

ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ 2025 ??
FL014EP

ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟ

ΕΥΡΩΒ ΑΡΟΜΕ ΤΡΟ

ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ ΤΩΝ
ΜΕΣΩΝ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ
2025



Ευρωπαϊκό
Κοινοβούλιο

ΑΔΕΙΑ

Η έκθεση συντάχθηκε για το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο από την Ipsos European Public Affair

ΗΓΕΤΕΣ ΕΡΓΩΝ

Tommaso CRESTO DINA (Μονάδα Διαδικτυακών Επικοινωνιών)

Gonzalo VELASCO MONASTERIO (Μονάδα Παρακολούθησης της Κοινής Γνώμης)

Το χειρόγραφο ολοκληρώθηκε τον Οκτώβριο του 2025

Βρυξέλλες, © Ευρωπαϊκή Ένωση, 2025

ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟΝ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΟ

Η έρευνα του Έκτακτου Ευρωβαρόμετρου ζητήθηκε από το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, Γενική Διεύθυνση Επικοινωνίας. Για να επικοινωνήσετε με τη συντονιστική μονάδα, απευθυνθείτε γραπτώς στη διεύθυνση:

DGCOMM-POM@europarl.europa.eu

ΓΛΩΣΣΙΚΗ ΕΚΔΟΣΗ

Πρωτότυπο: EL

ΑΠΟΠΟΙΗΣΗ ΕΥΘΥΝΩΝ

Το παρόν έγγραφο συντάσσεται για τους βουλευτές και το προσωπικό του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και απευθύνεται πρωτίστως σε αυτούς για να τους βοηθήσει στο κοινοβουλευτικό τους έργο. Το περιεχόμενο του εγγράφου αποτελεί αποκλειστική ευθύνη του/των συντάκτη/-ών του και τυχόν απόψεις που εκφράζονται στο παρόν έγγραφο δεν θα πρέπει να θεωρούνται ότι αντιπροσωπεύουν επίσημη θέση του Κοινοβουλίου.



Έγγραφο του Pierre Dieumegard για την [Ευρώπη-Δημοκρατία-Esperanto](#)

Σκοπός αυτού του «προσωρινού» εγγράφου είναι να επιτρέψει σε περισσότερους ανθρώπους στην Ευρωπαϊκή Ένωση να λάβουν γνώση των εγγράφων που παράγονται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (και χρηματοδοτούνται από τους φόρους τους).

Εάν δεν υπάρχουν μεταφράσεις, οι πολίτες αποκλείονται από τη συζήτηση.

Το παρόν έγγραφο «Eurobarometer» [υπήρχε μόνο στα αγγλικά](#), σε αρχείο pdf. Από το αρχικό αρχείο, δημιουργήσαμε ένα αρχείο odt, που προετοιμάστηκε από το λογισμικό Libre Office, για αυτόματη μετάφραση σε άλλες γλώσσες. Τα αποτελέσματα είναι πλέον διαθέσιμα σε [όλες τις επίσημες γλώσσες](#).

Είναι επιθυμητό η διοίκηση της ΕΕ να αναλάβει τη μετάφραση σημαντικών εγγράφων. Τα «σημαντικά έγγραφα» δεν είναι μόνο νόμοι και κανονισμοί, αλλά και οι σημαντικές πληροφορίες που απαιτούνται για τη λήψη τεκμηριωμένων αποφάσεων από κοινού.

Προκειμένου να συζητήσουμε από κοινού το κοινό μας μέλλον και να επιτρέψουμε αξιόπιστες μεταφράσεις, η διεθνής γλώσσα Εσπεράντο θα ήταν πολύ χρήσιμη λόγω της απλότητας, της κανονικότητας και της ακρίβειάς της.

Επικοινωνήστε μαζί μας:

