



STANDARDNO ISTRAŽIVANJE EUROBAROMETRA 100

Korišćenje medija u Europskoj uniji

Eurobarometar Report
LISTOPAD – STUDENI 2023.

Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

Ovu je anketu zatražila i koordinirala Europska komisija, Glavna uprava za komunikaciju.

Ovaj dokument ne predstavlja stajalište Europske komisije. U njemu sadržana tumačenja i mišljenja isključivo su ona autora.

Naziv projekta	Standardno istraživanje Eurobarometra 100 – jesen 2023.
	Korištenje medija u Europskoj uniji
Jezična verzija	HR
Mediji/Volume	PDF/Volume_01
Kataloški broj	NA-AO-23 – 043-EN-N
ISBN	978 – 92 – 68 – 09983 – 4
ISSN	1977 – 3927
DOI	10.2775/25739

© Europska unija, 2023.

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

Fotografija: Getty Slike

Sadržaj

Uvod.....	4
I. Korištenje medija i povjerenje u medije.....	8
1. Korištenje medija.....	9
2. Povjerenje u medije.....	34
II. Razina informacija o europskim pitanjima.....	38
III. Izvori informacija o političkim pitanjima i Europskoj uniji.....	48
1. Europska politička pitanja.....	49
2. Aktivno traženje informacija o Europskoj uniji.....	56
IV. Mišljenja o pluralizmu i neovisnosti nacionalnih medija.....	61
1. Pluralizam u nacionalnim medijima.....	62
2. Neovisnost nacionalnih medija.....	66
V. Europljani i lažne vijesti.....	75
VI. Društvene mreže.....	90
1. Internetske društvene mreže i političke informacije.....	91
Komentari.....	105



Dokument koji je pripremio Pierre Dieumegard za [Europu – demokracija-Esperanto](#)

Svrha je ovog „privremenog” dokumenta omogućiti većem broju ljudi u Europskoj uniji da postanu svjesni dokumenata koje je izradila Europska unija (i koji se financiraju njihovim porezima). **Bez prijevoda, ljudi su isključeni iz rasprave.**

Ovaj dokument „Eurobarometar” [bio je samo na francuskom, njemačkom i engleskom jeziku](#), u PDF-datoteci. Iz ove početne datoteke napravili smo odt-datoteku, koju je pripremio Libre Office softver, za strojno prevođenje na druge jezike. Rezultati su sada [dostupni na svim službenim jezicima](#).

Poželjno je da uprava EU-a preuzme prijevod važnih dokumenata. „Važni dokumenti” nisu samo zakoni i propisi, već i važne informacije potrebne za zajedničko donošenje informiranih odluka.

Kako bismo zajedno razgovarali o zajedničkoj budućnosti i omogućili pouzdane prijevode, međunarodni jezik esperanto bio bi vrlo koristan zbog svoje jednostavnosti, pravilnosti i točnosti.

Kontaktirajte nas:

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

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



Uvod

Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

Standardno istraživanje Eurobarometra 100. 2 (EB100) istraživanje jeseni 2023. provedeno je od 23. listopada i 17. studenoga 2023. u 37 zemalja ili područja: 27 država članica Europske unije (EU), sedam zemalja kandidatkinja (Albanija, Bosna i Hercegovina, Moldova, Crna Gora, Sjeverna Makedonija, Srbija i Turska), turska zajednica na Cipru u dijelu zemlje koji nije pod kontrolom Vlade Republike Cipra te na¹ Kosovu i Ujedinjenoj Kraljevini.

Cjelovito izvješće standardnog istraživanja Eurobarometra 100 sastoji se od višestrukih količina. U prvom dijelu predstavljeni su rezultati općih pitanja o stanju javnog mnijenja u Europskoj uniji. U četiri druga sveska predstavljena su mišljenja Europljana o sljedećim temama: upotreba medija u Europskoj uniji, prioriteti Europske unije, europsko građanstvo i mišljenja o ruskoj invaziji na Ukrajinu.

Trenutačni opseg standardnog istraživanja Eurobarometra iz jeseni 2023. usmjeren je na upotrebu medija u Europskoj uniji. Ovdje analiziramo sljedeća pitanja:

Korištenje medija i povjerenje u njih – mjera u kojoj se europski građani najviše koriste različitim medijima.
Koliko Europljani imaju povjerenje u medije i informacije koje pružaju?

Razina informacija o europskim pitanjima – osjećaju li se Europljani dobro informirani o europskim pitanjima?
Smatraju li da su građani u njihovoj zemlji dobro informirani o tim pitanjima?

Izvori informacija o političkim pitanjima i Europskoj uniji – koji su glavni izvori informacija koje Europljani upotrebljavaju za vijesti o europskim političkim pitanjima i pri traženju informacija o Europskoj uniji?

Mišljenja o pluralizmu i neovisnosti nacionalnih medija – smatraju li europski građani da europski mediji pružaju pluralizam i mišljenja? Jesu li ti mediji izloženi političkim i komercijalnim pritiscima?

Europljani i lažne vijesti – suočavaju li se građani Europske unije često s lažnim vijestima ili vijestima koje pogrešno prikazuju stvarnost? Jesu li ga u stanju identificirati? Smatrate li da je to problem u svojoj zemlji i demokraciji općenito?

Društvene mreže – jesu li internetske društvene mreže način da budu u toku s političkim vijestima i imaju pravo glasa o političkim pitanjima? Mogu li se građani zainteresirati za politička pitanja? Može li se vjerovati političkim informacijama na društvenim mrežama?

1 Ovim se nazivom ne dovode u pitanje stajališta o statusu te je on u skladu s RVSUN-om 1244/99 i mišljenjem Međunarodnog suda o proglašenju neovisnosti Kosova.

Metodologija

Primijenjena je metodologija standardnih istraživanja Eurobarometra koja je provela Glavna uprava za komunikaciju („Odjel za praćenje medija i Eurobarometra”)²³. Ovom je izvješću priložena tehnička napomena o razgovorima koje su vodili instituti članovi mreže Kantar. Također određuje intervale pouzdanosti.

U skladu s Općom uredbom o zaštiti podataka⁴ (GDPR) ispitanicima je postavljeno pitanje hoće li im se postaviti pitanja o pitanjima koja bi se mogla smatrati „osjetljivima”.

Napomena: U ovom izvješću države članice EU-a navode se u službenoj kratlici. Kratice upotrijebljene u ovom izvješću odgovaraju:

Belgija	BITI	Litva	LT
Bugarska	BG	Luksemburg	LU
Češka	CZ	Mađarska	HU
Danska	DK	Malta	MT
Njemačka	DE	Nizozemska	NL
Estonija	EE	Austrija	NA
Irska	IE	Poljska	PL
Grčka	EL	Portugal	PT
Španjolska	ES	Rumunjska	RO
Francuska	FR	Slovenija	SI
Hrvatska	HR	Slovačka	SK
Italija	TO JE	Finska	FI
Republika Cipar	CY*	Švedska	SE
Latvija	LV	Sjeverna Makedonija	MK
Turska zajednica na Cipru	CY (tcc)	Srbija	RS
Albanija	ALE	Turska	TR
Bosna i Hercegovina	BA	Ujedinjena Kraljevina	UK
Moldova	MD		
Crna Gora	MENI		
Kosovo ⁵	XK		
Europska unija – ponderirani prosjek za 27 članova		EU27	
Države Europske unije			
BE, FR, IT, LU, DE, AT, ES,PT, ODNOSNO, NL, FI, EL, EE, SI, CY, MT, SK, LV, LT, HR	Europodručje		
BG, CZ, DK, HU, PL, RO, SE	Izvan europodručja		

Cipar kao cjelina jedna je od 27 država članica Europske unije. Međutim, „pravna stečevina” suspendirana je u dijelu zemlje koji nije pod kontrolom vlade Republike Cipra. Iz praktičnih razloga u kategoriju „CY” i prosjek EU27 uključeni su samo razgovori provedeni u dijelu zemlje pod kontrolom vlade Republike Cipra.

Želimo zahvaliti građanima diljem Europe koji su dali svoje vrijeme za sudjelovanje u ovoj anketi.

Bez njihova aktivnog sudjelovanja ova studija ne bi bila moguća.

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

³ Tablice s rezultatima priložene su. Treba napomenuti da ukupni postoci navedeni u tablicama u ovom izvješću mogu biti veći od 100 % ako je ispitanik mogao odabrati nekoliko odgovora na isto pitanje.

⁴ 2016/679

⁵ Ovim se nazivom ne dovode u pitanje stajališta o statusu te je on u skladu s RVSUN-om 1244/99 i mišljenjem Međunarodnog suda o proglašenju neovisnosti Kosova.



I. Korištenje medija i povjerenje u medije

1. Korištenje medija

Televizija je i dalje najčešće korištena vrsta medija.

Televizija je daleko najkorišteniji oblik medija, pri čemu 93 % ispitanika (nema promjena od zime 2022. 2023.) gleda televiziju putem televizora ili interneta najmanje jednom tjedno, a gotovo osam od deset (79 %, -1 postotni bod) svakodnevno ili gotovo svakodnevno.

Gotovo devet od deset (89 %) gleda televiziju na TV-u barem jednom tjedno. Iako je taj udio ostao nepromijenjen od posljednjeg postavljanja tog pitanja u zimu 2022. 2023., i dalje je znatno niži nego u razdoblju između jeseni 2010. (EB74) i jeseni 2012. (EB78), kada je 97 % izjavilo da je gledalo televiziju na televizoru barem jednom tjedno.

Udio ispitanika koji gledaju televiziju putem interneta i dalje se stalno povećava, a 38 % ispitanika izjavilo je da na taj način gledaju televiziju barem jednom tjedno, što je povećanje od dva postotna boda u odnosu na zimu 2022. – 2023. i 22 postotna boda jer je to pitanje prvi put postavljeno u jesen 2011. (EB76).

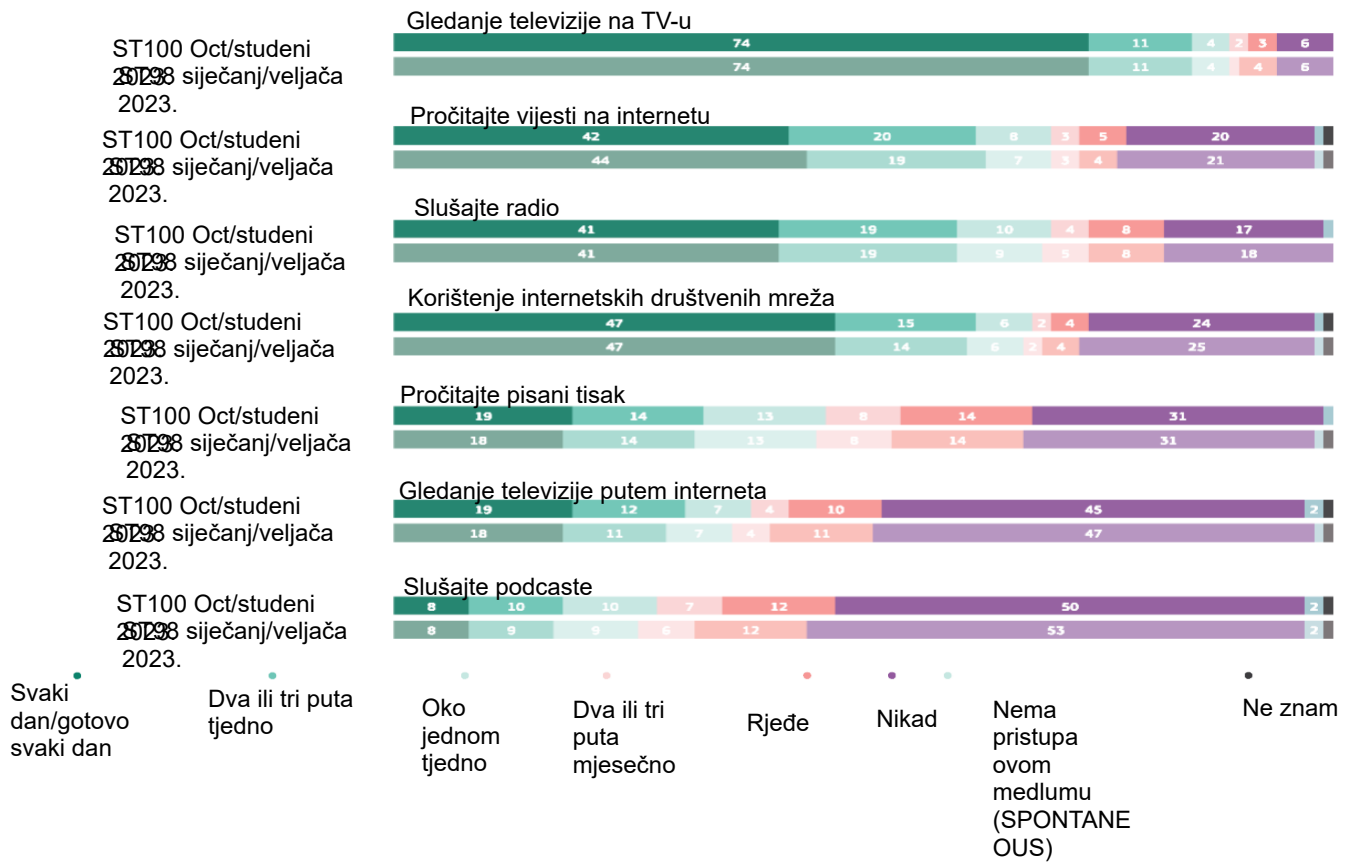
Sedam od deset izvješća sluša radio barem jednom tjedno. Taj se udio povećao za jedan postotni bod od zime 2022. 2023., što je zaustavilo sporo, ali kontinuirano smanjenje zabilježeno od jeseni 2019. (EB92) (74 %). Međutim, dugoročniji obrazac i dalje se smanjuje (s 79 % u jesen 2010. na 70 % u trenutačnom istraživanju).

Nakon povećanja od tri postotna boda između zime 2021. 2022. i zime 2022. 2023., udio onih koji čitaju vijesti na internetu barem jednom tjedno ostao je stabilan u trenutačnoj anketi, pri čemu je sedam od deset osoba izvijestilo da to čini.

Udio ispitanika koji se barem jednom tjedno koriste internetskim društvenim mrežama blago se povećao od zime 2022. 2023. (+ 1 postotni bod) na 68 %. Taj se udio sada vraća na razinu dosegnutu u zimi 2020. – 2021. (EB94) nakon stalnog porasta redovitog korištenja internetskih društvenih mreža (s 33 % zabilježenih u jesen 2010.).

Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

QE3. Možete li reći u kojoj mjeri...? (EU27) (%)

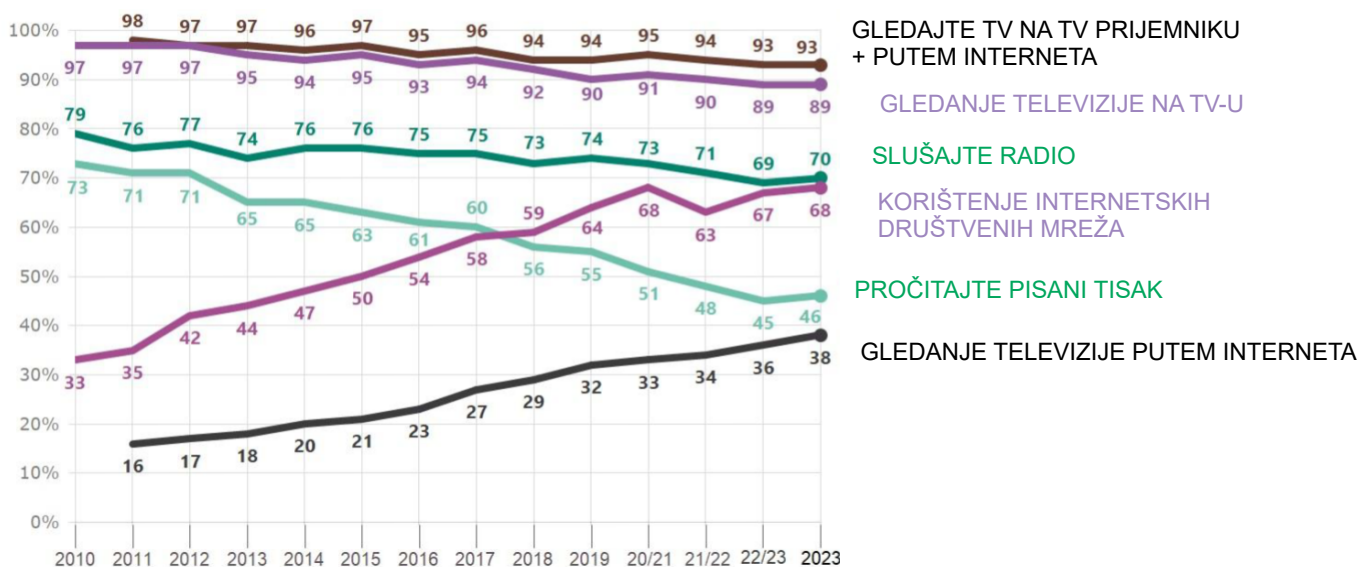


Manje od polovice (46 %) čita pisani tisak najmanje jednom tjedno. To je povećanje od jednog postotnog boda u tom udjelu ispitanika od zime 2022. 2023., čime se zaustavio dugoročan, gotovo kontinuiran pad od jeseni 2010. (73 %).

Naposlijetku, gotovo tri od deset (28 %) sluša podcaste najmanje jednom tjedno, što je povećanje od dva postotna boda od zime 2022. 2023. i povećanje od šest postotnih bodova od zime 2021. 2022.⁶.

QE3 Možete li reći u kojoj mjeri...?

(% – EU – NAJMANJE JEDNOM TJEDNO)

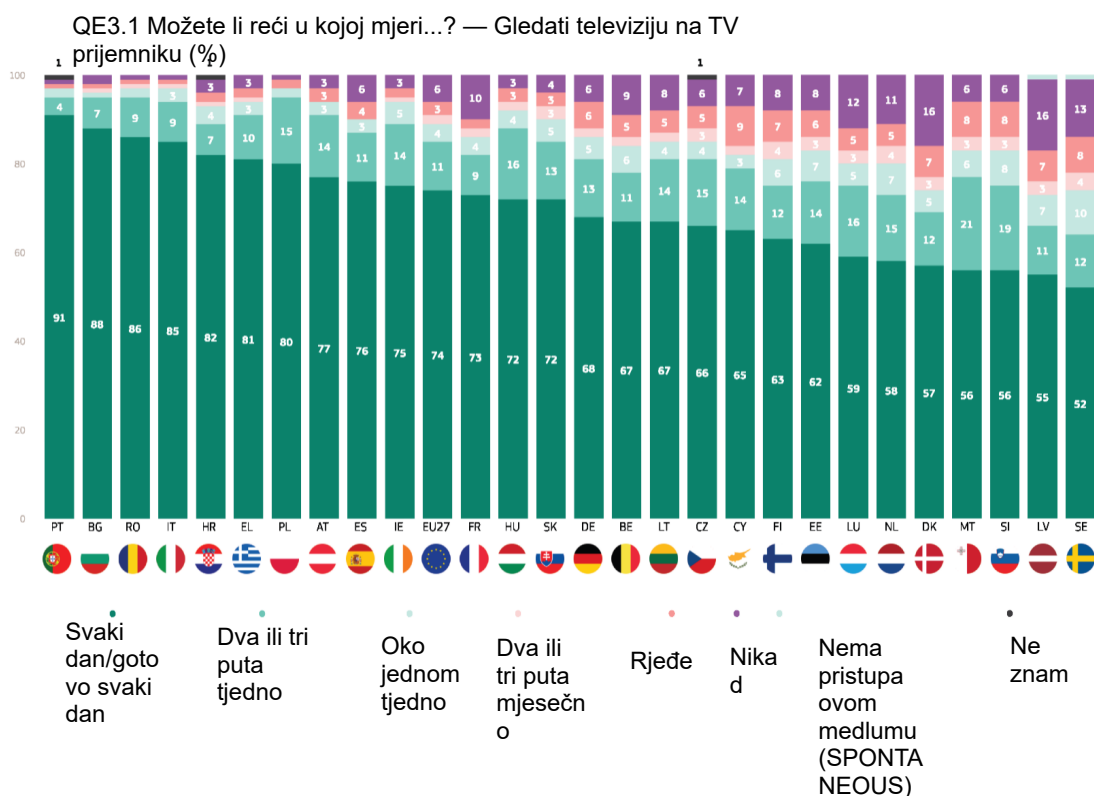


6 QE3. Možete li reći u kojoj mjeri...? 1) gledati televiziju na TV prijemniku; 2) gledanje televizije putem interneta; 3) slušanje radija; 4) Slušajte podcaste; 5) Pročitajte pisani tisak; 6) Pročitajte vijesti na internetu; 7) Korištenje internetskih društvenih mreža.

Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

U EU-u gotovo tri četvrtine (74 %) gleda televiziju dnevno ili gotovo svakodnevno. Ispitanici u Portugalu (91 %), Bugarskoj (88 %) i Rumunjskoj (86 %) najvjerojatnije će to učiniti. Nasuprot tome, 52 % u Švedskoj, 55 % u Latviji i 56 % na Malti i Sloveniji izvijestilo je o gledanju televizije svakodnevno ili gotovo svakodnevno.

Udio osoba koje kažu da svakodnevno ili gotovo svakodnevno gledaju televiziju smanjio se u 18 zemalja od zime 2022. 2023., osobito na Cipru (65 %, -14 postotnih bodova), Malti (56 %, -13 postotnih bodova) i Latviji (55 %, -9 postotnih bodova). S druge strane, taj se udio ispitanika povećao u sedam zemalja, posebno u Francuskoj (73 %, +4 postotna boda) i Španjolskoj (76 %, +3 postotna boda). Ta je brojka ostala stabilna u Njemačkoj (68 %) i Estoniji (62 %).



Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

Sociodemografska analiza otkriva da gledanje televizije na TV-u varira ovisno o dobnoj skupini i razini obrazovanja. Što su ispitanici stariji, to je vjerojatnije da će gledati televiziju svakodnevno ili gotovo svakodnevno. Na primjer, 88 % osoba u dobi od 55 godina ili više to čini, u usporedbi s 45 % osoba u dobi od 15 do 24 godine. Osim toga, ispitanici koji su završili redovno obrazovanje u dobi od 15 godina ili mlađi imaju veću vjerojatnost od onih koji su završili u dobi od 20 ili više godina da svakodnevno ili gotovo svakodnevno gledaju televiziju na TV-u (91 % u odnosu na 69 %).

Razlike se mogu uočiti i među društveno-profesionalnim kategorijama, pri čemu je najveća vjerojatnost da će osobe u kućanstvu (84 %) biti dnevni/gotovo dnevni gledatelji televizije na televizoru, posebno u usporedbi s rukovoditeljima (65 %). Ispitanici koji se smatraju pripadnicima radničke klase (81 %) društva također su najvjerojatniji da će televiziju gledati svakodnevno ili gotovo svakodnevno.

QE3.1 Možete li reći u kojoj mjeri...? Gledanje televizije na televizoru (% – EU)

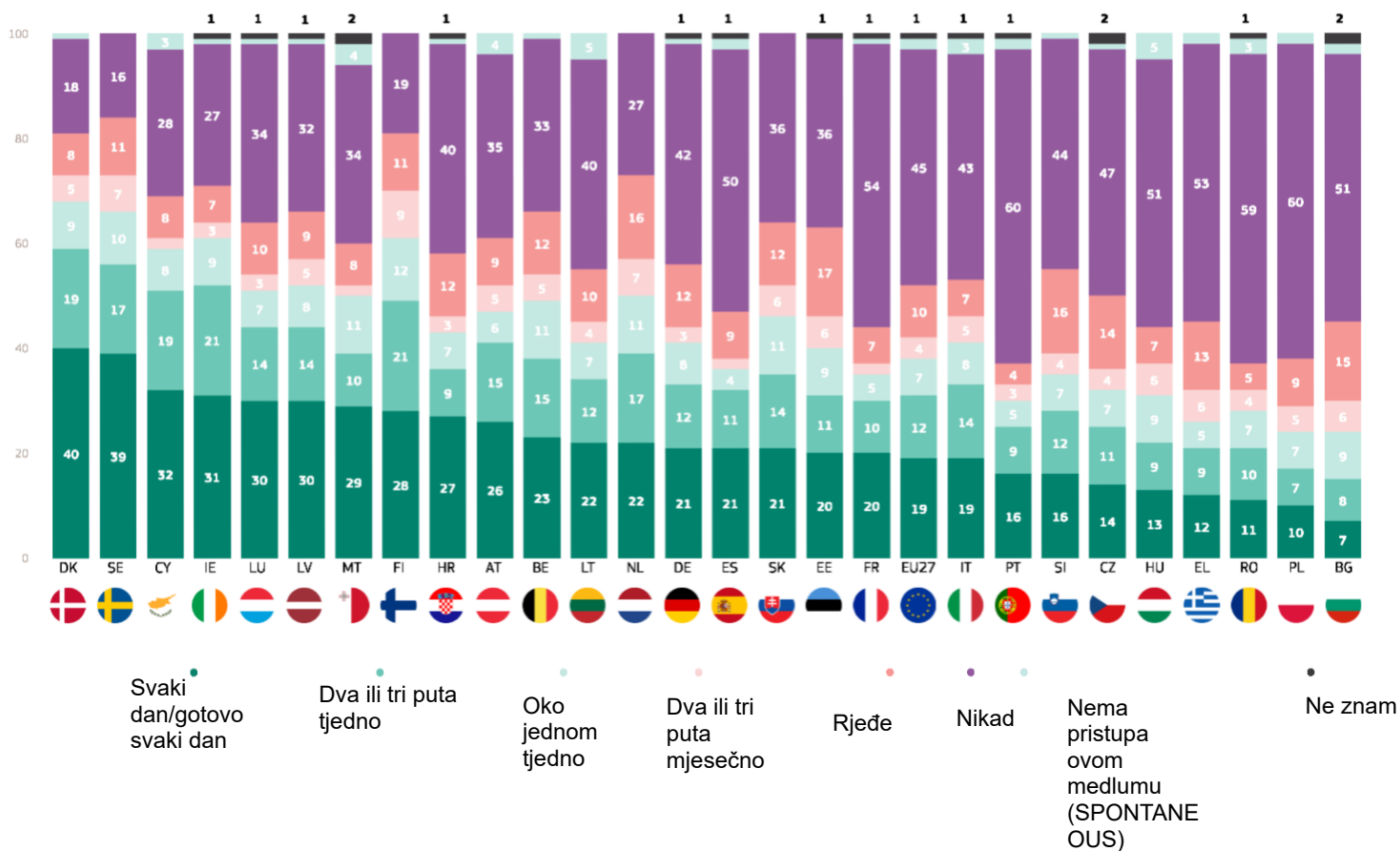
	Svakodnevna/ gotovo svakodnevna	Dva ili tri puta tjedno	Oko jednom tjedno	Dva ili tri puta mjesečno	Rjeđe	Nikad	Nema pristupa ovom mediju (SPONTANEOUS)	Ne znam	Ukupno najmanje jednom tjedno
EU27	74	11	4	2	3	6	0	0	89
Spol									
Covjek	73	12	4	2	3	6	0	0	89
Zena	76	11	4	1	3	5	0	0	91
Dob									
15 – 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
Obrazovanje (završetak)									
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
Još uvijek studira	43	19	9	4	11	14	0	0	71
Društveno-profesionalna kategorija									
Samozaposlena osoba	72	14	5	1	3	5	0	0	91
Menadžeri	65	16	4	3	5	7	0	0	85
Ostali bijeli ovratnici	72	12	5	2	3	5	0	1	89
Manualni radnici	77	12	4	1	2	4	0	0	93
Osobe u kući	84	8	1	1	2	4	0	0	93
Nezaposlen	69	9	4	1	6	11	0	0	82
Umirovljeni	90	5	1	1	1	2	0	0	96
Studenti	43	19	9	4	11	14	0	0	71
Poteškoće s plaćanjem računa									
Većinu vremena	73	11	4	1	4	7	0	0	88
S vremena na vrijeme	76	11	4	1	3	5	0	0	91
Gotovo nikada/nikad	74	11	4	2	3	6	0	0	89
Razmotrite pripadnost									
Radnička klasa	81	8	3	1	2	5	0	0	92
Niža srednja klasa	76	9	4	2	4	5	0	0	89
Srednja klasa	73	13	4	2	3	5	0	0	90
Gornja srednja klasa	62	15	7	3	6	7	0	0	84
Gornji razred	71	15	1	4	1	7	0	1	87
Slika EU-a									
Pozitivan	73	12	4	1	4	6	0	0	89
Neutralan	75	12	4	2	3	4	0	0	91
Negativno	74	9	4	2	3	8	0	0	87

Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

Gotovo svaka peta osoba (19 %, + 1 postotni bod od zime 2022. 2023.) gleda televiziju na internetu svakodnevno ili gotovo svakodnevno. Taj udio ispitanika uvelike se razlikuje među 27 država članica EU-a, pri čemu su najveći udjeli zabilježeni u Danskoj (40 %), Švedskoj (39 %) i Cipru (32 %), a najniži u Bugarskoj (7 %), Poljskoj (10 %) i Rumunjskoj (11 %).

U 12 država članica EU-a ispitanici će vjerojatnije reći da na internetu gledaju televiziju svaki dan ili gotovo svaki dan nego u zimskom razdoblju 2022. 2023. Najveća povećanja tog udjela zabilježena su u Portugalu (16 %, + 5 postotnih bodova), Estoniji (20 %, + 4 postotna boda) i Španjolskoj (21 %, + 4 postotna boda). Ta se brojka smanjila u dodatnih 12 zemalja, posebno u Malti (29 %, – 13 postotnih bodova), Luksemburgu (30 %, -7 postotnih bodova), Latviji (30 %, -5 postotnih bodova) i Rumunjskoj (11 %, -5 postotnih bodova). Nije bilo promjena u Danskoj (40 %), Finskoj (28 %) i Češkoj (14 %).

QE3.2. Možete li reći u kojoj mjeri...? Gledajte televiziju preko L'le Internet (96)



Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

Sociodemografska analiza pokazuje da mlađi ispitanici i oni koji su ostali duže u redovnom obrazovanju imaju veću vjerojatnost da će biti dnevni ili gotovo svakodnevni gledatelji televizije na internetu. Konkretno, 29 % osoba u dobi od 15 do 24 godine dnevno ili gotovo svakodnevno gleda televiziju na internetu, u usporedbi s 11 % osoba u dobi od 55 ili više godina. Slično tome, gotovo četvrtina (24 %) osoba koje su završile redovno obrazovanje u dobi od 20 ili više godina dnevno ili gotovo svakodnevno gledaju televiziju na internetu, u usporedbi s manje od jednog od deset (7 %) koji to čine među onima koji su napustili obrazovanje u dobi od 15 godina ili mlađoj.

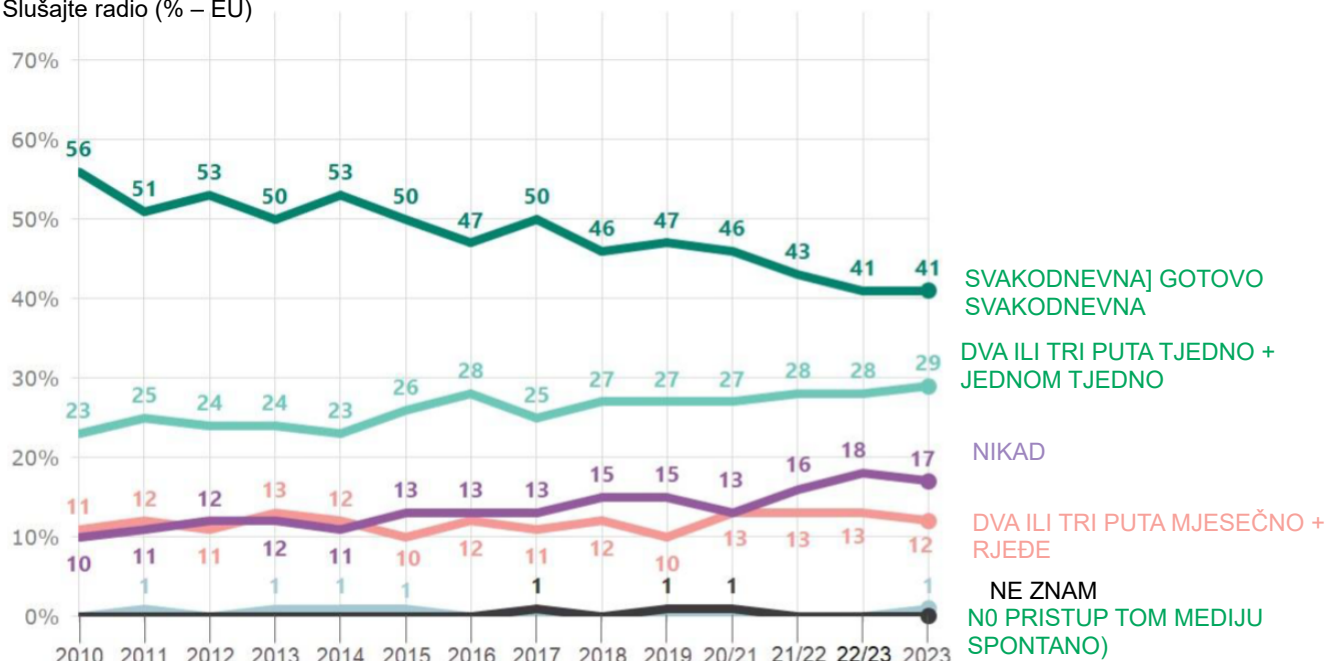
QE3.2 Možete li reći u kojoj mjeri...? Gledanje televizije putem interneta (% – EU)

	Svakodnevna/ gotovo svakodnevna	Dva ili tri puta tjedno	Okolo jednom tjedno	Dva ili tri puta mjesečno	Rjeđe	Nikad	Nema pristupa ovom mediju (SPONTANEOUS)	Ne znam	Ukupno najmanje jednom tjedno
EU27	19	12	7	4	10	45	2	1	38
Spol									
Covjek	21	13	8	4	10	42	1	1	42
Zena	18	11	6	4	9	49	2	1	35
Dob									
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
Obrazovanje (završetak)									
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
Još uvijek studira	32	18	12	5	11	21	0	1	62
Društveno-profesionalna kategorija									
Samozaposlena osoba	24	15	8	5	11	36	1	0	47
Menadžeri	25	19	8	6	12	29	1	0	52
Ostali bijeli ovratnici	22	15	9	6	12	35	1	0	46
Manualni radnici	20	12	8	4	9	45	2	0	40
Osobe u kući	14	8	5	3	7	60	2	1	27
Nezaposlen	21	9	6	3	10	49	1	1	36
Umirovljeni	9	5	4	2	7	69	3	1	18
Studenti	32	18	12	5	11	21	0	1	62
Poteškoće s plaćanjem računara									
Većinu vremena	16	8	6	3	10	53	2	2	30
S vremena na vrijeme	19	12	8	4	9	46	1	1	39
Gotovo nikada/nikad	20	12	7	4	10	44	2	1	39
Razmotrite pripadnost									
Radnička klasa	14	7	5	3	7	61	2	1	26
Niža srednja klasa	18	10	7	4	11	48	1	1	35
Srednja klasa	21	14	8	4	10	40	2	1	43
Gornja srednja klasa	25	17	10	6	11	30	0	1	52
Gornji razred	18	12	9	4	9	45	2	1	39
Slika EU-a									
Pozitivan	22	14	8	5	9	40	1	1	44
Neutralan	17	11	7	4	10	48	2	1	35
Negativno	18	9	7	2	10	51	2	1	34

Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

Redovito slušanje radija ostalo je uglavnom stabilno od standardnog Eurobarometra iz zime 2022. 2023. Sedam od deset ispitanika sluša radio najmanje jednom tjedno (+ 1 postotni bod), uključujući 41 % (bez promjene) koji to čine svakodnevno ili gotovo svakodnevno. Oko 1 od 6 kaže da nikada ne sluša radio (17 %, -1 pp).

