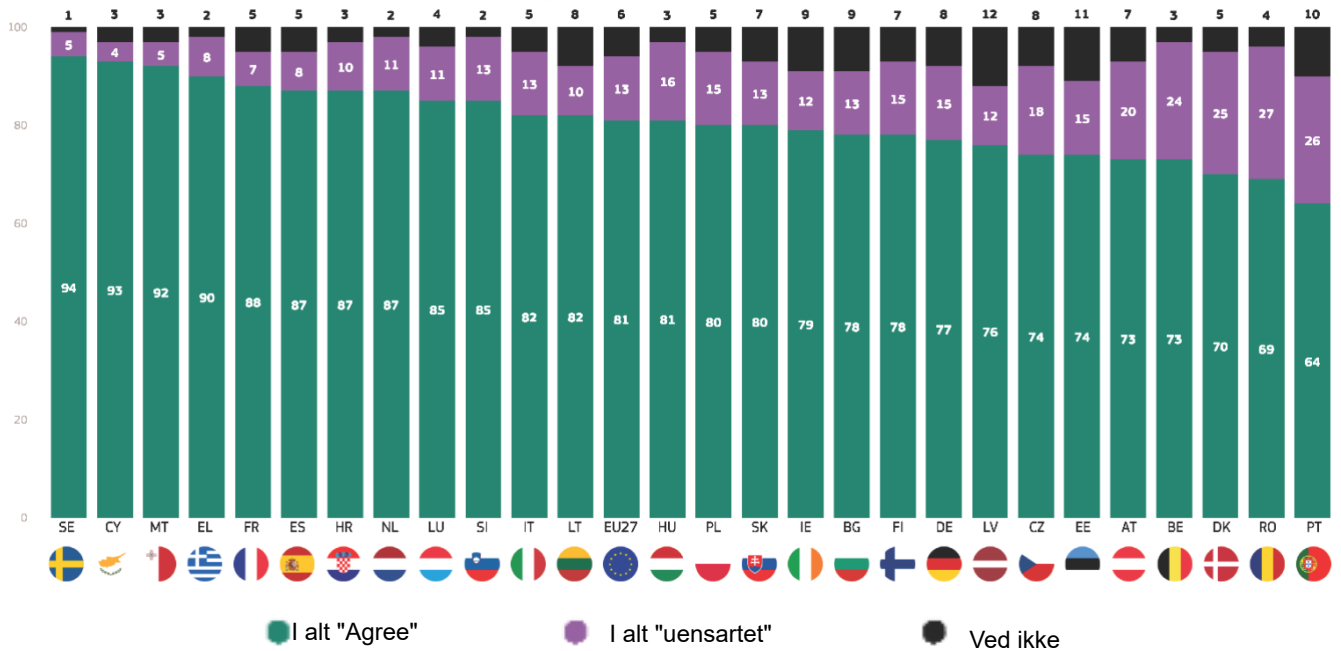


## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

Mere end seks ud af ti i hver EU-medlemsstat er enige om, at eksistensen af nyheder eller oplysninger, der giver et misvisende billede af virkeligheden eller endda er falske, er et problem for demokratiet generelt. De højeste aftaleniveauer kan ses i Sverige (94 %), Cypern (93 %) og Malta (92 %), mens de laveste findes i Portugal (64 %), Rumænien (69 %) og Danmark (70 %).

I fem lande er mere end halvdelen enige i denne erklæring: Sverige (67 %), Grækenland (60 %), Malta (57 %), Cypern (56 %) og Nederlandene (51 %).

QEB.4. Er du helt enig, har tendens til at være enig, har tendens til at være uenig eller helt uenig i hver af de følgende udsagn. Eksistensen af nyheder eller oplysninger, der misrepræsenterer virkeligheden eller endda er falske, er et problem for demokratiet generelt (%)



I 13 EU-medlemsstater har der været fald siden vinteren 2022-2023 i andelen af respondenter, der er enige i, at eksistensen af nyheder eller oplysninger, der giver et misvisende billede af virkeligheden eller endda er falsk, er et problem for demokratiet generelt. Dette er især tilfældet i Bulgarien (78 %, -5 procentpoint) og Belgien (73 %, -5 procentpoint), Slovakiet (80 %, -4 procentpoint) og Irland (79 %, -4 procentpoint).

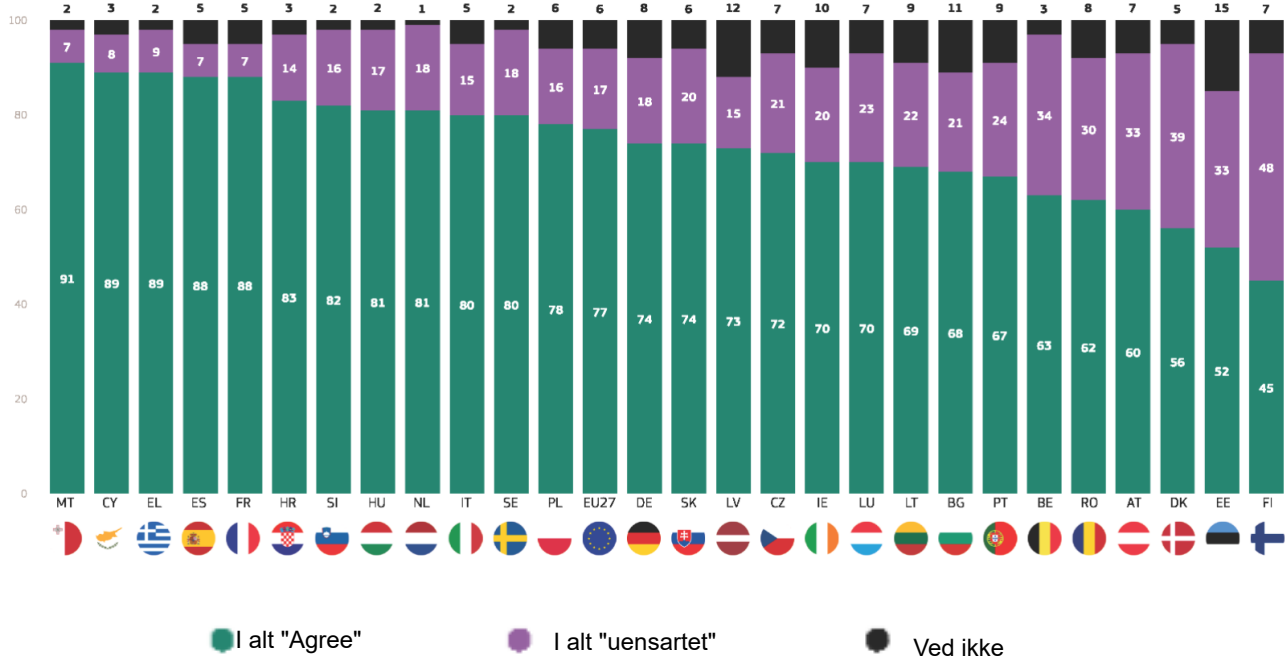
Aftaleniveauet er steget i otte lande, især i Luxembourg (85 %, + 5 procentpoint), Rumænien (69 %, + 4 procentpoint), Finland (78 %, + 3 procentpoint) og Portugal (64 %, + 3 procentpoint). Dette tal er forblevet uændret i seks lande: Grækenland (90 %), Kroatien (87 %), Slovenien (85 %), Italien (82 %), Polen (80 %) og Tyskland (77 %).

## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

I alle EU-medlemsstater med undtagelse af Finland er et flertal af respondenterne enige i, at eksistensen af nyheder eller oplysninger, der giver et misvisende billede af virkeligheden eller endda er falsk, er et problem i deres land. De højeste andele, der er enige i denne erklæring, er registreret i Malta (91 %) og i Cypern og Grækenland (begge 89 %). I den modsatte ende af spektret er 45 % i Finland, 52 % i Estland og 56 % i Danmark enige i denne erklæring.

Mindst halvdelen i Grækenland (53 %) og Cypern (50 %) er "helt enige" i, at eksistensen af nyheder eller oplysninger, der misviser virkeligheden eller endda er falske, er et problem i deres land, ligesom mere end fire ud af ti i Sverige (43 %) og i Spanien og Frankrig (begge 41 %).

QEB.3. Er du helt enig, har tendens til at være enig, har tendens til at være uenig eller helt uenig i hver af de følgende udsagn. Eksistensen af nyheder eller oplysninger, der misrepræsenterer virkeligheden eller endda er falske, er et problem i (Vores land) (%)



Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

I 14 lande har der været stigninger siden vinteren 2022-2023 i andelen af respondenter, der er enige i, at eksistensen af nyheder eller oplysninger, der giver et misvisende billede af virkeligheden eller endda er falsk, er et problem for deres land. Den mest bemærkelsesværdige stigning findes i Portugal (67 %, + 15 procentpoint), og der ses også en positiv udvikling på mindst fem procentpoint i Luxembourg (70 %, + 8 procentpoint), Spanien (88 %, + 5 procentpoint) og Slovenien (82 %, + 5 procentpoint). Derimod er aftaleniveauet faldet i 12 lande, især i Litauen (69 %, -8 procentpoint), Bulgarien (68 %, -8 procentpoint) og Slovakiet (74 %, -6 procentpoint). Der er ikke sket ændringer i Irland (70 %).