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

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

Πίνακας περιεχομένων

ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	5
ΒΑΣΙΚΑ ΕΥΡΗΜΑΤΑ.....	7
1. ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΕΣ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΕΣ ΚΑΙ ΠΗΓΕΣ.....	11
1.1. Συχνότητα συζήτησης της κοινωνικής και πολιτικής επικαιρότητας.....	11
1.2. Συχνότητα χρήσης παραδοσιακών και ψηφιακών πηγών πληροφοριών.....	13
1.3. Προτιμώμενες πηγές πληροφόρησης για την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα.....	16
1.4. Αλλαγή της σημασίας των πηγών πληροφοριών κατά το τελευταίο έτος.....	20
1.5. Θέματα ενδιαφέροντος για την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα.....	25
2. ΧΡΗΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΜΕΣΩΝ.....	29
2.1. Προτιμώμενα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και πλατφόρμες για θέματα επικαιρότητας.....	29
2.2. Ενεργητική έναντι παθητικής κατανάλωσης πληροφοριών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.....	33
2.3. Τύποι εμπλοκής με κοινωνικό και πολιτικό περιεχόμενο.....	36
3. ΑΝΟΙΓΜΑ ΚΑΙ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ ΤΗΣ ΠΑΡΑΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗΣ ΣΤΟΥΣ ΑΣΚΟΥΜΕΝΟΥΣ.....	40
3.1. Αντιληπτή έκθεση σε παραπληροφόρηση.....	40
3.2. Εμπιστοσύνη στην αναγνώριση της παραπληροφόρησης.....	43
3.3. Στρατηγικές για την επαλήθευση των πληροφοριών.....	45
4. ΑΚΟΛΟΥΘΕΣ ΕΠΙΡΡΟΕΣ ΚΑΙ ΔΗΜΙΟΥΡΓΟΙ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ.....	51
4.1. Ακολουθώντας τους influencers και τους δημιουργούς περιεχομένου.....	51
4.2. Προτιμώμενοι τύποι περιεχομένου από influencers και δημιουργούς περιεχομένου.....	54
5. ΕΛΕΓΧΟΣ ΚΑΙ ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΘΕΣΜΙΚΟΥΣ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥΣ ΚΑΙ ΤΟ ΠΟΛΙΤΙΚΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ.....	58
5.1. Ακολουθούν θεσμικοί λογαριασμοί στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.....	58
5.2. Λόγοι για τους οποίους ακολουθούνται οι θεσμικοί λογαριασμοί.....	62
5.3. Λόγοι μη παρακολούθησης των θεσμικών οργάνων της ΕΕ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.....	71
5.4. Δυνητικά κίνητρα για την παρακολούθηση των θεσμικών οργάνων της ΕΕ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.....	75
5.5. Επιθυμητό περιεχόμενο από τα θεσμικά όργανα της ΕΕ.....	80
6. ΠΡΟΤΙΜΗΘΕΙΣΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΠΟΛΙΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΓΙΑ ΤΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ.....	85
6.1. Προτιμώμενοι μορφότυποι για πληροφορίες σχετικά με θέματα επικαιρότητας.....	85
6.2. Προτιμήσεις περιεχομένου βίντεο για θέματα επικαιρότητας.....	90
7. ΕΠΙΣΗΜΑΙΝΕΙ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΕΕ.....	94
7.1. Ενδιαφέρον για την πολιτική της ΕΕ.....	94
7.2. Αντιληπτή σημασία της προσχώρησης στην ΕΕ.....	96

7.3. Ευνοϊκότητα έναντι της ΕΕ.....	98
7.4. Οι πλέον αξιόπιστες οντότητες.....	100
Παρατηρήσεις.....	104
ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ.....	105
ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ.....	107
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ.....	115

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το παρόν Έκτακτο Ευρωβαρόμετρο παρέχει μια επισκόπηση της στάσης των Ευρωπαίων πολιτών απέναντι στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Εξετάζει τις στάσεις απέναντι σε βασικά θέματα, όπως: 1) συνήθειες πληροφόρησης και πηγές για την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα· 2) πρότυπα χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και προτιμήσεις για πληροφορίες σχετικά με θέματα επικαιρότητας· 3) έκθεση και αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης και εμπιστοσύνη στους αγγελιοφόρους· 4) συνεργασία με επηρεαστές γνώμης και δημιουργούς περιεχομένου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης· 5) ακροατήριο και προτιμήσεις για θεσμικούς λογαριασμούς και πολιτικό περιεχόμενο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης· 6) προτιμώμενες μορφές και τύποι περιεχομένου για πολιτικό περιεχόμενο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης· 7) Η στάση απέναντι στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

Εξ ονόματος της Γενικής Διεύθυνσης Επικοινωνίας του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου, η Ipsos European Public Affairs πραγματοποίησε συνέντευξη με αντιπροσωπευτικό δείγμα πολιτών της ΕΕ, ηλικίας 15 ετών και άνω, σε καθένα από τα 27 κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ). Από τις 11 έως τις 18 Ιουνίου 2025, πραγματοποιήθηκαν 26 121 συνεντεύξεις μέσω διαδικτυακής συνέντευξης με τη βοήθεια υπολογιστή (CAWI), με τη χρήση διαδικτυακών πάνελ της Ipsos και του δικτύου συνεργατών της.