QE3.3 Možete li reći u kojoj mjeri...?
Slušajte radio (% – EU)

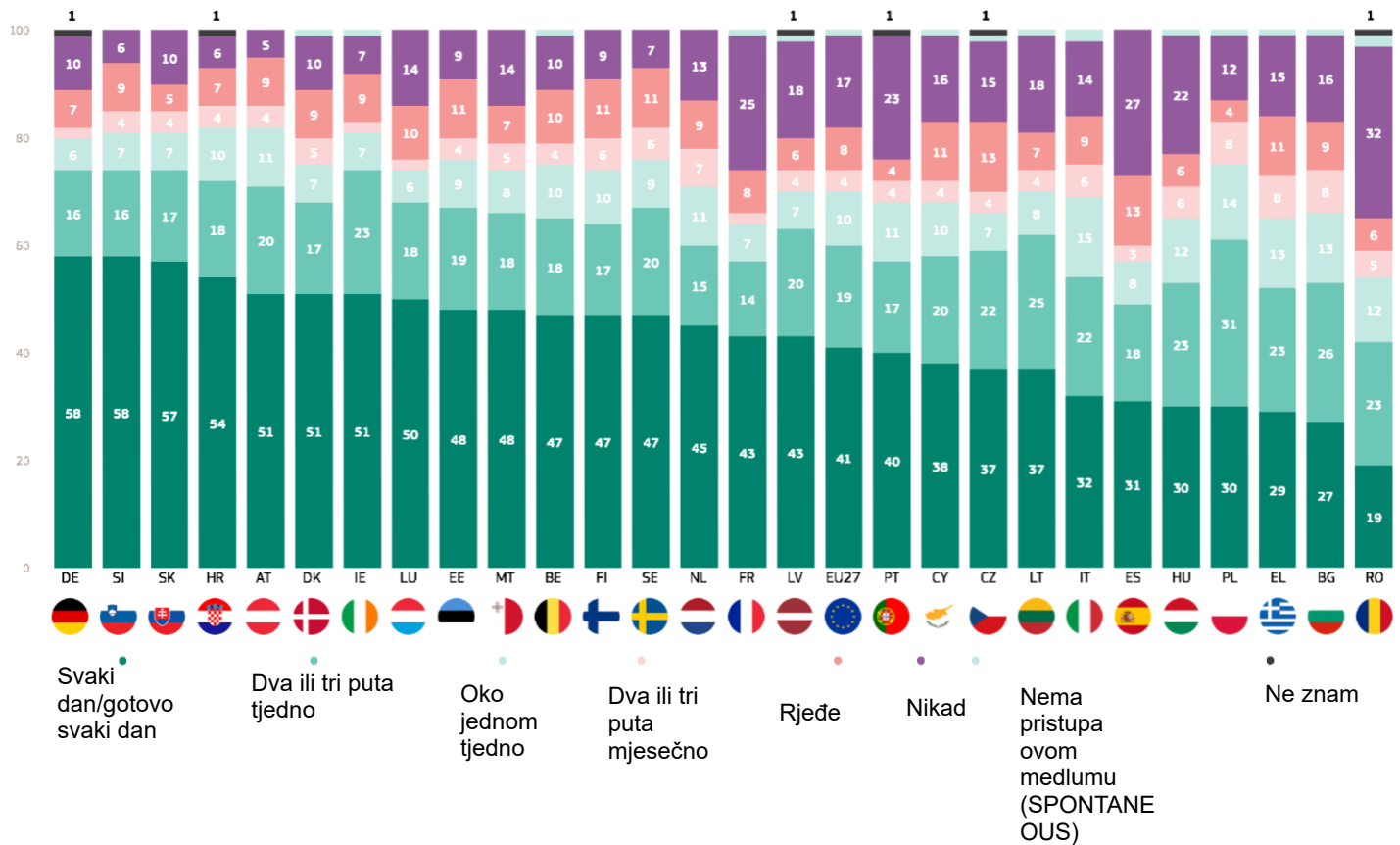


Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

Udio ispitanika koji svakodnevno ili gotovo svakodnevno slušaju radio kreće se od 58 % u Njemačkoj i Sloveniji te 57 % u Slovačkoj do manje od tri od deset u Rumunjskoj (19 %), Bugarskoj (27 %) i Grčkoj (29 %).

Udio ispitanika koji svakodnevno ili gotovo svakodnevno slušaju radio u 14 država članica EU-a smanjio se u odnosu na zimu 2022. 2023. Najveća smanjenja zabilježena su u Cipru (38 %, -7 postotnih bodova), Latviji (43 %, -6 postotnih bodova) i Mađarskoj (30 %, -6 postotnih bodova). Radijsko slušanje povećalo se u osam zemalja, posebno u Hrvatskoj (54 %, +6 postotnih bodova) i Njemačkoj (58 %, +4 postotna boda) te je ostalo stabilno u pet zemalja: Slovenija (58 %), Slovačka (57 %), Austrija (51 %), Luksemburg (50 %) i Francuska (43 %).

QE3.3. Možete li reći u kojoj mjeri...? Slušajte radio (%)



Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

Svakodnevno ili gotovo svakodnevno slušanje radija više je među muškarcima (44 %) nego među ženama (38 %). Taj se udio povećava i s povećanjem dobi ispitanika, pri čemu gotovo polovica (48 %) među osobama u dobi od 55 ili više godina svakodnevno ili gotovo svakodnevno sluša radio, u usporedbi s dvije od deset osoba u dobi od 15 do 24 godine. Postoje i razlike u razini obrazovanja, pri čemu je vjerojatnije da će osobe koje su završile redovno obrazovanje u dobi od 16 ili više godina (44 – 45 %) to učiniti u odnosu na osobe koje su napustile dob od 15 godina ili mlađe (37 %). Naposljetku, udio ispitanika koji svakodnevno ili gotovo svakodnevno slušaju radio je 45 % među ispitanicima koji nikada ili gotovo nikada nemaju poteškoća s plaćanjem računa, u usporedbi s 33 – 36 % među ispitanicima koji imaju poteškoća barem s vremena na vrijeme.

QE3.3 Možete li reći u kojoj mjeri...? Slušajte radio (% – EU)

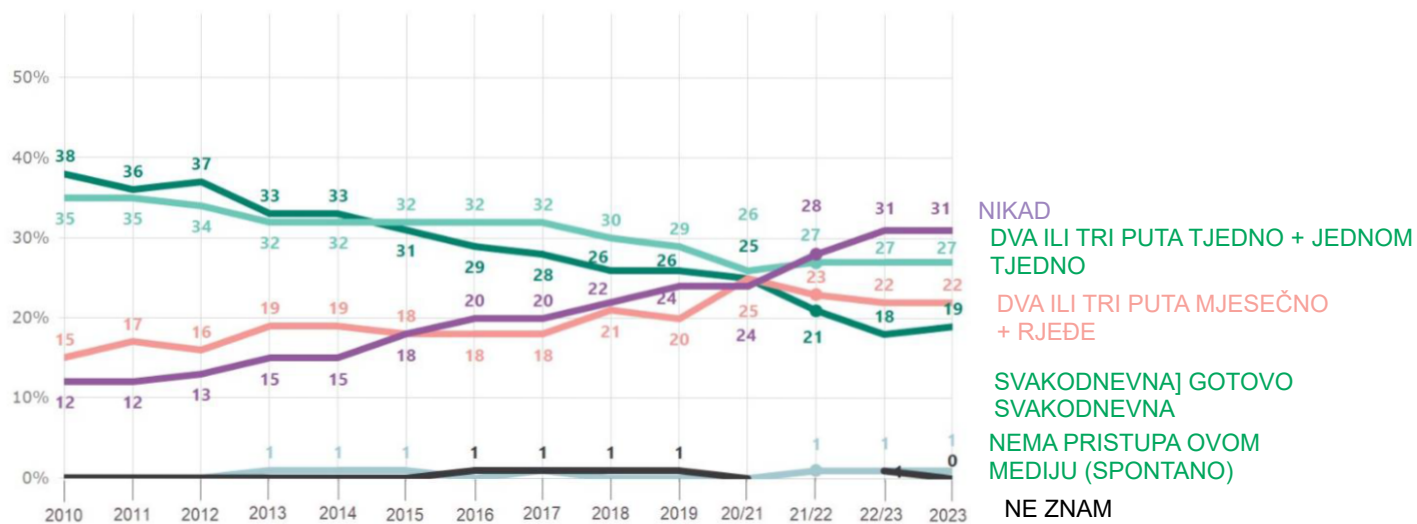
	Svakodnevna/ gotovo svakodnevna	Dva ili tri puta tjedno	Okolo jednom tjedno	Dva ili tri puta mjesečno	Rjeđe	Nikad	Nema pristupa ovom mediju (SPONTANEOUS)	Ne znam	Ukupno najmanje jednom tjedno
EU27	41	19	10	4	8	17	1	0	70
Spol									
Čovjek	44	19	11	4	8	14	0	0	74
Žena	38	19	9	5	9	19	1	0	66
Dob									
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
Obrazovanje (završetak)									
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
Još uvijek studira	20	15	15	8	17	24	0	1	50
Društveno-profesionalna kategorija									
Samozaposlena osoba	50	21	9	4	6	10	0	0	80
Menadžeri	47	23	10	4	7	9	0	0	80
Ostali bijeli ovratnici	41	22	11	5	9	12	0	0	74
Manualni radnici	41	20	10	4	7	17	1	0	71
Osobe u kući	31	16	10	6	10	25	2	0	57
Nezaposlen	29	15	10	5	14	26	1	0	54
Umirovljeni	47	18	7	3	6	18	1	0	72
Studenti	20	15	15	8	17	24	0	1	50
Poteškoće s plaćanjem računa									
Većinu vremena	36	16	9	4	10	23	1	1	61
S vremena na vrijeme	33	21	13	5	9	18	1	0	67
Gotovo nikada/nikad	45	19	8	4	8	15	1	0	72
Razmotrite pripadnost									
Radnička klasa	36	18	9	4	8	24	1	0	63
Niža srednja klasa	39	20	9	4	10	17	1	0	68
Srednja klasa	43	20	10	4	8	14	1	0	73
Gornja srednja klasa	46	18	11	5	9	11	0	0	75
Gornji razred	38	31	10	5	3	10	2	1	79
Slika EU-a									
Pozitivan	42	20	10	5	8	15	0	0	72
Neutralan	39	19	10	4	9	18	1	0	68
Negativno	41	18	9	3	9	19	1	0	68

Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

Udio osoba koje svakodnevno ili gotovo svakodnevno čitaju pisane medije ostao je uglavnom stabilan od zime 2022. 2023. (+ 1 postotni bod). Dugoročni trend dnevne pisane potrošnje tiska ipak je u stalnom padu, s 38 % u jesen 2010. na 19 % u sadašnjoj anketi.

Udio onih koji nikada nisu čitali pisane medije ponovno je na najvišoj razini ikad zabilježenoj u standardnom istraživanju Eurobarometra (31 %, bez promjena od zime 2022. 2023.).

(135) Možete li reći u kojoj mjeri...? Pročitajte pisani tisak: (% – EU)



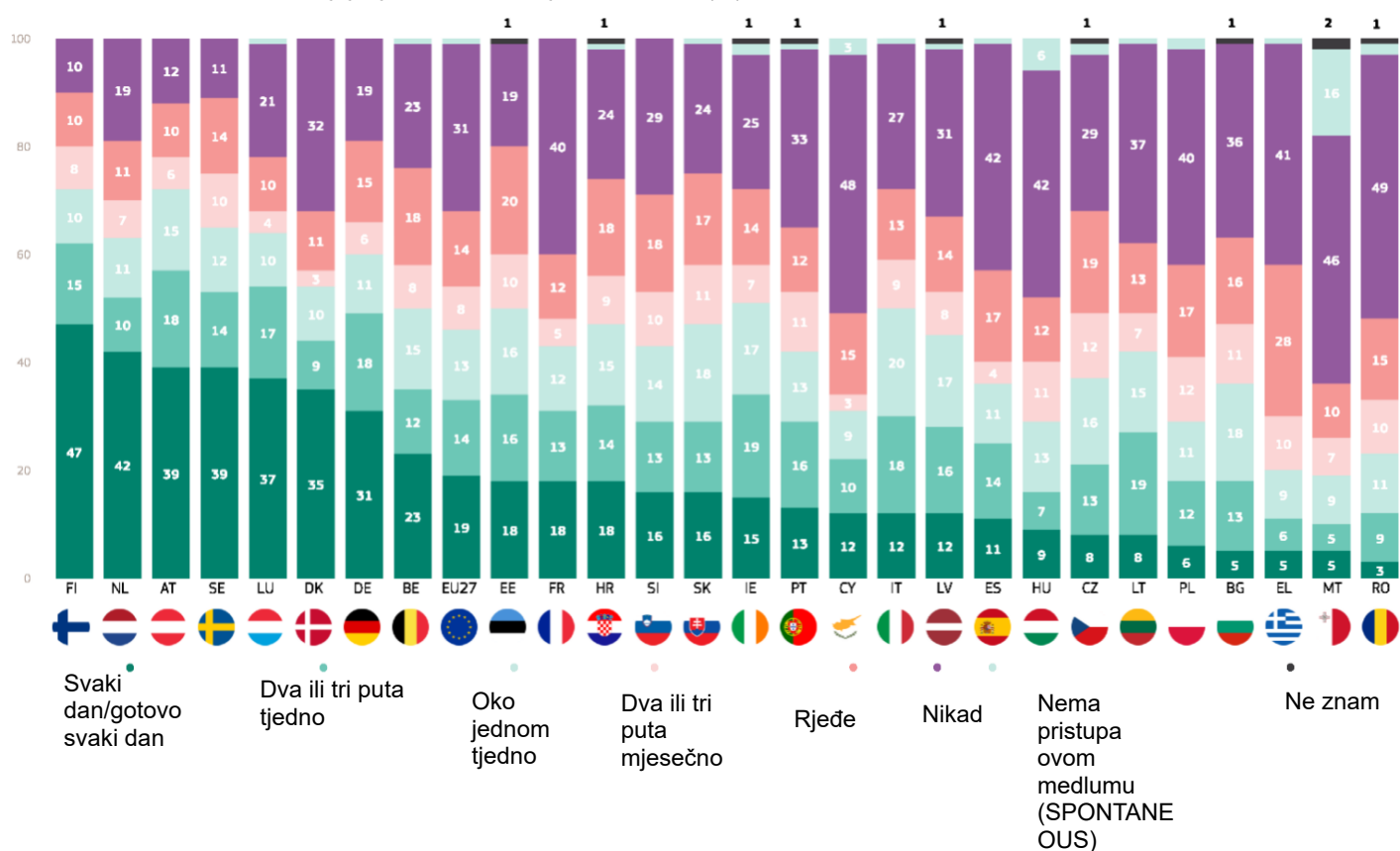
Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

U državama članicama EU-a postoje velike razlike u razinama dnevne konzumacije tiska u pisanom obliku. Otprilike četiri od deset ispitanika izjavilo je da svakodnevno ili gotovo svakodnevno čita pisane medije u Finskoj (47 %), Nizozemskoj (42 %) te Austriji i Švedskoj (obje 39 %), dok se taj udio smanjuje na jedan od dvadeset ili manje u Rumunjskoj (3 %) te Bugarskoj, Grčkoj i Malti (svih 5 %).

Od zime 2022. do 2023. zabilježeno je smanjenje svakodnevnog ili gotovo svakodnevnog čitanja pisanog tiska u 14 država članica EU-a.

Posebno veliko smanjenje zabilježeno je na Malti (5 %, – 21 postotni bod), dok je smanjenje za pet postotnih bodova zabilježeno u Švedskoj (39 %) i Belgiji (23 %). S druge strane, taj se udio ispitanika povećao za tri postotna boda ili manje u osam zemalja, osobito u Danskoj (35 %, + 3 postotna boda), Njemačkoj (31 %, + 3 postotna boda) i Portugalu (13 %, + 3 postotna boda). Ta je brojka ostala nepromijenjena u Estoniji (18 %), Slovačkoj (16 %), Češkoj (8 %), Litvi (8 %) i Grčkoj (5 %).

QE3.5. Možete li reći u kojoj mjeri...? —Pročitajte pisani tisak (%)



Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

Sociodemografska analiza naglašava da stariji ispitanici i oni koji su ostali duže u redovnom obrazovanju najčešće čitaju pisane medije svakodnevno ili gotovo svakodnevno. Naime, 28 % osoba u dobi od 55 godina ili više (u usporedbi sa 6 % osoba u dobi od 15 do 24 godine) i 25 % osoba koje su završile redovno obrazovanje u dobi od 20 ili više godina (u usporedbi s 17 – 18 % osoba koje su ranije napustile školovanje) kažu da to čine.

Samozaposlene osobe i rukovoditelji (23 %) najvjerojatnije će biti dnevni ili gotovo svakodnevni čitatelji pisanog tiska (u usporedbi s 11 % nezaposlenih), kao i oni koji nikada ili gotovo nikada nemaju poteškoća s plaćanjem računa (23 %, u usporedbi s 11 % onih koji češće imaju poteškoća). Slično tome, postoji i razlika prema društvenoj klasi, pri čemu je veća vjerojatnost da će oni koji se smatraju pripadnicima više klase (33 %) ili više srednje klase (32 %) društva čitati pisane medije svakodnevno ili gotovo svakodnevno od onih koji smatraju da pripadaju radnoj klasi (12 %).

QE3.5 Možete li reći u kojoj mjeri...? Pročitajte pisani tisak (% – EU)

	Svakodnevno a/gotovo svakodnevno a	Dva ili tri puta tjedno	Oko jednom tjedno	Dva ili tri puta mjesečno	Rjeđe	Nikad	Nema pristupa ovom mediju (SPONTANEOUS)	Ne znam	Ukupno najmanje jednom tjedno
EU27	19	14	13	8	14	31	1	0	46
Spol									
Čovjek	20	15	14	8	14	28	1	0	49
Zena	17	14	13	7	15	33	1	0	44
Dob									
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
Obrazovanje (završetak)									
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
Još uvijek studira	6	10	11	9	24	38	1	1	27
Društveno-profesionalna kategorija									
Samozaposlena osoba	23	15	16	7	14	25	0	0	54
Menadžeri	23	17	15	8	15	22	0	0	55
Ostali bijeli ovratnici	15	16	15	10	16	27	0	1	46
Manualni radnici	12	15	13	8	16	35	1	0	40
Osobe u kući	13	10	12	7	12	44	2	0	35
Nezaposlen	11	9	11	9	16	43	0	1	31
Umirovljeni	31	14	11	5	9	28	1	1	56
Studenti	6	10	11	9	24	38	1	1	27
Poteškoće s plaćanjem računa									
Većinu vremena	11	15	12	7	15	38	1	1	38
S vremena na vrijeme	11	14	15	8	17	33	1	1	40
Gotovo nikada/nikad	23	14	12	7	14	29	1	0	49
Razmotrite pripadnost									
Radnička klasa	12	12	13	7	13	41	1	1	37
Niža srednja klasa	15	14	13	9	15	33	1	0	42
Srednja klasa	21	15	14	7	15	27	1	0	50
Gornja srednja klasa	32	16	11	7	14	20	0	0	59
Gornji razred	33	18	8	12	13	14	1	1	59
Slika EU-a									
Pozitivan	21	15	14	8	15	27	0	0	50
Neutralan	15	15	13	8	14	33	2	0	43

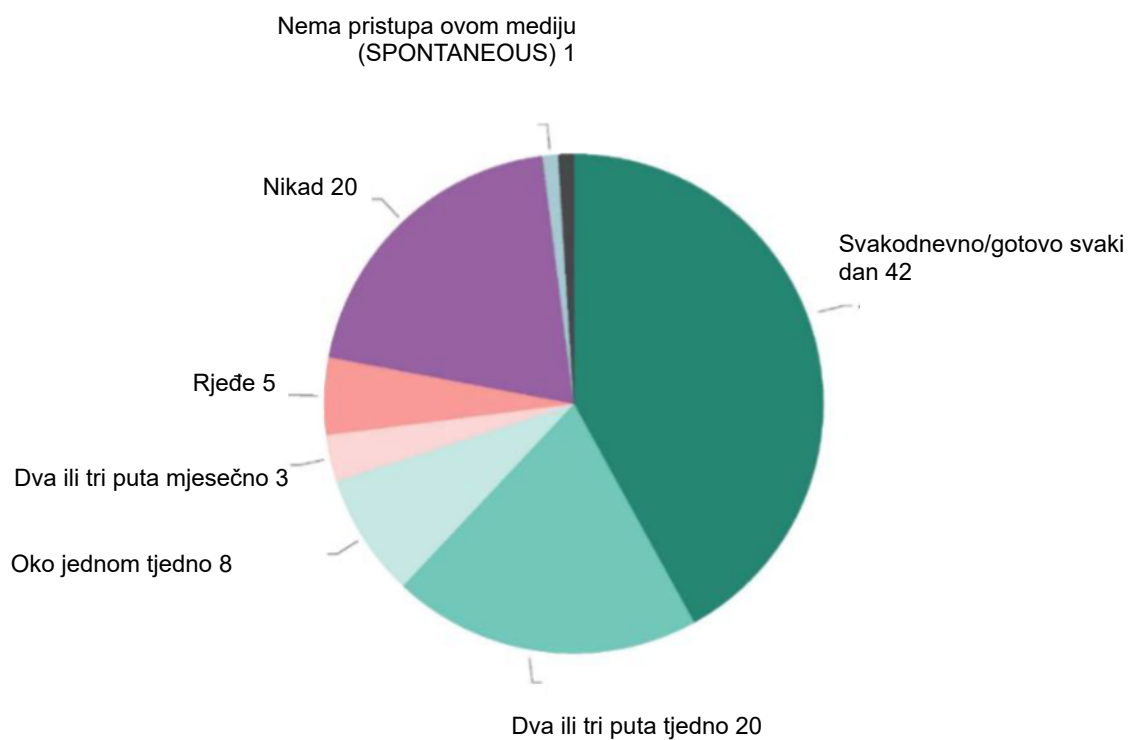
Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

Negativno	18	13	11	7	14	35	1	1	42
-----------	----	----	----	---	----	----	---	---	----

Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

Sedam od deset europskih građana (nema promjena od zime 2022. 2023.) čita vijesti na internetu najmanje jednom tjedno, a 42 % (– 2 postotna boda) izjavilo je da to čini svakodnevno ili gotovo svakodnevno. Jedan od pet (-1 pp) nikada ne čita vijesti na internetu.

QE3.6. Možete li reći u kojoj mjeri...? Pročitajte vijesti na Internetu (EU27)(%)

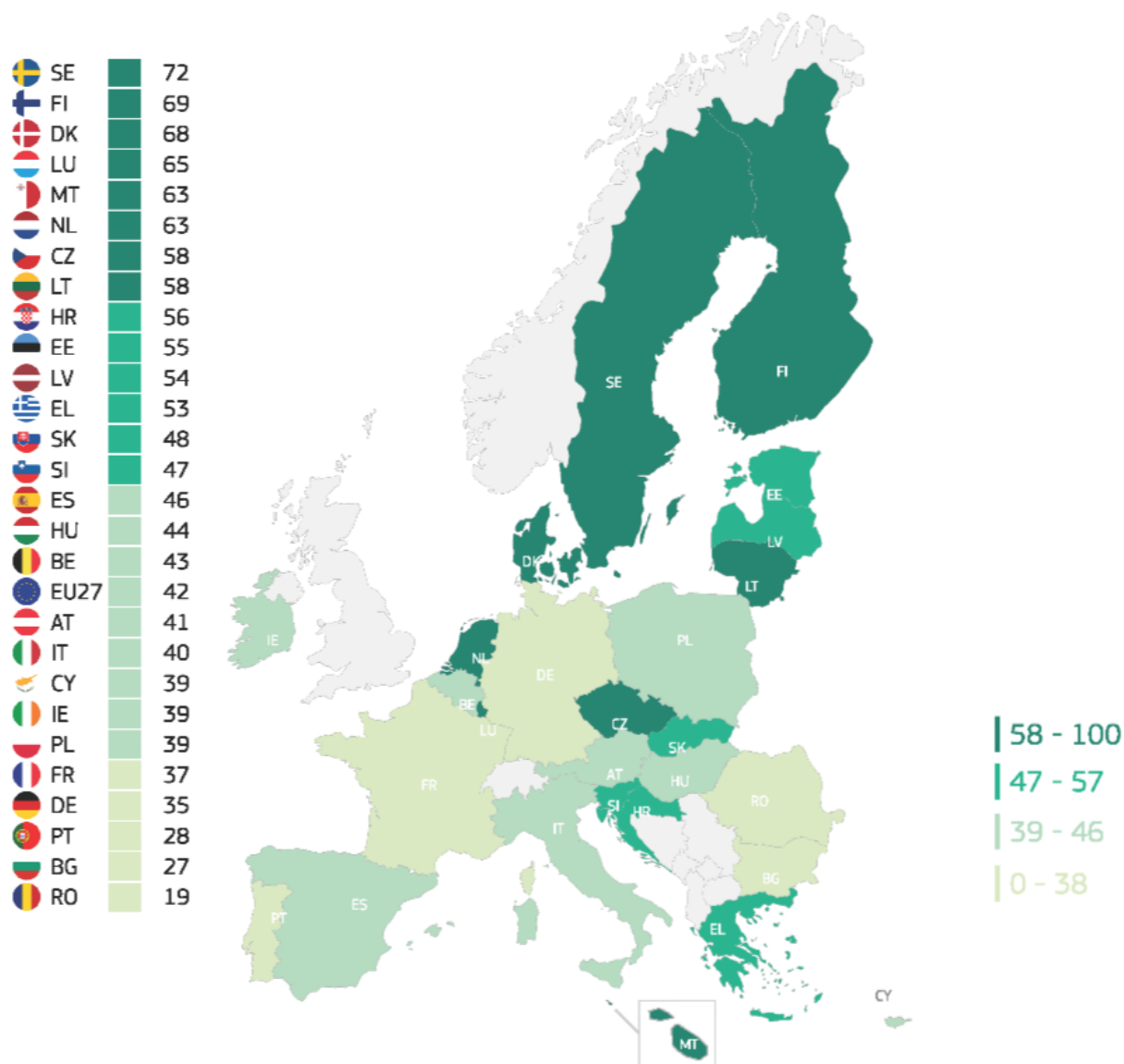


Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

Udio ispitanika koji svakodnevno ili gotovo svakodnevno čitaju vijesti na internetu znatno se razlikuje među državama članicama EU-a, od više od dvije trećine u Švedskoj (72 %), Finskoj (69 %) i Danskoj (68 %) do manje od tri od deset u Rumunjskoj (19 %), Bugarskoj (27 %) i Portugalu (28 %).

U devet zemalja najmanje jedna od pet zemalja kaže da nikada ne čita vijesti na internetu, osobito u Portugalu (35 %), Rumunjskoj (34 %) i Francuskoj (26 %). U 16 zemalja manje je vjerojatno da će ispitanici svakodnevno ili gotovo svakodnevno čitati vijesti na internetu nego u zimi 2022. 2023., a najveći pad zabilježen je u Rumunjskoj (19 %, -12 postotnih bodova), Bugarskoj (27 %, -8 postotnih bodova), Nizozemskoj (63 %, -7 postotnih bodova), Latviji (54 %, - 7 postotnih bodova) i Cipru (39 %, -7 postotnih bodova). S druge strane, ta se brojka povećala u devet zemalja, ali samo u Slovačkoj (48 %, + 4 postotna boda), Austriji (41 %, + 4 postotna boda) i Luksemburgu (65 %, + 3 postotna boda) taj se udio povećao za najmanje tri postotna boda. Nije bilo promjena u Finskoj (69 %) i Španjolskoj (46 %).

QE3.6. Možete li reći u kojoj mjeri...? Pročitajte vijesti na internetu
Svakodnevna/gotovo svakodnevna (%)



Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

Muškarci (47 %) imaju veću vjerojatnost od žena (37 %) da kažu da svakodnevno ili gotovo svakodnevno čitaju vijesti na internetu. Među dobnim skupinama taj je udio najniži među starijim ispitanicima u dobi od 55 godina ili više (30 %), u usporedbi s 47 – 52 % među mlađim ispitanicima. Što su ispitanici duže ostali u redovnom obrazovanju, to je veća vjerojatnost da će svakodnevno ili gotovo svakodnevno čitati vijesti na internetu, pri čemu je 58 % onih koji su završili u dobi od 20 ili više godina to učinilo, u usporedbi sa 16 % onih koji su napustili dob od 15 godina ili mlađe.

Rukovoditelji (59 %) i samozaposleni (54 %) najčešće čitaju vijesti na internetu svaki dan ili gotovo svaki dan, posebno u usporedbi s kućnim osobama (30 %). Ispitanici koji nikada ili gotovo nikad ne imaju poteškoća s plaćanjem računa najčešće svakodnevno ili gotovo svakodnevno čitaju vijesti na internetu (45 %, u usporedbi s 35 % onih koji imaju poteškoća češće), kao i oni koji se smatraju pripadnicima gornje ili više srednje klase (60 – 62 %, u usporedbi s 31 % onih koji se smatraju pripadnicima radničke klase).

QE3.6 Možete li reći u kojoj mjeri...? Pročitajte vijesti na internetu (% – EU)

	Svakodnevno a/gotovo svakodnevno	Dva ili tri puta tjedno	Oko jednom tjedno	Dva ili tri puta mesečno	Rjeđe	Nikad	Nema pristupa ovom mediju (SPONTANEOUS)	Ne znam	Ukupno najmanje jednom tjedno
EU27	42	20	8	3	5	20	1	1	70
Spol									
Čovjek	47	19	8	3	5	17	1	0	74
Žena	37	20	9	3	5	24	1	1	66
Dob									
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
Obrazovanje (završetak)									
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
Još uvijek studira	51	24	11	4	5	5	0	0	86
Društveno-profesionalna kategorija									
Samozaposlena osoba	54	21	7	3	5	10	0	0	82
Menadžeri	59	20	8	3	4	6	0	0	87
Ostali bijeli ovratnici	48	24	10	4	5	9	0	0	82
Manualni radnici	40	24	10	4	6	15	1	0	74
Osobe u kući	30	18	9	3	6	31	2	1	57
Nezaposlen	44	17	9	2	6	21	1	0	70
Umirovljeni	25	13	6	2	5	45	3	1	44
Studenti	51	24	11	4	5	5	0	0	86
Poteškoće s plaćanjem računa									
Većinu vremena	35	17	7	3	6	29	2	1	59
S vremena na vrijeme	35	23	10	4	5	21	1	1	68
Gotovo nikada/nikad	45	19	8	3	5	19	1	0	72
Razmotrite pripadnost									
Radnička klasa	31	17	8	3	5	33	2	1	56
Niža srednja klasa	37	21	9	3	5	24	1	0	67
Srednja klasa	44	21	9	3	6	16	1	0	74
Gornja srednja klasa	60	16	9	3	4	8	0	0	85
Gornji razred	62	19	7	2	2	6	0	2	88
Slika EU-a									
Pozitivan	48	20	8	3	4	16	1	0	76
Neutralan	35	20	9	4	6	24	1	1	64

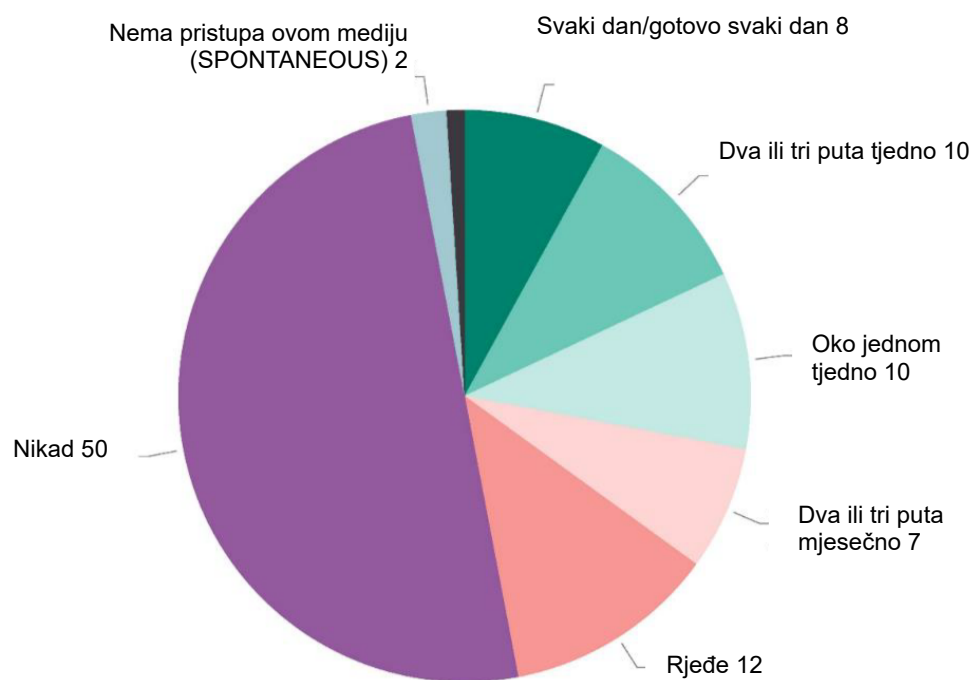
Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

Negativno	40	19	8	2	5	24	1	1	67
-----------	----	----	---	---	---	----	---	---	----

Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

Redovito slušanje podcasta raste, a taj udio sada doseže 28 % (+ 2 postotna boda od zime 2022. 2023. i + 6 postotnih bodova od zime 2021. 2022.), uključujući gotovo jedan od deset (8 %, nema promjena od zime 2022. 2023.) koji ih svakodnevno ili gotovo svakodnevno sluša. Međutim, polovica ispitanika (50 %, -3 postotna boda) nikada ne sluša podcaste.

QE3.4. Možete li reći u kojoj mjeri...? —Slušajte podcaste (EU27) (%)



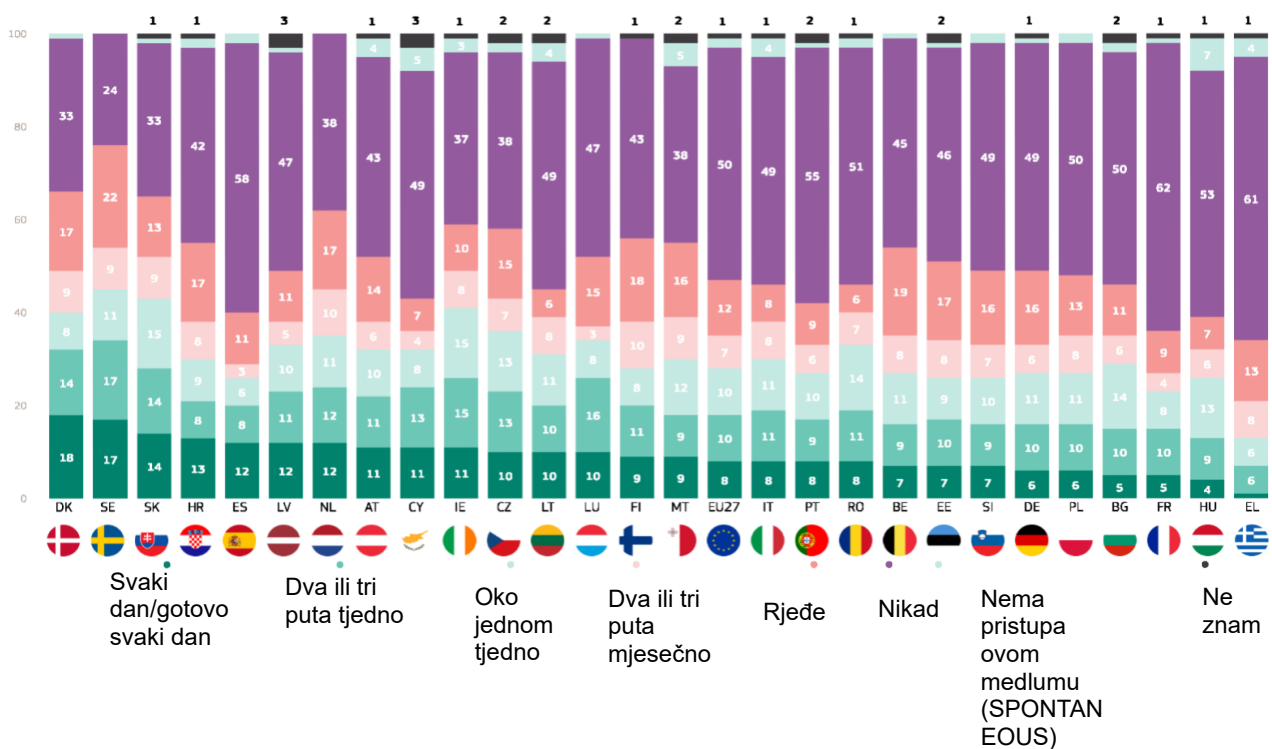
Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

U svim državama članicama EU-a manje od jedne petine sluša podcaste svaki dan ili gotovo svaki dan. Ispitanici će to najvjerojatnije učiniti u Danskoj (18 %), Švedskoj (17 %) i Slovačkoj (14 %). Na drugom kraju spektra svaki dvadeseti ili manje sluša podcaste dnevno ili gotovo svakodnevno u Grčkoj (1 %), Mađarskoj (4 %) te Bugarskoj i Francuskoj (obje 5 %).

Najmanje polovica ispitanika u osam zemalja nikada nije slušala podcaste, a najveći udio zabilježen je u Francuskoj (62 %), Grčkoj (61 %) i Španjolskoj (58 %).