QE8.3 Er du helt enig, har tendens til at være enig, har tendens til at være uenig eller helt uenig i hver af de følgende udsagn. Eksistensen af nyheder eller oplysninger, der misrepræsenterer virkeligheden eller endda er falske, er et problem i (Vores land) (%)

	EU-27	PT	LU	ES	SI	DK	FR	NL	FI	MT	PL	DE	DE T	LV	RO	IE	EL	HR	AT	VÆ R	CZ	EE	CY	HU	SE	SK	BG	LT
Helt enig	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/jun i 2023	▼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
Har tendens til at være enig	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/jun i 2023	√2	√13	=	√8	√9	√7	√2	√4	√1	"10"	√4	▼3	√4	√1	▼3	▼1	√3	√3	√3	▼2	=	▼1	▼6	▼3	=	=	▼6	▼3
Har tendens til at være uenig	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/jun i 2023	▼1	▼9	▼6	▼4	▼2	▼2	▼2	=	=	▼1	=	▼1	▼2	▼2	▼2	▼1	=	√4	√4	√4	√3	▼1	√3	√3	√2	√7	√4	√4
Helt uenig	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/jun i 2023	=	▼1	√1	▼1	▼1	▼1	=	▼1	▼2	▼1	▼1	=	▼1	=	▼1	=	=	▼2	▼1	=	▼1	√2	▼1	√2	=	√1	√2	√1
Ved ikke	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/jun i 2023	=	▼5	▼3	=	▼2	=	▼1	▼2	▼1	=	▼1	=	√2	√1	√2	√1	√1	▼1	▼1	▼1	√1	√2	√1	▼2	√1	▼2	√2	√3
I alt "Agree"	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/jun i 2023	√1	√15	√8	√5	√5	√3	√3	√3	√3	√2	√2	√1	√1	√1	√1	=	▼1	▼1	▼2	▼3	▼3	▼3	▼3	▼3	▼3	▼3	▼6	▼8
I alt "uensartet"	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/jun i 2023	▼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	√6	√5



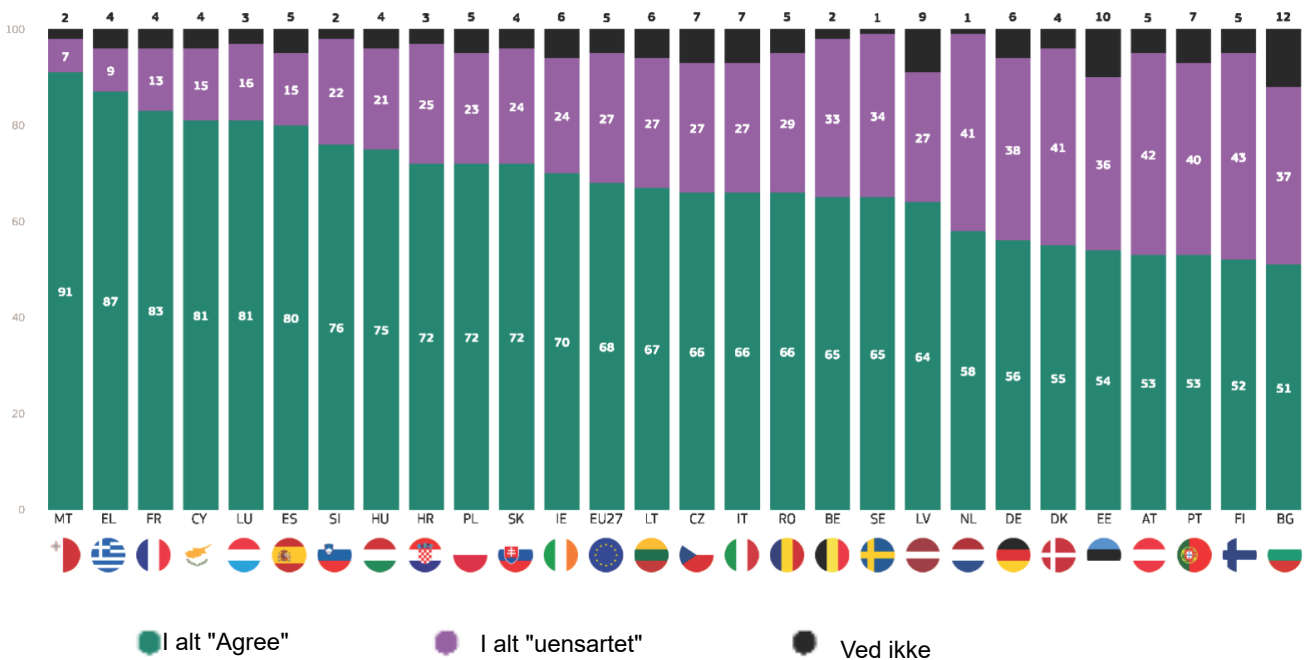
i 2023

## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

I alle EU's medlemsstater er flertallet enige om, at de ofte støder på nyheder eller oplysninger, som de mener misrepræsenterer virkeligheden eller endda er falske. Denne udtalelse er mest udbredt i Malta (91 %), Grækenland (87 %) og Frankrig (83 %). Omvendt er respondenterne i Bulgarien (51 %), Finland (52 %) og Østrig og Portugal (begge 53 %) mindst tilbøjelige til at tilslutte sig denne erklæring.

I fem lande er mindst tre ud af ti "helt enige" om, at de ofte støder på nyheder eller oplysninger, som de mener misrepræsenterer virkeligheden eller endda er falske: Cypern (37 %), Spanien (36 %), Grækenland og Frankrig (både 34 %) og Slovenien (30 %).

QE8.1. Er du helt enig, har tendens til at være enig, har tendens til at være uenig eller helt uenig i hver af de følgende udsagn. Du kommer ofte på tværs af nyheder eller oplysninger, som du tror misrepræsenterer virkeligheden eller er endda falske (%)



## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

Andelen af respondenter, der siger, at de ofte støder på nyheder eller oplysninger, som de mener misrepræsenterer virkeligheden eller endda er falske, er faldet i 13 EU-medlemsstater siden vinteren 2022-2023. De største fald er registreret i Irland (70 %, -10 procentpoint), Bulgarien (51 %, -8 procentpoint), Slovakiet (72 %, -6 procentpoint) og Belgien (65 %, -6 procentpoint). Dette tal er steget i 11 lande og med mindst fem procentpoint i Slovenien (76 %, + 6 procentpoint), Nederlandene (58 %, + 5 procentpoint) og Danmark (55 %, + 5 procentpoint). Der er ikke sket ændringer i Frankrig (83 %), Litauen (67 %) og Finland (52 %).

QE8.1 Er du helt enig, har tendens til at være enig, har tendens til at være uenig eller helt uenig i hver af de følgende udsagn. Du kommer ofte på tværs af nyheder eller oplysninger, som du tror misrepræsenterer virkeligheden eller er endda falske (%)

		EU-27	SI	DK	NL	LU	PT	RO	ES	DE	LV	MT	SE	FR	LT	FI	EL	HU	CZ	EE	CY	AT	DE	HR	PL	VÆ R	SK	BG	IE
Helt enig	Oktob er/ nove mber 2023	21	30	18	16	28	9	22	36	12	14	29	20	34	16	13	34	28	25	15	37	19	14	19	19	14	21	15	20
	Δ maj/ju ni 2023	√1	√1	√5	√1	"10"	=	√2	√2	√1	√4	√12	√6	√1	=	√1	√1	=	√2	=	√1	=	√1	=	√4	√2	√3	√5	√4
Har tendens til at være enig	Oktob er/ nove mber 2023	47	46	37	42	53	44	44	44	54	50	62	45	49	51	39	53	47	41	39	44	34	42	53	53	51	51	36	50
	Δ maj/ju ni 2023	=	√7	=	√4	√6	√3	√1	=	√3	√5	√13	√5	√1	=	√1	√1	√2	√5	√3	√2	√3	√3	√4	=	√4	√3	√3	√6
Har tendens til at være uenig	Oktob er/ nove mber 2023	22	18	30	36	14	36	23	13	21	23	7	25	11	24	36	8	16	22	30	12	32	30	20	21	29	21	27	19
	Δ maj/ju ni 2023	√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
Helt uenig	Oktob er/ nove mber 2023	5	4	11	5	2	4	6	2	6	4	0	9	2	3	7	1	5	5	6	3	10	8	5	2	4	3	10	5
	Δ maj/ju ni 2023	=	√1	√2	√2	√1	√1	√1	√3	√1	=	=	√1	=	=	√1	=	√3	√2	√3	√2	√1	√1	√3	=	=	=	√4	√2
Ved ikke	Oktob er/ nove mber 2023	5	2	4	1	3	7	5	5	7	9	2	1	4	6	5	4	4	7	10	4	5	6	3	5	2	4	12	6
	Δ maj/ju ni 2023	=	√2	√1	√1	√2	√3	√2	√1	√3	=	=	=	√2	=	√1	√3	=	√2	√1	=	√1	√1	√1	=	√1	√1	√2	√1
I alt "Agree"	Oktob er/ nove mber 2023	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
	Δ maj/ju ni 2023	√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
I alt "uensartet"	Oktob er/ nove mber 2023	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
	Δ maj/ju ni 2023	√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

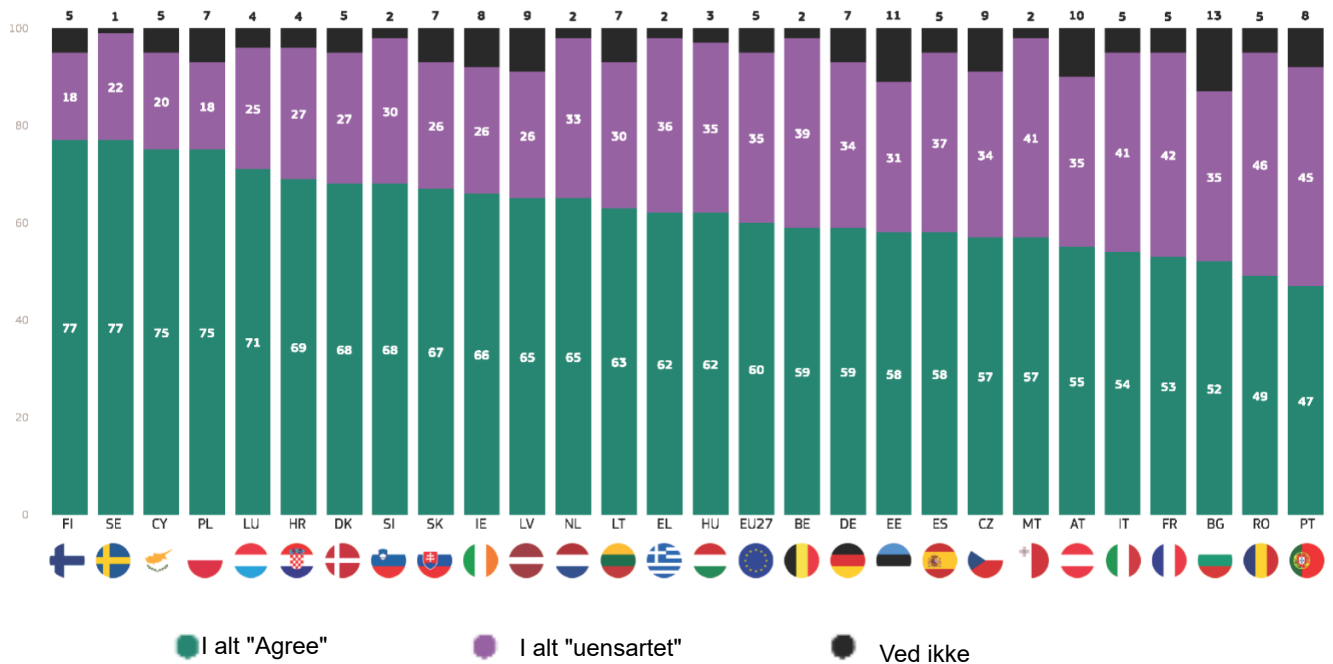


## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

Flertallet i alle EU's medlemsstater er enige om, at det er let at identificere nyheder eller oplysninger, der giver et misvisende billede af virkeligheden eller endda er falske. Mindst tre fjerdedele er enige i denne erklæring i Finland og Sverige (både 77 %) og i Cypern og Polen (begge 75 %). Derimod er mindre end halvdelen enige i Portugal (47 %) og Rumænien (49 %) og 52 % i Bulgarien.