Od zime 2022. 2023. zabilježen je pad udjela koji svakodnevno ili gotovo svakodnevno slušaju podcaste u 16 država članica EU-a. Još jednom najveće smanjenje zabilježeno je u Malti (9 %, -16 postotnih bodova), a smanjenje za najmanje pet postotnih bodova zabilježeno je u Irskoj (11 %, -6 postotnih bodova) i Mađarskoj (4 %, -5 postotnih bodova). Svakodnevno ili gotovo svakodnevno slušanje podcasta povećalo se u šest zemalja, posebno u Španjolskoj (12 %, + 5 postotnih bodova). Ta je brojka ostala nepromijenjena u pet zemalja: Švedska (17 %), Luksemburg (10 %), Finska (9 %), Estonija (7 %) i Grčka (1 %).

QE3.4. Možete li reći u kojoj mjeri...? —Slušajte podcaste (%)



Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

Postoji jasna dobna razlika među ispitanicima koji svakodnevno ili gotovo svakodnevno slušaju podcaste, pri čemu više od jedne od deset (13 – 14 %) daje taj odgovor među ispitanicima u dobi od 15 do 39 godina, u usporedbi s manje od jednog od dvadeset (3 %) među osobama u dobi od 55 ili više godina. Taj je udio najveći i među onima koji su ostali u redovnom obrazovanju do dobi od 20 ili više godina (10 %), u usporedbi s onima koji su završili obrazovanje u dobi od 15 godina ili mlađoj (2 %).

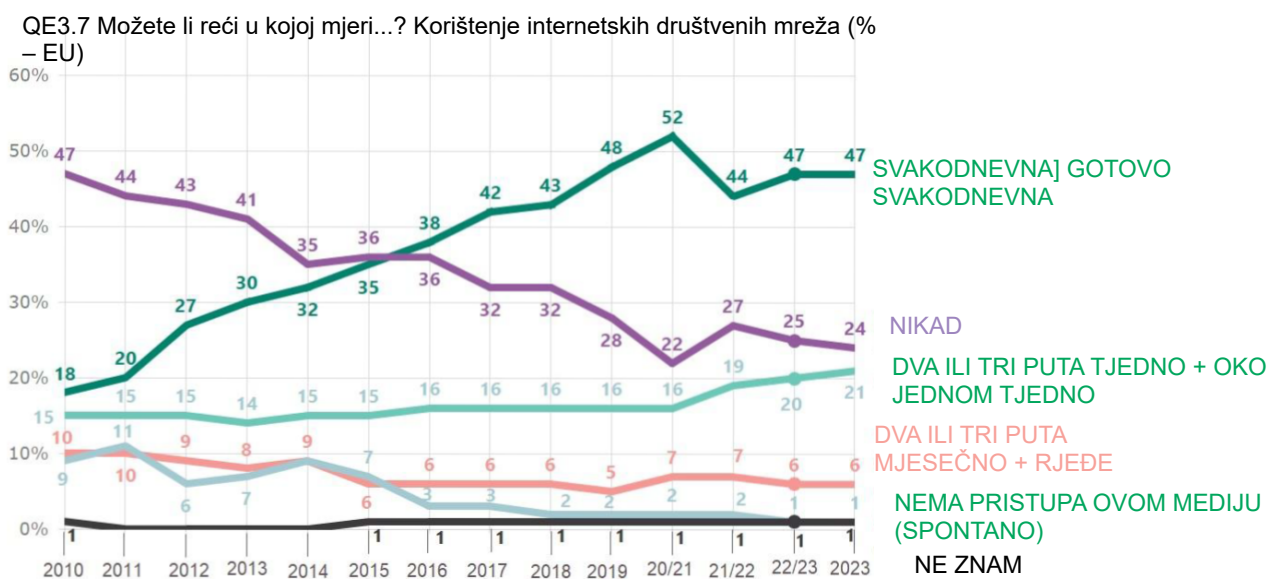
Menadžeri (12 %) imaju najveću vjerojatnost da će slušati podcaste svaki dan ili gotovo svaki dan, posebno u usporedbi s kućnim osobama (3 %). Konačno, svakodnevno ili gotovo svakodnevno slušanje podcasta više je među onima koji se smatraju pripadnicima gornje ili više srednje klase društva (11 – 12 %) nego među onima koji se smatraju pripadnicima radničke ili niže srednje klase (obje 6 %).

QE3.4 Možete li reći u kojoj mjeri...? Slušajte podcaste (% – EU)

	Svakodnevna/ gotovo svakodnevna	Dva ili tri puta tjedno	Okolo jednom tjedno	Dva ili tri puta mjesečno	Rjeđe	Nikad	Nema pristupa ovom mediju (SPONTANEOUS)	Ne znam	Ukupno najmanje jednom tjedno
EU27	8	10	10	7	12	50	2	1	28
Spol									
Covjek	9	11	10	7	13	47	2	1	30
Zena	7	10	10	6	11	53	2	1	27
Dob									
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
Obrazovanje (završetak)									
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
Još uvijek studira	17	18	16	9	14	25	0	1	51
Društveno-profesionalna kategorija									
Samozaposlena osoba	9	14	13	8	14	41	1	0	36
Menadžeri	12	16	14	11	16	30	1	0	42
Ostali bijeli ovratnici	9	13	14	9	14	39	1	1	36
Manualni radnici	7	10	10	6	13	51	2	1	27
Osobe u kući	3	5	9	2	8	68	4	1	17
Nezaposlen	8	7	8	6	12	57	1	1	23
Umirovljeni	2	4	4	2	7	75	4	2	10
Studenti	17	18	16	9	14	25	0	1	51
Poteškoće s plaćanjem računa									
Većinu vremena	7	9	8	6	8	57	3	2	24
S vremena na vrijeme	7	12	10	6	10	52	2	1	29
Gotovo nikada/nikad	8	10	10	7	13	49	2	1	28
Razmotrite pripadnost									
Radnička klasa	6	6	6	4	8	66	2	2	18
Niža srednja klasa	6	10	10	6	12	54	2	0	26
Srednja klasa	8	12	11	7	14	45	2	1	31
Gornja srednja klasa	12	15	14	11	14	33	1	0	41
Gornji razred	11	16	15	10	17	29	1	1	42
Slika EU-a									
Pozitivan	9	12	12	8	13	44	1	1	33
Neutralan	6	8	9	6	12	55	3	1	23
Negativno	7	9	7	5	10	57	3	2	23

Svakodnevna upotreba internetskih društvenih mreža ostala je stabilna od zime 2022. 2023. (47 %, bez promjena). Taj je udio naglo pao između zime 2020. 2021. i zime 2021. 2022. (s 52 % na 44 %), a zatim se ponovno povećao u zimi 2022. 2023. (47 %). Međutim, dugoročni obrazac upućuje na stalno povećanje dnevne upotrebe internetskih društvenih mreža od jeseni 2010. (18 %).

Udio ispitanika koji se barem jednom tjedno koriste internetskim društvenim mrežama ostao je uglavnom stabilan od zime 2022. 2023. (+ 1 postotni bod) i trenutačno iznosi 68 %, dok otprilike četvrtina (24 %, -1 postotni bod) kaže da ih nikada ne upotrebljavaju.

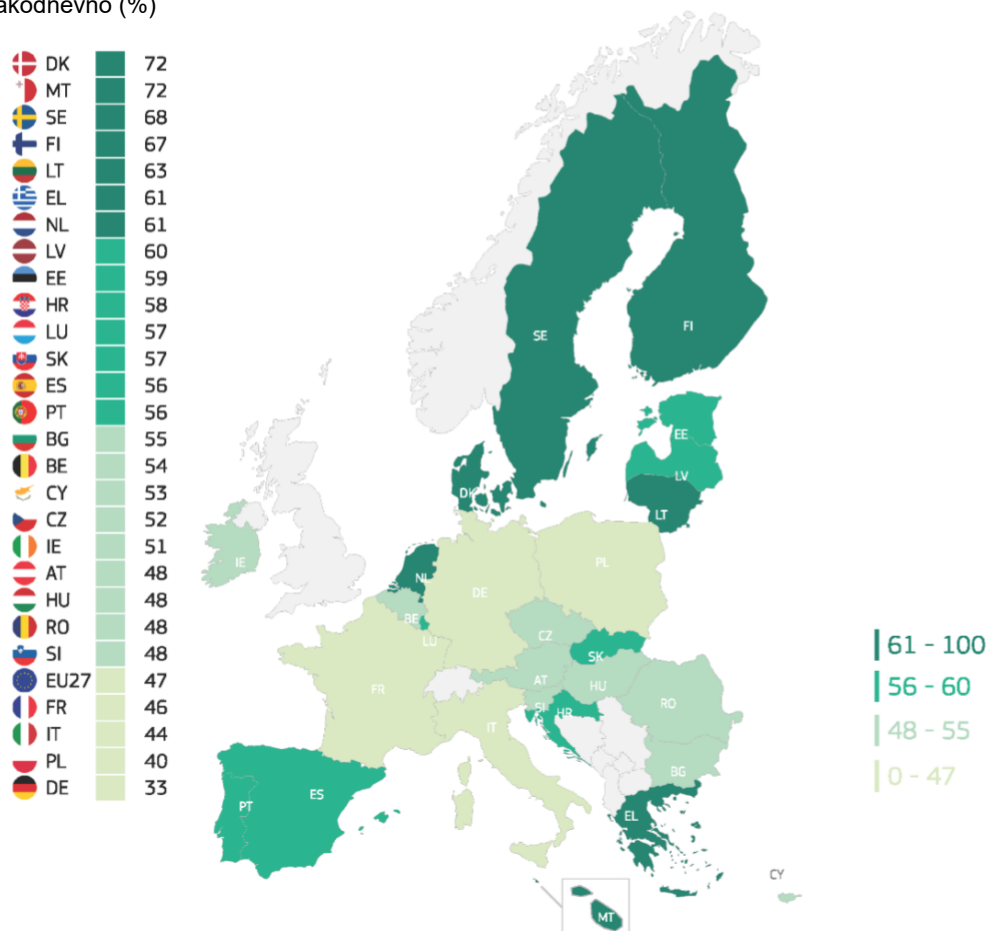


Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

U 19 zemalja, većina koristi online društvene mreže svaki dan ili gotovo svaki dan. To je prije svega slučaj s ispitanicima u Danskoj i Malti (72 %) i Švedskoj (68 %). S druge strane, 33 % u Njemačkoj, 40 % u Poljskoj i 44 % u Italiji kažu da ih koriste svakodnevno ili gotovo svakodnevno. Svakodnevna ili gotovo svakodnevna upotreba internetskih društvenih mreža porasla je u 15 država članica EU-a od zime 2022. 2023.

Povećanja od najmanje pet postotnih bodova zabilježena su u Austriji (48 %, + 6 postotnih bodova), Finskoj (67 %, + 5 postotnih bodova) i Luksemburgu (57 %, + 5 postotnih bodova). S druge strane, taj se udio smanjio u 11 zemalja, posebno u Cipru (53 %, -11 postotnih bodova), Mađarskoj (48 %, - 7 postotnih bodova) i Poljskoj (40 %, -7 postotnih bodova). U Italiji nema promjena (44 %).

QE3.7. Možete li reći u kojoj mjeri...? —Koristite online društvene mreže – Svakodnevno/gotovo svakodnevno (%)



Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

Sociodemografski podaci pokazuju da što su ispitanici mlađi, to je vjerojatnije da će se svakodnevno ili gotovo svakodnevno koristiti internetskim društvenim mrežama. Na primjer, osam od deset osoba u dobi od 15 do 24 godine to čini, u usporedbi s četvrtinom osoba starijih od 55 godina.

Što su ispitanici dulje ostali u redovnom obrazovanju, to je veća vjerojatnost da će biti svakodnevni ili gotovo svakodnevni korisnici internetskih društvenih mreža, pri čemu 53 % ispitanika daje taj odgovor među onima koji su završili redovno obrazovanje u dobi od 20 ili više godina, u usporedbi s 23 % onih koji su napustili dob od 15 godina ili mlađe.

Najmanje je vjerojatno da će osobe u kućanstvu (42 %) biti svakodnevni ili gotovo svakodnevni korisnici internetskih društvenih mreža, posebno u usporedbi s nezaposlenima (59 %). Kad je riječ o društvenoj klasi, ispitanici koji se smatraju pripadnicima radničke klase (41 %) društva najmanje će reći da svakodnevno ili gotovo svakodnevno koriste internetske društvene mreže, pri čemu je najveća vjerojatnost da će to učiniti oni koji se smatraju pripadnicima više ili više srednje klase (52 % odnosno 57 %).

QE3.7 Možete li reći u kojoj mjeri...? Korištenje internetskih društvenih mreža (% – EU)

	Svakodnevna/ gotovo svakodnevna	Dva ili tri puta tjedno	Oko jednom tjedno	Dva ili tri puta mjesečno	Rjeđe	Nikad	Nema pristupa ovom mediju (SPONTANEOUS)	Ne znam	Ukupno najmanje jednom tjedno
EU27	47	15	6	2	4	24	1	1	68
Spol									
Covjek	46	15	8	2	5	23	1	0	69
Zena	48	14	5	2	4	24	2	1	67
Dob									
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
Obrazovanje (završetak)									
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
Još uvijek studira	80	11	3	1	2	3	0	0	94
Društveno-profesionalna kategorija									
Samozaposlena osoba	54	18	7	2	4	15	0	0	79
Menadžeri	54	18	7	2	5	13	1	0	79
Ostali bijeli ovratnici	56	19	8	3	4	10	0	0	83
Manualni radnici	53	17	8	3	4	14	1	0	78
Osobe u kući	42	12	5	3	4	30	3	1	59
Nezaposlen	59	12	4	1	4	19	1	0	75
Umirovljeni	19	10	5	2	5	54	4	1	34
Studenti	80	11	3	1	2	3	0	0	94
Poteškoće s plaćanjem računa									
Većinu vremena	51	11	4	2	2	27	2	1	66
S vremena na vrijeme	47	16	8	2	4	21	1	1	71
Gotovo nikada/nikad	47	14	6	2	5	24	2	0	67
Razmotrite pripadnost									
Radnička klasa	41	12	4	2	3	35	2	1	57
Niža srednja klasa	44	15	6	3	4	26	1	1	65
Srednja klasa	49	16	7	2	5	19	1	1	72
Gornja srednja klasa	57	14	7	3	5	14	0	0	78
Gornji razred	52	20	7	3	2	14	1	1	79
Slika EU-a									
Pozitivan	52	15	6	2	4	20	1	0	73
Neutralan	44	14	7	3	4	26	2	0	65
Negativno	43	15	6	2	4	27	2	1	64

2. Povjerenje u medije

Većina ljudi ne vjeruje medijima.

Gotovo četiri od deset (39 %) izjavilo je da imaju tendenciju povjerenja u medije, što je povećanje od tri postotna boda u odnosu na posljednje pitanje postavljeno u proljeće 2023. (EB99). Međutim, većina (57 %, -3 postotna boda) tvrdi da im ne vjeruje⁷.

Razina povjerenja u medije znatno se razlikuje među 27 država članica EU-a. U šest zemalja većina ispitanika kaže da imaju tendenciju povjerenja u medije: Finska (72 %), Portugal (61 %), Švedska (57 %), Austrija (56 %) te Danska i Nizozemska (obje 55 %). Na suprotnom kraju ljestvice svaki peti odgovor daje u Grčkoj, kao i otprilike četvrtina u Francuskoj, Malti i Sloveniji (svih 26 %). Udio ispitanika koji ne vjeruju medijima najveći je u Grčkoj (79 %), Sloveniji (73 %) i Francuskoj (71 %).

Udio ispitanika koji imaju povjerenja u medije porastao je u 14 država članica EU-a u odnosu na zimu 2022. 2023. Povećanja razine povjerenja najznačajnija su u Austriji (56 %, +9 postotnih bodova), Njemačkoj (44 %, +8 postotnih bodova) i Italiji (38 %, +7 postotnih bodova). S druge strane, ta se brojka smanjila u 11 zemalja, posebno u Danskoj (55 %, -7 postotnih bodova), Češkoj (38 %, -6 postotnih bodova) i Belgiji (43 %, -5 postotnih bodova). Nije bilo promjena u Poljskoj (40 %) i Litvi (39 %).

Povjerenje u medije sada je većinski stav u Austriji.

QA6.1 Koliko imate povjerenja u određene institucije? Za svaku od sljedećih institucija, imate li tendenciju da joj vjerujete ili joj ne vjerujete?
Mediji (%)

	EU27	NA	DE	TO JE	EE	RO	SK	BG	ES	FR	HR	HU	MT	IE	SI	LT	PL	CY	LV	NL	PT	SE	EL	LU	FI	BITI	CZ	DK	
Imaju tendenciju povjerenja	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 svibanj/srpanj 2023.	Γ3	Γ9	Γ8	7	Γ6	Γ6	Γ6	Γ5	Γ3	Γ2	Γ2	Γ2	Γ2	Γ1	Γ1	=	=	►2	►2	►2	►2	►2	►3	►3	►3	►5	►6	►7	
Imaju tendenciju da ne vjeruju	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 svibanj/srpanj 2023.	►3	►10	►8	►7	►7	►7	►7	►6	►2	►1	►4	►3	►4	►3	Γ3	Γ1	►2	=	Γ3	Γ2	Γ2	Γ2	Γ3	Γ6	Γ2	Γ5	Γ4	Γ5	
Ne znam	4	5	4	4	4	3	3	7	3	4	1	1	4	4	5	4	6	2	6	2	2	2	2	1	7	4	2	2	2
Δ svibanj/srpanj 2023.	=	Γ1	=	=	Γ1	Γ1	Γ1	Γ1	►1	►1	Γ2	Γ1	Γ2	Γ2	►4	►1	Γ2	Γ2	►1	=	=	=	=	►3	Γ1	=	Γ2	Γ2	

⁷ QA6. Koliko povjerenja imate u određenim institucijama? Za svaku od sljedećih institucija, imate li tendenciju da joj vjerujete ili joj ne vjerujete? 1) mediji

Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

Sociodemografska analiza pokazuje da je razina povjerenja u medije nešto viša među najmlađim ispitanicima u dobi od 15 do 24 godine (43 %) nego među starijim ispitanicima (38 – 39 %). Ispitanici koji su završili redovito obrazovanje u dobi od 20 ili više godina također imaju najviše povjerenja u medije (43 %, u usporedbi s 35 % među onima koji su ranije napustili obrazovanje).

Udio osoba koje vjeruju medijima najveći je među rukovoditeljima (44 %), posebno u usporedbi s nezaposlenim osobama (24 %). Razine povjerenja raširenije su i među ispitanicima koji imaju najmanje financijskih poteškoća. Točnije, 43 % onih koji nikada ili gotovo nikada nemaju poteškoća s plaćanjem računa, u usporedbi s 26 % onih koji imaju poteškoća većinu vremena.

QA6.1 Koliko imate povjerenja u određene institucije? Za svaku od sljedećih institucija, imate li tendenciju da joj vjerujete ili joj ne vjerujete? Mediji (% – EU)

	Imaju tendenciju povjerenja	Imaju tendenciju da ne vjeruju	Ne znam
EU27	39	57	4
Spol			
Covjek	39	58	3
Zena	40	56	4
Dob			
15 – 24	43	54	3
25 – 39	38	58	4
40 – 54	38	58	4
55 +	39	57	4
Obrazovanje (završetak)			
15—	35	60	5
16 – 19	35	61	4
20+	43	54	3
Još uvijek studira	49	48	3
Društveno-profesionalna kategorija			
Samozaposlena osoba	41	55	4
Menadžeri	44	53	3
Ostali bijeli ovratnici	38	59	3
Manualni radnici	35	61	4
Osobe u kući	36	59	5
Nezaposlen	24	73	3
Umirovljeni	40	56	4
Studenti	49	48	3
Poteškoće s plaćanjem računa			
Većinu vremena	26	70	4
S vremena na vrijeme	35	62	3
Gotovo nikada/nikad	43	53	4
Razmotrite pripadnost			
Radnička klasa	31	65	4
Niža srednja klasa	36	61	3
Srednja klasa	42	55	3
Gornja srednja klasa	51	46	3
Gornji razred	43	52	5
Slika EU-a			
Pozitivan	55	42	3
Neutralan	32	63	5
Negativno	17	81	2

Većina smatra da njihovi nacionalni mediji pružaju pouzdane informacije, iako se taj udio uvelike razlikuje među zemljama.

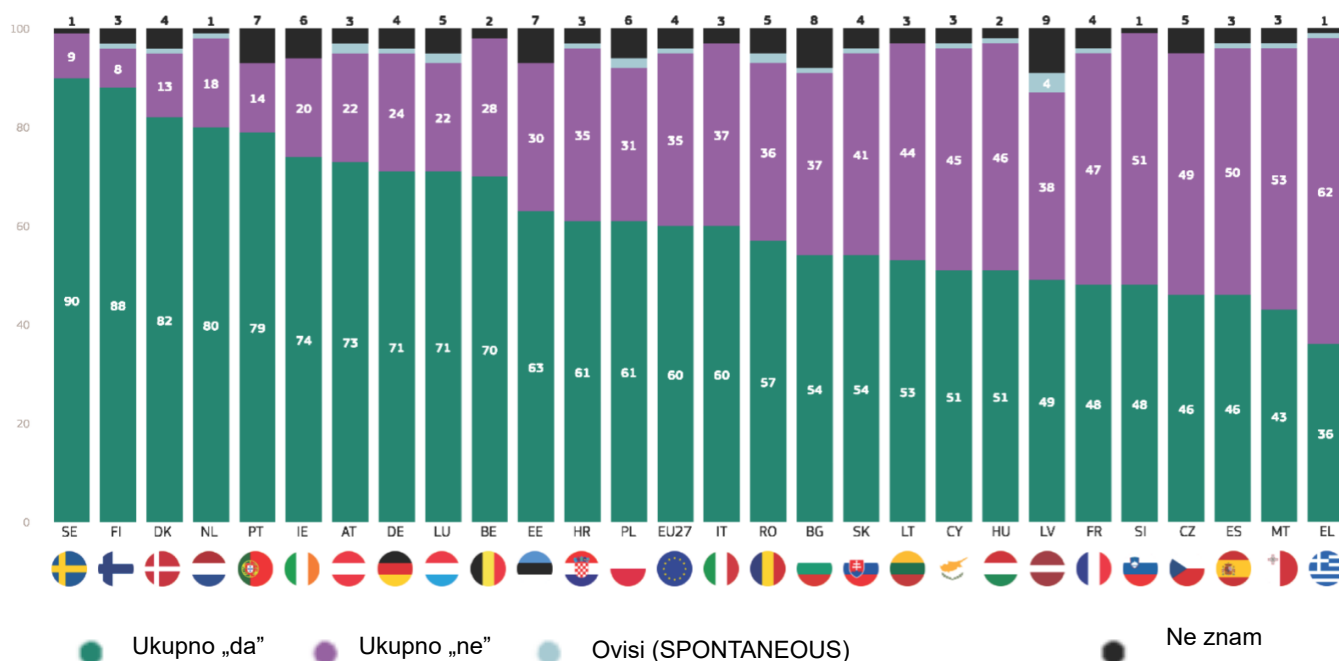
Šest od deset ispitanika (+ 1 postotni bod od zime 2022. 2023.) smatra da njihovi nacionalni mediji pružaju pouzdane informacije, ili „definitivno” (12 %, + 1 postotni bod) ili „u određenoj mjeri” (48 %, bez promjene). S druge strane, više od jedne trećine (35 %, -1 pp) govori suprotno („ne, stvarno” ili „ne, uopće ne”), a 4 % (bez promjene) kaže da ne zna⁸.

U 22 države članice EU-a (u usporedbi s 21 u zimi 2022. 2023.) većina tvrdi da mediji u njihovoj zemlji pružaju pouzdane informacije. To je stajalište osobito rašireno u Švedskoj (90 %), Finskoj (88 %) i Danskoj (82 %). U preostalih pet država članica ispitanici najvjerojatnije misle da njihovi nacionalni mediji ne pružaju pouzdane informacije: Grčka (62 %), Malta (53 %), Slovenija (51 % „ne” u odnosu na 48 % „da”), Španjolska (50 % naspram 46 %) i Češka (49 % naspram 46 %).

U 12 država članica EU-a ispitanici su skloniji nego u zimu 2022. 2023. da misle da njihovi nacionalni mediji pružaju pouzdane informacije. To je posebno slučaj u Slovačkoj (54 %, + 12 postotnih bodova), Poljskoj (61 %, + 9 postotnih bodova) i Francuskoj (48 %, + 6 postotnih bodova). Taj se udio smanjio u dodatnih 12 zemalja, pri čemu je najveće smanjenje zabilježeno u Malti (43 %, -11 postotnih bodova), Cipru (51 %, - 9 postotnih bodova) i Latviji (49 %, - 8 postotnih bodova). Ta je brojka ostala nepromijenjena u Irskoj (74 %), Luksemburgu (71 %) i Litvi (53 %).

U usporedbi sa zimom 2022. – 2023., stajalište da nacionalni mediji pružaju pouzdane informacije sada je većinski položaj u Francuskoj, Mađarskoj i Slovačkoj. Međutim, to je postalo i manjinsko stajalište na Malti i Španjolskoj.

QE7.1. Za svaku od sljedećih izjava navedite u kojoj je mjeri ona u skladu sa situacijom medija (nacionalnosti) koji pružaju pouzdane informacije (%)



8 QE7. Za svaku od sljedećih izjava navedite u kojoj mjeri ona odgovara stanju medija (nacionalnosti). 1) (nacionalnost) mediji pružaju pouzdane informacije.

Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

Sociodemografski podaci pokazuju da su rezultati dosljedni u pogledu spola i među dobnim skupinama. Više varijacija može se uočiti po razini obrazovanja, pri čemu ispitanici koji su završili redovno obrazovanje u dobi od 20 ili više godina (65 %) imaju veću vjerojatnost od onih koji su napustili 15 ili mlađih (55 %) da kažu da mediji u njihovoj zemlji pružaju pouzdane informacije.

Među socio-profesionalnim kategorijama, rukovoditelji (71 %) najvjerojatnije će reći da njihovi nacionalni mediji pružaju pouzdane informacije, posebno u usporedbi s nezaposlenima (45 %). Udio koji daje ovaj odgovor također je najveći među onima koji nikada ili gotovo nikada nemaju poteškoća s plaćanjem računa (64 %, u usporedbi s 47 % onih koji imaju poteškoća većinu vremena).

QE7.1 Za svaku od sljedećih izjava navedite u kojoj mjeri ona odgovara stanju medija (nacionalnosti): (Državljanstvo) mediji pružaju pouzdane informacije (% – EU)

	Ukupno „da”	Ukupno „ne”	Ne znam
EU27	60	35	4
Spol			
Covjek	61	35	3
Zena	60	35	4
Dob			
15 – 24	60	34	5
25 – 39	60	36	3
40 – 54	62	35	3
55 +	61	34	4
Obrazovanje (završetak)			
15—	55	37	7
16 – 19	58	38	3
20+	65	32	2
Još uvijek studira	66	29	4
Društveno-profesionalna kategorija			
Samozaposlena osoba	62	34	3
Menadžeri	71	27	1
Ostali bijeli ovratnici	59	36	4
Manualni radnici	56	39	4
Osobe u kući	55	36	8
Nezaposlen	45	51	3
Umirovljeni	61	34	4
Studenti	66	29	4
Poteškoće s plaćanjem računa			
Većinu vremena	47	48	4
S vremena na vrijeme	57	38	4
Gotovo nikada/nikad	64	32	3
Razmotrite pripadnost			
Radnička klasa	51	41	6
Niža srednja klasa	57	39	3
Srednja klasa	65	32	2
Gornja srednja klasa	73	26	1
Gornji razred	62	34	3
Slika EU-a			
Pozitivan	73	23	3
Neutralan	57	37	5
Negativno	39	58	2

II. Razina informacija o europskim pitanjima



Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

Udio Europljana koji se osjećaju dobro informiranima o europskim pitanjima na najvišoj je razini.

Nakon povećanja od osam postotnih bodova između zime 2021. 2022. i zime 2022. – 2023., udio ispitanika koji se osjećaju dobro informiranima o europskim pitanjima povećao se za tri postotna boda u trenutnom standardnom istraživanju Eurobarometra (46 %) i sada je na najvišoj razini od početka serije u jesen 2010.⁹

Iako se apsolutna većina i dalje ne osjeća dobro informiranom (53 %, -3 postotna boda), taj je udio sada na najnižoj dosad zabilježenoj razini.

QE2 I općenito, u kojoj mjeri smatrate da ste dobro informirani o europskim pitanjima? (% – EU)



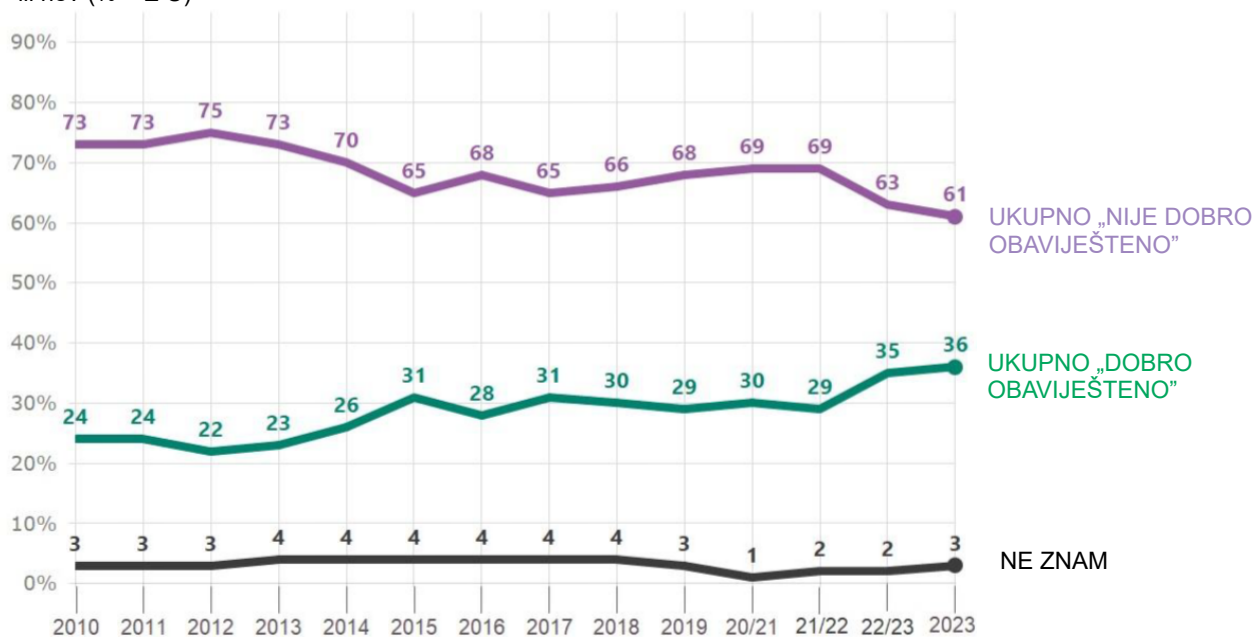
9 QE2. I općenito, koliko mislite da ste dobro informirani o europskim pitanjima?

Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

Više od jedne trećine smatra da su ljudi u njihovoj zemlji dobro informirani o europskim pitanjima (36 %), dok oko šest od deset misli suprotno (61 %), a 3 % kaže da ne znaju¹⁰.

Udio ispitanika koji navode da su ljudi u njihovoj zemlji dobro informirani o europskim pitanjima na rekordnoj je razini jer je to pitanje prvi put postavljeno u jesen 2010. (+ 1 postotni bod od zime 2022. 2023.; + 7 postotnih bodova od zime 2021. 2022.). S druge strane, udio osoba koje smatraju da ljudi nisu dobro informirani na najnižoj je razini (– 2 postotna boda od zime 2022. 2023., -8 postotnih bodova od zime 2021. 2022.).

Općenito, u kojoj mjeri smatrate da su ljudi (naše zemlje) dobro informirani o europskim pitanjima ili ne? (% – E U)

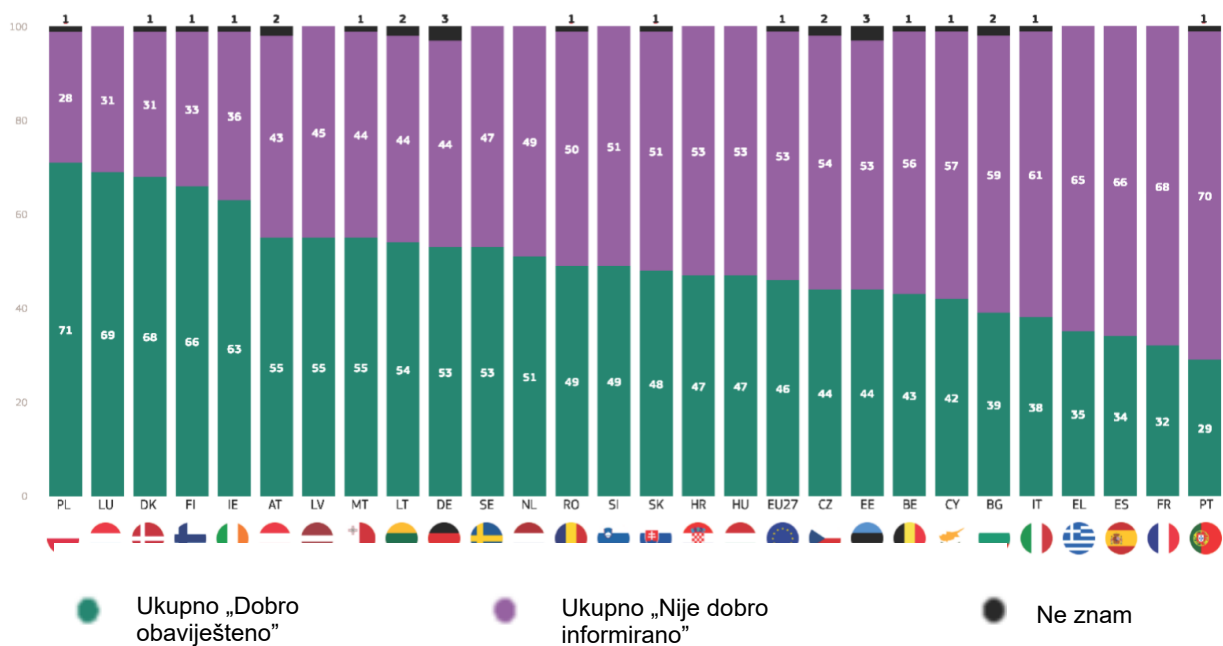


10 QF1(* ili QE1? *). Koliko ste dobro informirani o europskim pitanjima?

Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

U 12 država članica EU-a (u usporedbi s devet u zimi 2022. – 2023.) većina ispitanika smatra da su dobro informirani o europskim pitanjima. Najveći postotak zabilježen je u Poljskoj (71 %), Luksemburgu (69 %) i Danskoj (68 %). S druge strane, ispitanici će najvjerojatnije misliti da nisu dobro informirani u 15 zemalja. To se posebno odnosi na ispitanike u Portugalu (70 %), Francuskoj (68 %) i Španjolskoj (66 %).

QE2. I općenito, u kojoj mjeri smatrate da ste dobro informirani o europskim pitanjima? (%)



Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

U 17 zemalja udio ispitanika koji se osjećaju dobro informiranima o europskim pitanjima porastao je od zime 2022. 2023. Povećanja od više od pet postotnih bodova zabilježena su u Njemačkoj (53 %, + 7 postotnih bodova), Švedskoj (53 %, + 6 postotnih bodova) i Sloveniji (49 %, + 6 postotnih bodova). S druge strane, taj se udio smanjio u šest zemalja, posebno u Malti (55 %, -12 postotnih bodova), Portugalu (29 %, - 7 postotnih bodova) i Cipru (42 %, -4 postotna boda), a ostao je stabilan u četiri zemlje: Irska (63 %), Litva (54 %), Rumunjska (49 %) i Bugarska (39 %). U usporedbi sa zimom 2022. – 2023., osjećaj dobro informiranosti sada je većinski položaj u Njemačkoj, Nizozemskoj i Švedskoj.

QE2 I općenito, u kojoj mjeri smatrate da ste dobro informirani o europskim pitanjima? (%)

	EU27	DE	SI	SE	EE	NA	PL	DK	FI	FR	HR	SK	BITI	CZ	EL	ES	NL	LV	BG	IE	LT	RO	TO JE	LU	HU	CY	PT	MT	
Ukupno „Well Informed“	46	53	49	53	44	55	71	68	66	32	47	48	43	44	35	34	51	55	39	63	54	49	38	69	47	42	29	55	
Δ svibanj/srpanj 2023.	Γ3	7	Γ6	Γ6	Γ5	Γ5	Γ5	Γ4	Γ4	Γ3	Γ3	Γ3	Γ2	Γ2	Γ2	Γ2	Γ2	Γ1	=	=	=	=	▶2	▶2	▶2	▶4	▶7	▶12	
Ukupno „Nije dobro informirano“	53	44	51	47	53	43	28	31	33	68	53	51	56	54	65	66	49	45	59	36	44	50	61	31	53	57	70	44	
Δ svibanj/srpanj 2023.	▶3	▶9	▶5	▶6	▶7	▶6	▶5	▶5	▶5	▶2	▶3	▶1	▶3	▶1	▶2	▶2	▶2	▶1	=	=	▶1	=	Γ1	Γ2	Γ2	Γ3	Γ6	12	
Ne znam	1	3	0	0	3	2	1	1	1	0	0	1	1	2	0	0	0	0	2	1	2	1	1	0	0	1	1	1	
Δ svibanj/srpanj 2023.	=	Γ2	▶1	=	Γ2	Γ1	=	Γ1	Γ1	▶1	=	▶2	Γ1	▶1	=	=	=	=	=	=	=	Γ1	=	Γ1	=	=	Γ1	Γ1	=

Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

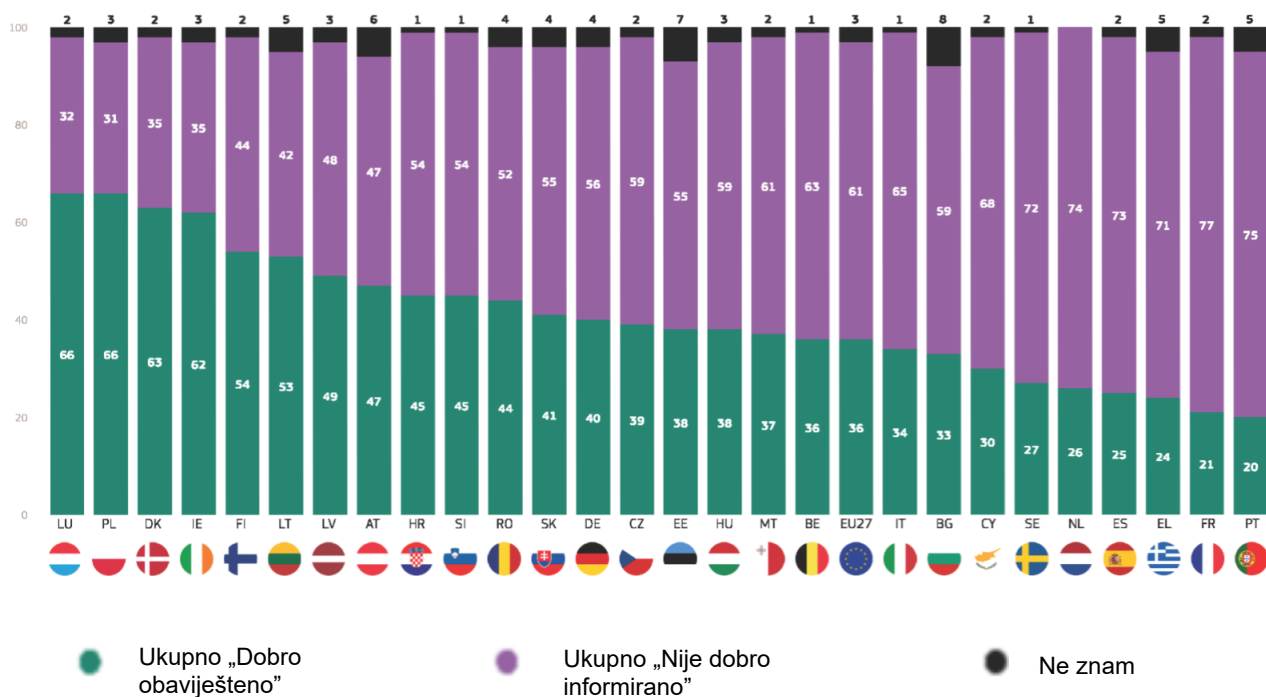
U sedam država članica EU-a (isto kao i zimi 2022. – 2023.) većina smatra da su ljudi u njihovoj zemlji dobro informirani o europskim pitanjima, a više od šest od deset navodi to u Luksemburgu i Poljskoj (obje 66 %), Danskoj (63 %) i Irskoj (62 %).

U 19 država članica EU-a većina ispitanika smatra da ljudi u njihovoj zemlji nisu dobro informirani o europskim pitanjima.

Najveći udjeli koji daju taj odgovor nalaze se u Francuskoj (77 %), Portugalu (75 %) i Nizozemskoj (74 %).

Mišljenja su podijeljena u Austriji, gdje se u jednakim omjerima navodi da su ljudi dobro informirani i nedovoljno informirani (obje 47 %).

QE1. Općenito, u kojoj mjeri smatrate da su građani (naše zemlje) dobro informirani o europskim pitanjima ili ne? (%)



Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

U 15 država članica EU-a udio ispitanika koji misle da su ljudi u njihovoj zemlji dobro informirani o europskim pitanjima povećao se od zime 2022. 2023. To je osobito slučaj u Danskoj (63 %, + 6 postotnih bodova), Sloveniji (45 %, + 6 postotnih bodova) i Njemačkoj (40 %, + 6 postotnih bodova). U osam zemalja manje je vjerojatno da će ispitanici dati taj odgovor nego u zimi 2022. 2023., pri čemu je smanjenje od više od deset postotnih bodova zabilježeno na Malti (37 %, – 21 postotni bod) i na Cipru (30 %, – 12 postotnih bodova). Ta je brojka ostala stabilna u četiri zemlje: Latvija (49 %), Mađarska (38 %), Belgija (36 %) i Portugal (20 %).

U usporedbi sa zimom 2022. – 2023., stajalište da su ljudi u njihovoj zemlji dobro informirani o europskim pitanjima sada je većinsko mišljenje u Latviji. S druge strane, to je sada postalo manjinsko stajalište na Malti i Rumunjskoj, dok je mišljenje postalo podijeljeno u Austriji.

Općenito, u kojoj mjeri smatrate da su ljudi (naše zemlje) dobro informirani o europskim pitanjima ili ne? (%)

	EU27	DK	DE	SI	FL	CZ	EE	HR	NA	FR	NL	SE	ES	LT	SK	FI	BITI	LV	HU	T	BG	IE	EL	TO JE	LU	RO	CY	MT	
Ukupno „Well Informed“	Listopad/studeni 2023.	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 svibanj/srpanj 2023.	Γ1	Γ6	Γ6	Γ6	Γ5	Γ4	Γ4	Γ4	Γ4	Γ3	Γ3	Γ2	Γ1	Γ1	Γ1	=	=	=	=	=	▶1	▶1	▶1	▶2	▶3	▶4	▶12	▶21
Ukupno „Nije dobro informirano“	Listopad/studeni 2023.	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 svibanj/srpanj 2023.	▶2	▶6	▶6	▶5	▶6	▶2	▶6	▶4	▶5	▶2	▶2	▶2	▶2	▶3	=	▶2	Γ1	▶1	▶2	▶1	▶1	Γ1	▶2	Γ2	Γ2	Γ4	11	Γ22
Ne znam	Listopad/studeni 2023.	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 svibanj/srpanj 2023.	Γ1	=	=	▶1	Γ1	▶2	Γ2	=	Γ1	▶1	▶1	=	Γ1	Γ2	▶1	Γ1	▶1	Γ1	Γ2	Γ1	Γ2	=	Γ3	=	Γ1	=	Γ1	▶1

Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

Sociodemografska analiza pokazuje da muškarci (50 %) imaju veću vjerojatnost od žena (41 %) da se osjećaju dobro informirani o europskim pitanjima. Taj je udio najveći i među ispitanicima u skupinama središnje dobi (48 % osoba u dobi od 25 do 54 godine, u usporedbi s 43 – 44 % mlađih i starijih) i među onima koji su ostali dulje u redovnom obrazovanju (56 % osoba koje završavaju obrazovanje u dobi od 20 ili više godina, u usporedbi s 27 % osoba koje su napustile dob od 15 godina ili mlađe).

Osjećaj da ste dobro informirani o europskim pitanjima najrašireniji je među rukovoditeljima (59 %) nego među kućnim osobama (31 %) i nezaposlenima (33 %). Osim toga, postoje i razlike u pogledu financijskih poteškoća ispitanika i socijalne klase koju doživljavaju sami. Naime, otprilike polovica (51 %) onih koji nikada ili gotovo nikada nemaju poteškoća s plaćanjem računa smatra da su dobro informirani, u usporedbi s otprilike četvrtinom (27 %) onih koji imaju poteškoća većinu vremena. Slično tome, vjerojatnije je da će ispitanici koji se smatraju dijelom gornjeg (75 %) ili više srednje klase (65 %) društva dati taj odgovor nego oni koji se smatraju pripadnicima radničke klase (31 %).

Naposljetku, vjerojatnije je da će ispitanici koji imaju pozitivnu predodžbu o EU-u (60 %) misliti da su dobro informirani o europskim pitanjima nego oni koji imaju neutralnu (37 %) ili negativnu predodžbu.

QE2 I općenito, u kojoj mjeri smatrate da ste dobro informirani o europskim pitanjima? (% – EU)

	Ukupno „Dobro informirano“	Ukupno „Nije dobro obaviješteno“	Ne znam
EU27	46	53	1
Spol			
Čovjek	50	49	1
Žena	41	58	1
Dob			
15 – 24	43	56	1
25 – 39	48	51	1
40 – 54	48	51	1
55 +	44	55	1
Obrazovanje (završetak)			
15—	27	72	1
16 – 19	44	55	1
20+	56	43	1
Još uvijek studira	46	53	1
Društveno-profesionalna kategorija			
Samozaposlena osoba	54	45	1
Menadžeri	59	40	1
Ostali bijeli ovratnici	51	48	1
Manualni radnici	41	58	1
Osobe u kući	31	67	2
Nezaposlen	33	66	1
Umirovljeni	42	56	2
Studenti	46	53	1
Poteškoće s plaćanjem računa			
Većinu vremena	27	72	1
S vremena na vrijeme	39	60	1
Gotovo nikada/nikad	51	48	1
Razmotrite pripadnost			
Radnička klasa	31	68	1
Niža srednja klasa	39	59	2
Srednja klasa	51	48	1
Gornja srednja klasa	65	35	0
Gornji razred	75	25	0
Slika EU-a			
Pozitivan	60	40	0
Neutralan	37	62	1
Negativno	31	67	2

Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

Sociodemografski nalazi slični su kada se promatraju razmjeri koji misle da su ljudi u svojoj zemlji dobro informirani o europskim pitanjima, iako su razlike manje izražene i ne postoje jasne razlike po spolu.

Najstariji ispitanici u dobi od 55 ili više godina (34 %) malo su manje vjerojatno od onih u dobi od 15 do 54 godine (37 – 38 %) da kažu da su ljudi u njihovoj zemlji dobro informirani. Može se uočiti jasnija razlika u pogledu razine obrazovanja, s gotovo četiri od deset (39 %) osoba koje su završile redovito obrazovanje u dobi od 20 ili više godina, u usporedbi s otprilike četvrtinom (27 %) osoba koje su napustile školovanje u dobi od 15 godina ili mlađoj.

Rukovoditelji (42 %) najvjerojatnije će misliti da su osobe u njihovoj zemlji dobro informirane, posebno u usporedbi s nezaposlenim osobama (25 %). Osjećaj da su ljudi u vlastitoj zemlji dobro informirani o europskim pitanjima najrašireniji je među onima koji imaju poteškoća s plaćanjem računa nikada/gotovo nikad ili s vremena na vrijeme (34 – 39 %, u usporedbi s 25 % onih koji imaju poteškoća većinu vremena) i među onima koji se smatraju pripadnicima više klase društva (52 %, u usporedbi s 28 % onih koji se smatraju pripadnicima radničke klase).

Naposlijetku, vjerojatnije je da će oni koji imaju pozitivnu predodžbu o EU-u (47 %) osjećati da su građani njihove zemlje dobro informirani o europskim pitanjima nego oni koji imaju neutralnu (33 %) ili negativnu sliku (19 %).

Općenito, u kojoj mjeri smatrate da su ljudi (naše zemlje) dobro informirani o europskim pitanjima ili ne? (% – EU)

	Ukupno „Dobro informirano“	Ukupno „Nije dobro obaviješteno“	Ne znam
EU27	36	61	3
Spol			
Covjek	37	61	2
Zena	36	61	3
Dob			
15 – 24	38	59	3
25 – 39	38	60	2
40 – 54	37	61	2
55 +	34	63	3
Obrazovanje (završetak)			
15—	27	68	5
16 – 19	36	61	3
20+	39	59	2
Još uvijek studira	39	58	3
Društveno-profesionalna kategorija			
Samozaposlena osoba	38	61	1
Menadžeri	42	57	1
Ostali bijeli ovratnici	41	57	2
Manualni radnici	36	62	2
Osobe u kući	32	63	5
Nezaposlen	25	72	3
Umirovljeni	33	63	4
Studenti	39	58	3
Poteškoće s plaćanjem računa			
Većinu vremena	25	71	4
S vremena na vrijeme	34	64	2
Gotovo nikada/nikad	39	58	3
Razmotrite pripadnost			
Radnička klasa	28	67	5
Niža srednja klasa	35	62	3
Srednja klasa	40	58	2
Gornja srednja klasa	42	58	0
Gornji razred	52	46	2
Slika EU-a			
Pozitivan	47	51	2
Neutralan	33	64	3

Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

Negativno

19

79

2

III. Izvori informacija o političkim pitanjima i Europskoj uniji



1. Europska politička pitanja

Europljani i dalje dobivaju većinu svojih vijesti o europskim političkim pitanjima od općih i informativnih televizijskih kanala.

Generalistički televizijski kanali i dalje su najpoželjniji izvor vijesti o europskim političkim pitanjima (57 %, – 1 postotni bod od zime 2022. 2023.), nakon čega slijede televizijski kanali (53 %, + 2 postotna boda)¹¹.

Više od polovice oslanja se na internetski medij kao glavni izvor vijesti o europskim političkim pitanjima (55 %, + 1 postotni bod).

Četiri od deset (bez promjena) idu na informativne internetske stranice, dok tri od deset (+ 1 postotni bod) dobivaju svoje vijesti o europskim političkim pitanjima s internetskih društvenih mreža. Manje od jednog od deset oslanja se na web stranice hostinga videozapisa (7 %, bez promjene), podcaste (7 %, + 1 postotni bod) ili blogove (3 %, bez promjene).

Među tradicionalnim medijima radijski rad spominje otprilike jedna trećina ispitanika (34 %, + 1 postotni bod), dok se pisani tisak navodi za otprilike četvrtinu (26 %, + 1 postotni bod).

Manje od svakog desetog (8 %, + 1 postotni bod) tvrdi da ne traži informacije o europskim političkim pitanjima¹².

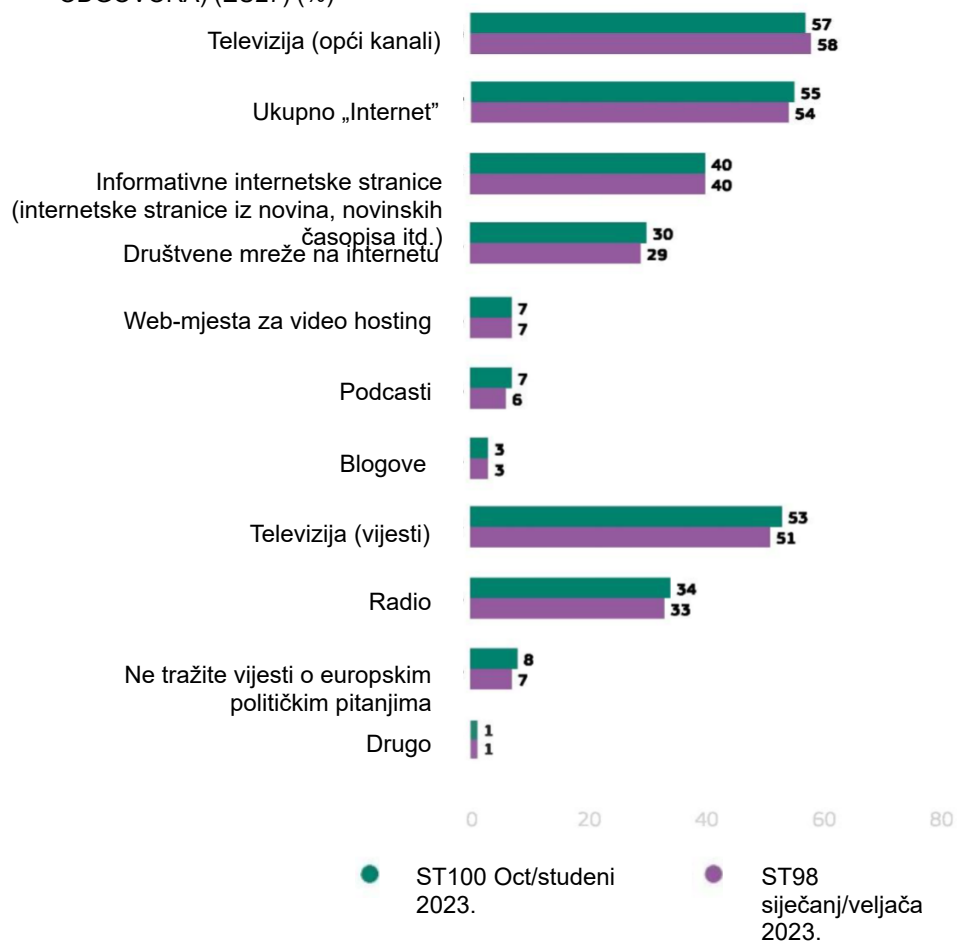
Općenito, osim blagog povećanja udjela u kojem se spominju televizijski kanali (+ 2 postotna boda), te su brojke ostale uglavnom stabilne od zime 2022. 2023.

11 Ukupno „Internet” kombinira rezultate za stavke: Informativne internetske stranice (internetske stranice iz novina, novinskih časopisa itd.), internetske društvene mreže, web-mjesta za hosting videozapisa, podcasti i blogovi.

12 QE4a. Gdje dobivate većinu vijesti o europskim političkim pitanjima? Prvo? QE4b. A onda? (MOGUĆE JE VIŠE ODGOVORA)

Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

QE4T. Gdje dobivate većinu vijesti o europskim političkim pitanjima? Prvo? A onda? (MOGUĆE VIŠE ODGOVORA) (EU27) (%)



Rangiranje izvora vijesti o europskim političkim pitanjima slično je kada se promatra samo prvi odgovor ispitanika. Općenitost televizijskih kanala (32 %, -1 postotni bod od zime 2022. – 2023.) je još jednom preferirani izvor, nakon čega slijede kanali vijesti (23 %, + 1 postotni bod).

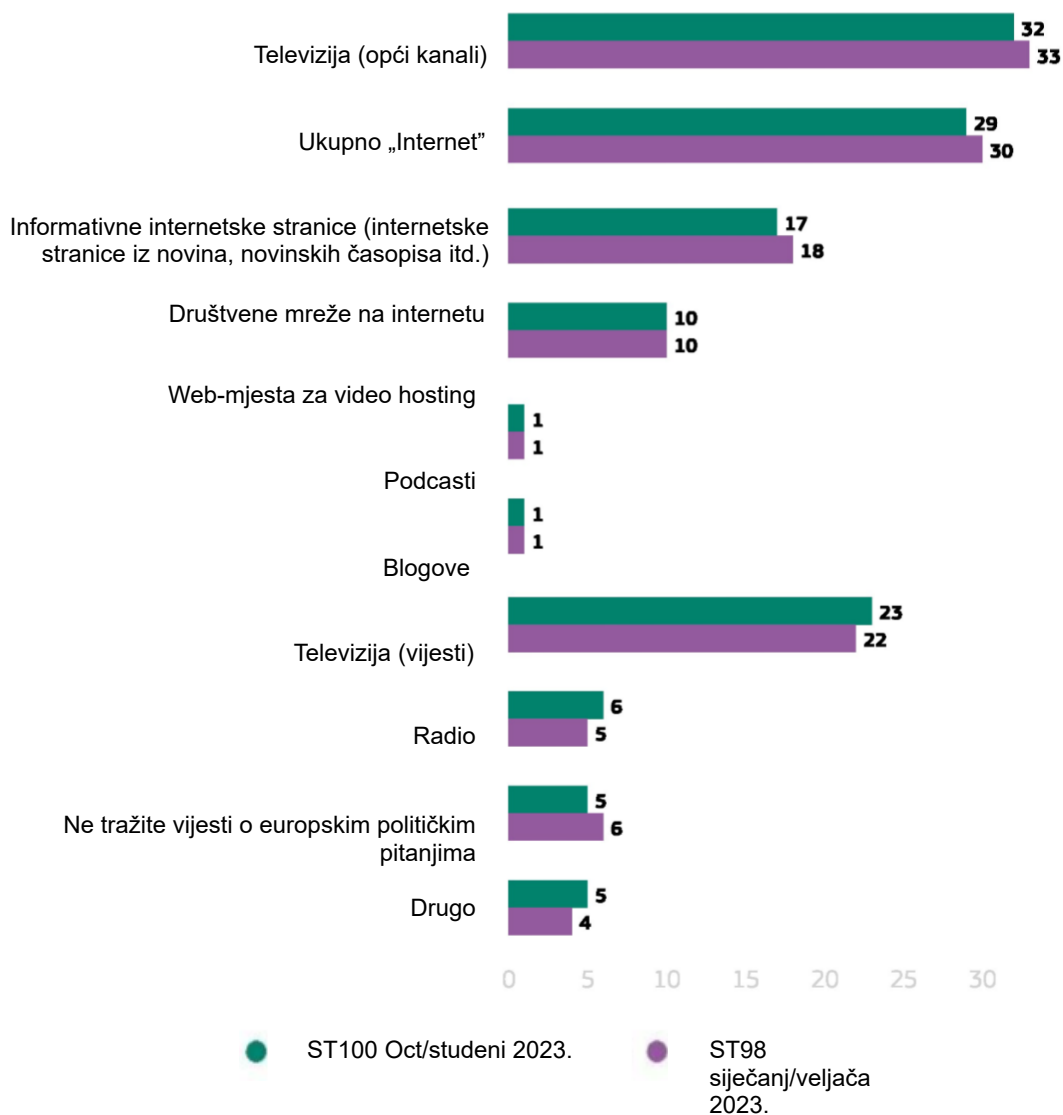
Oko tri od deset (29 %, -1 postotni bod) preferiraju internetski izvor za vijesti o europskim političkim pitanjima¹³. U ovoj kategoriji 17 % (-1 pp) navodi informativne internetske stranice kao izvor za ovu vrstu sadržaja, dok jedna od deset (bez promjene) spominje internetske društvene mreže.

Što se tiče tradicionalnih medija, 6 % (+ 1 postotni bod) navodi pisani tisak kao svoj prvi izbor za dobivanje vijesti o europskim političkim pitanjima, a 5 % (-1 postotni bod) navodi radio.

13 Ukupno „Internet” kombinira rezultate za stavke: Informativne internetske stranice (internetske stranice iz novina, informativnih časopisa itd.), internetske društvene mreže, internetske stranice hostinga, podcasti i blogovi (nije bilo ispitanika koji su blogove spomenuli kao prvi izvor vijesti o europskim političkim pitanjima).

Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

QE4a. Gdje dobivate većinu vijesti o europskim političkim pitanjima? Prvo? (EU27) (%)



Generalistički televizijski kanali prvi su najčešće spominjani izvor vijesti o europskim političkim pitanjima u sedam država članica EU-a. Najveći udio ispitanika koji se pozivaju na taj medij zabilježen je u Portugalu (83 %), Hrvatskoj (72 %) i Rumunjskoj (70 %). Na suprotnom kraju ljestvice taj izvor navodi 21 % u Švedskoj, 35 % u Danskoj i 37 % u Nizozemskoj. Generalistički kanali jedan su od tri najspominjenija izvora u 18 zemalja.

Internet¹⁴ je jedan od tri najčešće spomenuta izvora ispitanika u svim državama članicama (uz jedinu iznimku ispitanika u Njemačkoj) i najčešći je izvor u 19 zemalja, uključujući Maltu (76 %), Nizozemsku (74 %) i Latviju (73 %). Internet se najmanje spominje u Rumunjskoj (38 %), Portugalu (39 %) i Njemačkoj (48 %).

Televizijski kanali rangirani su kao glavni izvor vijesti o europskim političkim pitanjima u Rumunjskoj i jedan od triju najboljih u 22 zemlje. Ispitanici u Portugalu (79 %), Rumunjskoj (75 %) i Danskoj (68 %) najvjerojatnije će navesti taj izvor, dok je najmanje vjerojatno da će to učiniti oni u Španjolskoj (39 %), Finskoj (42 %) i Cipru (43 %). U 11 država članica EU-a internetske stranice s informacijama među prva su tri najkorištenija izvora vijesti o europskim političkim pitanjima. Najveći udjeli koji daju taj odgovor zabilježeni su u Malti i Finskoj (61 %) te u Češkoj i Nizozemskoj (obje 59 %). S druge strane, internetske stranice s informacijama najmanje se spominju u Rumunjskoj (17 %), Bugarskoj (26 %) i Portugalu (27 %).

Radio je drugi ili treći najspominjaniji izvor vijesti u tri zemlje. Barem polovina navodi to u Njemačkoj (57 %), Švedskoj (52 %) i Slovačkoj (50 %), dok to čini 21 % u Italiji i Rumunjskoj te 22 % na Malti.

Internetske društvene mreže drugi su najčešći izvor europskih političkih pitanja na Cipru (53 %), a treće na Malti (48 %). Taj izvor navodi i gotovo polovina ispitanika u Latviji (48 %). S druge strane, 20 % u Portugalu, 26 % u Njemačkoj i 27 % u Francuskoj i Nizozemskoj oslanja se na internetske društvene mreže kao izvor vijesti.

Pisani tisak treći je najčešće spomenuti medij za vijesti o europskim političkim pitanjima u Luksemburgu (45 %) (zajedno s informativnim televizijskim kanalima). Zajedno s onima u Luksemburgu, ispitanici će najvjerojatnije spomenuti taj izvor u Finskoj (47 %) i Austriji (46 %). Na suprotnom kraju spektra najniži udjeli koji daju taj odgovor nalaze se u Malti (6 %), Poljskoj (9 %) te Cipru, Mađarskoj i Rumunjskoj (svih 12 %).

U sedam država članica EU-a više od jedne od deset država članica EU-a spominje podcaste, osobito u Danskoj i Slovačkoj (17 %) i Švedskoj (14 %). Na web-mjestima na poslužitelju videa navodi se otprilike jedna petina u Slovačkoj (21 %) i najmanje jedna od deset u dodatnih sedam zemalja, posebno u Hrvatskoj (16 %) i Češkoj (14 %). Blogovi se spominju u gotovo četvrtini u Grčkoj (23 %) i više od jednog od deset na Cipru (13 %).

Naposljetku, postoje tri zemlje u kojima najmanje jedna od deset zemalja tvrdi da ne traži informacije o europskim političkim pitanjima: Španjolska (17 %) te Cipar i Italija (obje 10 %).

14 Ukupno „Internet” kombinira rezultate za stavke: Informativne internetske stranice (internetske stranice iz novina, novinskih časopisa itd.), internetske društvene mreže, web-mjesta za hosting videozapisa, podcasti i blogovi.

Sociodemografska analiza naglašava sljedeće:

Veća je vjerojatnost da će muškarci od žena dobiti većinu svojih vijesti o europskim političkim pitanjima putem informativnih internetskih stranica (44 % u odnosu na 36 %), radija (36 % u odnosu na 33 %) i pisanog tiska (28 % u odnosu na 24 %). Žene imaju veću vjerojatnost od muškaraca da koriste opće televizijske kanale (60 % u odnosu na 55 %).

Što je ispitanik stariji, veća je vjerojatnost da će dobiti europske političke vijesti od općih ili informativnih televizijskih kanala, pisanih medija ili radija, a manja je vjerojatnost da će ih dobiti s interneta, uključujući informativne internetske stranice, podcaste, internetske društvene mreže, blogove ili web stranice za smještaj videozapisa. Na primjer, 61 % osoba u dobi od 15 do 24 godine dobiva ovu vrstu vijesti s internetskih društvenih mreža, u usporedbi s 13 % osoba u dobi od 55 ili više godina.

Što su ispitanici duže ostali u redovnom obrazovanju, to je vjerojatnije da će spomenuti internetske izvore, uključujući informativne internetske stranice, podcaste, internetske društvene mreže i web stranice za smještaj videozapisa, a manje je vjerojatno da će spomenuti opće televizijske kanale. Na primjer, 52 % osoba koje su završile obrazovanje u dobi od 20 ili više godina oslanja se na informacijske internetske stranice, u usporedbi s 15 % osoba koje su završile obrazovanje u dobi od 15 godina ili mlađe.

Upravitelji najčešće spominju informativne internetske stranice (58 %), radio (40 %), pismene medije (30 %) i podcaste (12 %). Osobe u kući najvjerojatnije će se oslanjati na generaliste (64 %) i kanale novinske televizije (60 %), dok su najmanje vjerojatno da će navesti internetske izvore (38 %), informacijske internetske stranice (24 %), internetske društvene mreže (23 %), usluge video hostinga (4 %), podcaste (3 %) i blogove (1 %).

Ispitanici koji nikada ili gotovo nikada nemaju poteškoća s plaćanjem računa imaju veću vjerojatnost da će većinu svojih europskih političkih vijesti dobiti s informativnih internetskih stranica (43 %, u usporedbi s 33 % onih koji imaju poteškoća većinu vremena), radio (37 % u usporedbi s 28 %) ili pisani tisak (28 % u usporedbi s 19 %).

Više je vjerojatno da će internet koristiti oni koji se smatraju pripadnicima više klase (76 %) ili više srednje klase (71 %) društva, u usporedbi s onima koji se smatraju pripadnicima radničke klase (43 %) ili niže srednje klase (50 %). Isti obrazac vrijedi i za tiskane medije (37 % u usporedbi s 19 – 24 %). S druge strane, ispitanici koji smatraju da pripadaju radnoj klasi (61 %) ili nižoj srednjoj klasi (60 %) više koriste opće televizijske kanale nego oni koji se smatraju pripadnicima više klase ili više srednje klase (obje 45 %).

Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

Pitanje: Gdje dobivate većinu vijesti o europskim političkim pitanjima? Prvo? A onda? (MOGUĆE VIŠE ODGOVORA) (% – EU)

	Televizija (opći kanali)	Ukupno „Internet “	Televizija (vijesti)	Informativne internetske stranice (Internetske stranice iz novina, novinskih časopisa itd.)	Radio	Društvene mreže na internetu	Pisani tisak	Ne tražite vijesti o europskim političkim pitanjima	Podcasti	Web- mjesto za video hosting	Blogo ve	Drugo	Ne znam
EU27	57	55	53	40	34	30	26	8	7	7	3	1	0
Spol													
Covjek	55	58	53	44	36	30	28	6	8	8	4	1	0
Zena	60	52	53	36	33	30	24	9	6	6	3	1	0
Dob													
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
Obrazovanje (završetak)													
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
Još uvijek studira	33	82	35	57	17	59	11	10	18	16	7	1	0
Društveno- profesionalna kategorija													
Samozaposlena osoba	56	66	54	53	39	33	29	4	9	10	7	1	0
Menadžeri	48	72	54	58	40	31	30	3	12	8	4	0	0
Ostali bijeli ovratnici	55	65	54	46	33	35	23	6	8	9	5	1	0
Manualni radnici	57	60	52	40	32	35	19	8	6	7	3	1	0
Osobe u kući	64	38	60	24	25	23	20	16	3	4	1	0	0
Nezaposlen	56	60	42	41	22	36	16	12	7	7	3	1	0
Umirovljeni	72	26	60	21	43	9	39	8	2	2	1	1	1
Studenti	33	82	35	57	17	59	11	10	18	16	7	1	0
Poteškoće s plaćanjem računa													
Većinu vremena	60	49	50	33	28	29	19	12	6	8	3	1	0
S vremena na vrijeme	59	52	54	34	29	32	22	9	6	7	5	1	0
Gotovo nikada/nikad	56	57	53	43	37	29	28	6	8	7	3	1	0
Razmotrite pripadnost													
Radnička klasa	61	43	53	30	32	25	19	14	5	5	2	1	1
Niža srednja klasa	60	50	53	33	33	30	24	8	5	7	3	1	0
Srednja klasa	57	60	53	44	35	31	28	5	8	8	4	1	0
Gornja srednja klasa	45	71	51	55	39	33	37	2	12	9	5	1	0
Gornji razred	45	76	60	64	36	37	37	2	9	7	9	0	1
Slika EU-a													
Pozitivan	57	61	56	47	36	32	29	4	9	7	3	1	0
Neutralan	59	50	52	34	34	28	24	9	6	6	3	0	0
Negativno	53	53	47	36	31	30	22	10	7	8	4	1	1

2. Aktivno traženje informacija o Europskoj uniji

Većina ispitanika oslanja se na tradicionalne medije (televizija, radio, pisani tisak) pri traženju informacija o EU-u, njegovim politikama i institucijama (52 %, nema promjena od zime 2022. 2023.), dok gotovo polovina ispitanika (48 %, + 1 postotni bod) gleda na internet¹⁵.

Raščlanjivanje stavki koje su uključene u kombiniranu kategoriju „interneta”, oko tri od deset (31 %, + 1 postotni bod) spominju informacijske internetske stranice, dok gotovo dvije od deset (19 %, + 1 pp) idu na internetske društvene mreže. Manje od svakog petog (17 %, bez promjene) posjećuje institucionalne i službene internetske stranice kako bi potražilo informacije o EU-u, njegovim politikama i institucijama, dok se samo 3 % (bez promjene) oslanja na blogove.

Gotovo tri od deset (29 %, bez promjene) kažu da traže ovu vrstu informacija tako što razgovaraju s prijateljima, rođacima ili kolegama. Ostale izvore spominje jedan od dvadeset ili manje: knjige, brošure i informativni letci (5 %, bez promjena), (online) konferencije, razgovori i sastanci (4 %, bez promjene) i telefon (1 %, bez promjene).

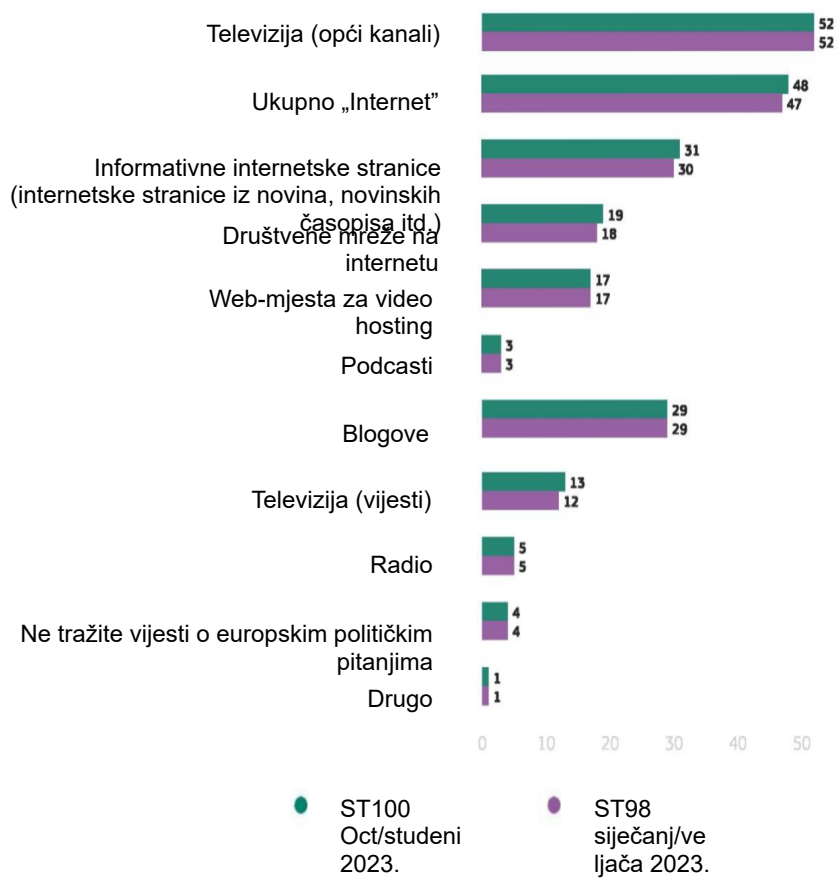
Više od jedne desetine (13 %, + 1 postotni bod) spontano kažu da nikada ne traže takve informacije ili ih ne zanimaju informacije o EU-u¹⁶.

15 Ukupno „Internet” kombinira rezultate za stavke: Informativne internetske stranice (internetske stranice iz novina, novinskih časopisa, web-mjesta za video hosting itd.), internetske društvene mreže, institucionalna i službena web-mjesta (vladine internetske stranice itd.) i blogovi.