Andelen af respondenter, der er helt enige i denne erklæring, er størst i Cypern (26 %), Ungarn (25 %) og Slovenien (24 %).

QE8.2. Er du helt enig, har tendens til at være enig, har tendens til at være uenig eller helt uenig i hver af de følgende udsagn. Det er nemt for dig at identificere nyheder eller oplysninger, som du mener misrepræsenterer virkeligheden eller er endda falske (%)



## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

Siden vinteren 2022-2023 er andelen af respondenter, der er enige i, at det er nemt at identificere nyheder eller oplysninger, der giver et misvisende billede af virkeligheden eller endda er falsk, faldet i 16 lande. Der ses et særligt stort fald i denne andel i Malta (57 %, -24 procentpoint) med et fald på mindst fem procentpoint i Bulgarien (52 %, -6 procentpoint), Belgien (59 %, -5 procentpoint), Frankrig (53 %, -5 procentpoint) og Rumænien (49 %, -5 procentpoint). I otte EU-medlemsstater er niveauet af enighed om denne erklæring steget, navnlig i Portugal (47 %, + 9 procentpoint), Polen (75 %, + 7 procentpoint) og Estland og Spanien (begge 58 %, + 3 procentpoint). Dette tal har været stabilt i Sverige (77 %), Slovenien (68 %) og Nederlandene (65 %).

Det er nu flertallets opfattelse i Portugal, at det er let at identificere nyheder eller oplysninger, der giver et misvisende billede af virkeligheden eller endda er falske.

QE8.2 Er du helt enig, har tendens til at være enig, har tendens til at være uenig eller helt uenig i hver af de følgende udsagn. Det er nemt for dig at identificere nyheder eller oplysninger, som du mener misrepræsenterer virkeligheden eller er endda falske (%)

	EU-27	PT	PL	EE	ES	EL	FI	LU	SK	NL	SI	SE	DK	DE	LT	HU	CZ	HR	IE	DET	CY	LV	AT	V/Æ R	FR	RO	BG	MT	
Helt enig	Oktober/november 2023	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/juni 2023	▼2	√1	=	√1	▼5	√1	√1	√5	▼2	▼1	▼1	▼2	▼5	▼1	=	▼1	=	=	▼2	▼2	▼2	▼4	▼5	▼1	▼3	▼3	▼1	▼1
Har tendens til at være enig	Oktober/november 2023	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/juni 2023	√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
Har tendens til at være uenig	Oktober/november 2023	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/juni 2023	√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"
Helt uenig	Oktober/november 2023	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/juni 2023	=	▼5	▼3	=	▼2	▼2	▼1	▼2	√1	▼2	▼1	=	=	▼2	=	√2	√1	√2	√2	√1	▼3	=	▼3	=	√1	√5	√1	√2
Ved ikke	Oktober/november 2023	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/juni 2023	=	▼1	√1	▼1	√1	=	▼2	▼1	=	=	▼2	▼1	√1	√2	√2	▼1	√2	√1	√3	√1	√2	√2	√2	=	▼2	▼1	√1	▼1
I alt "Agree"	Oktober/november 2023	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/juni 2023	▼1	√9	√7	√3	√3	√2	√2	√1	√1	=	=	=	▼1	▼1	▼1	▼1	▼2	▼2	▼3	▼3	▼3	▼3	▼4	▼5	▼5	▼5	▼6	▼24
I alt "uensartet"	Oktober/november 2023	35	45	18	31	37	36	18	25	26	33	30	22	27	34	30	35	34	27	26	41	20	26	35	39	42	46	35	41
	Δ maj/juni 2023	√1	▼8	▼8	▼2	▼4	▼2	=	=	▼1	=	√2	√1	=	▼1	▼1	√2	=	√1	=	√2	√1	√1	√2	√5	√7	√6	√5	√25



Den sociodemografiske analyse fremhæver følgende mønstre:

Mænd (64 %) er mere tilbøjelige end kvinder (55 %) til at være enige om, at det er let for dem at identificere nyheder eller oplysninger, som de mener misrepræsenterer virkeligheden eller endda er falske. Kønsforskelle er mindre udtalte for de øvrige udsagn.

Ældre respondenter på 55 år eller derover er mindst tilbøjelige til at være enige i, at det er let for dem at identificere nyheder eller oplysninger, som de mener misvisende eller endda er falske (53 % sammenlignet med 63-67 % af de yngre respondenter), at de ofte støder på sådanne nyheder eller oplysninger (62 % sammenlignet med 71-72 %), og at eksistensen af sådanne nyheder eller oplysninger er et problem i deres land (74 % sammenlignet med 79-80 %). Mønstre er mindre klare med hensyn til udsagnet "tilværelsen af nyheder eller oplysninger, der misrepræsenterer virkeligheden eller endda er falsk, er et problem for demokratiet i almindelighed".

Jo længere en respondent forblev i fuldtidsuddannelse, jo mere sandsynligt er de at være enige med hver erklæring om nyheder eller oplysninger, der misrepræsenterer virkeligheden eller er endda falske. Dette er mest tydeligt, når du observerer aftaleniveauer for udsagnet om, at "det er nemt for dig at identificere nyheder eller oplysninger, som du tror misrepræsenterer virkeligheden eller er endda falske" (67 % blandt dem, der forlod en uddannelse på 20 år eller ældre, sammenlignet med 41 % af dem, der afsluttede 15 år eller yngre).

"Huspersoner er mindst tilbøjelige til at være enige med hver udtalelse om nyheder eller oplysninger, der misrepræsenterer virkeligheden eller er endda falske. 47 % af huspersonerne er f.eks. enige om, at det er let for dem at identificere sådanne nyheder eller oplysninger, sammenlignet med 69 % af lederne.

Respondenter, der aldrig eller næsten aldrig har problemer med at betale deres regninger (61 %), er mere tilbøjelige end dem, der har svært ved det meste af tiden (52 %) til at sige, at det er let for dem at identificere nyheder eller oplysninger, som de mener misrepræsenterer virkeligheden eller endda er falske.

Jo højere den sociale klasse de adspurgte anser sig for at tilhøre, desto mere sandsynligt er det, at de er enige om, at det er let for dem at identificere nyheder eller oplysninger, som de tror misrepræsenterer virkeligheden eller endda er falske (70-77 % af dem, der betragter sig selv som tilhører den øverste eller øvre middelklasse, sammenlignet med 51 % af dem, der anser sig selv for at tilhøre arbejderklassen). De, der anser sig selv for at tilhøre arbejderklassen, er også mindst tilbøjelige til at være enige om, at eksistensen af sådanne nyheder eller informationer er et problem for demokratiet i almindelighed (76 % sammenlignet med 83-85 % af dem, der betragter sig selv som tilhørende middel-, over- eller overklassen). Forskellene er mindre signifikante for de resterende to udsagn.

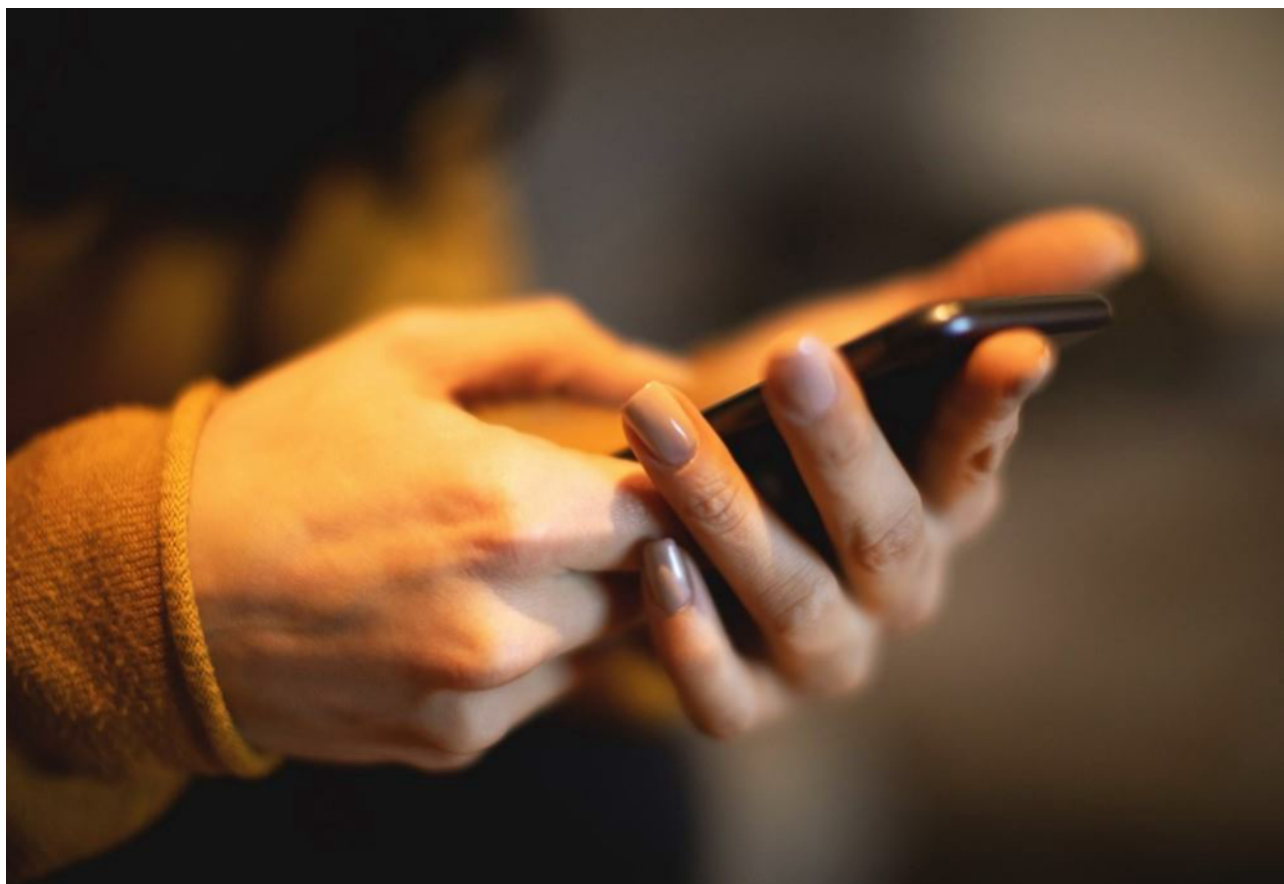


## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

QE8.1 Er du helt enig, har tendens til at være enig, har tendens til at være uenig eller helt uenig i hvert af følgende udsagn: Du støder ofte på nyheder eller oplysninger, som du mener misrepræsenterer virkeligheden eller endda er falske (% — EU)