16 QE5. Kada tražite informacije o EU-u, njegovim politikama i institucijama, koje od sljedećih izvora upotrebljavate? (MOGUĆE JE VIŠE ODGOVORA)

Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

QE5. Kada tražite informacije o EU-u, njegovim politikama, njegovim institucijama, kojim se od sljedećih izvora koristite? (MOGUĆE VIŠE ODGOVORA) (EU27)(%)



U svakoj državi članici EU-a najspominjeniji izvor pri traženju informacija o EU-u jesu internet ili tradicionalni mediji. Internet je najviši u 16 zemalja, dok su tradicionalni mediji najčešće spomenuti izvor u deset zemalja. U Luksemburgu su ta dva izvora na najvišoj razini.

Tradicionalni mediji (televizija, radio, pisani tisak) spominju se gotovo šest od deset ili više u Luksemburgu (63 %), Njemačkoj (60 %) te Danskoj i Italiji (obje 59 %). To je u usporedbi s 36 % u Malti i Estoniji te 38 % u Češkoj i Latviji koji daju taj odgovor. Tradicionalni mediji jedan su od tri najspominjenija izvora u svim državama članicama EU-a.

Internet¹⁷ se najčešće spominje u Nizozemskoj (76 %), Švedskoj (74 %) i Finskoj (73 %). S druge strane, 27 % u Rumunjskoj i 31 % u Portugalu traži informacije o EU-u na internetu. Internet je jedan od tri najspominjenija izvora u svakoj zemlji.

Internetske stranice s informacijama drugi su ili treći najcjenjeniji izvor u 19 zemalja. Najviše se spominju u Švedskoj (53 %), Finskoj (48 %) i Nizozemskoj (45 %). S druge strane, najmanje se navode u Rumunjskoj (12 %) te Bugarskoj i Portugalu (obje 18 %).

Više od četiri od deset u Rumunjskoj (43 %), Grčkoj i Slovačkoj (42 %) i Njemačkoj (41 %) kažu da razgovaraju s rođacima, prijateljima ili kolegama kada traže informacije o EU-u. Na suprotnom kraju ljestvice manje od jedne petine spominje se u Estoniji, Francuskoj i Irskoj (svih 18 %) i Španjolskoj (19 %). To je drugi ili treći najspominjaniji izvor u sedam zemalja.

Više od trećine na Cipru (37 %) te Latviji i Malti (34 %) odabrane su internetske društvene mreže među najpoželjnijim izvorima informacija o EU-u. S druge strane, navodi ih 14 % u Sloveniji i Portugalu te 16 % u Francuskoj, Mađarskoj, Poljskoj i Rumunjskoj. Internetske društvene mreže treći su najčešći izvor na Cipru i, zajedno s informativnim web-mjestima, u Estoniji.

Institucionalna i službena web-mjesta treći su najčešći izvor ispitanika u Nizozemskoj (50 %). Oni u Finskoj i Švedskoj (oboje 43 %) također su među onima koji će se najviše oslanjati na njih za informacije o EU-u. S druge strane, manje od deset takvih internetskih stranica spominje se u Portugalu (7 %) te u Bugarskoj, Mađarskoj i Rumunjskoj (svih 8 %).

Najmanje jedna desetina u Luksemburgu i Švedskoj (i 11 %) te u Danskoj i Njemačkoj (obje 10 %) kaže da će informacije o EU-u potražiti u knjigama, brošurama i informativnim letcima.

Samo na Cipru (10 %) najmanje jedna od deset sudjeluje na (internetskim) konferencijama, razgovorima ili sastancima, dok se 17 % u Grčkoj oslanja na blogove, a manje od svake dvadesete u svim zemljama spominje telefon.

Naposljetku, najmanje jedna od deset u 22 države članice EU-a kaže da nikada ne traži takve informacije ili nije zainteresirana, osobito u Estoniji i Portugalu (27 %) te Litvi i Španjolskoj (obje 22 %).

Sociodemografska analiza pokazuje da je vjerojatnije da će se muškarci koristiti internetom nego žene kada traže informacije o EU-u (52 % u odnosu na 45 %), a posebno da će se koristiti informativnim internetskim stranicama (34 % u odnosu na 27 %) te institucijskim i službenim internetskim stranicama (18 % u odnosu na 15 %).

Što su ispitanici stariji, to je vjerojatnije da će spomenuti tradicionalne medije (televizijske, radijske ili pisane medije) (65 % onih u dobi od 55 godina ili više, u usporedbi s 32 % osoba u dobi od 15 do 24 godine), dok obrnuto vrijedi za internet (68 % osoba u dobi od 15 do 24 godine, u usporedbi s 31 % osoba u dobi od 55 godina ili više), a posebno za internetske društvene mreže (39 % u odnosu na 9 %) te institucionalne i službene internetske stranice (23 % u odnosu na 11 %).

17 Ukupno „Internet” kombinira rezultate za stavke: Informativne internetske stranice (internetske stranice iz novina, novinskih časopisa, web-mjesta za video hosting itd.), internetske društvene mreže, institucionalna i službena web-mjesta (vladine internetske stranice itd.) i blogovi.

Što je dulje ispitanik ostao u redovnom obrazovanju, veća je vjerojatnost da će tražiti informacije o EU-u na internetu (63 % onih koji su završili u dobi od 20 ili više godina, u usporedbi s 18 % osoba koje su završile dobi od 15 godina ili mlađe). To je najočitije kada je riječ o informativnim internetskim stranicama, s više od četiri od deset (43 %) osoba koje su završile obrazovanje u dobi od 20 ili više godina, u usporedbi s otprilike jednim od deset (11 %) onih koji su napustili školovanje u dobi od 15 godina ili mlađoj. Obrnuti obrazac primjenjuje se na tradicionalne medije (televiziju, radio ili pismene medije) (62 % onih koji su završili obrazovanje u dobi od 15 godina ili mlađe, u usporedbi s 52 % onih koji su završili 20 ili više godina).

Samozaposlene osobe (55 %) i osobe u kućanstvu (54 %) najvjerojatnije će se oslanjati na televiziju, radio ili pismene medije, posebno u odnosu na nezaposlene (40 %). Upravitelji će se najčešće koristiti internetom (69 %), posebno informativnim internetskim stranicama (47 %) te institucijskim i službenim web-mjestima (29 %), dok se internetske društvene mreže najčešće koriste među nezaposlenima (25 %). Tužitelji koji nikada ili gotovo nikada nemaju poteškoća s plaćanjem računa vjerojatnije su od onih koji većinu vremena imaju poteškoća u traženju informacija o EU-u na tradicionalnim medijima (televizija, radio, pismeni tisak) (53 % u odnosu na 46 %) i internetskim izvorima (51 % u odnosu na 41 %). Među potonjima, razlika je najveća kada je riječ o informativnim internetskim stranicama (34 % u odnosu na 23 %).

Ispitanici koji se smatraju pripadnicima više ili više srednje klase imaju veću vjerojatnost da će se koristiti internetom od onih koji se smatraju pripadnicima radničke klase kada traže informacije o EU-u (69 – 71 % u odnosu na 35 %). Razlike su najznačajnije u pogledu informativnih internetskih stranica (46 – 48 % u odnosu na 22 %) te institucijskih i službenih internetskih stranica (29 – 34 % u odnosu na 9 %).

Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

QE5 Kada tražite informacije o EU-u, njegovim politikama i institucijama, koje od sljedećih izvora upotrebljavate? (MOGUĆE VIŠE ODGOVORA)
(% – EU)

	Televizija (opći kanali)	Ukupno „Internet “	Televizija (vijesti)	Informativne internetske stranice (internetske stranice iz novina, novinskih časopisa itd.)	Radio	Društvene mreže na internetu	Pisani tisak	Ne tražite vijesti o europskim političkim pitanjima	Podcasti	Web- mjesto za video hosting	Blogo ve	Drugo	Ne znam
EU27	52	48	31	29	19	17	13	5	4	3	1	0	1
Spol													
Covjek	52	52	34	28	19	18	12	5	5	3	1	0	1
Zena	53	45	27	29	19	15	14	5	4	3	1	0	1
Dob													
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
Obrazovanje (završetak)													
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
Još uvijek studira	32	71	43	30	38	28	12	7	7	5	3	0	0
Društveno- profesionalna kategorija													
Samozaposlena osoba	55	59	39	32	22	20	9	7	7	5	1	0	1
Menadžeri	51	69	47	31	20	29	6	8	6	4	1	0	1
Ostali bijeli ovratnici	51	56	34	30	22	19	9	4	6	4	1	0	1
Manualni radnici	49	48	29	27	21	13	14	3	3	3	1	0	1
Osobe u kući	54	31	20	28	14	9	24	2	3	1	1	0	0
Nezaposlen	40	48	26	22	25	14	22	3	2	3	1	0	1
Umirovljeni	67	26	17	27	6	9	15	6	2	1	1	0	1
Studenti	32	71	43	30	38	28	12	7	7	5	3	0	0
Poteškoće s plaćanjem računa													
Većinu vremena	46	41	23	28	20	10	21	4	4	3	1	0	1
S vremena na vrijeme	52	44	25	30	21	14	14	4	5	4	1	0	1
Gotovo nikada/nikad	53	51	34	28	18	19	11	6	4	2	1	0	1
Razmotrite pripadnost													
Radnička klasa	49	35	22	24	15	9	23	2	2	2	1	0	2
Niža srednja klasa	52	43	24	29	20	12	14	5	4	3	1	0	1
Srednja klasa	54	53	34	30	20	19	9	6	5	3	1	0	1
Gornja srednja klasa	52	69	46	31	22	34	5	9	8	5	1	0	0
Gornji razred	53	71	48	35	25	29	2	8	9	8	1	0	2
Slika EU-a													
Pozitivan	57	56	36	32	21	20	8	6	5	3	1	0	0
Neutralan	50	43	26	27	17	14	16	4	4	3	1	0	1
Negativno	47	44	26	26	20	14	17	4	4	3	1	0	1

IV. Mišljenja o pluralizmu i neovisnosti nacionalnih medija



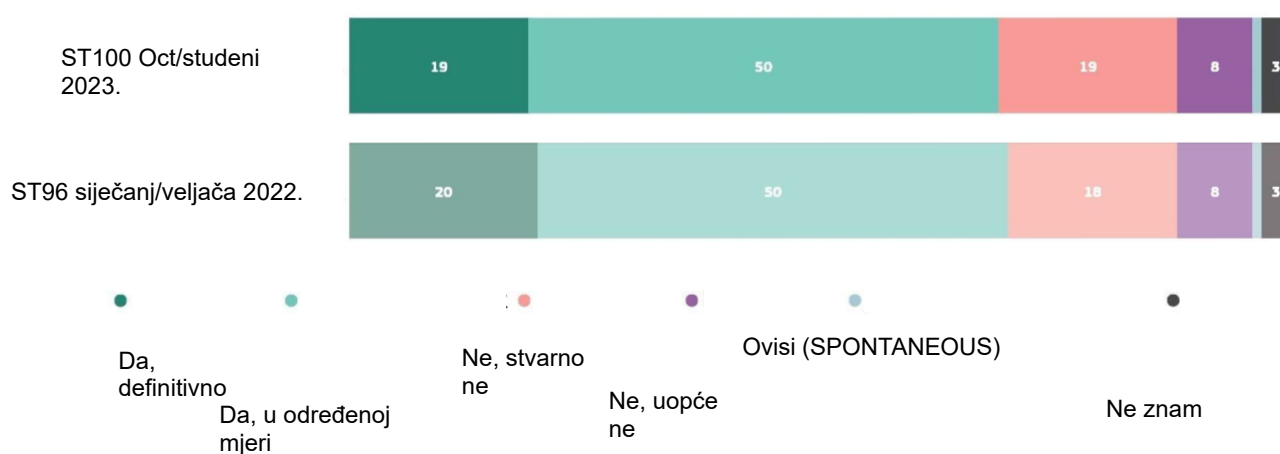
1. Pluralizam u nacionalnim medijima

Velika većina smatra da njihovi nacionalni mediji pružaju različita stajališta i mišljenja.

Gotovo sedam od deset ispitanika (69 %, -1 postotni bod od zime 2021. 2022.) tvrdi da njihovi nacionalni mediji pružaju različita stajališta i mišljenja, pri čemu gotovo svaki peti ispitanik (19 %, -1 postotni bod) smatra da je to „definitivno” slučaj. S druge strane, više od jedne četvrtine (27 %, + 1 postotni bod) daje negativan odgovor, uključujući manje od jednog od deset (8 %, bez promjene) koji kažu „ne, uopće ne”, a 3 % (bez promjene) kaže da ne zna¹⁸.

Te su brojke ostale stabilne otkad je to pitanje postavljeno u zimu 2021. 2022. (EB96).

QE7. Za svaku od sljedećih izjava navedite u kojoj mjeri ona odgovara stanju medija (nacionalnost) (EU27) (%) (Nacionalnost) mediji pružaju različita stajališta i mišljenja



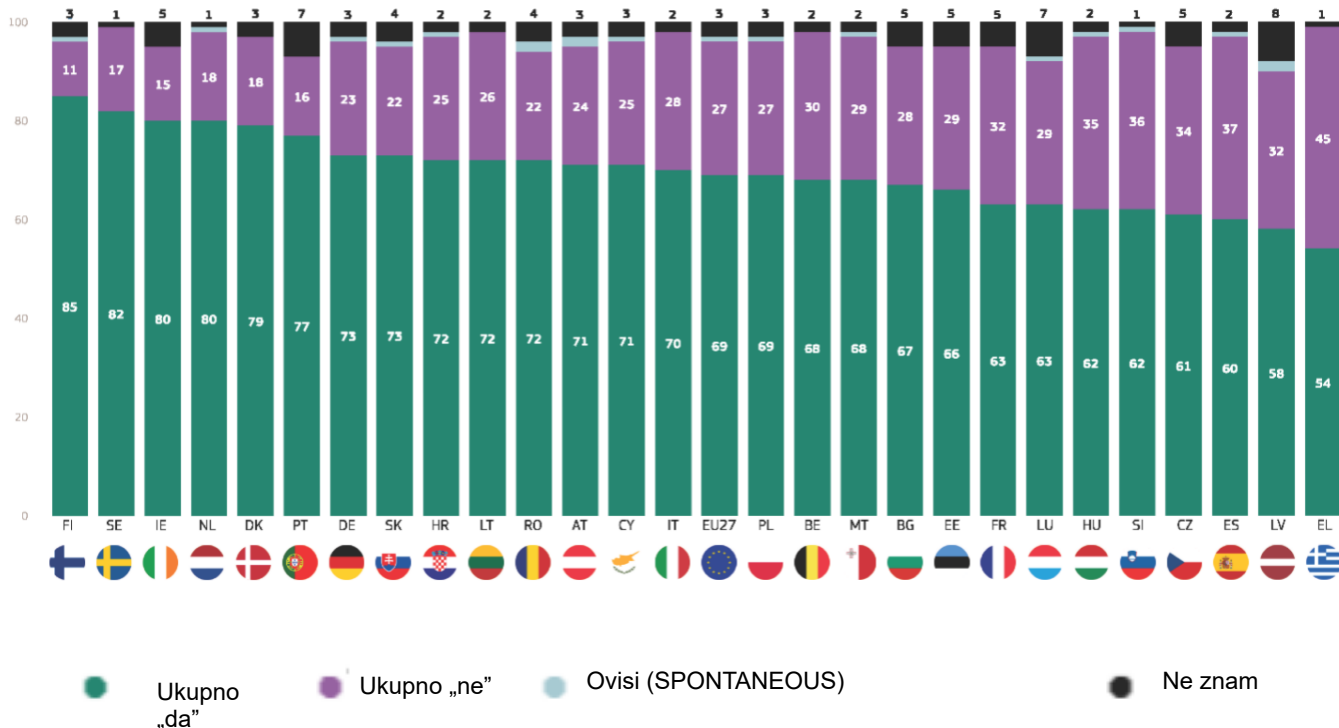
18 QE7. Za svaku od sljedećih izjava navedite u kojoj mjeri ona odgovara stanju medija (nacionalnosti). 2) (nacionalnost) mediji pružaju različite stavove i mišljenja.

Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

Apsolutna većina u svim državama članicama EU-a smatra da njihovi nacionalni mediji pružaju različita stajališta i mišljenja. Taj se udio kreće od najmanje osam od deset u Finskoj (85 %), Švedskoj (82 %) i Irskoj i Nizozemskoj (80 %) do šest od deset ili manje u Grčkoj (54 %), Latviji (58 %) i Španjolskoj (60 %).

U 14 zemalja vjerojatnije je da će ispitanici nego u zimi 2021. 2022. smatrati da njihovi nacionalni mediji pružaju različita stajališta i mišljenja, osobito u Poljskoj (69 %, + 8 postotnih bodova), Slovačkoj (73 %, + 7 postotnih bodova) i Sloveniji (62 %, + 7 postotnih bodova). Taj se udio ispitanika smanjio u 12 zemalja, pri čemu je najveće smanjenje zabilježeno u Estoniji (66 %, – 13 postotnih bodova), Češkoj (61 %, – 13 postotnih bodova) i Njemačkoj (73 %, – 7 postotnih bodova). U Austriji nije bilo promjena (71 %).

QE7.2. Za svaku od sljedećih izjava navedite u kojoj je mjeri ona u skladu sa situacijom medija (nacionalnosti) koji pružaju različita stajališta i mišljenja (%)



Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

QE7.2 Za svaku od sljedećih izjava navedite u kojoj mjeri ona odgovara stanju medija (NATIONALITY) u medijima (NATIONALITY) pružaju različita stajališta i mišljenja (%)

		EU27	PL	SI	SK	SE	IE	EL	LV	MT	ES	HR	LT	BITI	BG	FI	NA	FR	TO JE	LU	HU	PT	CY	NL	DK	RO	DE	CZ	EE
Da, definitivno	Listopad/studen 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 svibanj/srpanj 2023.	▶1	Γ4	Γ3	Γ2	Γ4	▶4	▶2	Γ1	Γ3	▶1	=	=	▶1	▶1	Γ3	Γ2	Γ1	▶2	Γ3	=	▶5	Γ2	=	=	=	▶9	▶4	▶13
Da, u određenoj mjeri	Listopad/studen 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 svibanj/srpanj 2023.	=	Γ4	Γ4	Γ5	Γ2	Γ9	Γ5	Γ2	=	Γ3	Γ2	Γ2	Γ2	Γ2	▶2	▶2	▶2	Γ1	▶4	▶1	Γ4	▶4	▶2	▶4	▶5	Γ2	▶9	=
Ne, stvarno ne	Listopad/studen 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 svibanj/srpanj 2023.	Γ1	▶2	▶2	▶2	▶1	▶3	=	▶5	Γ1	▶1	▶2	=	▶1	=	▶3	▶1	=	Γ2	▶1	=	Γ2	=	Γ3	=	Γ6	Γ6	Γ2	Γ3
Ne, uopće ne	Listopad/studen 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 svibanj/srpanj 2023.	=	▶5	▶3	▶3	▶4	▶3	▶3	▶3	▶2	Γ1	▶2	=	=	Γ2	▶1	=	Γ1	Γ1	▶3	Γ1	▶1	Γ4	▶2	Γ2	=	▶1	Γ6	Γ5
Ovisi (SPONTANEOUS)	Listopad/studen 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 svibanj/srpanj 2023.	=	=	=	▶1	▶1	=	=	Γ2	▶1	=	Γ1	▶1	▶1	▶1	Γ1	=	=	▶1	Γ1	=	▶1	=	Γ1	=	Γ1	Γ1	=	=
Ne znam	Listopad/studen 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 svibanj/srpanj 2023.	=	▶1	▶2	▶1	=	Γ1	=	Γ3	▶1	▶2	Γ1	▶1	Γ1	▶2	Γ2	Γ1	=	▶1	Γ4	=	Γ1	▶2	=	Γ2	▶2	Γ1	Γ5	Γ5
Ukupno „da”	Listopad/studen 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 svibanj/srpanj 2023.	▶1	Γ8	7	7	Γ6	Γ5	Γ3	Γ3	Γ3	Γ2	Γ2	Γ2	Γ1	Γ1	Γ1	=	▶1	▶1	▶1	▶1	▶1	▶2	▶2	▶4	▶5	▶7	▶13	▶13
Ukupno „ne”	Listopad/studen 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 svibanj/srpanj 2023.	Γ1	▶7	▶5	▶5	▶5	▶6	▶3	▶8	▶1	=	▶4	=	▶1	Γ2	▶4	▶1	Γ1	Γ3	▶4	Γ1	Γ1	Γ4	Γ1	Γ2	Γ6	Γ5	Γ8	Γ8

Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

Sociodemografska analiza ne otkriva značajne razlike u pogledu spola u omjerima koji misle da njihovi nacionalni mediji pružaju različita stajališta i mišljenja. Međutim, i dalje se može uočiti sljedeće:

Najstariji ispitanici u dobi od 55 ili više godina (71 %) imaju najveću vjerojatnost da će imati takvo stajalište, posebno u usporedbi s onima u dobi od 15 do 39 godina (65 %).

Osobe koje su završile redovno obrazovanje u dobi od 20 ili više godina (71 %) imaju nešto veću vjerojatnost od onih koji su napustili dob od 15 godina ili ranije (67 %) da misle da njihovi nacionalni mediji pružaju različita stajališta i mišljenja.

Najveći je rizik da će rukovoditelji (73 %) dati taj odgovor, posebno u usporedbi s nezaposlenim osobama (55 %).

Što su manje financijskih poteškoća ispitanici, to je veća vjerojatnost da će njihovi nacionalni mediji pružiti različita stajališta i mišljenja. Na primjer, 71 % onih koji nikada ili gotovo nikada nemaju poteškoća s plaćanjem računa to kažu, u usporedbi s 60 % onih koji imaju poteškoća u tome većinu vremena.

QE7.2 Za svaku od sljedećih izjava navedite u kojoj mjeri ona odgovara stanju medija (nacionalnosti): (Nacionalnost) mediji pružaju različita stajališta i mišljenja (% – EU)

	Ukupno „da”	Ukupno „ne”	Ne znam
EU27	69	27	3
Spol			
Čovjek	69	28	3
Zena	69	27	3
Dob			
15 – 24	65	30	4
25 – 39	65	31	3
40 – 54	69	29	2
55 +	71	24	4
Obrazovanje (završetak)			
15—	67	26	6
16 – 19	68	29	3
20+	71	28	1
Još uvijek studira	68	27	4
Društveno-profesionalna kategorija			
Samozaposlena osoba	71	27	2
Menadžeri	73	26	1
Ostali bijeli ovratnici	67	29	3
Manualni radnici	68	29	3
Osobe u kući	68	25	7
Nezaposlen	55	40	3
Umirovljeni	71	24	4
Studenti	68	27	4
Poteškoće s plaćanjem računa			
Većinu vremena	60	35	4
S vremena na vrijeme	67	30	3
Gotovo nikada/nikad	71	26	3
Razmotrite pripadnost			
Radnička klasa	64	29	6
Niža srednja klasa	67	30	3
Srednja klasa	71	26	2
Gornja srednja klasa	75	24	1
Gornji razred	69	28	2
Slika EU-a			
Pozitivan	78	20	2
Neutralan	67	28	4
Negativno	50	46	3

2. Neovisnost nacionalnih medija

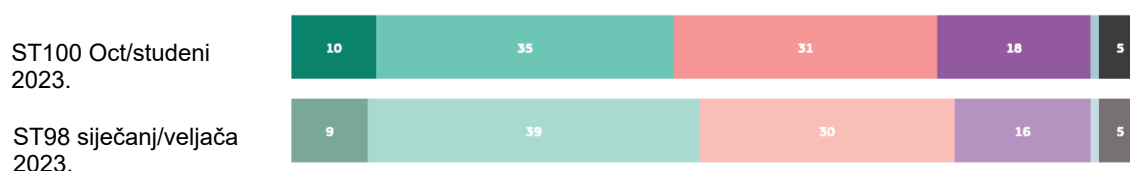
Većina smatra da njihovi nacionalni mediji ne pružaju informacije koje su slobodne od komercijalnog ili političkog pritiska.

Više od četiri od deset ispitanika (45 %) izjavilo je da njihovi nacionalni mediji pružaju informacije bez političkog ili komercijalnog pritiska, uključujući svaki deseti koji vjeruje da je to „definitivno” slučaj. Međutim, nešto manje od polovice (49 %) smatra da informacije koje pružaju nacionalni mediji nisu oslobođene takve vrste pritiska, s gotovo jednim od pet (18 %) koji kažu da to „nisu uopće” slučaj. Svaka dvadeseta kaže da ne zna¹⁹.

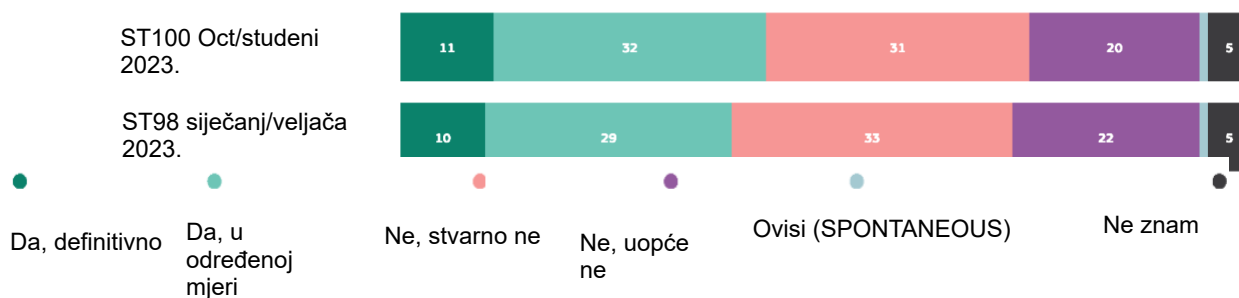
Nakon povećanja od pet postotnih bodova između zime 2021. 2022. i zime 2022. – 2023., udio ispitanika koji smatraju da njihovi nacionalni mediji pružaju informacije bez političkog ili komercijalnog pritiska smanjio se za tri postotna boda u trenutačnoj anketi. Nasuprot tome, udio onih koji misle suprotno povećao se za tri postotna boda.

OE7. Za svaku od sljedećih izjava navedite u kojoj mjeri ona odgovara stanju medija (nacionalnost) (EU27) (%)

(Nacionalnost) mediji pružaju informacije bez političkog ili komercijalnog pritiska



(Nacionalnost) javni mediji oslobođeni su političkog pritiska



19 QE7. Za svaku od sljedećih izjava navedite u kojoj mjeri ona odgovara stanju medija (nacionalnosti). 3) (nacionalnost) mediji pružaju informacije bez političkog ili komercijalnog pritiska.

Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

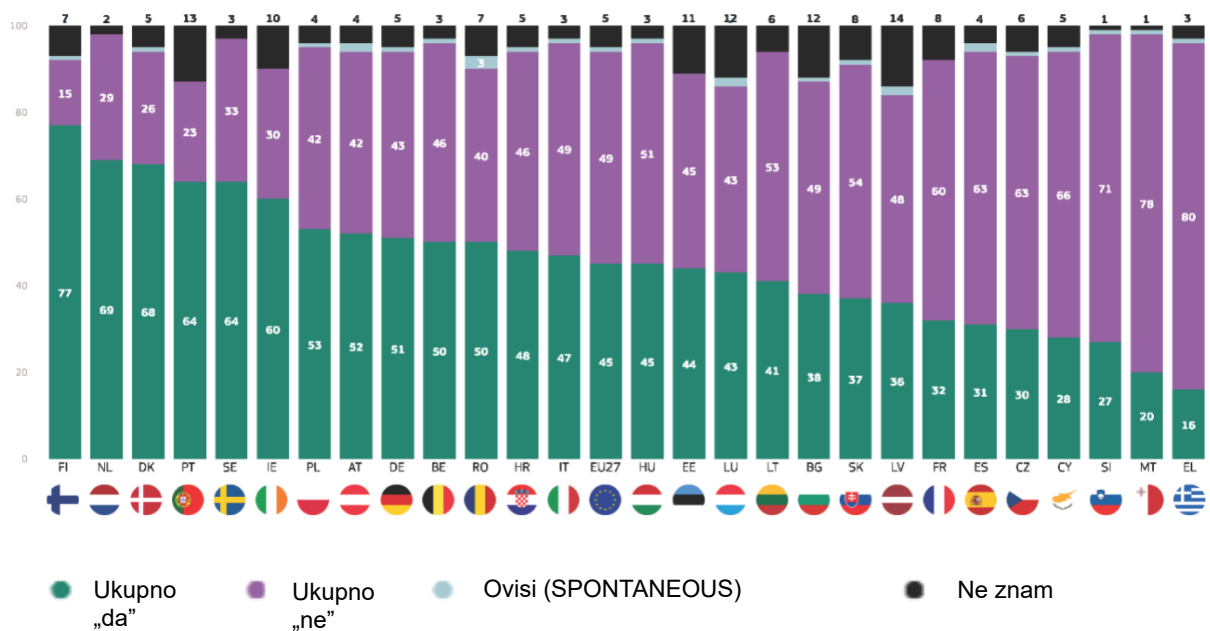
U 12 država članica EU-a većina ispitanika smatra da mediji u njihovoj zemlji pružaju informacije bez političkog ili komercijalnog pritiska (u usporedbi s 14 u zimi 2022. 2023.), osobito u Finskoj (77 %), Nizozemskoj (69 %) i Danskoj (68 %).

To je stajalište manjine u 14 zemalja, pri čemu je najmanje vjerojatno da će ispitanici u Grčkoj (16 %), Malti (20 %) i Sloveniji (27 %) dati pozitivan odgovor. Mišljenja su podijeljena u Luksemburgu (43 % „da” u odnosu na 43 % „ne”).

Od zime 2022. – 2023. ispitanici u 21 od 27 država članica EU-a sada su manje vjerojatno da će smatrati da njihovi nacionalni mediji pružaju informacije bez političkog ili komercijalnog pritiska. Smanjenja od najmanje deset postotnih bodova zabilježena su u Malti (20 %, -20 postotnih bodova), Luksemburgu (43 %, -14 postotnih bodova), Cipru (28 %, -12 postotnih bodova), Belgiji (50 %, -10 postotnih bodova) i Latviji (36 %, -10 postotnih bodova). Taj se udio povećao za 12 postotnih bodova u Poljskoj (53 %) i za tri postotna boda u Hrvatskoj (48 %) i Slovačkoj (37 %), dok je zabilježen blagi porast u Portugalu (64 %, + 1 postotni bod). Ta je brojka ostala nepromijenjena u Mađarskoj (45 %) i Litvi (41 %).

Stajalište da nacionalni mediji pružaju informacije bez političkog ili komercijalnog pritiska sada je postalo većinski položaj u Hrvatskoj i Poljskoj. S druge strane, to je stajalište manjine u Estoniji, Italiji i Latviji, dok je mišljenje postalo podijeljeno u Luksemburgu.

QE7.3. Za svaku od sljedećih izjava navedite u kojoj mjeri ona odgovara ili ne situaciji medija (nacionalnosti) koji pružaju informacije bez političkog ili komercijalnog pritiska (%)



Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

QE7.3 Za svaku od sljedećih izjava navedite u kojoj mjeri ona odgovara stanju medija (nacionalnosti) koji pružaju informacije bez političkog ili komercijalnog pritiska (%)

		EU27	PL	HR	SK	PT	LT	HU	BG	DE	FR	RO	CZ	DK	NL	NA	SE	EE	EL	TO JE	SI	FI	IE	ES	BITI	LV	CY	LU	MT
Ukupno „da“	Listopad/ studen 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 svibanj/sr panj 2023.	Γ1	Γ3	Γ2	=	Γ1	=	Γ6	Γ1	Γ1	Γ3	Γ2	▶1	▶6	Γ1	Γ4	▶5	Γ1	Γ1	Γ3	▶1	▶5	▶3	▶2	▶2	▶2	=	=	„20“
Ukupno „ne“	Listopad/ studen 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 svibanj/sr panj 2023.	▶4	Γ9	Γ1	Γ3	=	=	▶6	▶2	▶2	▶4	▶4	▶2	Γ3	▶4	▶7	Γ2	▶6	▶6	▶8	▶4	=	▶5	▶7	▶8	▶8	▶12	▶14	=
Da, definitivno	Listopad/ studen 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 svibanj/sr panj 2023.	Γ1	▶8	▶1	Γ6	Γ5	Γ1	▶1	Γ1	Γ2	Γ2	=	▶1	Γ2	Γ4	Γ3	Γ3	Γ4	▶4	Γ1	Γ4	Γ2	Γ5	=	Γ6	=	Γ4	11	Γ6
Da, u određenoj mjeri	Listopad/ studen 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 svibanj/sr panj 2023.	Γ2	▶2	▶4	▶9	▶1	▶2	=	▶1	▶1	Γ1	=	Γ1	=	=	▶1	▶2	Γ1	Γ6	Γ5	Γ5	=	=	7	Γ3	Γ6	Γ8	Γ2	Γ13
Ne, stvarno ne	Listopad/ studen 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 svibanj/sr panj 2023.	=	▶2	=	=	▶1	=	Γ1	▶1	=	▶1	Γ2	=	Γ1	▶1	Γ1	=	▶1	Γ1	=	▶1	=	▶1	Γ2	=	Γ1	Γ1	Γ1	Γ1
Ne, uopće ne	Listopad/ studen 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 svibanj/sr panj 2023.	=	=	Γ2	=	▶4	Γ1	=	Γ2	=	▶1	=	Γ3	=	=	Γ2	Γ1	Γ2	▶1	▶3	Γ3	Γ4	=	Γ1	Γ3	▶1	=	=	
Ovisi (SPONTANEO US)	Listopad/ studen 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 svibanj/sr panj 2023.	▶3	12	Γ3	Γ3	Γ1	=	=	▶1	▶1	▶1	▶2	▶3	▶3	▶3	▶3	▶3	▶5	▶5	▶5	▶5	▶5	▶5	▶8	▶9	▶10	▶10	▶12	▶14
Ne znam	Listopad/ studen 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 svibanj/sr panj 2023.	Γ3	▶10	▶5	▶3	Γ4	▶1	▶1	=	Γ1	Γ3	=	=	Γ2	Γ4	Γ2	Γ1	Γ5	Γ2	Γ6	Γ9	Γ2	Γ5	7	Γ9	Γ6	12	Γ13	19

Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

Sociodemografski podaci pokazuju da, iako su rezultati dosljedni po spolu i dobnim skupinama, postoje jasne razlike u pogledu obrazovanja. Ispitanici koji su završili redovno obrazovanje u dobi od 20 ili više godina (47 %) imaju veću vjerojatnost od onih koji su završili obrazovanje u dobi od 15 godina ili mlađe (40 %) da smatraju da njihovi nacionalni mediji pružaju informacije bez političkog ili komercijalnog pritiska.

Većina menadžera (52 %) kaže da nacionalni mediji pružaju informacije bez političkog ili komercijalnog pritiska, dok otprilike trećina (34 %) to čini među nezaposlenima. Ispitanici koji imaju poteškoća s plaćanjem računa većinu vremena (37 %) imaju manju vjerojatnost da će dati taj odgovor od onih koji imaju poteškoća s vremenom na vrijeme ili rjeđe (45 – 47 %). Slično tome, manje je vjerojatno da će oni koji se smatraju pripadnicima radničke klase (37 %) to reći nego oni koji se smatraju pripadnicima srednje klase (49 %), gornje srednje klase (55 %) ili više klase (48 %).