	I alt "Agree"	I alt "uensartet"	Ved ikke
EU-27	68	27	5
<b>Køn</b>			
Mand	70	26	4
Kvinde	66	28	6
<b>Alder</b>			
15-24	71	24	5
25-39	72	24	4
40-54	72	24	4
55 +	62	31	7
<b>Uddannelse (slut på)</b>			
15—	56	31	13
16-19	69	26	5
20+	72	26	2
Studerer stadig	70	25	5
<b>Socio-professionel kategori</b>			
Selvbeskæftigede	73	25	2
Ledere	72	26	2
Andre hvide kraver	72	24	4
Manuelle arbejdere	69	26	5
Personer i huset	63	28	9
Arbejdsløs	73	20	7
Pensioneret	60	32	8
Studerende	70	25	5
<b>Vanskeligheder med at betale regninger</b>			
Det meste af tiden	68	24	8
Fra tid til anden	70	25	5
Næsten aldrig/aldrig	67	28	5
<b>Overveje at tilhøre</b>			
Arbejderklassen	66	24	10
Den nederste middelklasse	67	28	5
Middelklassen	69	27	4
Den øverste middelklasse	69	29	2
Overklassen	72	26	2
<b>Billede af EU</b>			
Positiv	67	30	3
Neutral	67	27	6
Negativ	74	20	6

## VI. Sociale netværk

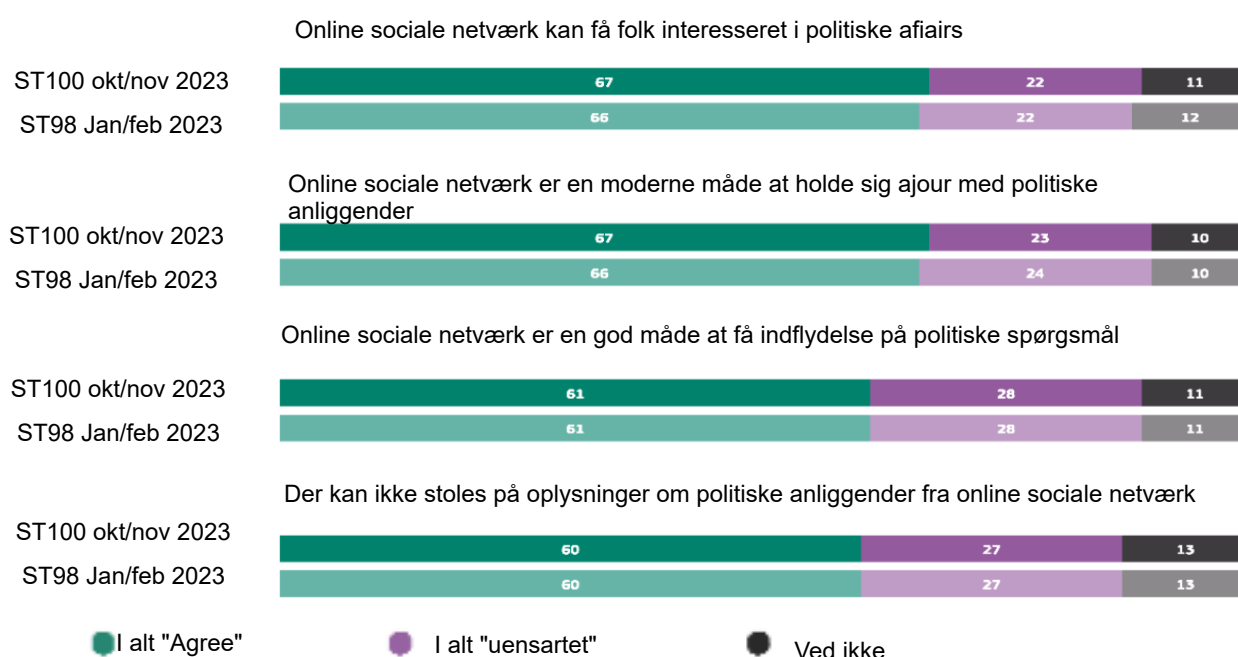


## 1. Sociale netværk og politiske oplysninger online

De fleste europæiske borgere mener, at sociale onlinenetværk giver folk mulighed for at deltage i politiske anliggender, selv om de fleste mener, at man ikke kan stole på oplysninger om politiske spørgsmål på de sociale medier.

Respondenterne blev spurgt, om de var enige eller uenige i fire udsagn om online sociale medier<sup>22</sup>. Generelt har resultaterne været stort set stabile siden vinteren 2022-2023, selv om det skal bemærkes, at proportionerne i overensstemmelse med hver erklæring er på deres rekordniveau.

QE6. Uanset om du deltager i sociale onlinenetværk eller ej (sociale netværkswebsteder, blogs, videohostingwebsteder), bedes du fortælle, om du er helt enig, er enig, har tendens til at være uenig eller helt uenig i hvert af følgende udsagn (EU27) (%)

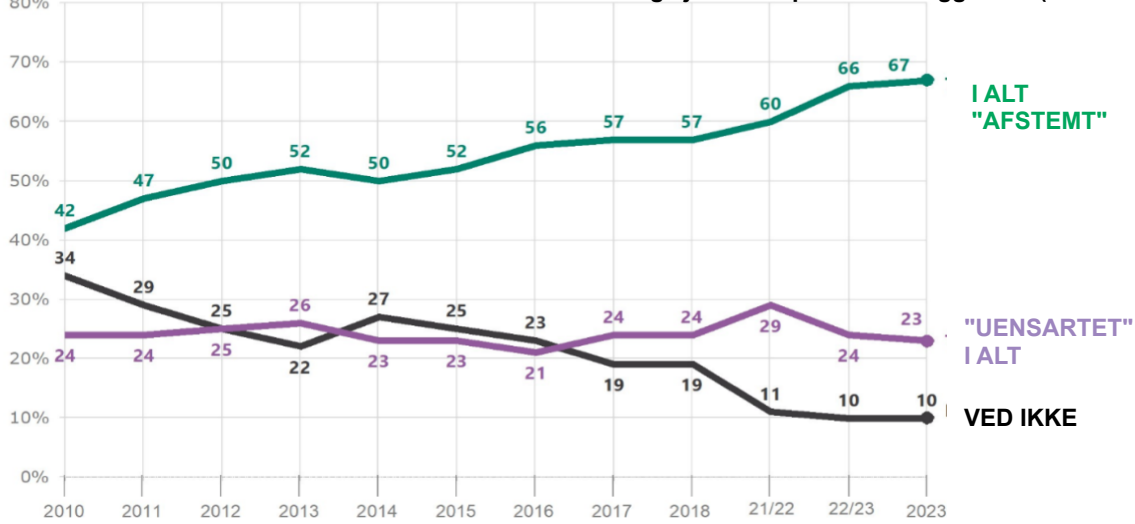


22 QE6. Uanset om du deltager i online sociale netværk eller ej (sociale netværkswebsteder, blogs, videohostingwebsteder), bedes du fortælle, om du er helt enig, har tendens til at være enig, har tendens til at være uenig eller helt uenig i hver af de følgende udsagn. 1) Online sociale netværk er en moderne måde at holde sig ajour med politiske anliggender.; 2) Oplysninger om politiske anliggender fra online sociale netværk kan ikke stole på; 3) Online sociale netværk kan få folk interesseret i politiske anliggender; 4) Online sociale netværk er en god måde at få din mening om politiske spørgsmål.

Omkring to tredjedele er enige om, at sociale onlinenetværk er en moderne måde at holde sig ajour med politiske anliggender (67 %, + 1 procentpoint siden vinteren 2022-2023), herunder en fjerdedel (+ 1 procentpoint), som er helt enige i erklæringen. Mindre end en fjerdedel (23 %, -1 procentpoint) er uenige, mens 10 % (ingen ændring) siger, at de ikke ved. Selv om disse tal har været stort set stabile siden vinteren 2022-2023, er den langsigtede tendens en stigende grad af enighed med denne erklæring siden efteråret 2010 (+ 25 procentpoint) sammen med et fald i andelen, der svarer "ved ikke" (24 procentpoint).

QE6.1 Uanset om du deltager i online sociale netværk eller ej (sociale netværkswebsteder, blogs, videohostingwebsteder), bedes du fortælle mig, om du er helt enig, har tendens til at være enig, har tendens til at være uenig eller helt uenig i hver af de følgende udsagn.

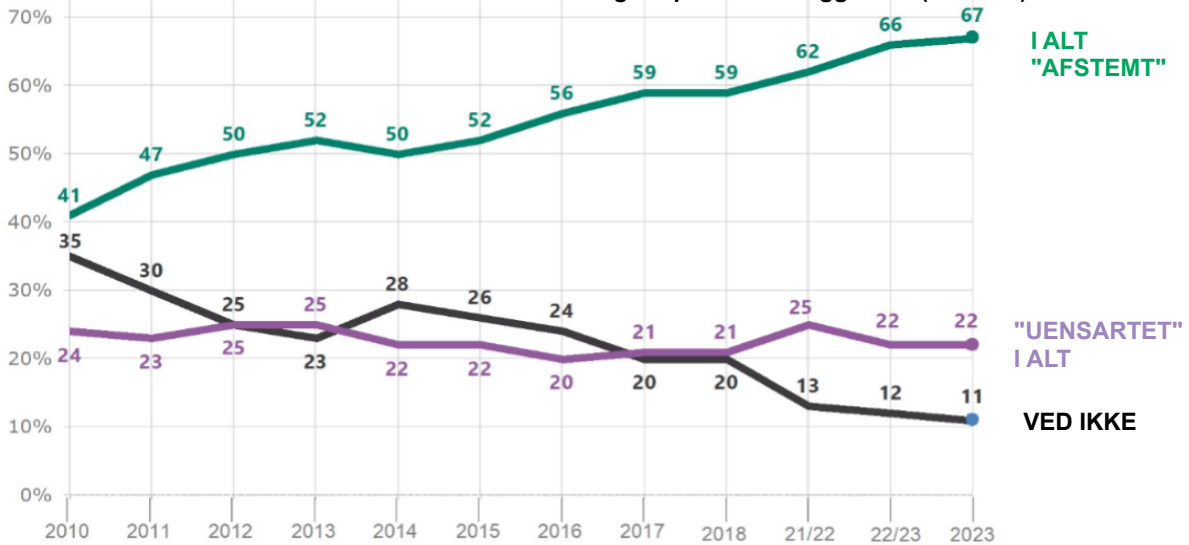
**Sociale onlinenetværk er en moderne måde at holde sig ajour med politiske anliggender (% — EU)**



Omkring to tredjedele er enige om, at sociale onlinenetværk kan få folk til at interessere sig for politiske anliggender (67 %, + 1 procentpoint siden vinteren 2022-2023) med 21 % (-1 procentpoint) i samlet enighed. Lidt over en ud af fem (22 %, ingen ændring) er uenige, mens 11 % (-1 procentpoint) siger, at de ikke ved. Endnu en gang viser analysen af den langsigtede tendens, at graden af enighed med denne erklæring er steget konstant siden efteråret 2010 (+ 26 procentpoint), mens det modsatte gælder for andelen af respondenter, der siger, at de ikke ved det (24 procentpoint).

QE6.3 Uanset om du deltager i online sociale netværk eller ej (sociale netværkswebsteder, blogs, videohostingwebsteder), bedes du fortælle mig, om du er helt enig, har tendens til at være enig, har tendens til at være uenig eller helt uenig i hver af de følgende udsagn.

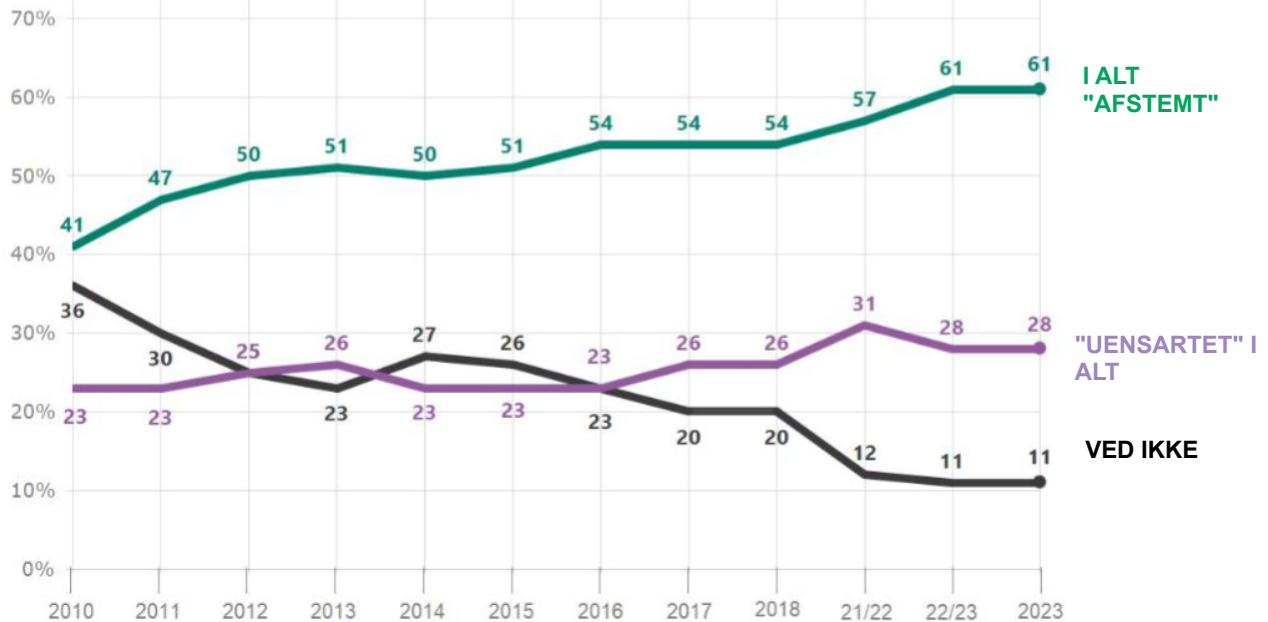
**Sociale onlinenetværk kan få folk til at interessere sig for politiske anliggender (% — EU)**



Omkring seks ud af ti respondenter er enige i, at sociale onlinenetværk er en god måde at få indflydelse på politiske spørgsmål på (61 %, ingen ændring siden vinteren 2022-2023), herunder næsten en ud af fem, der "helt er enige" (19 %, -1 procentpoint). Færre end tre ud af ti er uenige (28 %, ingen ændring), mens 11 % (ingen ændring) siger, at de ikke ved. Graden af enighed med denne erklæring er steget med 20 procentpoint siden efteråret 2010.

QE6.4 Uanset om du deltager i online sociale netværk eller ej (sociale netværkswebsteder, blogs, videohostingwebsteder), bedes du fortælle mig, om du er helt enig, har tendens til at være enig, har tendens til at være uenig eller helt uenig i hver af de følgende udsagn.

**Online sociale netværk er en god måde at få indflydelse på politiske spørgsmål (% — EU)**

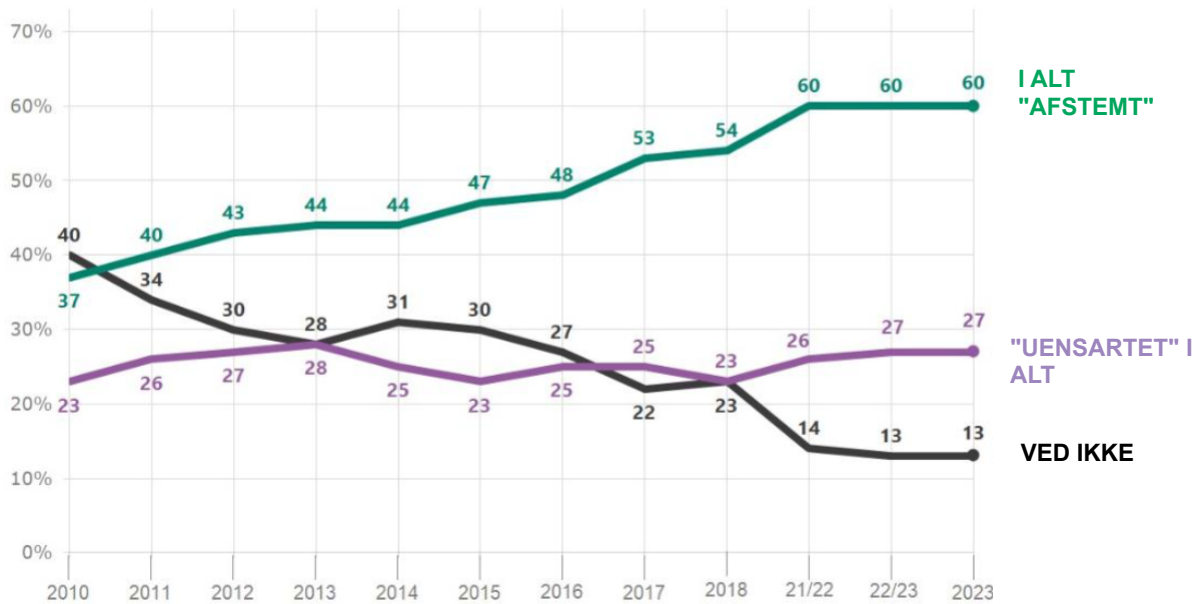


På trods af disse positive udtalelser om fordelene ved sociale onlinenetværk er seks ud af ti (ingen ændring siden vinteren 2022 2023) også enige om, at der ikke kan stoles på oplysninger om politiske anliggender fra sociale onlinenetværk, med 21 % (-1 procentpoint, som "helt er enige". Mere end en fjerdedel er uenig i denne erklæring (27 %, ingen ændring), mens 13 % (ingen ændring) siger, at de ikke ved. Selv om enigheden i denne erklæring har været uændret siden vinteren 2021-2022, er andelen af dem, der mener, at der ikke kan stoles på oplysninger om politiske anliggender fra online sociale netværk, på længere sigt 23 procentpoint højere end i efteråret 2010.

## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

QE6.2 Uanset om du deltager i online sociale netværk eller ej (sociale netværkswebsteder, blogs, videohostingwebsteder), bedes du fortælle mig, om du er helt enig, har tendens til at være enig, har tendens til at være uenig eller helt uenig i hver af de følgende udsagn.

**Der kan ikke stoles på oplysninger om politiske anliggender fra sociale onlinenetværk (% — EU)**

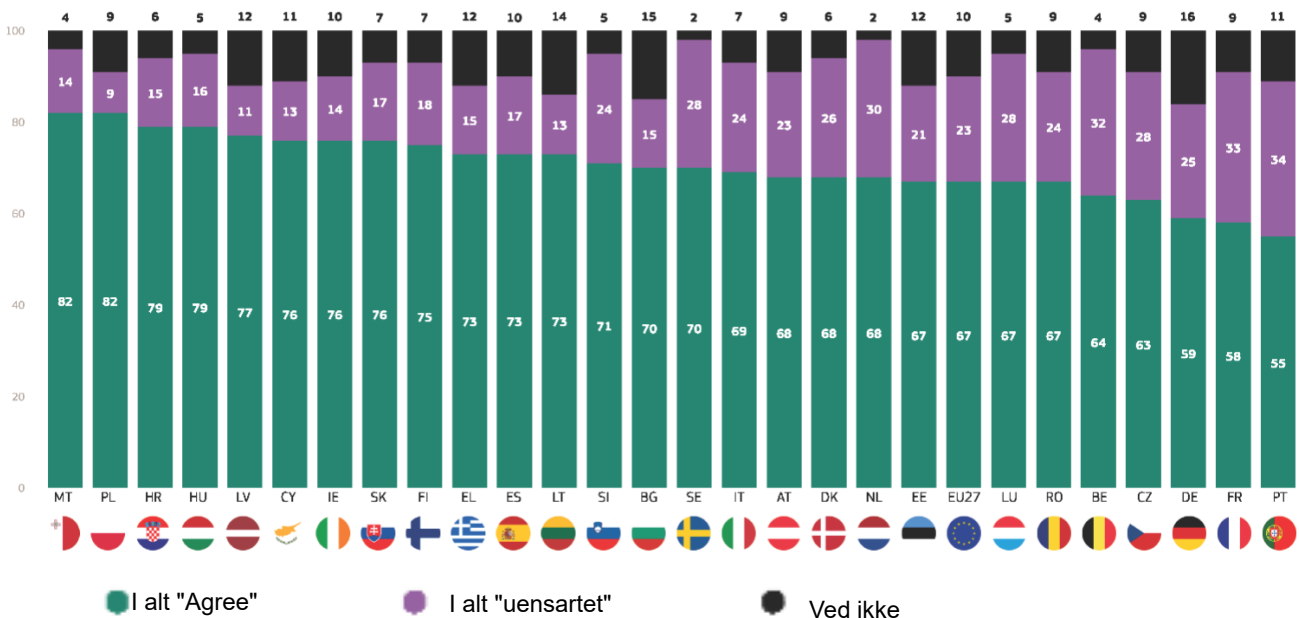


## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

Mere end halvdelen af respondenterne i hver EU-medlemsstat er enige om, at sociale onlinenetværk er en moderne måde at holde sig ajour med politiske anliggender på. Aftaleniveauerne er højest i Malta og Polen (både 82 %) og i Kroatien og Ungarn (begge 79 %), mens de er lavest i Portugal (55 %), Frankrig (58 %) og Tyskland (59 %).