QE7.3 Za svaku od sljedećih izjava navedite u kojoj mjeri ona odgovara stanju medija (nacionalnosti): (Državljanstvo) mediji pružaju informacije bez političkog ili komercijalnog pritiska (% – EU)

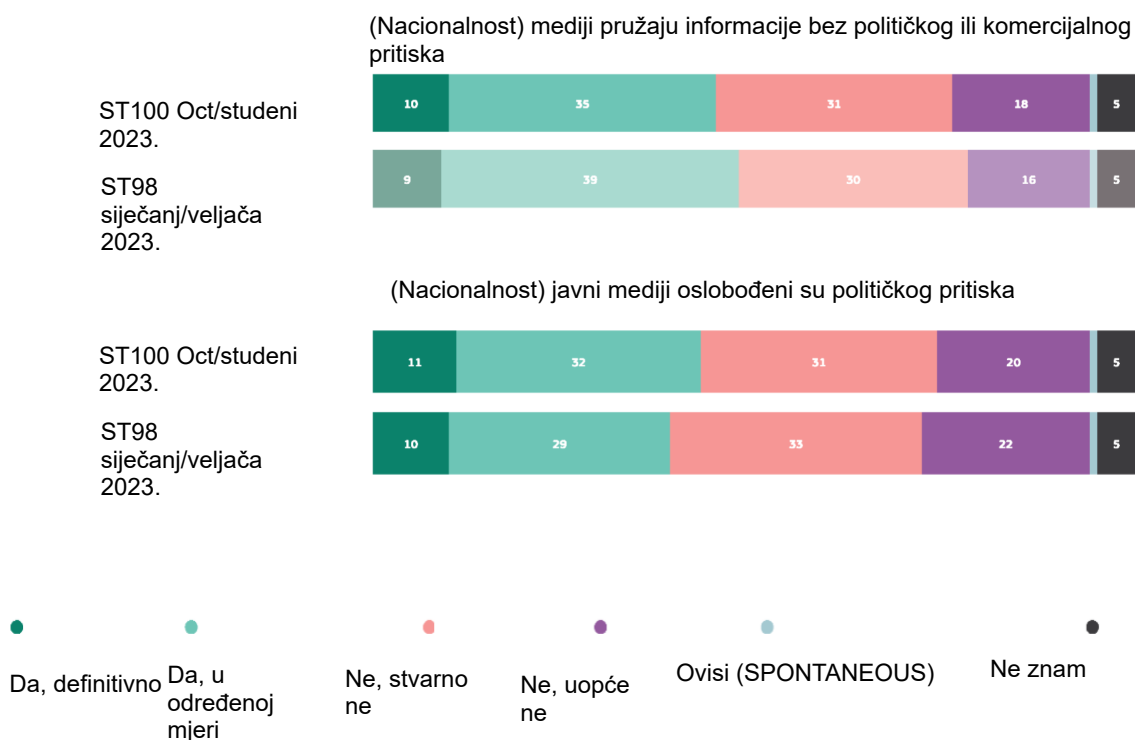
	Ukupno „da”	Ukupno „ne”	Ne znam
EU27	45	49	5
Spol			
Čovjek	46	49	4
Zena	45	48	6
Dob			
15 – 24	46	44	8
25 – 39	46	48	5
40 – 54	46	49	4
55 +	44	49	6
Obrazovanje (završetak)			
15—	40	49	9
16 – 19	44	50	5
20+	47	49	3
Još uvijek studira	49	42	7
Društveno-profesionalna kategorija			
Samozaposlena osoba	43	54	3
Menadžeri	52	45	2
Ostali bijeli ovratnici	46	49	4
Manualni radnici	46	48	5
Osobe u kući	44	46	9
Nezaposlen	34	58	7
Umirovljeni	44	49	6
Studenti	49	42	7
Poteškoće s plaćanjem računa			
Većinu vremena	37	55	6
S vremena na vrijeme	45	48	6
Gotovo nikada/nikad	47	47	5
Razmotrite pripadnost			
Radnička klasa	37	52	9
Niža srednja klasa	43	51	5
Srednja klasa	49	47	3
Gornja srednja klasa	55	43	2
Gornji razred	48	43	8
Slika EU-a			
Pozitivan	55	40	4
Neutralan	43	49	6
Negativno	29	66	4

Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

Većina smatra kako njihovi nacionalni javni mediji nisu oslobođeni političkog pritiska.

Više od četiri od deset ispitanika (43 %, + 4 postotna boda od zime 2021. 2022.) smatra da njihovi nacionalni javni mediji nisu izloženi političkom pritisku, a otprilike jedan od deset (11 %, + 1 postotni bod) smatra da je to „definitivno” slučaj. Ipak, većina (51 %, -4 postotna boda) misli suprotno, uključujući jednu od pet (-2 postotna boda) koja kaže da nacionalni javni mediji „nisu uopće” oslobođeni političkog pritiska. Svaki dvadeseti (nema promjene) kaže da ne zna²⁰.

QE7. Za svaku od sljedećih izjava navedite u kojoj mjeri ona odgovara stanju medija (nacionalnost) (EU27) (%)

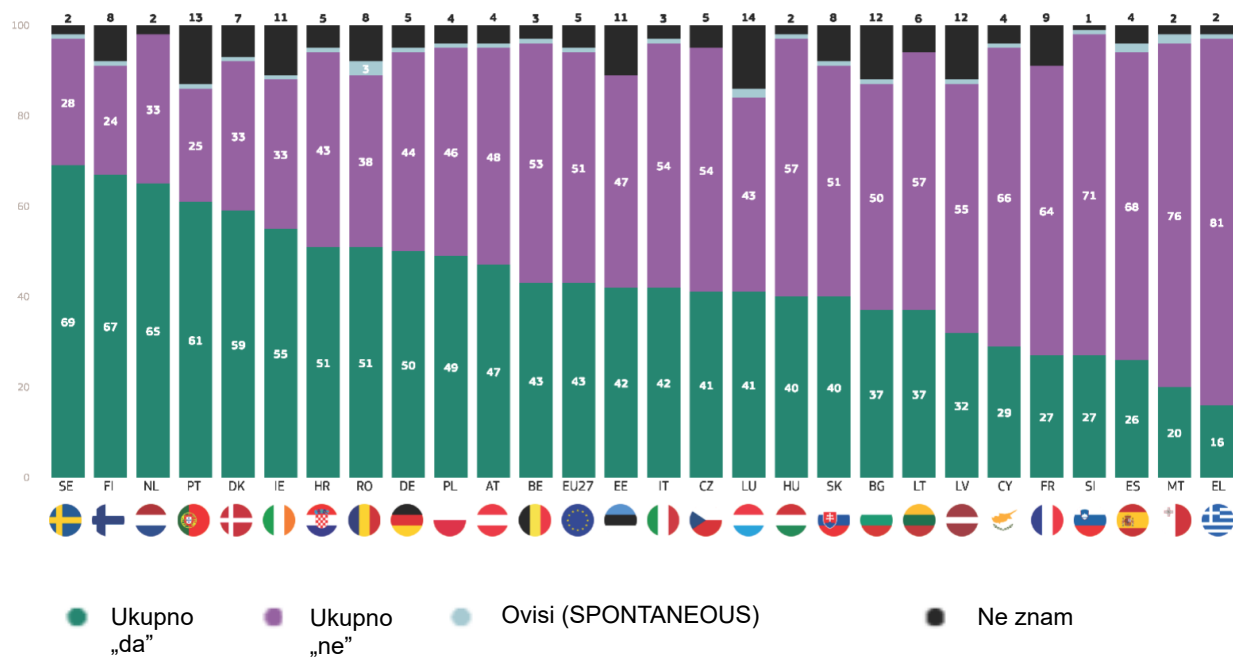


²⁰ QE7. Za svaku od sljedećih izjava navedite u kojoj mjeri ona odgovara stanju medija (nacionalnosti). 4) Javni mediji (nacionalnost) oslobođeni su političkog pritiska.

Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

U deset zemalja većina navodi da njihovi nacionalni javni mediji nisu izloženi političkom pritisku, posebno u Švedskoj (69 %), Finskoj (67 %) i Nizozemskoj (65 %). S druge strane, manjina tako razmišlja u preostalih 17 država članica EU-a, pri čemu su najniži udjeli zabilježeni u Grčkoj (16 %), Malti (20 %) i Španjolskoj (26 %).

QE7.4. Za svaku sljedeću izjavu navedite u kojoj mjeri ona odgovara stanju medija (nacionalnosti): – (nacionalnost) javni mediji oslobođeni su političkog pritiska (%)



Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

U 18 država članica EU-a udio ispitanika koji smatraju da njihovi nacionalni javni mediji nisu izloženi političkom pritisku porastao je od zime 2021. 2022., a najveći porast zabilježen je u Poljskoj (49 %, + 15 postotnih bodova), Švedskoj (69 %, + 9 postotnih bodova) i Bugarskoj (37 %, + 9 postotnih bodova). U osam zemalja manje je vjerojatno da će ispitanici dati taj odgovor nego u zimskom razdoblju 2021. 2022. To je osobito slučaj s ispitanicima u Estoniji (42 %, -21 postotni bod) i onima u Danskoj (59 %, – 9 postotnih bodova) i Luksemburgu (41 %, – 9 postotnih bodova). Na Malti nije bilo promjena (20 %)

Stajalište da su nacionalni javni mediji slobodni od političkog pritiska sada je većinski položaj u Hrvatskoj i Poljskoj. S druge strane, to je stajalište manjine u Estoniji i Luksemburgu.

QE7.4 Za svaku od sljedećih izjava navedite u kojoj mjeri ona odgovara stanju (nacionalnosti) medija (NATIONALITY) javnih medija (NATIONALITY) bez političkog pritiska (%)

	EU27	GL	BG	SE	HR	CY	LV	LT	FR	NL	NA	ES	EL	TO JE	FI	BIT I	DE	IE	HU	MT	T	SK	SI	RO	CZ	DK	LU	EE
Ukupno „da”	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 svibanj/srpanj 2023.	Γ5	Γ4	Γ3	▶2	Γ3	Γ2	=	=	=	Γ2	=	Γ1	=	Γ3	Γ3	▶2	▶2	Γ1	Γ1	▶3	=	=	▶1	=	▶2	Γ1	▶13	
Ukupno „ne”	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 svibanj/srpanj 2023.	Γ3	Γ10	Γ5	Γ6	Γ8	Γ3	Γ4	Γ6	Γ5	Γ4	Γ2	Γ3	Γ1	Γ2	▶1	▶2	Γ3	Γ3	=	▶1	Γ2	▶1	▶4	▶4	▶8	▶7	▶10	▶8
Da, definitivno	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 svibanj/srpanj 2023.	▶2	▶1	▶4	▶3	▶2	▶4	▶7	▶5	▶2	Γ3	▶2	▶3	▶8	▶3	▶4	Γ4	▶1	▶3	=	▶13	Γ2	Γ9	Γ9	Γ5	=	Γ2	Γ3	Γ6
Da, u određenoj mjeri	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 svibanj/srpanj 2023.	▶2	▶14	=	▶6	▶4	=	▶6	=	▶4	▶5	▶3	Γ1	Γ6	Γ3	▶3	▶6	=	▶2	▶1	Γ13	▶4	▶5	=	Γ1	Γ3	Γ2	▶4	Γ4
Ne, stvarno ne	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 svibanj/srpanj 2023.	=	=	▶1	=	▶1	Γ1	Γ1	▶1	=	▶1	▶1	Γ1	=	=	Γ1	=	=	Γ1	Γ1	=	▶1	▶2	▶2	Γ1	=	Γ1	Γ2	=
Ne, uopće ne	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 svibanj/srpanj 2023.	=	=	▶4	=	Γ1	▶3	Γ6	=	Γ1	▶1	Γ2	▶2	=	▶2	Γ4	Γ1	=	Γ3	▶1	=	Γ4	▶1	▶3	▶2	Γ5	Γ4	Γ8	11
Ovisi (SPONTANEOUS)	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 svibanj/srpanj 2023.	Γ4	Γ15	Γ9	Γ9	Γ6	Γ6	Γ6	Γ6	Γ5	Γ4	Γ4	Γ3	Γ2	Γ2	Γ2	Γ1	Γ1	Γ1	Γ1	=	▶1	▶1	▶4	▶5	▶8	▶9	▶9	▶21
Ne znam	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 svibanj/srpanj 2023.	▶4	▶15	▶4	▶9	▶6	▶4	▶13	▶5	▶6	▶2	▶5	▶2	▶2	=	▶7	▶2	▶1	▶5	▶1	=	▶2	Γ4	Γ9	Γ6	Γ3	Γ4	▶1	Γ10

Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

Sociodemografska analiza ne pokazuje značajne razlike u pogledu spola. Među dobnim skupinama, najstariji ispitanici u dobi od 55 ili više godina (40 %) malo su manje vjerojatno od svojih mlađih kolega (43 – 44 %) da smatraju da njihovi nacionalni javni mediji nisu izloženi političkom pritisku.

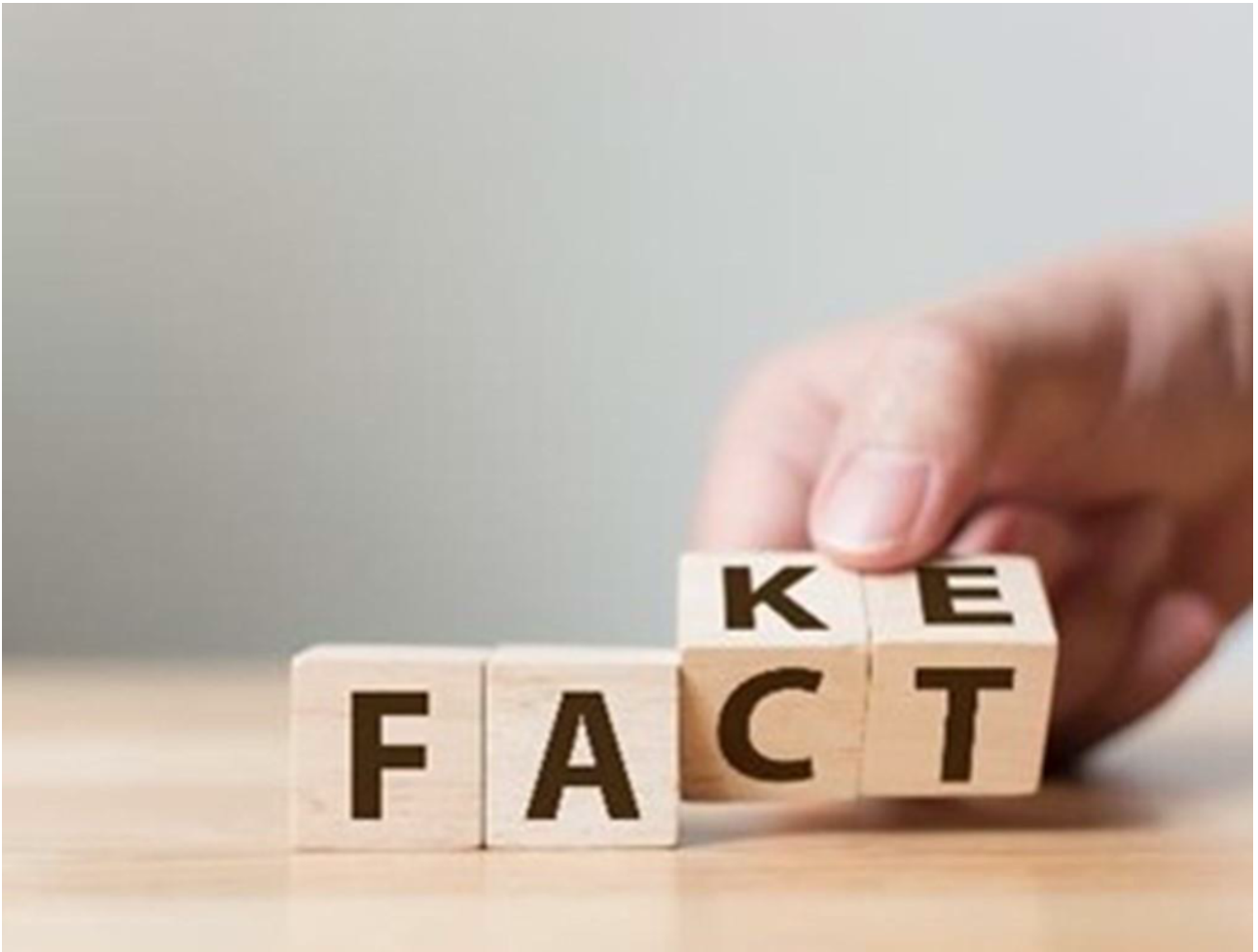
Nešto su izraženije razlike po stupnju obrazovanja, pri čemu 44 % osoba koje su završile redovno obrazovanje u dobi od 20 ili više godina kaže da su njihovi nacionalni javni mediji slobodni od političkog pritiska, u usporedbi s 38 % onih koji su završili redovno obrazovanje u dobi od 15 ili više godina.

Kad je riječ o društveno-profesionalnim kategorijama, polovica menadžera smatra da su njihovi nacionalni javni mediji slobodni od političkog pritiska, a tri od deset među nezaposlenima. Ispitanici koji nikada ili gotovo nikada nisu imali poteškoća s plaćanjem računa (44 %) najvjerojatnije će imati takvo stajalište, posebno u usporedbi s onima koji imaju poteškoća većinu vremena (34 %). Slično tome, ispitanici koji se smatraju pripadnicima više srednje klase (53 %) ili više klase (48 %) društva najvjerojatnije će dati taj odgovor, posebno u usporedbi s onima koji se smatraju pripadnicima radničke klase (35 %).

QE7.4 Za svaku od sljedećih izjava navedite u kojoj mjeri ona odgovara stanju medija (nacionalnosti): (Državljanstvo) javni mediji nisu izloženi političkom pritisku (% – EU

	Ukupno „da“	Ukupno „ne“	Ne znam
EU27	43	51	5
Spol			
Čovjek	42	53	4
Žena	43	50	6
Dob			
15 – 24	44	48	7
25 – 39	44	51	4
40 – 54	43	52	4
55 +	40	53	6
Obrazovanje (završetak)			
15—	38	51	9
16 – 19	41	53	5
20+	44	52	3
Još uvijek studira	46	46	7
Društveno-profesionalna kategorija			
Samozaposlena osoba	42	54	3
Menadžeri	50	47	3
Ostali bijeli ovratnici	42	53	4
Manualni radnici	42	52	5
Osobe u kući	42	47	9
Nezaposlen	30	63	6
Umirovljeni	40	52	7
Studenti	46	46	7
Poteškoće s plaćanjem računa			
Većinu vremena	34	59	6
S vremena na vrijeme	41	52	6
Gotovo nikada/nikad	44	50	5
Razmotrite pripadnost			
Radnička klasa	35	54	9
Niža srednja klasa	39	55	5
Srednja klasa	45	50	4
Gornja srednja klasa	53	44	2
Gornji razred	48	44	7
Slika EU-a			
Pozitivan	52	43	4
Neutralan	39	53	7
Negativno	27	69	3

V. Europljani i lažne vijesti



Velika većina slaže se da su vijesti ili informacije koje su lažne ili pogrešno prikazuju stvarnost problem u njihovoj zemlji i za demokraciju općenito.

Ispitanicima je postavljeno pitanje u kojoj se mjeri slažu ili ne slažu s četiri izjave o vijestima ili informacijama koje pogrešno prikazuju stvarnost ili su čak lažne²¹. Rezultati su općenito ostali stabilni od zime 2022. 2023.

Oko osam od deset (81 %, nema promjena od zime 2022. – 2023.) slaže se da je postojanje vijesti ili informacija koje pogrešno prikazuju stvarnost ili su čak lažne problem za demokraciju općenito, pri čemu se oko četiri od deset osoba „potpuno slaže” (38 %, bez promjene). Više od jednog od deset (13 %, -1 postotni bod) ne slaže se.

Više od tri četvrtine (77 %, + 1 postotni bod) slaže se da je postojanje vijesti ili informacija koje pogrešno prikazuju stvarnost ili su čak lažne problem u njihovoj zemlji, uključujući oko tri od deset (31 %, -1 pp) tvrdeći da se „potpuno slažu”. Manje od svakog petog (17 %, -1 postotni bod) ne slaže se s tom tvrdnjom.

Više od dvije trećine (68 %, -1 pp) slaže se da često nailaze na vijesti ili informacije za koje vjeruju da pogrešno predstavljaju stvarnost ili su čak lažne, uključujući 21 % (-1 pp) koji se „potpuno slažu” s ovom izjavom. Više od četvrtine (27 %, + 1 postotni bod) ne slaže se.

Šest od deset (-1 pp) slaže se da im je lako identificirati vijesti ili informacije za koje vjeruju da pogrešno predstavljaju stvarnost ili su čak lažne, s 16 % (-2 postotna boda) u ukupnom dogovoru s ovom izjavom. Više od jedne trećine (35 %, + 1 postotni bod) ne slaže se.

21 QE8. Slažete li se, imate tendenciju da se slažete, slažete se ili se potpuno ne slažete sa svakom od sljedećih izjava? 1) Često naidete na vijesti ili informacije za koje vjerujete da pogrešno prikazuju stvarnost ili su čak lažne; 2) lako je identificirati vijesti ili informacije za koje vjerujete da lažno prikazuju stvarnost ili su čak lažne; 3) Postojanje vijesti ili informacija koje pogrešno prikazuju stvarnost ili su čak lažne problem je u (našem ZDRAVLju); 4) Postojanje vijesti ili informacija koje pogrešno prikazuju stvarnost ili su čak lažne problem je za demokraciju općenito.

Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

QE8. Slažete li se, imate tendenciju da se slažete, slažete se ili se potpuno ne slažete sa svakom od sljedećih izjava? (EU27) (%)

Postojanje vijesti ili informacija koje pogrešno prikazuju stvarnost ili su čak lažne problem je demokracije općenito.



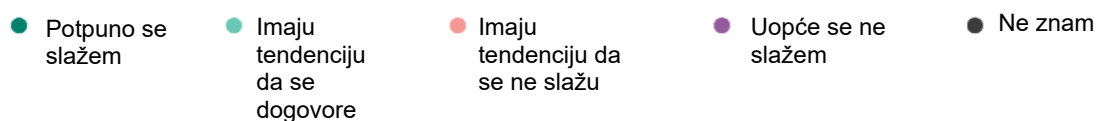
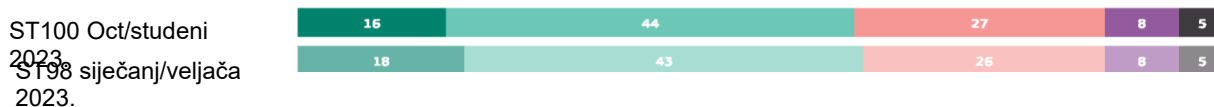
Postojanje vijesti ili informacija koje pogrešno prikazuju stvarnost ili su čak lažne problem je u našoj zemlji.



Često naiđete na vijesti ili informacije za koje vjerujete da pogrešno prikazuju stvarnost ili su čak lažne



Lako vam je identificirati vijesti ili informacije za koje vjerujete da lažno prikazuju stvarnost ili su čak lažne.

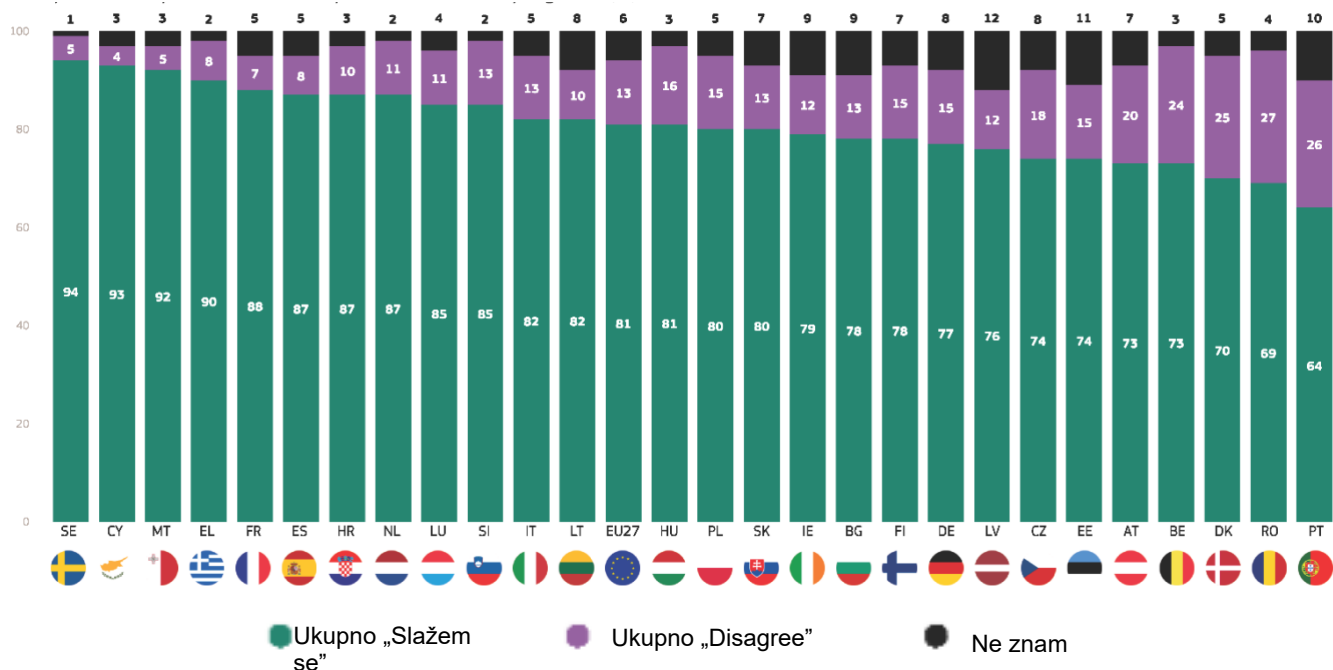


Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

Više od šest od deset u svakoj državi članici EU-a slaže se da je postojanje vijesti ili informacija koje pogrešno prikazuju stvarnost ili su čak lažne problem za demokraciju općenito. Najviše razine slaganja zabilježene su u Švedskoj (94 %), Cipru (93 %) i Malti (92 %), dok su najniže razine zabilježene u Portugalu (64 %), Rumunjskoj (69 %) i Danskoj (70 %).

U pet zemalja više od polovice slaže se s ovom izjavom: Švedska (67 %), Grčka (60 %), Malta (57 %), Cipar (56 %) i Nizozemska (51 %).

QEB.4. Slažete li se, imate tendenciju da se slažete, slažete se ili se potpuno ne slažete sa svakom od sljedećih izjava? Postojanje vijesti ili informacija koje pogrešno prikazuju stvarnost ili su čak lažne problem je za demokraciju općenito (%)



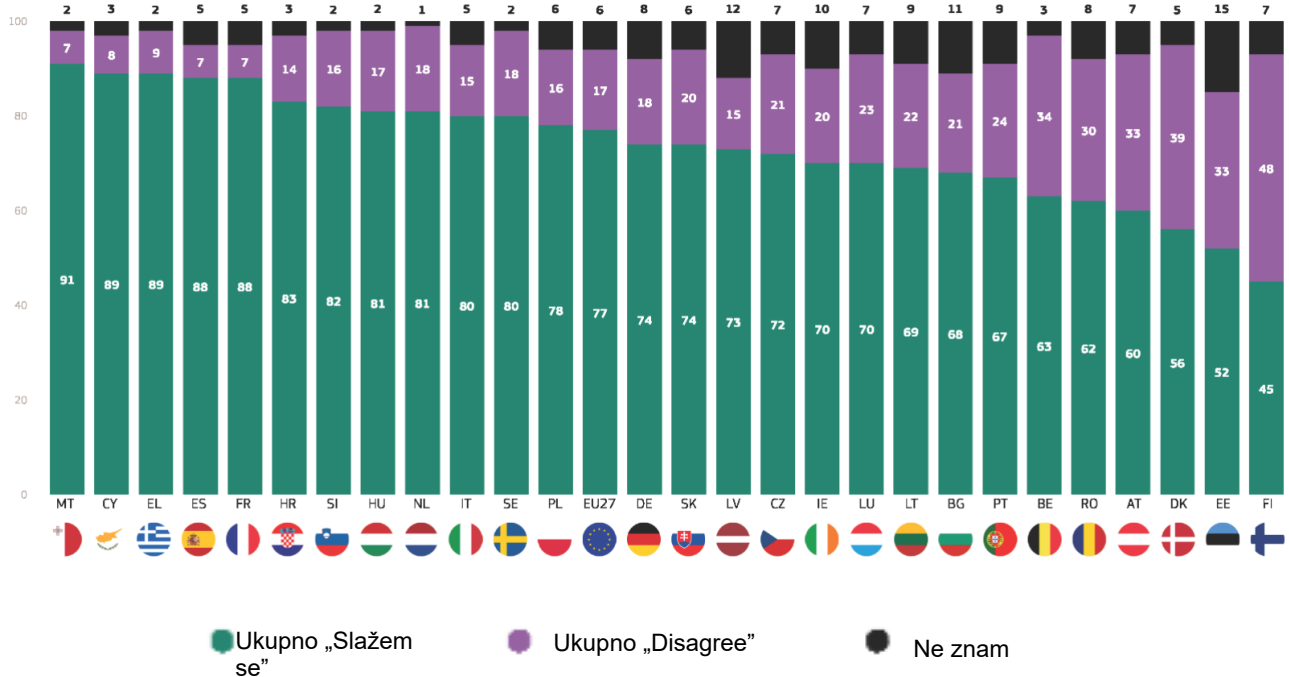
U 13 država članica EU-a od zime 2022. do 2023. zabilježen je pad udjela ispitanika koji se slažu da je postojanje vijesti ili informacija koje pogrešno prikazuju stvarnost ili su čak lažne problem za demokraciju općenito. To je posebno slučaj u Bugarskoj (78 %, -5 postotnih bodova) i Belgiji (73 %, -5 postotnih bodova), Slovačkoj (80 %, -4 postotna boda) i Irskoj (79 %, -4 postotna boda). Razina dogovora povećala se u osam zemalja, osobito u Luksemburgu (85 %, + 5 postotnih bodova), Rumunjskoj (69 %, + 4 postotna boda), Finskoj (78 %, + 3 postotna boda) i Portugalu (64 %, + 3 postotna boda). Ta je brojka ostala nepromijenjena u šest zemalja: Grčka (90 %), Hrvatska (87 %), Slovenija (85 %), Italija (82 %), Poljska (80 %) i Njemačka (77 %).

Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

U svakoj državi članici EU-a, osim Finske, većina ispitanika slaže se da je postojanje vijesti ili informacija koje pogrešno prikazuju stvarnost ili su čak lažne problem u njihovoj zemlji. Najveći udjeli koji se slažu s tom izjavom zabilježeni su u Malti (91 %) te na Cipru i Grčkoj (obje 89 %). Na suprotnom kraju spektra 45 % u Finskoj, 52 % u Estoniji i 56 % u Danskoj slaže se s tom izjavom.

Najmanje polovica u Grčkoj (53 %) i Cipru (50 %) „potpuno se slaže” da je postojanje vijesti ili informacija koje pogrešno prikazuju stvarnost ili su čak lažne problem u njihovoj zemlji, kao i više od četiri od deset u Švedskoj (43 %) te Španjolskoj i Francuskoj (obje 41 %).

QEB.3. Slažete li se, imate tendenciju da se slažete, slažete se ili se potpuno ne slažete sa svakom od sljedećih izjava? Postojanje vijesti ili informacija koje pogrešno prikazuju stvarnost ili su čak lažne problem je u (našem ZDRAVLju) (%)



Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

U 14 zemalja od zime 2022. do 2023. došlo je do povećanja udjela ispitanika koji se slažu da je postojanje vijesti ili informacija koje pogrešno prikazuju stvarnost ili su čak lažne problem za njihovu zemlju. Najveće povećanje zabilježeno je u Portugalu (67 %, + 15 postotnih bodova), a pozitivna kretanja za najmanje pet postotnih bodova zabilježena su i u Luksemburgu (70 %, + 8 postotnih bodova), Španjolskoj (88 %, + 5 postotnih bodova) i Sloveniji (82 %, + 5 postotnih bodova). S druge strane, razine sporazuma smanjile su se u 12 zemalja, posebno u Litvi (69 %, – 8 postotnih bodova), Bugarskoj (68 %, – 8 postotnih bodova) i Slovačkoj (74 %, -6 postotnih bodova). U Irskoj nije bilo promjena (70 %).

QE8.3 Slažete li se u potpunosti, imate tendenciju da se slažete, slažete se ili se potpuno ne slažete sa svakom od sljedećih izjava. Postojanje vijesti ili informacija koje pogrešno prikazuju stvarnost ili su čak lažne problem je u (našem ZDRAVLJU) (%)

	EU27	PT	LU	ES	SI	DK	FR	NL	FI	MT	PL	DE	TO JE	LV	RO	IE	EL	HR	NA	BIT I	CZ	EE	CY	HU	SE	SK	BG	LT	
Potpuno se slažem	Listopa d/ studeni 2023.	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 svibanj/ srpanj 2023.	▶1	Γ2	Γ8	▶3	▶4	▶4	Γ1	▶1	Γ2	▶8	▶2	Γ4	▶3	=	Γ4	Γ1	▶4	▶4	▶5	▶1	▶3	▶2	Γ3	=	▶3	▶6	▶2	▶5
Imaju tendenciju da se dogovore	Listopa d/ studeni 2023.	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 svibanj/ srpanj 2023.	Γ2	Γ13	=	Γ8	Γ9	7	Γ2	Γ4	Γ1	Γ10	Γ4	▶3	Γ4	Γ1	▶3	▶1	Γ3	Γ3	Γ3	▶2	=	▶1	▶6	▶3	=	=	▶6	▶3
Imaju tendenciju da se ne slažu	Listopa d/ studeni 2023.	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 svibanj/ srpanj 2023.	▶1	▶9	▶6	▶4	▶2	▶2	▶2	=	=	▶1	=	▶1	▶2	▶2	▶2	▶1	=	Γ4	Γ4	Γ4	Γ3	▶1	Γ3	Γ3	Γ2	7	Γ4	Γ4
Uopće se ne slažem	Listopa d/ studeni 2023.	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 svibanj/ srpanj 2023.	=	▶1	Γ1	▶1	▶1	▶1	=	▶1	▶2	▶1	▶1	=	▶1	=	▶1	=	=	▶2	▶1	=	▶1	Γ2	▶1	Γ2	=	Γ1	Γ2	Γ1
Ne znam	Listopa d/ studeni 2023.	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 svibanj/ srpanj 2023.	=	▶5	▶3	=	▶2	=	▶1	▶2	▶1	=	▶1	=	Γ2	Γ1	Γ2	Γ1	Γ1	▶1	▶1	▶1	Γ1	Γ2	Γ1	▶2	Γ1	▶2	Γ2	Γ3
Ukupno „Slažem se”	Listopa d/ studeni 2023.	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 svibanj/ srpanj 2023.	Γ1	Γ15	Γ8	Γ5	Γ5	Γ3	Γ3	Γ3	Γ2	Γ2	Γ1	Γ1	Γ1	Γ1	=	▶1	▶1	▶2	▶3	▶3	▶3	▶3	▶3	▶3	▶3	▶6	▶8	▶8
Ukupno „Disagree”	Listopa d/ studeni 2023.	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 svibanj/ srpanj	▶1	▶10	▶5	▶5	▶3	▶3	▶2	▶1	▶2	▶2	▶1	▶1	▶3	▶2	▶3	▶1	=	Γ2	Γ3	Γ4	Γ2	Γ1	Γ2	Γ5	Γ2	Γ8	Γ6	Γ5

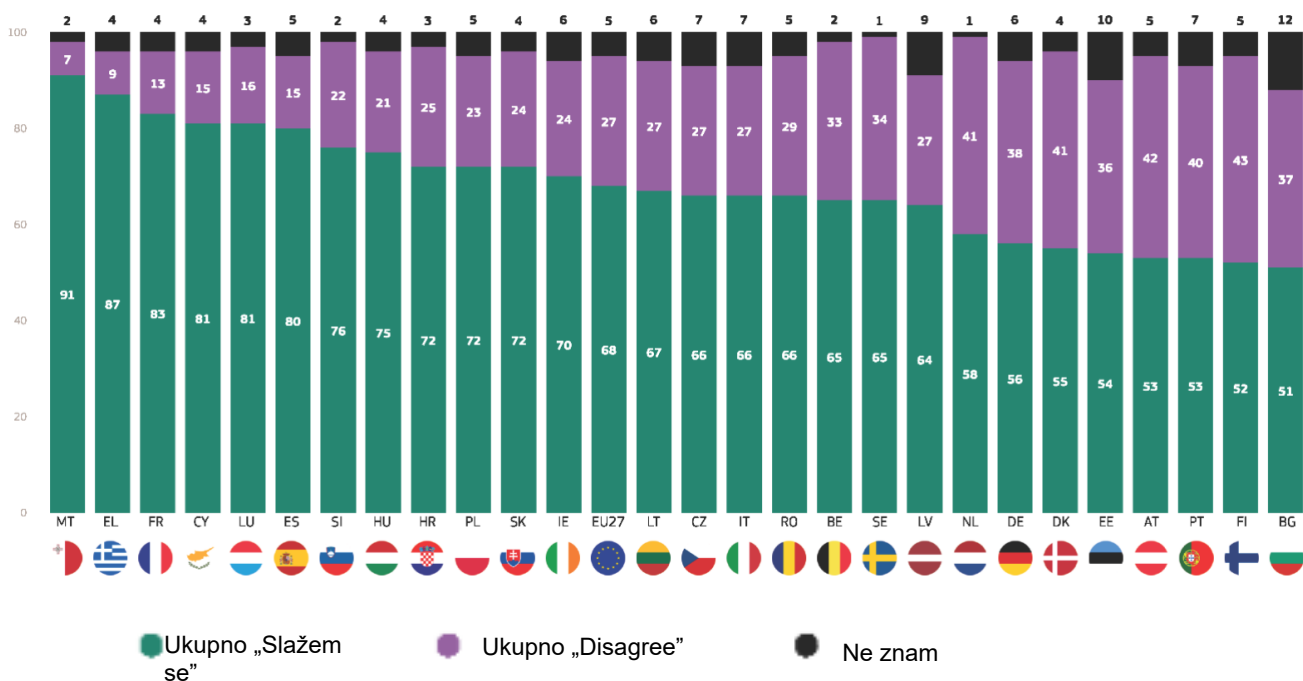
2023.

Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

U svim državama članicama EU-a većina se slaže da često nailaze na vijesti ili informacije za koje vjeruju da pogrešno prikazuju stvarnost ili su čak lažne. Ovo je mišljenje najčešće zastupljeno u Malti (91 %), Grčkoj (87 %) i Francuskoj (83 %). S druge strane, najmanje je vjerojatno da će se ispitanici u Bugarskoj (51 %), Finskoj (52 %) i Austriji i Portugalu (obje 53 %) složiti s tom tvrdnjom.

U pet zemalja, najmanje tri od deset „potpuno se slažu” da često nailaze na vijesti ili informacije za koje vjeruju da pogrešno prikazuju stvarnost ili su čak lažne: Cipar (37 %), Španjolska (36 %), Grčka i Francuska (34 %) i Slovenija (30 %).

QE8.1. Slažete li se, imate tendenciju da se slažete, slažete se ili se potpuno ne slažete sa svakom od sljedećih izjava? Često nailazite na vijesti ili informacije za koje vjerujete da pogrešno prikazuju stvarnost ili su čak lažne (%)



Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

Udio ispitanika koji kažu da često nailaze na vijesti ili informacije za koje vjeruju da pogrešno prikazuju stvarnost ili su čak lažni smanjio se u 13 država članica EU-a od zime 2022. 2023. Najveća smanjenja zabilježena su u Irskoj (70 %, -10 postotnih bodova), Bugarskoj (51 %, - 8 postotnih bodova), Slovačkoj (72 %, -6 postotnih bodova) i Belgiji (65 %, -6 postotnih bodova). Ta se brojka povećala u 11 zemalja i za najmanje pet postotnih bodova u Sloveniji (76 %, + 6 postotnih bodova), Nizozemskoj (58 %, + 5 postotnih bodova) i Danskoj (55 %, + 5 postotnih bodova). Nije bilo promjena u Francuskoj (83 %), Litvi (67 %) i Finskoj (52 %).

QE8.1 Slažete li se u potpunosti, imate tendenciju da se slažete, slažete se ili se potpuno ne slažete sa svakom od sljedećih izjava. Često naidete na vijesti ili informacije za koje vjerujete da pogrešno prikazuju stvarnost ili su čak lažne (%)

	EU27	SI	DK	NL	LU	PT	RO	ES	TO JE	LV	MT	SE	FR	LT	FI	EL	HU	CZ	EE	CY	NA	DE	HR	PL	BITI	SK	BG	IE	
Potpuno se slažem	Listopad/studeni 2023.	21	30	18	16	28	9	22	36	12	14	29	20	34	16	13	34	28	25	15	37	19	14	19	14	21	15	20	
	Δ svibanj/srpanj 2023.	Γ1	Γ1	Γ5	Γ1	Γ10	=	Γ2	Γ2	Γ1	Γ4	12	Γ6	Γ1	=	Γ1	=	Γ2	=	Γ1	=	Γ1	=	Γ4	Γ2	Γ3	Γ5	Γ4	
Imaju tendenciju da se dogovore	Listopad/studeni 2023.	47	46	37	42	53	44	44	44	54	50	62	45	49	51	39	53	47	41	39	44	34	42	53	51	51	36	50	
	Δ svibanj/srpanj 2023.	=	7	=	Γ4	Γ6	Γ3	Γ1	=	Γ3	Γ5	Γ13	Γ5	Γ1	=	Γ1	Γ1	Γ2	Γ5	Γ3	Γ2	Γ3	Γ3	Γ4	=	Γ4	Γ3	Γ3	Γ6
Imaju tendenciju da se ne slažu	Listopad/studeni 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 svibanj/srpanj 2023.	Γ1	Γ3	Γ4	Γ2	Γ1	Γ1	Γ2	=	Γ4	Γ1	Γ1	Γ2	Γ2	=	=	Γ1	Γ1	Γ3	Γ1	Γ5	Γ3	Γ2	Γ2	Γ4	Γ5	7	Γ6	7
Uopće se ne slažem	Listopad/studeni 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 svibanj/srpanj 2023.	=	Γ1	Γ2	Γ2	Γ1	Γ1	Γ1	Γ3	Γ1	=	=	Γ1	=	=	Γ1	=	Γ3	Γ2	Γ3	Γ2	Γ1	Γ1	Γ3	=	=	=	Γ4	Γ2
Ne znam	Listopad/studeni 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 svibanj/srpanj 2023.	=	Γ2	Γ1	Γ1	Γ2	Γ3	Γ2	Γ1	Γ3	=	=	=	Γ2	=	Γ1	Γ3	=	Γ2	Γ1	=	Γ1	Γ1	Γ1	=	Γ1	Γ1	Γ2	Γ1
Ukupno „Slažem se”	Listopad/studeni 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 svibanj/srpanj 2023.	Γ1	Γ6	Γ5	Γ5	Γ4	Γ3	Γ3	Γ2	Γ2	Γ1	Γ1	Γ1	=	=	=	Γ2	Γ2	Γ3	Γ3	Γ3	Γ3	Γ4	Γ4	Γ4	Γ6	Γ6	Γ8	Γ10
Ukupno „Disagree”	Listopad/studeni 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

Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

ni
2023.
Δ
sviba
nj/srp
anj
2023.

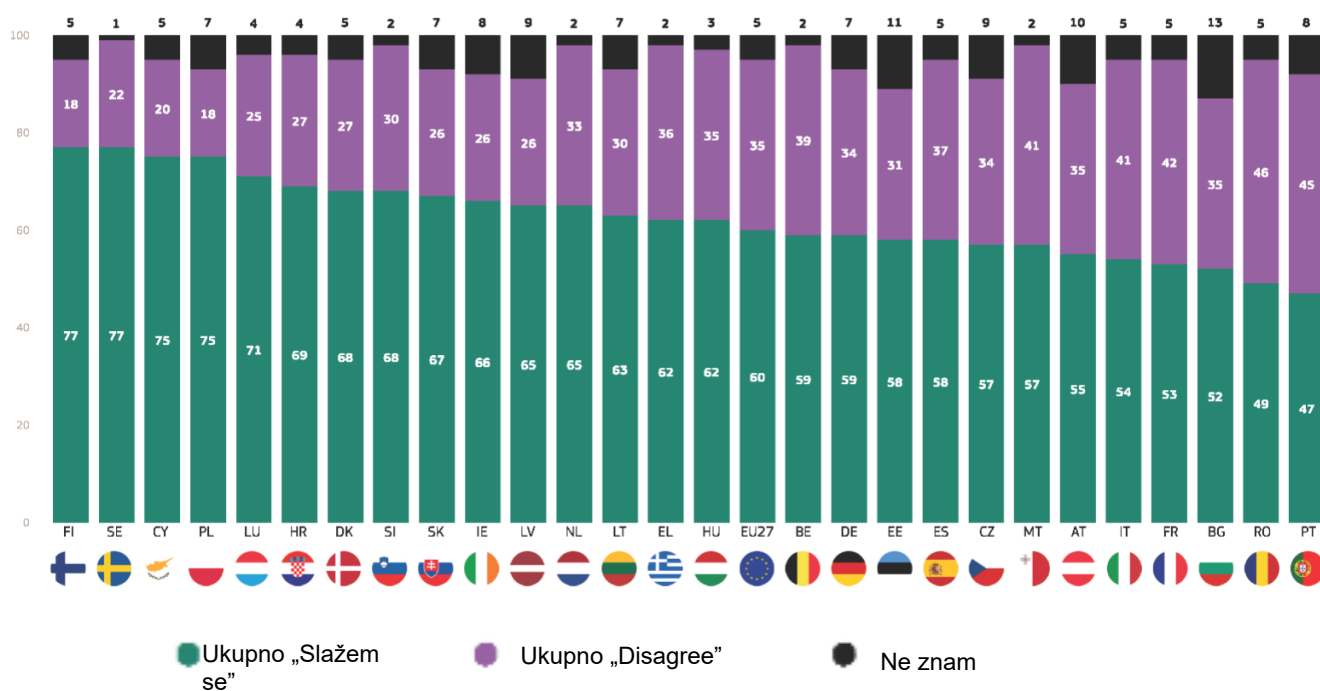
Γ1 Γ4 Γ6 Γ4 Γ2 = Γ1 Γ3 Γ5 Γ1 Γ1 Γ1 Γ2 = Γ1 Γ1 Γ2 Γ1 Γ2 Γ3 Γ2 Γ3 Γ5 Γ4 Γ5 7 Γ10 Γ9

Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

Većina u svim državama članicama EU-a slaže se da je lako identificirati vijesti ili informacije koje pogrešno prikazuju stvarnost ili su čak lažne. Najmanje tri četvrtine slaže se s tom izjavom u Finskoj i Švedskoj (77 %) te Cipru i Poljskoj (obje 75 %). S druge strane, manje od polovine slaže se u Portugalu (47 %) i Rumunjskoj (49 %), kao i 52 % u Bugarskoj.

Udio ispitanika koji se slažu s tom izjavom najveći je u Cipru (26 %), Mađarskoj (25 %) i Sloveniji (24 %).

QE8.2. Slažete li se, imate tendenciju da se slažete, slažete se ili se potpuno ne slažete sa svakom od sljedećih izjava? Lako je identificirati vijesti ili informacije za koje vjerujete da lažno predstavljaju stvarnost ili su čak lažne (%)



Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

Od zime 2022. do 2023. udio ispitanika koji se slažu da je lako identificirati vijesti ili informacije koje pogrešno prikazuju stvarnost ili su čak lažne smanjio se u 16 zemalja. Posebno veliko smanjenje tog udjela zabilježeno je u Malti (57 %, -24 postotna boda), pri čemu je smanjenje od najmanje pet postotnih bodova zabilježeno i u Bugarskoj (52 %, -6 postotnih bodova), Belgiji (59 %, -5 postotnih bodova), Francuskoj (53 %, -5 postotnih bodova) i Rumunjskoj (49 %, -5 postotnih bodova). U osam država članica EU-a razina suglasnosti s tom izjavom povećala se, osobito u Portugalu (47 %, + 9 postotnih bodova), Poljskoj (75 %, + 7 postotnih bodova) te Estoniji i Španjolskoj (obje 58 %, + 3 postotna boda). Ta je brojka ostala stabilna u Švedskoj (77 %), Sloveniji (68 %) i Nizozemskoj (65 %).

Slaganje da je lako identificirati vijesti ili informacije koje pogrešno prikazuju stvarnost ili su čak lažne, sada je većinski stav u Portugalu.

QE8.2 Slažete li se u potpunosti, imate tendenciju da se slažete, da se ne slažete ili se potpuno ne slažete sa svakom od sljedećih izjava. Lako je identificirati vijesti ili informacije za koje vjerujete da lažno prikazuju stvarnost ili su čak lažne (%)

		EU27	PT	PL	EE	ES	EL	FI	LU	SK	NL	SI	SE	DK	DE	LT	HU	CZ	HR	IE	TO JE	CY	LV	NA	BITI	FR	RO	BG	MT
Potpuno se slažem	Listopad/studeni 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 svibanj/srpanj 2023.	▶2	Γ1	=	Γ1	▶5	Γ1	Γ1	Γ5	▶2	▶1	▶1	▶2	▶5	▶1	=	▶1	=	=	▶2	▶2	▶2	▶4	▶5	▶1	▶3	▶3	▶1	▶1
Imaju tendenciju da se dogovore	Listopad/studeni 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 svibanj/srpanj 2023.	Γ1	Γ8	7	Γ2	Γ8	Γ1	Γ1	▶4	Γ3	Γ1	Γ1	Γ2	Γ4	=	▶1	=	▶2	▶2	▶1	▶1	▶1	Γ1	Γ1	▶4	▶2	▶2	▶5	[23]
Imaju tendenciju da se ne slažu	Listopad/studeni 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 svibanj/srpanj 2023.	Γ1	▶3	▶5	▶2	▶2	=	Γ1	Γ2	▶2	Γ2	Γ3	Γ1	=	Γ1	▶1	=	▶1	▶1	▶2	Γ1	Γ4	Γ1	Γ5	Γ5	Γ6	Γ1	Γ4	Γ23
Uopće se ne slažem	Listopad/studeni 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 svibanj/srpanj 2023.	=	▶5	▶3	=	▶2	▶2	▶1	▶2	Γ1	▶2	▶1	=	=	▶2	=	Γ2	Γ1	Γ2	Γ2	Γ1	▶3	=	▶3	=	Γ1	Γ5	Γ1	Γ2
Ne znam	Listopad/studeni 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 svibanj/srpanj 2023.	=	▶1	Γ1	▶1	Γ1	=	▶2	▶1	=	=	▶2	▶1	Γ1	Γ2	Γ2	▶1	Γ2	Γ1	Γ3	Γ1	Γ2	Γ2	Γ2	=	▶2	▶1	Γ1	▶1
Ukupno „Slažem se“	Listopad/studeni 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 svibanj/srpanj 2023.	▶1	Γ9	7	Γ3	Γ3	Γ2	Γ2	Γ1	Γ1	=	=	=	▶1	▶1	▶1	▶1	▶2	▶2	▶3	▶3	▶3	▶3	▶3	▶4	▶5	▶5	▶5	▶6
Ukupno	Listopad	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

Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

ad/
stude
ni
2023.
„Disagree“ Δ
sviba
nj/srp Γ1 ▶8 ▶8 ▶2 ▶4 ▶2 = = ▶1 = Γ2 Γ1 = ▶1 ▶1 Γ2 = Γ1 = Γ2 Γ1 Γ1 Γ2 Γ5 7 Γ6 Γ5 Γ25
2023.

Sociodemografska analiza naglašava sljedeće obrasce:

Muškarci (64 %) imaju veću vjerojatnost od žena (55 %) da se slože da im je lako identificirati vijesti ili informacije za koje vjeruju da lažno prikazuju stvarnost ili su čak lažne. Razlike po spolu manje su izražene u ostalim izjavama.

Manje je vjerojatno da će se stariji ispitanici u dobi od 55 ili više godina složiti da im je lako prepoznati vijesti ili informacije za koje vjeruju da lažno prikazuju stvarnost ili da su čak lažne (53 % u usporedbi s 63 – 67 % mlađih ispitanika), da često nailaze na takve vijesti ili informacije (62 %, u usporedbi sa 71 – 72 %) te da je postojanje takvih vijesti ili informacija problem u njihovoj zemlji (74 %, u usporedbi s 79 – 80 %). Obrasci su manje jasni u vezi s izjavom „postojanje vijesti ili informacija koje pogrešno predstavljaju stvarnost ili su čak lažne problem je za demokraciju općenito”.

Što je dulje ispitanik ostao u redovnom obrazovanju, to je vjerojatnije da će se složiti sa svakom izjavom o vijestima ili informacijama koje pogrešno prikazuju stvarnost ili su čak lažne. To je najočitiije kada se promatra razina suglasnosti za izjavu da je „lako identificirati vijesti ili informacije za koje vjerujete da pogrešno predstavljaju stvarnost ili su čak lažne” (67 % među onima koji su napustili obrazovanje u dobi od 20 ili više godina, u usporedbi s 41 % onih koji su završili 15 godina ili mlađi).

Najmanje je vjerojatno da će se osobe u kući složiti sa svakom izjavom o vijestima ili informacijama koje pogrešno prikazuju stvarnost ili su čak lažne. Na primjer, 47 % kućnih osoba slaže se da im je lako prepoznati takve vijesti ili informacije, u usporedbi sa 69 % rukovoditelja.

Ispitanici koji nikada ili gotovo nikada nemaju poteškoća s plaćanjem računa (61 %) su vjerojatniji od onih koji imaju poteškoća većinu vremena (52 %) da kažu da im je lako identificirati vijesti ili informacije za koje vjeruju da pogrešno prikazuju stvarnost ili su čak lažne.

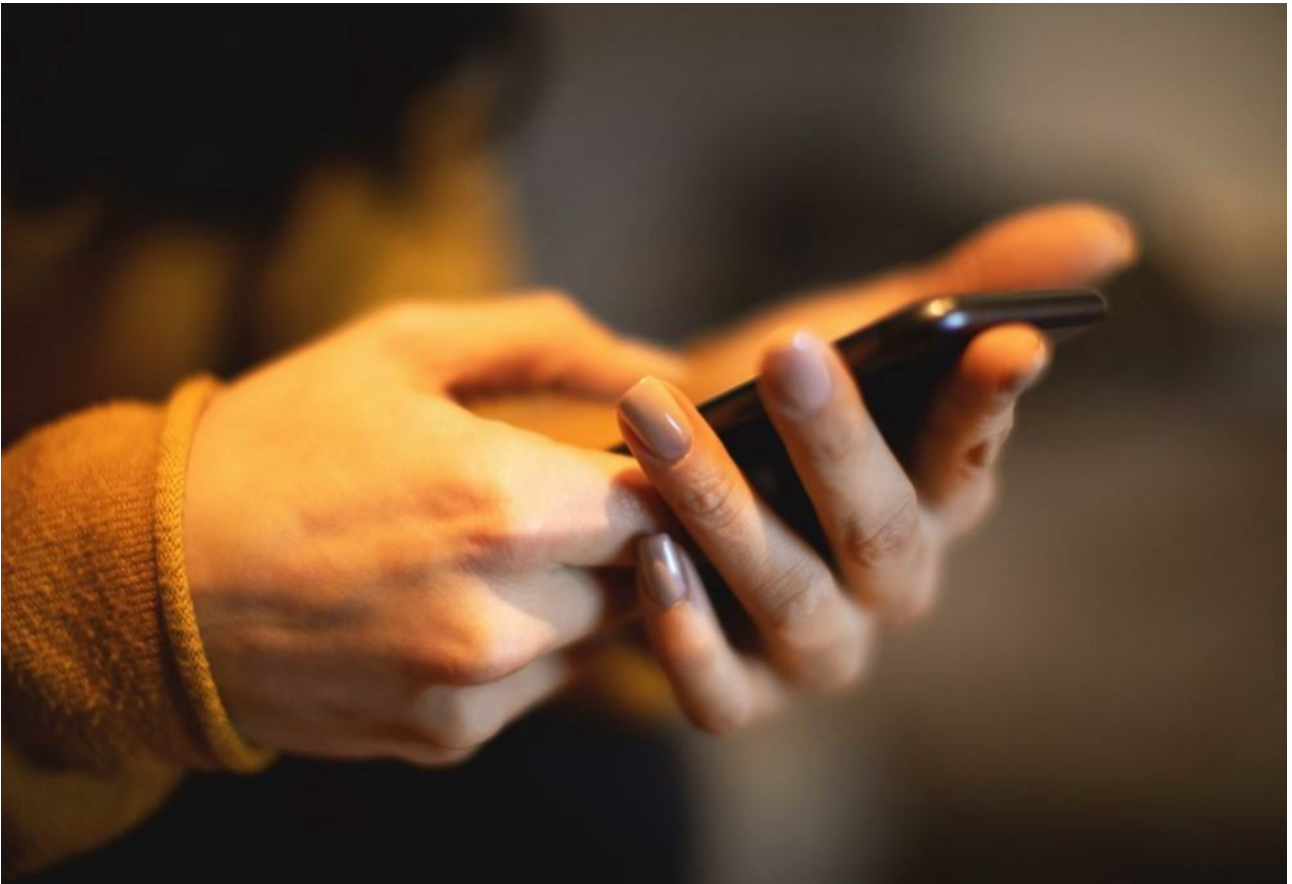
Što je veća društvena klasa kojoj ispitanici smatraju da pripadaju, to je vjerojatnije da će se složiti da im je lako identificirati vijesti ili informacije za koje vjeruju da pogrešno predstavljaju stvarnost ili su čak lažne (70 – 77 % onih koji se smatraju pripadnicima gornje ili više srednje klase, u usporedbi s 51 % onih koji sebe smatraju pripadnicima radničke klase). Oni koji se smatraju pripadnicima radničke klase također su najmanje vjerojatno da će se složiti da je postojanje takvih vijesti ili informacija problem za demokraciju općenito (76 %, u usporedbi s 83 – 85 % onih koji se smatraju pripadnicima srednje, gornje srednje ili više klase). Razlike su manje značajne za preostale dvije izjave.

Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

QE8.1 Slažete li se u potpunosti, imate tendenciju da se slažete, slažete se ili se potpuno ne slažete sa svakom od sljedećih izjava: Često nađete na vijesti ili informacije za koje smatrate da pogrešno prikazuju stvarnost ili da su čak lažne (% – EU)

	Ukupno „Slažem se”	Ukupno „Disagree”	Ne znam
EU27	68	27	5
Spol			
Covjek	70	26	4
Zena	66	28	6
Dob			
15 – 24	71	24	5
25 – 39	72	24	4
40 – 54	72	24	4
55 +	62	31	7
Obrazovanje (završetak)			
15—	56	31	13
16 – 19	69	26	5
20+	72	26	2
Još uvijek studira	70	25	5
Društveno-profesionalna kategorija			
Samozaposlena osoba	73	25	2
Menadžeri	72	26	2
Ostali bijeli ovratnici	72	24	4
Manualni radnici	69	26	5
Osobe u kući	63	28	9
Nezaposlen	73	20	7
Umirovljeni	60	32	8
Studenti	70	25	5
Poteškoće s plaćanjem računa			
Većinu vremena	68	24	8
S vremena na vrijeme	70	25	5
Gotovo nikada/nikad	67	28	5
Razmotrite pripadnost			
Radnička klasa	66	24	10
Niža srednja klasa	67	28	5
Srednja klasa	69	27	4
Gornja srednja klasa	69	29	2
Gornji razred	72	26	2
Slika EU-a			
Pozitivan	67	30	3
Neutralan	67	27	6
Negativno	74	20	6

VI. Društvene mreže

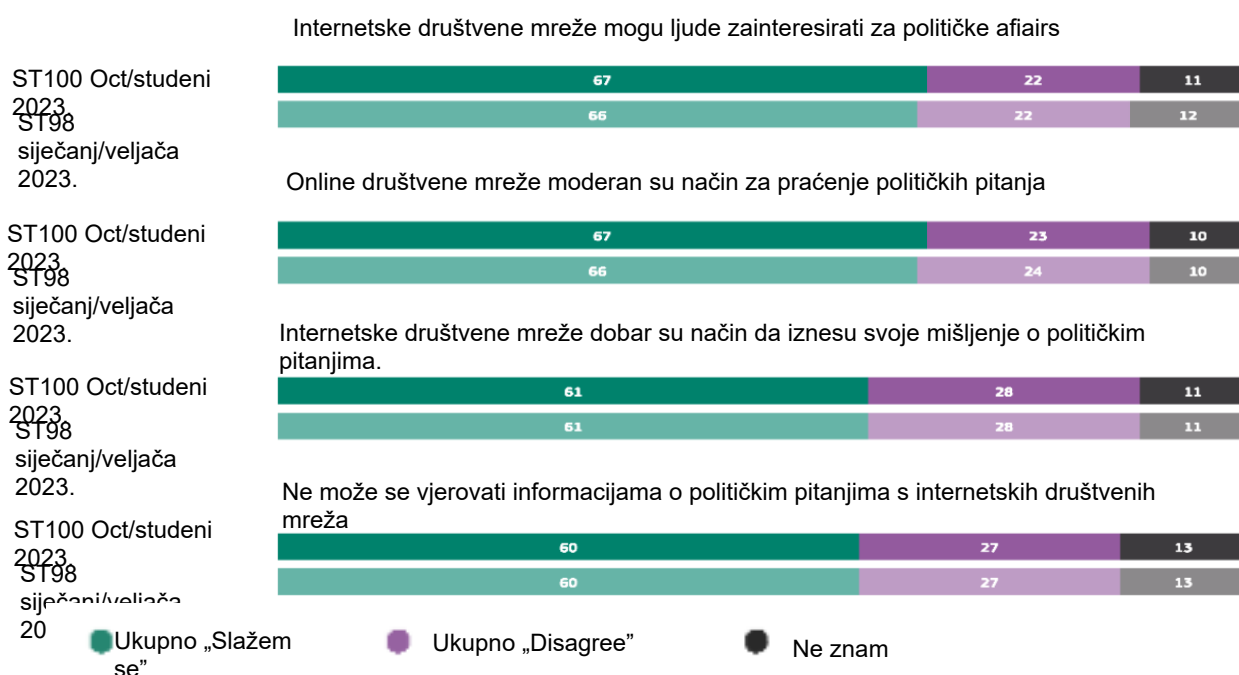


1. Internetske društvene mreže i političke informacije

Većina europskih građana smatra da internetske društvene mreže omogućuju uključivanje ljudi u politička pitanja, iako većina misli i da se ne može vjerovati informacijama o političkim pitanjima na društvenim mrežama.

Ispitanicima je postavljeno pitanje slažu li se ili se ne slažu s četiri izjave o društvenim medijima na internetu²². Rezultati su općenito ostali uglavnom stabilni od zime 2022. 2023., iako bi trebalo napomenuti da su omjeri u skladu sa svakom izjavom na rekordnoj razini.

QE6. Neovisno o tome sudjelujete li na internetskim društvenim mrežama ili ne (internetske stranice društvenih mreža, blogovi, web-mjesta za smještaj videozapisa), navedite slažete li se, slažete li se, slažete li se ili se potpuno ne slažete sa svakom od sljedećih izjava (EU27) (%)

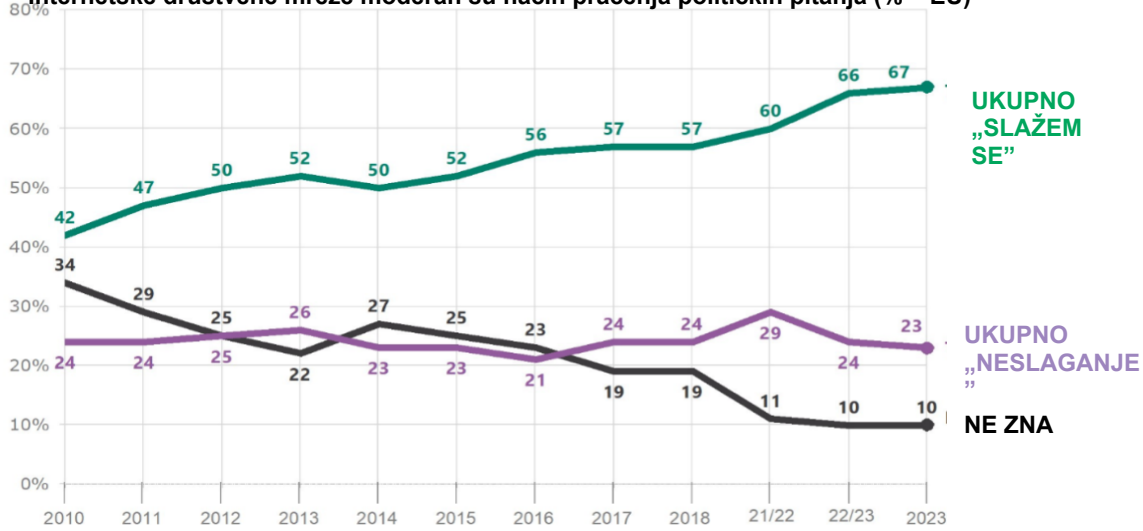


22 QE6. Neovisno o tome sudjelujete li na internetskim društvenim mrežama ili ne (internetske stranice društvenih mreža, blogovi, web-mjesta za hosting videozapisa), navedite slažete li se, slažete li se, slažete li se ili se potpuno ne slažete sa svakom od sljedećih izjava. 1) Online društvene mreže moderan su način za praćenje političkih pitanja.; 2) informacijama o političkim pitanjima s internetskih društvenih mreža ne može se vjerovati; 3) online društvene mreže mogu privući ljude zainteresirane za politička pitanja; 4) Online društvene mreže su dobar način da imate svoje mišljenje o političkim pitanjima.

Oko dvije trećine slaže se da su internetske društvene mreže moderan način za praćenje političkih pitanja (67 %, + 1 postotni bod od zime 2022. 2023.), uključujući četvrtinu (+ 1 postotni bod) koja se u potpunosti slaže s izjavom. Manje od jedne četvrtine (23 %, -1 pp) ne slaže se, dok 10 % (bez promjene) kaže da ne znaju. Iako su te brojke ostale uglavnom stabilne od zime 2022. 2023., dugoročni trend jedan je od rastućih razina slaganja s tom izjavom od jeseni 2010. (+ 25 postotnih bodova), zajedno s padom udjela koji odgovara na „ne znam” (– 24 postotna boda).

QE6.1 Neovisno o tome sudjelujete li na internetskim društvenim mrežama ili ne (internetske stranice društvenih mreža, blogovi, web stranice za video hosting), molimo da mi kažete slažete li se, slažete li se, slažete li se ili se potpuno ne slažete sa svakom od sljedećih izjava.

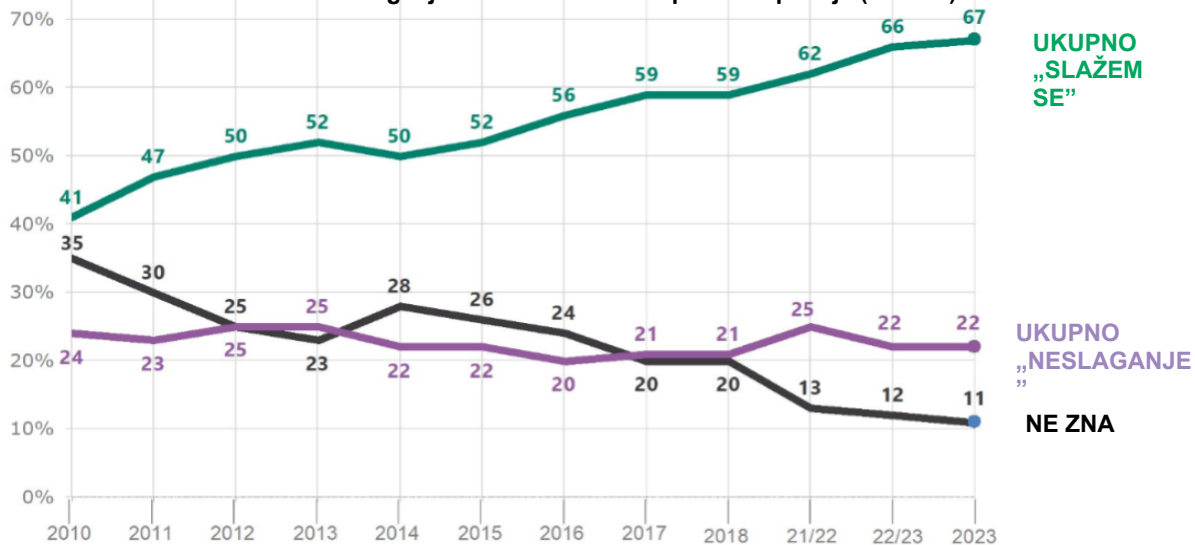
Internetske društvene mreže moderan su način praćenja političkih pitanja (% – EU)



Oko dvije trećine slaže se da internetske društvene mreže mogu ljude zainteresirati za politička pitanja (67 %, + 1 postotni bod od zime 2022. 2023.), s ukupnim dogovorom od 21 % (– 1 postotni bod). Nešto više od jedne petine (22 %, bez promjene) ne slaže se, dok 11 % (-1 postotni bod) tvrdi da ne zna. Analiza dugoročnog trenda još jednom pokazuje da se razina slaganja s tom izjavom kontinuirano povećava od jeseni 2010. (+ 26 postotnih bodova), dok suprotno vrijedi za udio ispitanika koji kažu da ne znaju (– 24 postotna boda).

QE6.3 Bez obzira na to sudjelujete li na internetskim društvenim mrežama ili ne (web stranice društvenih mreža, blogovi, web stranice za video hosting), molimo vas da mi kažete slažete li se, slažete li se, slažete li se ili se potpuno ne slažete sa svakom od sljedećih izjava.

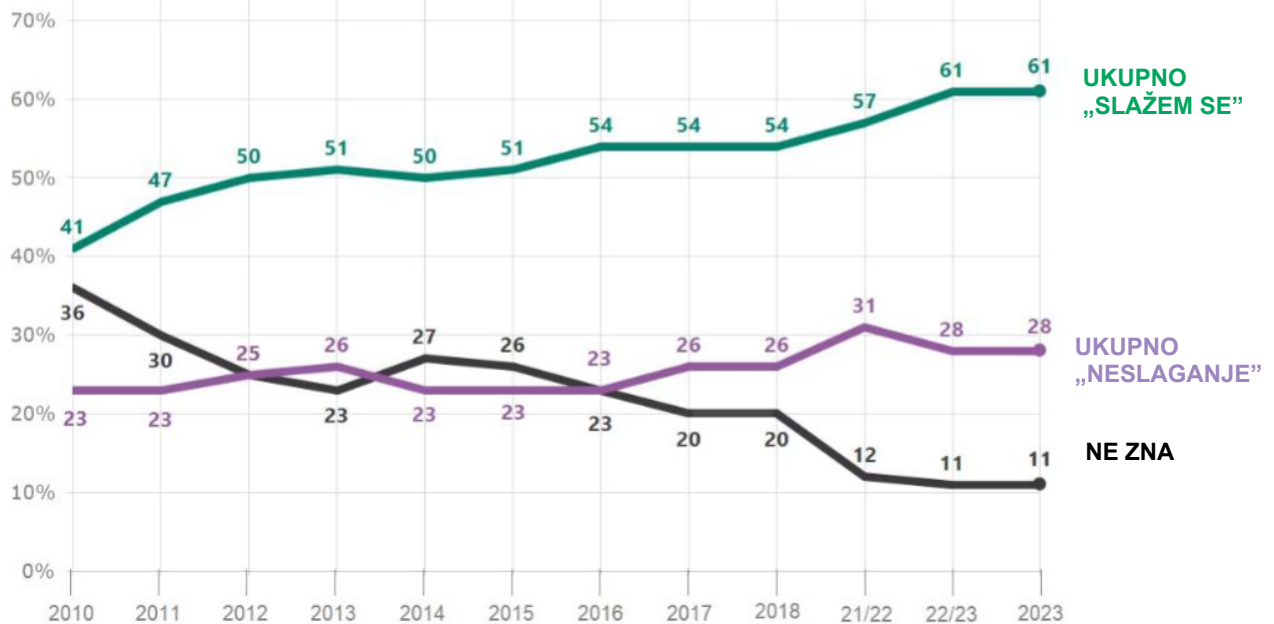
Internetske društvene mreže mogu ljude zainteresirati za politička pitanja (% – EU)



Otprilike šest od deset ispitanika slaže se da su internetske društvene mreže dobar način da iznesu svoje mišljenje o političkim pitanjima (61 %, nema promjena od zime 2022. 2023.), uključujući gotovo svaki peti koji se „potpuno slaže” (19 %, -1 postotni bod). Manje od tri od deset ispitanika ne slaže se (28 %, nema promjene), dok 11 % (bez promjene) kaže da ne zna. Razina slaganja s tom izjavom povećala se za 20 postotnih bodova od jeseni 2010.

QE6.4 Bez obzira na to sudjelujete li na internetskim društvenim mrežama ili ne (web stranice društvenih mreža, blogovi, web stranice za video hosting), molimo vas da mi kažete slažete li se, slažete li se, slažete li se ili se potpuno ne slažete sa svakom od sljedećih izjava.