I 13 EU-medlemsstater er andelen af respondenter, der er enige i, at sociale onlinenetværk er en moderne måde at holde sig ajour med politiske anliggender på, steget siden vinteren 2022-2023. De største stigninger registreres i Luxembourg (67 %, + 7 procentpoint), Frankrig (58 %, + 7 procentpoint), Slovenien (71 %, + 5 procentpoint), Østrig (68 %, + 5 procentpoint) og Rumænien (67 %, + 5 procentpoint). Derimod er graden af enighed i denne erklæring faldet i 12 lande, især i Malta (82 %, -9 procentpoint), Danmark (68 %, -7 procentpoint) og Cypern (76 %, -5 procentpoint). Dette tal er forblevet stabilt i Spanien (73 %) og Portugal (55 %).

QE6.1. Uanset om du deltager i online sociale netværk eller ej (sociale netværkswebsteder, blogs, video hosting hjemmesider). Fortæl, om du er helt enig, har tendens til at være uenig eller helt uenig i hver af følgende udsagn:- online sociale netværk er en moderne måde at holde sig ajour med politiske anliggender (%)



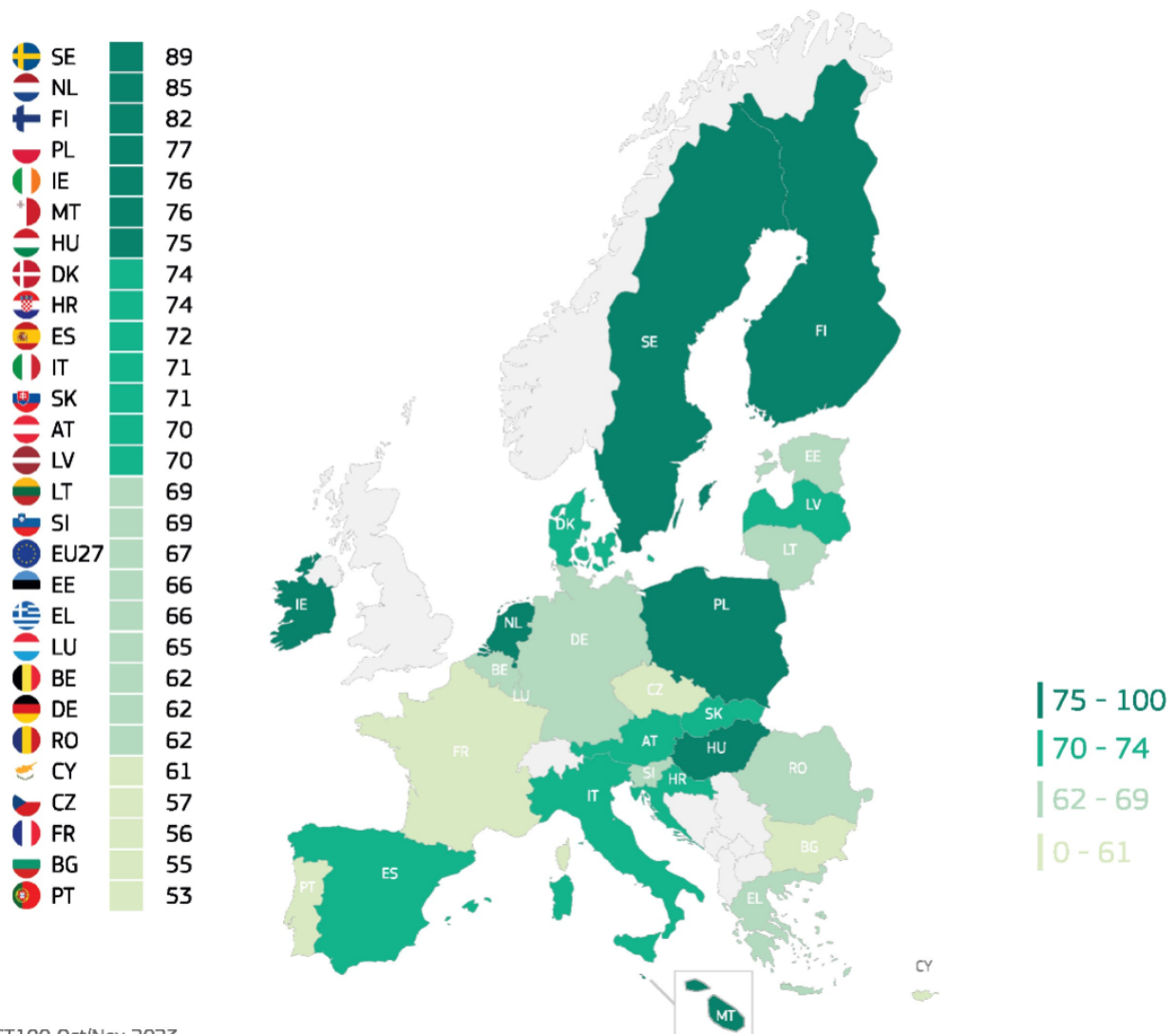


## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

Flertallet af respondenterne i alle EU's medlemsstater er enige om, at sociale onlinenetværk kan få folk til at interessere sig for politiske anliggender. Denne opfattelse er mest udbredt i Sverige (89 %), Nederlandene (85 %) og Finland (82 %). Derimod er respondenterne i Portugal (53 %), Bulgarien (55 %) og Frankrig (56 %) mindst tilbøjelige til at tilslutte sig denne erklæring.

I 13 lande er respondenterne mere tilbøjelige end i vinteren 2022-2023 til at være enige om, at sociale onlinenetværk kan få folk til at interessere sig for politiske anliggender. Dette er især tilfældet for respondenter i Østrig (70 %, + 8 procentpoint), Frankrig (56 %, + 7 procentpoint), Luxembourg (65 %, + 5 procentpoint) og Rumænien (62 %, + 5 procentpoint). Aftaleniveauet er faldet i ti lande, især i Malta (76 %, -9 procentpoint), Cypern (61 %, -9 procentpoint) og Belgien (62 %, -6 procentpoint). Der er ikke sket ændringer i Polen (77 %), Ungarn (75 %), Spanien (72 %) og Litauen (69 %).

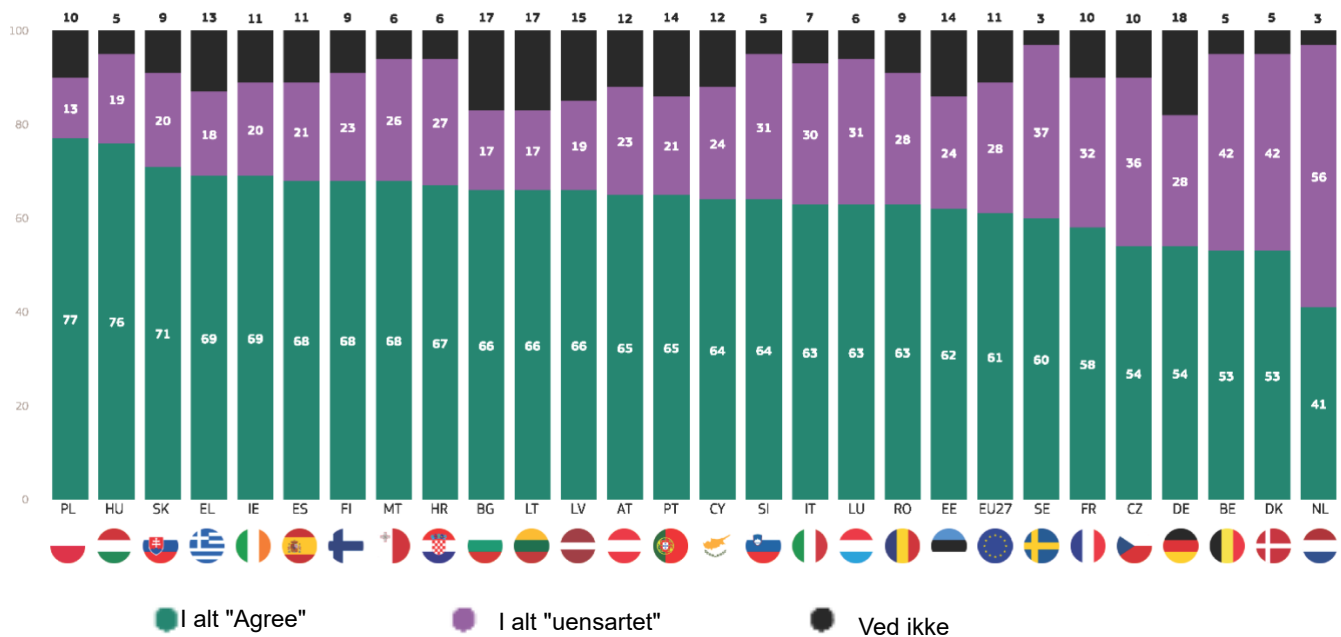
QE6.3. Uanset om du deltager i online sociale netværk eller ej (sociale netværkswebsteder, blogs, videohostingwebsteder), bedes du fortælle, om du er helt enig, har tendens til at være enig, har tendens til at være uenig eller helt uenig i hvert af følgende udsagn: Online sociale netværk kan få folk til at interessere sig for politiske anliggender — Samlet "Agree" (%)



## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

I alle medlemsstater undtagen Nederlandene er flertallet enige i, at sociale onlinenetværk er en god måde at få indflydelse på politiske spørgsmål på. Mere end syv ud af ti er enige i denne erklæring i Polen (77 %), Ungarn (76 %) og Slovakiet (71 %). I den modsatte ende af skalaen deler omkring fire ud af ti denne opfattelse i Nederlandene (41 %) og 53 % i Belgien og Danmark. Enighed om, at sociale onlinenetværk er en god måde at få din mening om politiske spørgsmål på, er steget i 13 EU-medlemsstater siden vinteren 2022-2023 med de største stigninger i Portugal (65 %, + 14 procentpoint), Østrig (65 %, + 8 procentpoint) og Rumænien (63 %, + 8 procentpoint). Der observeres fald i ti lande med de mest bemærkelsesværdige lande i Cypern (64 %, -8 procentpoint), Malta (68 %, -7 procentpoint) og Italien (63 %, -5 procentpoint). Denne andel er forblevet uændret i fire lande: Ungarn (76 %), Finland (68 %), Litauen (66 %) og Nederlandene (41 %).