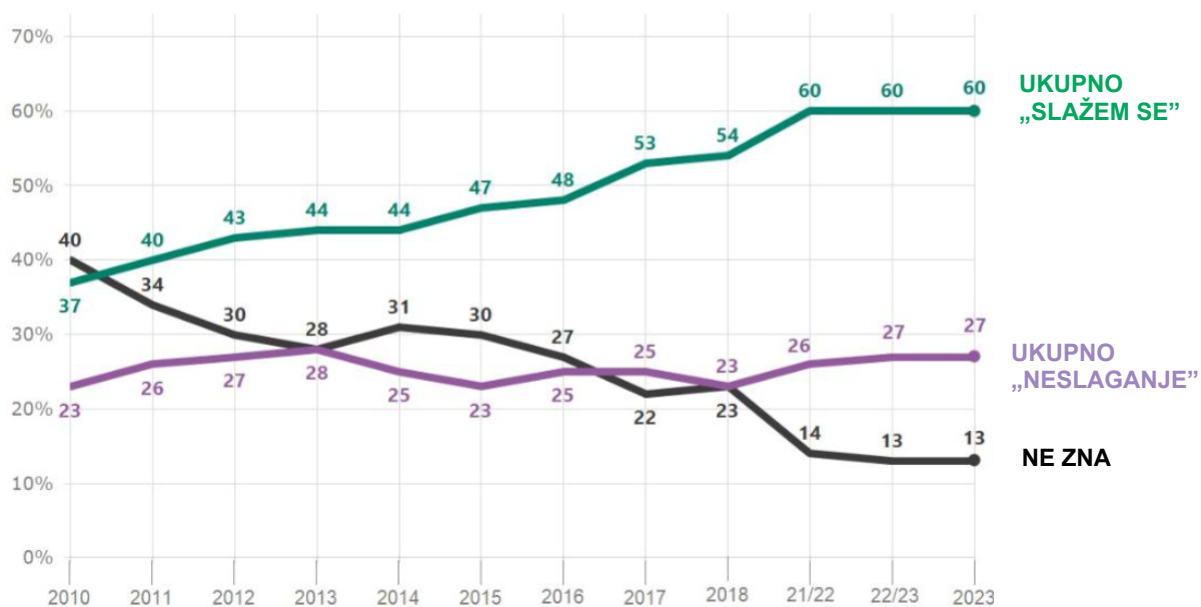
Internetske društvene mreže dobar su način za iznošenje mišljenja o političkim pitanjima (% – EU)



Unatoč tim pozitivnim mišljenjima o koristima internetskih društvenih mreža, šest od deset (nema promjena od zime 2022. 2023.) također se slaže da se ne može vjerovati informacijama o političkim pitanjima s internetskih društvenih mreža, s 21 % (– 1 postotni bod koji se „potpuno slaže”). Više od jedne četvrtine ne slaže se s tom izjavom (27 %, bez promjene), dok 13 % (bez promjene) kaže da ne zna. Iako je suglasnost s tom izjavom ostala nepromijenjena od zime 2021. 2022., dugoročno gledano, udio onih koji misle da se ne može vjerovati informacijama o političkim pitanjima s internetskih društvenih mreža sada je 23 postotna boda veći nego što je bio u jesen 2010.

QE6.2 Neovisno o tome sudjelujete li u online društvenim mrežama ili ne (web stranice društvenih mreža, blogovi, web stranice za video hosting), molimo vas da mi kažete slažete li se, slažete li se, slažete li se ili se potpuno ne slažete sa svakom od sljedećih izjava.

Ne može se vjerovati informacijama o političkim pitanjima s internetskih društvenih mreža (% – EU)

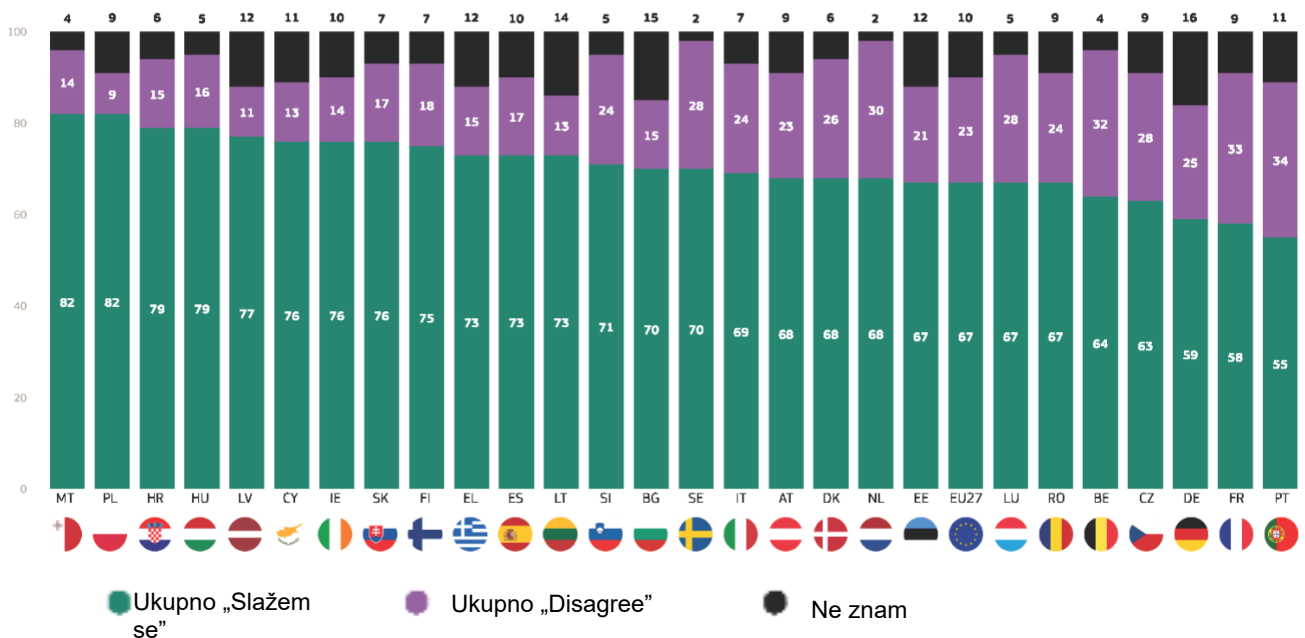


Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

Više od polovice ispitanika u svakoj državi članici EU-a slaže se da su internetske društvene mreže moderan način za praćenje političkih pitanja. Razine dogovora najviše su zabilježene u Malti i Poljskoj (82 %) te u Hrvatskoj i Mađarskoj (79 %), dok su najniže u Portugalu (55 %), Francuskoj (58 %) i Njemačkoj (59 %).

U 13 država članica EU-a udio ispitanika koji se slažu da su internetske društvene mreže moderan način za praćenje političkih pitanja porastao je od zime 2022. 2023. Najveća povećanja zabilježena su u Luksemburgu (67 %, + 7 postotnih bodova), Francuskoj (58 %, + 7 postotnih bodova), Sloveniji (71 %, + 5 postotnih bodova), Austriji (68 %, + 5 postotnih bodova) i Rumunjskoj (67 %, + 5 postotnih bodova). S druge strane, razina slaganja s tom izjavom smanjila se u 12 zemalja, posebno u Malti (82 %, – 9 postotnih bodova), Danskoj (68 %, – 7 postotnih bodova) i Cipru (76 %, -5 postotnih bodova). Ta je brojka ostala stabilna u Španjolskoj (73 %) i Portugalu (55 %).

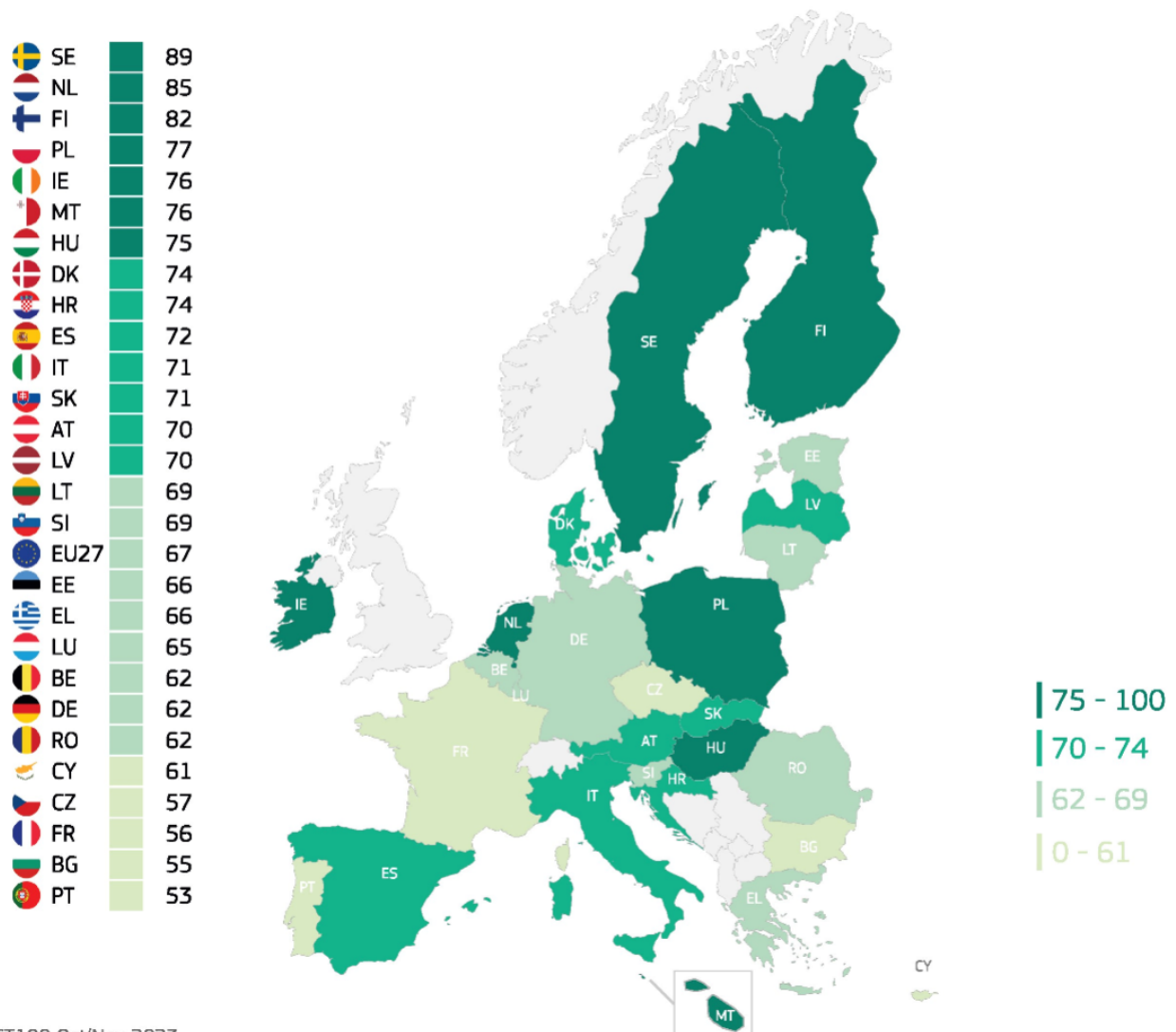
QE6.1. Bez obzira na to sudjelujete li na internetskim društvenim mrežama ili ne (internetske stranice društvenih mreža, blogovi, web-stranice za video hosting). Molimo vas da se uvjerite da li se u potpunosti slažete. imaju tendenciju da se ne slažu ili se potpuno ne slažu sa svakom od sljedećih izjava:- online društvene mreže moderan su način za praćenje političkih pitanja (%)



Većina ispitanika u svim državama članicama EU-a slaže se da internetske društvene mreže mogu ljude zainteresirati za politička pitanja. To je stajalište najraširenije u Švedskoj (89 %), Nizozemskoj (85 %) i Finskoj (82 %). S druge strane, najmanje je vjerojatno da će se ispitanici u Portugalu (53 %), Bugarskoj (55 %) i Francuskoj (56 %) složiti s tom tvrdnjom.

U 13 zemalja vjerojatnije je da će se ispitanici nego u zimu 2022. 2023. složiti s time da se internetske društvene mreže mogu zainteresirati za politička pitanja. To se posebno odnosi na ispitanike u Austriji (70 %, + 8 postotnih bodova), Francuskoj (56 %, + 7 postotnih bodova), Luksemburgu (65 %, + 5 postotnih bodova) i Rumunjskoj (62 %, + 5 postotnih bodova). Razine sporazuma smanjile su se u deset zemalja, osobito u Malti (76 %, – 9 postotnih bodova), Cipru (61 %, – 9 postotnih bodova) i Belgiji (62 %, -6 postotnih bodova). Nije došlo do promjene u Poljskoj (77 %), Mađarskoj (75 %), Španjolskoj (72 %) i Litvi (69 %).

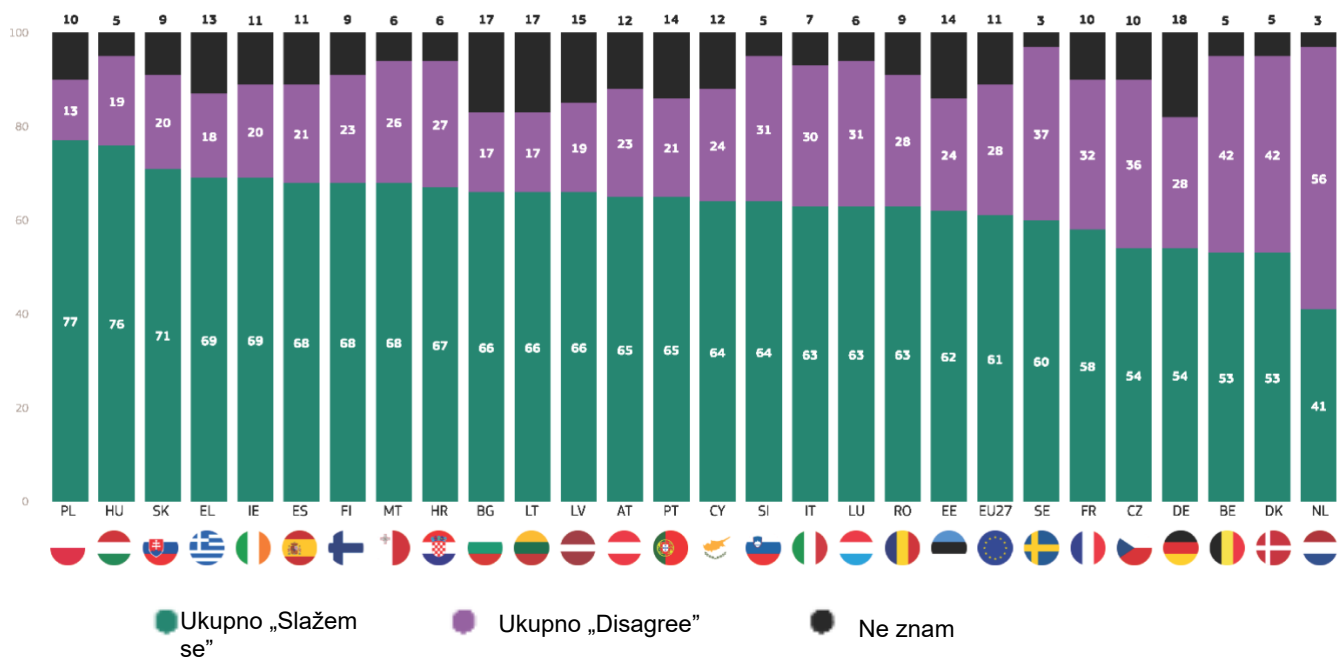
QE6.3. Neovisno o tome sudjelujete li na internetskim društvenim mrežama ili ne (internetske stranice društvenih mreža, blogovi, web-mjesta za smještaj videozapisa), navedite slažete li se, slažete li se, slažete li se ili se potpuno ne slažete sa svakom od sljedećih izjava: Internetske društvene mreže mogu ljude zainteresirati za politička pitanja – ukupno „Slažem se” (%)



Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

U svim državama članicama osim Nizozemske većina se slaže da su internetske društvene mreže dobar način za iznošenje mišljenja o političkim pitanjima. Više od sedam od deset ispitanika slaže se s tom izjavom u Poljskoj (77 %), Mađarskoj (76 %) i Slovačkoj (71 %). Na suprotnom kraju ljestvice, otprilike četiri od deset ispitanika dijele to stajalište u Nizozemskoj (41 %), kao i 53 % u Belgiji i Danskoj. Dogovor da su internetske društvene mreže dobar način da se vaše mišljenje o političkim pitanjima poveća u 13 država članica EU-a od zime 2022. 2023., najveće povećanje zabilježeno je u Portugalu (65 %, + 14 postotnih bodova), Austriji (65 %, + 8 postotnih bodova) i Rumunjskoj (63 %, + 8 postotnih bodova). Pad je zabilježen u deset zemalja, a najznačajnije zabilježene su u Cipru (64 %, – 8 postotnih bodova), Malti (68 %, – 7 postotnih bodova) i Italiji (63 %, -5 postotnih bodova). Taj je udio ostao nepromijenjen u četiri zemlje: Mađarska (76 %), Finska (68 %), Litva (66 %) i Nizozemska (41 %).

QE6.4. Bez obzira na to sudjelujete li na internetskim društvenim mrežama ili ne (internetske stranice društvenih mreža, blogovi, web stranice za video hosting). Molimo navedite slažete li se, slažete li se, slažete li se ili se potpuno ne slažete sa svakom od sljedećih izjava:- online društvene mreže dobar su način da imate svoje mišljenje o političkim pitanjima (%)



Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

QE6.3 Neovisno o tome sudjelujete li na internetskim društvenim mrežama ili ne (internetske stranice društvenih mreža, blogovi, web-mjesta na poslužitelju videozapisa), molimo da navedete slažete li se, slažete li se, sklone neslaganju ili se potpuno ne slažete sa svakom od sljedećih izjava koje društvene mreže na internetu mogu potaknuti ljude da se zainteresiraju za politička pitanja (%)

	EU27	NA	FR	LU	RO	EL	HR	LV	NL	FI	PT	SK	EE	SE	ES	LT	HU	PL	BG	CZ	SI	IE	TOJE	DE	DK	BITI	CY	MT	
Ukupno „Slažem se“	Listopad/studeni 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 svibanj/srpanj 2023.	Γ1	Γ8	7	Γ5	Γ5	Γ4	Γ4	Γ4	Γ4	Γ4	Γ3	Γ2	Γ1	Γ1	=	=	=	=	▶1	▶1	▶1	▶2	▶2	▶3	▶5	▶6	▶9	▶9	
Ukupno „Disagree“	Listopad/studeni 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 svibanj/srpanj 2023.	=	▶5	Γ1	▶2	▶2	▶6	▶2	▶3	▶3	▶1	Γ3	Γ2	Γ3	Γ1	▶1	▶2	Γ1	Γ2	Γ1	▶1	Γ4	Γ1	Γ1	Γ1	Γ3	Γ5	7	7	
Ne znam	Listopad/studeni 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 svibanj/srpanj 2023.	▶1	▶3	▶8	▶3	▶3	Γ2	▶2	▶1	▶1	▶3	▶6	▶4	▶4	▶2	Γ1	Γ2	▶1	▶2	=	Γ2	▶3	Γ1	Γ1	Γ2	Γ2	Γ1	Γ2	Γ2	

QE6.1 Neovisno o tome sudjelujete li na internetskim društvenim mrežama ili ne (internetske stranice društvenih mreža, blogovi, web-mjesta na poslužitelju videozapisa), molimo da navedete slažete li se, slažete li se, sklone neslaganju ili se potpuno ne slažete sa svakom od sljedećih izjava Online društvene mreže su moderan način za praćenje političkih pitanja (%)

	EU27	FR	LU	NA	RO	SI	LV	PL	NL	CZ	HR	LT	FI	SE	ES	PT	BITI	EE	EL	HU	SK	DE	TOJE	BG	IE	CY	DK	MT	
Ukupno „Slažem se“	Listopad/studeni 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 svibanj/srpanj 2023.	Γ1	7	7	Γ5	Γ5	Γ5	Γ3	Γ3	Γ2	Γ1	Γ1	Γ1	Γ1	Γ1	=	=	▶1	▶1	▶1	▶1	▶1	▶2	▶2	▶3	▶3	▶5	▶7	▶9	
Ukupno „Disagree“	Listopad/studeni 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 svibanj/srpanj 2023.	▶1	▶4	▶3	▶2	▶4	▶1	▶2	▶1	▶2	▶1	=	▶1	Γ1	=	▶1	Γ5	Γ1	Γ4	▶4	Γ2	Γ2	Γ1	▶1	Γ2	Γ1	Γ2	Γ4	Γ9	
Ne znam	Listopad/studeni 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 svibanj/srpanj 2023.	=	▶3	▶4	▶3	▶1	▶4	▶1	▶2	=	=	▶1	=	▶2	▶1	Γ1	▶5	=	▶3	Γ5	▶1	▶1	Γ1	Γ3	Γ1	Γ2	Γ3	Γ3	=	

QE6.4 Neovisno o tome sudjelujete li na internetskim društvenim mrežama ili ne (internetske stranice društvenih mreža, blogovi, web-mjesta za hosting videozapisa), molimo vas da navedete slažete li se, slažete li se, sklone neslaganju ili se potpuno ne slažete sa svakom od sljedećih izjava Online društvene mreže su dobar način da imate svoje mišljenje o političkim pitanjima (%)

	EU27	PT	NA	RO	EE	LU	FR	SI	SK	ES	HR	LV	PL	SE	LT	HU	NL	FI	EL	BG	CZ	IE	DE	BITI	DK	TOJE	MT	CY	
Ukupno „Slažem se“	Listopad/studeni 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 svibanj/srpanj 2023.	=	Γ14	Γ8	Γ8	Γ6	Γ6	Γ5	Γ4	Γ4	Γ3	Γ3	Γ2	Γ2	Γ1	=	=	=	=	▶1	▶2	▶2	▶2	▶3	▶4	▶4	▶5	▶7	▶8	
Ukupno „Disagree“	Listopad/studeni 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 svibanj/srpanj 2023.	=	▶8	▶7	▶6	Γ1	▶1	Γ2	Γ1	▶1	▶4	▶1	▶2	▶1	=	▶1	Γ2	=	Γ1	▶3	Γ2	Γ1	Γ1	=	Γ3	Γ4	Γ2	Γ5	Γ5	
Ne znam	Listopad/studeni 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 svibanj/srpanj 2023.	=	▶6	▶1	▶2	▶7	▶5	▶7	▶5	▶3	Γ1	▶2	=	▶1	▶1	Γ1	▶2	=	▶1	Γ4	=	Γ1	Γ1	Γ3	Γ1	=	Γ3	Γ2	Γ3	

QE6.2 Neovisno o tome sudjelujete li na internetskim društvenim mrežama ili ne (internetske stranice društvenih mreža, blogovi, web-mjesta na poslužitelju videozapisa), molimo da

Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

navedete slažete li se, slažete li se, slažete li se ili se potpuno ne slažete sa svakom od sljedećih izjava o političkim pitanjima s internetskih društvenih mreža (%)

	EU27	PT	LU	SK	FR	LV	LT	FI	PL	SI	SE	DK	HR	NL	ES	TOJE	NA	RO	CZ	DE	EE	CY	BITI	MT	HU	BG	EL	IE
Ukupno „Slažete se“	Listopad/studen 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	=	Γ8	Γ4	Γ4	Γ3	Γ3	Γ3	Γ3	Γ2	Γ2	Γ2	Γ1	Γ1	Γ1	=	=	=	=	▶1	▶1	▶1	▶1	▶2	▶2	▶3	▶5	▶5	▶10
Ukupno „Disagrade“	Listopad/studen 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	=	Γ1	=	Γ2	Γ4	▶1	▶4	▶3	▶2	Γ1	▶2	▶3	Γ1	▶1	▶3	▶1	Γ1	Γ2	=	▶2	Γ2	=	Γ2	Γ1	Γ3	Γ5	Γ3	Γ10
Ne znam	Listopad/studen 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	=	▶9	▶4	▶6	▶7	▶2	Γ1	=	=	▶3	=	Γ2	▶2	=	Γ3	Γ1	▶1	▶2	Γ1	Γ3	▶1	Γ1	=	Γ1	=	=	Γ2	=

Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

Ispitanici koji kažu da se koriste internetskim društvenim mrežama najmanje jednom tjedno vjerojatnije će se složiti s tim četirima izjavama nego Europljani u cjelini:

Osam od deset ispitanika koji se koriste internetskim društvenim mrežama najmanje jednom tjedno slažu se da su internetske društvene mreže moderan način praćenja političkih pitanja, u usporedbi sa 67 % svih ispitanika – razlika od 13 postotnih bodova.

Oko osam od deset osoba koje se koriste internetskim društvenim mrežama barem jednom tjedno (78 %) kažu da internetske društvene mreže mogu ljude zainteresirati za politička pitanja, u usporedbi sa 67 % Europljana općenito, što je razlika od 11 postotnih bodova.

Gotovo tri četvrtine (74 %) onih koji barem jednom tjedno koriste internetske društvene mreže smatra da su internetske društvene mreže dobar način da se izrazi vaše mišljenje o političkim pitanjima, u usporedbi sa 61 % svih Europljana, što je razlika od 13 postotnih bodova.

Među ispitanicima koji barem jednom tjedno koriste internetske društvene mreže 65 % ispitanika slaže se da se ne može vjerovati informacijama o političkim pitanjima s internetskih društvenih mreža, u usporedbi sa 60 % svih ispitanika, što je razlika od pet postotnih bodova.

		EU27	BIT	BG	CZ	DK	DE	EE	IE	EL	ES	FR	HR	TO	CY	LV	LT	LU	HU	MT	NL	NA	PL	PT	RO	SI	SK	FI	SE
Internetske društvene mreže dobar su način da iznesu svoje mišljenje o političkim pitanjima.	Ukupno	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																												
	Listopad/studeni 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 svibanj/srpanj 2023.	Γ1	▶1	▶3	Γ1	▶7	▶2	▶1	▶3	▶1	=	7	Γ1	▶2	▶5	Γ3	Γ1	7	▶1	▶9	Γ2	Γ5	Γ3	=	Γ5	Γ5	▶1	Γ1	Γ1
Društvene mreže mogu potaknuti ljude da se zainteresiraju za politička pitanja	Ukupno	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																												
	Listopad/studeni 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 svibanj/srpanj 2023.	▶1	Γ1	Γ2	▶1	Γ4	Γ1	Γ4	Γ1	▶4	▶1	▶4	=	▶1	Γ2	▶2	▶1	▶3	Γ2	Γ9	▶2	▶2	▶1	Γ5	▶4	▶1	Γ2	Γ1	=
Ne može se vjerovati informacijama o političkim pitanjima s internetskih društvenih mreža	Ukupno	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																												
	Listopad/studeni 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 svibanj/srpanj 2023.	=	=	Γ1	=	Γ3	Γ1	▶3	Γ2	Γ5	Γ1	▶3	▶1	Γ3	Γ3	▶1	=	▶4	▶1	=	=	▶3	▶2	▶5	▶1	▶4	▶1	▶2	▶1
Ne može se vjerovati informacijama o političkim pitanjima s internetskih društvenih mreža	Ukupno	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																												
	Listopad/studeni 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 svibanj/srpanj 2023.	=	▶2	▶5	▶1	Γ1	▶1	▶1	▶10	▶5	=	Γ3	Γ1	=	▶1	Γ3	Γ3	Γ4	▶3	▶2	Γ1	=	Γ2	Γ8	=	Γ2	Γ4	Γ3	Γ2
Ne može se vjerovati informacijama o političkim pitanjima s internetskih društvenih mreža	Ukupno	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																												
	Listopad/studeni 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 svibanj/srpanj 2023.	=	Γ2	Γ5	=	▶3	▶2	Γ2	Γ10	Γ3	▶3	Γ4	Γ1	▶1	=	▶1	▶4	=	Γ3	Γ1	▶1	Γ1	▶2	Γ1	Γ2	Γ1	Γ2	▶3	▶2
Ne može se vjerovati informacijama o političkim pitanjima s internetskih društvenih mreža	Ukupno	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																												
	Listopad/studeni 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 svibanj/srpanj 2023.	=	=	=	Γ1	Γ2	Γ3	▶1	=	Γ2	Γ3	▶7	▶2	Γ1	Γ1	▶2	Γ1	▶4	=	Γ1	=	▶1	=	▶9	▶2	▶3	▶6	=	=

Sociodemografska analiza otkriva da su stariji ispitanici u dobi od 55 godina ili više manje vjerojatno od svojih mlađih kolega da se slažu s izjavama na internetskim društvenim mrežama. Na primjer, 51 % osoba u dobi od 55 godina ili više slaže se da su internetske društvene mreže moderan način za praćenje političkih pitanja, u usporedbi s 85 % osoba u dobi od 15 do 24 godine. Jedina je iznimka tvrdnja da se „ne može vjerovati informacijama o političkim pitanjima s internetskih društvenih mreža” – u ovom slučaju ispitanici u skupinama središnje dobi (25 – 54) (65 – 66 %) imaju veću vjerojatnost da će se složiti i od mlađih (58 %) i starijih ispitanika (56 %).

Razlike u slaganju također se mogu vidjeti prema razinama obrazovanja, pri čemu je vjerojatnije da će se oni koji su završili redovno obrazovanje u dobi od 16 ili više godina složiti sa svakom izjavom od onih koji su ranije napustili obrazovanje. Na primjer, ispitanici koji su završili obrazovanje u dobi od 16 ili više godina (66 – 73 %) imaju veću vjerojatnost da će se složiti da internetske društvene mreže mogu ljude zainteresirati za politička pitanja od onih koji su završili obrazovanje u dobi od 15 godina ili mlađoj (46 %).

Promatrajući rezultate društveno-profesionalnih kategorija, najmanje je vjerojatno da će se umirovljeni ispitanici složiti sa svakom izjavom o internetskim društvenim mrežama. To je osobito slučaj s izjavom da internetske društvene mreže mogu ljude zainteresirati za politička pitanja (48 % umirovljenika, u usporedbi s 76 % rukovoditelja i drugih radnika s bijelim ovratnicima).

Ispitanici koji imaju poteškoća s plaćanjem računa s vremena na vrijeme ili rjeđe imaju veću vjerojatnost od onih koji imaju poteškoća većinu vremena da se dogovore da se informacije o političkim pitanjima s internetskih društvenih mreža ne mogu vjerovati (61 %, u usporedbi s 55 %) te da internetske društvene mreže mogu ljude zainteresirati za politička pitanja (67 – 68 %, u usporedbi s 59 %). Slično tome, što je veća društvena klasa kojoj ispitanici smatraju da pripadaju, to je vjerojatnije da će se složiti da se ne može vjerovati informacijama o političkim pitanjima s internetskih društvenih mreža (65 – 72 % onih koji smatraju da pripadaju gornjem srednjem ili višem razredu, u usporedbi s 53 % onih koji smatraju da pripadaju radnoj klasi) te da internetske društvene mreže mogu ljude zainteresirati za politička pitanja (76 – 80 % u usporedbi s 57 %). Obrasci u smislu financijskih poteškoća ispitanika i samoprocjene socijalne klase manje su jasni za preostale dvije izjave.

Standardno istraživanje Eurobarometra 100 jesen 2023. Mediji

QE6 Neovisno o tome sudjelujete li na internetskim društvenim mrežama ili ne (internetske stranice društvenih mreža, blogovi, web stranice za video hosting), molimo vas recite slažete li se, slažete li se, slažete li se ili se potpuno ne slažete sa svakom od sljedećih izjava. (% – „ukupno se slaže“)

	Online društvene mreže moderan su način za praćenje političkih pitanja	Ne može se vjerovati informacijama o političkim pitanjima s internetskih društvenih mreža	Društvene mreže mogu potaknuti ljude da se zainteresiraju za politička pitanja	Internetske društvene mreže dobar su način da iznesu svoje mišljenje o političkim pitanjima.
EU27	67	60	67	61
Spol				
Covjek	68	62	69	63
Zena	67	59	66	61
Dob				
15 – 24	85	58	83	78
25 – 39	79	65	78	73
40 – 54	73	66	73	66
55 +	51	56	53	48
Obrazovanje (završetak)				
15—	45	47	46	43
16 – 19	68	61	66	63
20+	70	66	73	63
Još uvijek studira	86	59	85	77
Društveno-profesionalna kategorija				
Samozaposlena osoba	76	66	75	67
Menadžeri	72	67	76	66
Ostali bijeli ovratnici	76	66	76	70
Manualni radnici	73	64	71	69
Osobe u kući	59	52	56	55
Nezaposlen	70	59	67	67
Umirovljeni	45	52	48	42
Studenti	86	59	85	77
Poteškoće s plaćanjem računa				
Većinu vremena	64	55	59	61
S vremena na vrijeme	71	61	67	64
Gotovo nikada/nikad	66	61	68	61
Razmotrite pripadnost				
Radnička klasa	60	53	57	55
Niža srednja klasa	66	61	65	63
Srednja klasa	71	63	72	65
Gornja srednja klasa	68	65	76	61
Gornji razred	71	72	80	69
Slika EU-a				
Pozitivan	72	64	73	66
Neutralan	65	58	64	59
Negativno	60	57	60	57

Komentari

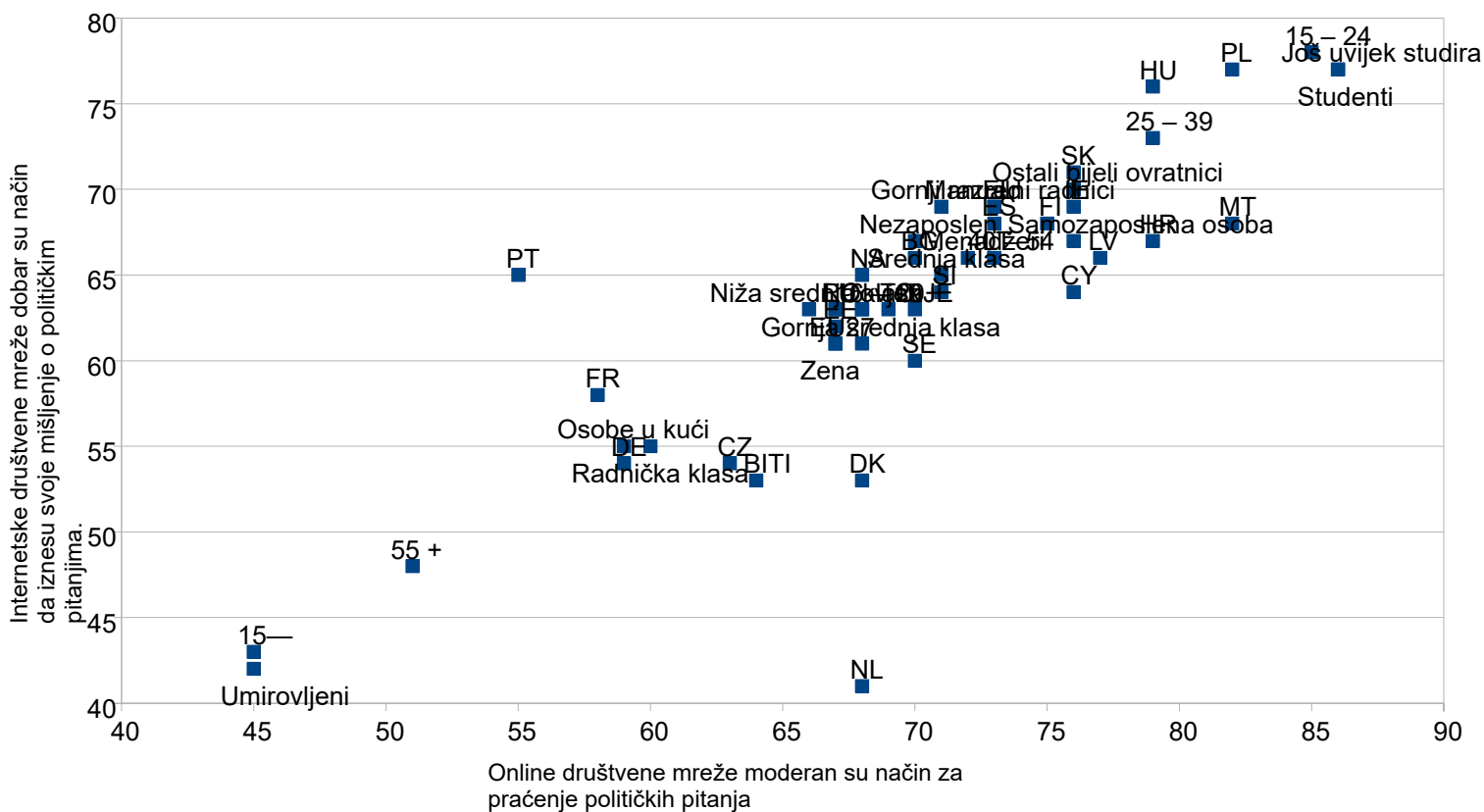
(Pierre Dieumegard)

Ovaj dokument Eurobarometra još jednom nije bio pravilno lektoriran prije objave.

Dio VI. (Socijalne mreže) sadržava samo jedan pododjeljak, što je u suprotnosti s dobrom praksom pisanja u svim zemljama i jezicima. Nedostaje li pododjeljak?

Od 2010. godine pisani tisak čita se sve manje, dok se društvene mreže koriste sve više i više, više od pisanih medija. Iako se radio i televizija blago smanjuju, većina ispitanika i dalje ih koristi (pitanje QE3).

udio onih koji smatraju da društvene mreže nisu dobar način da se saznaju o političkim pitanjima ostaje konstantan, otprilike četvrtina ispitanika. S druge strane, povećava se udio onih koji misle da je to dobar način, na štetu onih koji nemaju mišljenje (QE6).



Dob je glavni čimbenik koji objašnjava mišljenja o korisnosti društvenih mreža u politici, ali mišljenja se uvelike razlikuju od zemlje do zemlje (pitanje QE6). Polovi u cjelini ponašaju se na isti način kao i osobe u dobi od 15 do 24 godine u cjelini.