QE6.4. Uanset om du deltager i online sociale netværk eller ej (sociale netværkswebsteder, blogs, videohostingwebsteder). Fortæl venligst, om du er helt enig, har tendens til at være enig, har tendens til at være uenig eller helt uenig i hvert af følgende udsagn:- online sociale netværk er en god måde at få indflydelse på politiske spørgsmål (%)



## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

QE6.3 Uanset om du deltager i online sociale netværk eller ej (sociale netværkswebsteder, blogs, videohostingwebsteder), bedes du fortælle, om du er helt enig, har tendens til at være uenig eller helt uenig med hver af de følgende udsagn Online sociale netværk kan få folk interesseret i politiske anliggender (%)

		EU-27	AT	FR	LU	RO	EL	HR	LV	NL	FI	PT	SK	EE	SE	ES	LT	HU	PL	BG	CZ	SI	IE	DET	DE	DK	VÆR	CY	MT
I alt "Agree"	Oktober/november 2023	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/juni 2023	√1	√8	√7	√5	√5	√4	√4	√4	√4	√4	√3	√2	√1	√1	=	=	=	=	▼1	▼1	▼1	▼2	▼2	▼3	▼5	▼6	▼9	▼9
I alt "uensartet"	Oktober/november 2023	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/juni 2023	=	▼5	√1	▼2	▼2	▼6	▼2	▼3	▼3	▼1	√3	√2	√3	√1	▼1	▼2	√1	√2	√1	√1	√1	√1	√1	√1	√3	√5	√7	√7
Ved ikke	Oktober/november 2023	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/juni 2023	▼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 Uanset om du deltager i online sociale netværk eller ej (sociale netværkswebsteder, blogs, videohostingwebsteder), bedes du fortælle, om du er helt enig, har tendens til at være uenig eller helt uenig med hver af de følgende udsagn Online sociale netværk er en moderne måde at holde sig ajour med politiske anliggender (%)

		EU-27	FR	LU	AT	RO	SI	LV	PL	NL	CZ	HR	LT	FI	SE	ES	PT	VÆR	EE	EL	HU	SK	DE	DET	BG	IE	CY	DK	MT
I alt "Agree"	Oktober/november 2023	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/juni 2023	√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
I alt "uensartet"	Oktober/november 2023	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/juni 2023	▼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
Ved ikke	Oktober/november 2023	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/juni 2023	=	▼3	▼4	▼3	▼1	▼4	▼1	▼2	=	=	▼1	=	▼2	▼1	√1	▼5	=	▼3	√5	▼1	▼1	√1	√3	√1	√2	√3	√3	=

QE6.4 Uanset om du deltager i online sociale netværk eller ej (sociale netværkswebsteder, blogs, videohostingwebsteder), bedes du fortælle, om du er helt enig, har tendens til at være uenig eller helt uenig med hver af de følgende udsagn Online sociale netværk er en god måde at få din mening om politiske spørgsmål (%)

		EU-27	PT	AT	RO	EE	LU	FR	SI	SK	ES	HR	LV	PL	SE	LT	HU	NL	FI	EL	BG	CZ	IE	DE	VÆR	DK	DE T	MT	CY
I alt "Agree"	Oktober/november 2023	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/juni 2023	=	"14"	√8	√8	√6	√6	√5	√4	√4	√3	√3	√2	√2	√1	=	=	=	=	▼1	▼2	▼2	▼2	▼3	▼4	▼4	▼5	▼7	▼8
I alt "uensartet"	Oktober/november 2023	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/juni 2023	=	▼8	▼7	▼6	√1	▼1	√2	√1	▼1	▼4	▼1	▼2	▼1	=	▼1	√2	=	√1	▼3	√2	√1	√1	=	√3	√4	√2	√5	√5
Ved ikke	Oktober/november 2023	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/juni 2023	=	▼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 Uanset om du deltager i online sociale netværk eller ej (sociale netværkswebsteder, blogs, videohostingwebsteder), bedes du fortælle, om du er helt enig, har tendens til at være enig, har tendens til at være uenig eller helt uenig i hver af følgende udsagn Information om politiske anliggender fra online sociale netværk kan ikke stoles på (%)

		EU-27	PT	LU	SK	FR	LV	LT	FI	PL	SI	SE	DK	HR	NL	ES	DET	AT	RO	CZ	DE	EE	CY	VÆR	MT	HU	BG	EL	IE
I alt "Agree"	Oktober/november 2023	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/juni 2023	=	√8	√4	√4	√3	√3	√3	√3	√2	√2	√2	√1	√1	√1	=	=	=	=	▼1	▼1	▼1	▼1	▼2	▼2	▼3	▼5	▼5	▼10

## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

I alt "uensart et"	Oktober/ november 2023	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/juni 2023	=	√1	=	√2	√4	▼1	▼4	▼3	▼2	√1	▼2	▼3	√1	▼1	▼3	▼1	√1	√2	=	▼2	√2	=	√2	√1	√3	√5	√3	"10"
Ved ikke	Oktober/ november 2023	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/juni 2023	=	▼9	▼4	▼6	▼7	▼2	√1	=	=	▼3	=	√2	▼2	=	√3	√1	▼1	▼2	√1	√3	▼1	√1	=	√1	=	=	√2	=

## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

Respondenter, der siger, at de bruger sociale netværk på nettet mindst en gang om ugen, er mere tilbøjelige til at være enige i de fire udsagn end europæerne som helhed:

Otte ud af ti respondenter, der bruger sociale netværk på nettet mindst en gang om ugen, er enige om, at online sociale netværk er en moderne måde at holde sig ajour med politiske anliggender, sammenlignet med 67 % af alle respondenter — en forskel på 13 procentpoint.

Ca. otte ud af ti af dem, der bruger sociale netværk på nettet mindst en gang om ugen (78 %), siger, at sociale onlinenetværk kan få folk til at interessere sig for politiske anliggender, sammenlignet med 67 % af europæerne generelt — en forskel på 11 procentpoint.

Næsten tre fjerdedele (74 %) af dem, der bruger sociale onlinenetværk mindst en gang om ugen, mener, at sociale onlinenetværk er en god måde at få indflydelse på politiske spørgsmål, sammenlignet med 61 % af alle europæere — en forskel på 13 procentpoint.

Blandt respondenter, der bruger sociale netværk på nettet mindst en gang om ugen, er 65 % enige i, at der ikke kan stoles på oplysninger om politiske anliggender fra sociale onlinenetværk, sammenlignet med 60 % af alle respondenter — en forskel på fem procentpoint.

		EU-27	VÆ R	BG	CZ	DK	DE	EE	IE	EL	ES	FR	HR	DE T	CY	LV	LT	LU	HU	MT	NL	AT	PL	PT	RO	SI	SK	FI	SE	
Online sociale netværk er en god måde at få indflydelse på politiske spørgsmål	I alt "Agree"	Oktober/ november 2023	67	64	70	63	68	59	67	76	73	73	58	79	69	76	77	73	67	79	82	68	68	82	55	67	71	76	75	70
		Δ maj/juni 2023	√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
	I alt "uensartet"	Oktober/ november 2023	23	32	15	28	26	25	21	14	15	17	33	15	24	13	11	13	28	16	14	30	23	9	34	24	24	17	18	28
		Δ maj/juni 2023	▼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	=
	Ved ikke	Oktober/ november 2023	10	4	15	9	6	16	12	10	12	10	9	6	7	11	12	14	5	5	4	2	9	9	11	9	5	7	7	2
		Δ maj/juni 2023	=	=	√1	=	√3	√1	▼3	√2	√5	√1	▼3	▼1	√3	√3	√1	=	▼4	▼1	=	=	▼3	▼2	▼5	▼1	▼4	▼1	▼2	▼1
Online sociale netværk kan få folk til at interessere sig for politiske anliggender	I alt "Agree"	Oktober/ november 2023	60	64	44	52	65	52	54	61	51	68	66	60	60	69	62	64	70	69	81	63	52	61	67	55	70	62	65	79
		Δ maj/juni 2023	=	▼2	▼5	▼1	√1	▼1	▼1	▼10	▼5	=	√3	√1	=	▼1	√3	√3	√4	▼3	▼2	√1	=	√2	√8	=	√2	√4	√3	√2
	I alt "uensartet"	Oktober/ november 2023	27	31	36	34	27	27	27	27	34	18	24	33	32	19	23	18	22	22	13	31	34	26	17	34	24	26	24	18
		Δ maj/juni 2023	=	√2	√5	=	▼3	▼2	√2	"10"	√3	▼3	√4	√1	▼1	=	▼1	▼4	=	√3	√1	▼1	√1	▼2	√1	√2	√1	√2	▼3	▼2
	Ved ikke	Oktober/ november 2023	13	5	20	14	8	21	19	12	15	14	10	7	8	12	15	18	8	9	6	6	14	13	16	11	6	12	11	3
		Δ maj/juni 2023	=	=	=	√1	√2	√3	▼1	=	√2	√3	▼7	▼2	√1	√1	▼2	√1	▼4	=	√1	=	▼1	=	▼9	▼2	▼3	▼6	=	=
Der kan ikke stoles på oplysninger om politiske anliggender fra online sociale netværk	I alt "Agree"	Oktober/ november 2023	67	62	55	57	74	62	66	76	66	72	56	74	71	61	70	69	65	75	76	85	70	77	53	62	69	71	82	89
		Δ maj/juni 2023	√1	▼6	▼1	▼1	▼5	▼3	√1	▼2	√4	=	√7	√4	▼2	▼9	√4	=	√5	=	▼9	√4	√8	=	√3	√5	▼1	√2	√4	√1
	I alt "uensartet"	Oktober/ november 2023	22	33	26	30	18	21	18	13	22	17	34	20	22	27	14	14	27	19	18	13	20	13	34	28	25	20	10	9
		Δ maj/juni 2023	=	√5	√1	▼1	√3	√1	√3	√1	▼6	▼1	√1	▼2	√1	√7	▼3	▼2	▼2	√1	√7	▼3	▼5	√2	√3	▼2	√4	√2	▼1	√1
	Ved ikke	Oktober/ november 2023	11	5	19	13	8	17	16	11	12	11	10	6	7	12	16	17	8	6	6	2	10	10	13	10	6	9	8	2
		Δ maj/juni 2023	▼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
Online sociale netværk er en moderne måde at holde sig ajour med politiske anliggender	I alt "Agree"	Oktober/ november 2023	61	53	66	54	53	54	62	69	69	68	58	67	63	64	66	66	63	76	68	41	65	77	65	63	64	71	68	60
		Δ maj/juni 2023	=	▼4	▼2	▼2	▼4	▼3	√6	▼2	▼1	√3	√5	√3	▼5	▼8	√2	=	√6	=	▼7	=	√8	√2	"14"	√8	√4	√4	=	√1
	I alt "uensartet"	Oktober/ november 2023	28	42	17	36	42	28	24	20	18	21	32	27	30	24	19	17	31	19	26	56	23	13	21	28	31	20	23	37
Δ maj/juni 2023	=	√3	√2	√1	√4	=	√1	√1	▼3	▼4	√2	▼1	√2	√5	▼2	▼1	▼1	√2	√5	=	▼7	▼1	▼8	▼6	√1	▼1	√1	=		

## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

Ved ikke	Oktober/ november 2023	11	5	17	10	5	18	14	11	13	11	10	6	7	12	15	17	6	5	6	3	12	10	14	9	5	9	9	3
	Δ maj/juni 2023	=	√1	=	√1	=	√3	▼7	√1	√4	√1	▼7	▼2	√3	√3	=	√1	▼5	▼2	√2	=	▼1	▼1	▼6	▼2	▼5	▼3	▼1	▼1

Den sociodemografiske analyse viser, at ældre respondenter på 55 år eller derover er mindre tilbøjelige end deres yngre kolleger til at være enige i udsagnene på online sociale netværk. 51 % af de 55-årige er f.eks. enige i, at online sociale netværk er en moderne måde at holde sig ajour med politiske anliggender, sammenlignet med 85 % af dem i alderen 15-24 år. Den eneste undtagelse er enig i erklæringen om, at "information om politiske anliggender fra sociale onlinenetværk ikke kan stoles på" — i dette tilfælde er respondenter i centrale aldersgrupper (25-54) (65-66 %) mere tilbøjelige til at være enige end både yngre (58 %) og ældre respondenter (56 %).

Forskelle i enighed kan også ses alt efter uddannelsesniveau, hvor de, der afsluttede en fuldtidsuddannelse på 16 år eller ældre, er mere tilbøjelige til at være enige i hver erklæring end dem, der forlod uddannelsen tidligere. For eksempel er respondenter, der afsluttede en uddannelse i alderen 16 år eller ældre (66-73 %), mere tilbøjelige til at være enige om, at sociale onlinenetværk kan få folk til at interessere sig for politiske anliggender end dem, der afsluttede en uddannelse på 15 år eller derunder (46 %).

Når man observerer resultaterne af socio-professionelle kategorier, er pensionerede respondenter mindst tilbøjelige til at være enige med hver erklæring om online sociale netværk. Dette er især tilfældet, hvis man er enig i erklæringen om, at sociale onlinenetværk kan få folk til at interessere sig for politiske anliggender (48 % af deltagerne, sammenlignet med 76 % af lederne og andre funktionærer).

Respondenter, der har svært ved at betale deres regninger fra tid til anden eller mindre ofte, er mere tilbøjelige end dem, der har svært ved det meste af tiden at blive enige om, at der ikke kan stoles på oplysninger om politiske anliggender fra sociale onlinenetværk (61 % sammenlignet med 55 %), og at sociale onlinenetværk kan få folk til at interessere sig for politiske anliggender (67-68 % sammenlignet med 59 %). På samme måde, jo højere den sociale klasse respondenterne mener, de tilhører, jo mere sandsynligt er de at være enige om, at information om politiske anliggender fra online sociale netværk ikke kan stole på (65-72 % af dem, der anser sig selv tilhører den øverste middel- eller overklasse, sammenlignet med 53 % af dem, der anser sig selv for at høre til arbejderklassen), og at online sociale netværk kan få folk interesseret i politiske anliggender (76-80 %, sammenlignet med 57 %). Mønstre med hensyn til respondenternes økonomiske vanskeligheder og selvopfattede sociale klasser er mindre klare for de resterende to udsagn.

## Standard Eurobarometer 100 Efterår 2023 Medias

QE6 Uanset om du deltager i online sociale netværk eller ej (sociale netværkswebsteder, blogs, videohostingwebsteder), bedes du fortælle, om du er helt enig, har tendens til at være enig, har tendens til at være uenig eller helt uenig i hver af de følgende udsagn. (% — "samlet enighed")

	Online sociale netværk er en moderne måde at holde sig ajour med politiske anliggender	Der kan ikke stoles på oplysninger om politiske anliggender fra online sociale netværk	Online sociale netværk kan få folk til at interessere sig for politiske anliggender	Online sociale netværk er en god måde at få indflydelse på politiske spørgsmål
EU-27	67	60	67	61
<b>Køn</b>				
Mand	68	62	69	63
Kvinde	67	59	66	61
<b>Alder</b>				
15-24	85	58	83	78
25-39	79	65	78	73
40-54	73	66	73	66
55 +	51	56	53	48
<b>Uddannelse (slut på)</b>				
15—	45	47	46	43
16-19	68	61	66	63
20+	70	66	73	63
Studerer stadig	86	59	85	77
<b>Socio-professionel kategori</b>				
Selvbeskæftigede	76	66	75	67
Ledere	72	67	76	66
Andre hvide kraver	76	66	76	70
Manuelle arbejdere	73	64	71	69
Personer i huset	59	52	56	55
Arbejdsløs	70	59	67	67
Pensioneret	45	52	48	42
Studerende	86	59	85	77
<b>Vanskeligheder med at betale regninger</b>				
Det meste af tiden	64	55	59	61
Fra tid til anden	71	61	67	64
Næsten aldrig/aldrig	66	61	68	61
<b>Overveje at tilhøre</b>				
Arbejderklassen	60	53	57	55
Den nederste middelklasse	66	61	65	63
Middelklassen	71	63	72	65
Den øverste middelklasse	68	65	76	61
Overklassen	71	72	80	69
<b>Billede af EU</b>				
Positiv	72	64	73	66
Neutral	65	58	64	59
Negativ	60	57	60	57



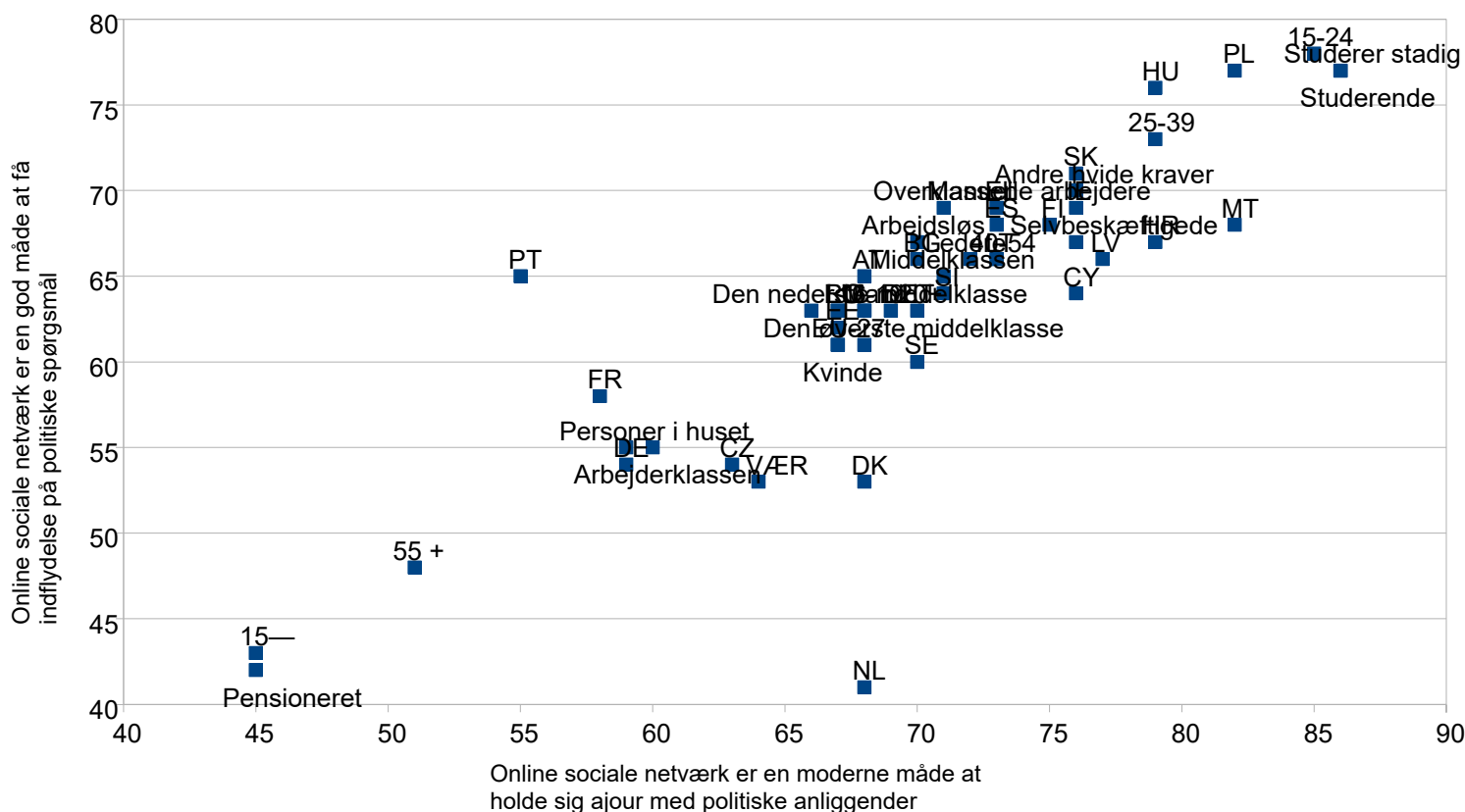
## Kommentarer

(Pierre Dieumegard)

Endnu en gang blev dette Eurobarometer-dokument ikke korrekt korrektlæst før offentliggørelsen. Del VI (Sociale netværk) indeholder kun ét underafsnit, hvilket er i strid med god skrivepraksis i alle lande og sprog. Mangler et underafsnit?

Siden 2010 er den skrevne presse blevet læst mindre og mindre, mens sociale netværk bruges mere og mere, mere end den skrevne presse. Selv om radio og tv er svagt faldende, anvendes de stadig af størstedelen af respondenterne (spørgsmål QE3).

andelen af dem, der mener, at sociale netværk ikke er en god måde at finde ud af om politiske anliggender, er konstant, omkring en fjerdedel af respondenterne. På den anden side stiger andelen af dem, der mener, at det er en god måde, til skade for dem, der ikke har nogen mening (QE6).



Alder er den vigtigste faktor, der forklarer meningene om nytten af sociale netværk i politik, men meninger varierer meget fra land til land (spørgsmål QE6). Polakker som helhed opfører sig på næsten samme måde som 15-24-årige som helhed.