Σημειώσεις

- Τα αποτελέσματα των ερευνών υπόκεινται σε ανοχές δειγματοληψίας, πράγμα που σημαίνει ότι δεν είναι στατιστικά σημαντικές όλες οι εμφανείς διαφορές μεταξύ των χωρών και των κοινωνικοδημογραφικών ομάδων. Ως εκ τούτου, στο κείμενο επισημαίνονται μόνο οι στατιστικά σημαντικές διαφορές (σε επίπεδο εμπιστοσύνης 5%), δηλαδή όταν μπορεί ευλόγως να είναι βέβαιο ότι είναι απίθανο να έχουν προκύψει τυχαία.
- Τα ποσοστά δεν μπορούν να αθροιστούν μέχρι 100%, καθώς στρογγυλοποιούνται στο πλησιέστερο ποσοστό. Λόγω στρογγυλοποίησης, ενδέχεται επίσης τα ποσοστά για τις ξεχωριστές επιλογές απόκρισης να μην αθροίζονται ακριβώς στα σύνολα που αναφέρονται στο κείμενο. Τα ποσοστά απάντησης υπερβαίνουν το 100% εάν η ερώτηση επέτρεψε στους ερωτηθέντες να επιλέξουν πολλαπλές απαντήσεις.
- Το παρόν έκτακτο Ευρωβαρόμετρο βασίζεται στο έργο προηγούμενων εκθέσεων, όπως οι έρευνες του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου για τα μέσα ενημέρωσης και τις ειδήσεις του 2022¹ και του 2023². Όπου είναι δυνατόν, η έκθεση εξετάζει τις αλλαγές των τάσεων σε επίπεδο ΕΕ των 27 και σε εθνικό επίπεδο, σε σύγκριση με το 2022¹ και το 2023.² Ο όρος ποσοστιαία μονάδα χρησιμοποιείται κατά τη σύγκριση δύο διαφορετικών ποσοστών (η συντομογραφία είναι pp). Οι διαφορές τάσεων υπολογίζονται από ποσοστά με ένα δεκαδικό ψηφίο και στη συνέχεια στρογγυλοποιούνται στον πλησιέστερο ακέραιο.

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

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

- Στην παρούσα έκθεση, οι χώρες αναφέρονται με την επίσημη συντομογραφία τους. Οι συντομογραφίες που χρησιμοποιούνται στην παρούσα έκθεση αναφέρονται κατωτέρω.

ΒΕ	Βέλγιο	ΛΙ	Λιθουανία
ΒΛ	Βουλγαρία	ΛΞ	Λουξεμβούργο
ΤΣ	Τσεχία	ΟΥ	Ουγγαρία
ΔΑ	Δανία	ΜΑ	Μάλτα
ΓΕ	Γερμανία	ΚΧ	Κάτω Χώρες
ΕΣ	Εσθονία	ΑΥ	Αυστρία
ΙΡ	Ιρλανδία	ΠΛ	Πολωνία
ΕΛ	Ελλάδα	ΠΡ	Πορτογαλία
ΙΣ	Ισπανία	ΡΜ	Ρουμανία
ΓΑ	Γαλλία	ΣΝ	Σλοβενία
ΥΕ	Κροατία	ΣΚ	Σλοβακία
ΙΤ	Ιταλία	ΦΙ	Φινλανδία
ΚΥ	Κυπριακή Δημοκρατία*	ΣΔ	Σουηδία
ΛΕ	Λετονία		

* Η Κύπρος στο σύνολό της είναι ένα από τα 27 κράτη μέλη της ΕΕ. Για πρακτικούς λόγους, οι συνεντεύξεις πραγματοποιούνται μόνο στο τμήμα της χώρας που ελέγχεται από την κυβέρνηση της Κυπριακής Δημοκρατίας.

ΒΑΣΙΚΑ ΕΥΡΗΜΑΤΑ

Συνήθειες και πηγές πληροφόρησης

Λίγο περισσότεροι από τέσσερις στους δέκα (42%) ερωτηθέντες αναφέρουν ότι «συχνά» συζητούν κοινωνικά και πολιτικά θέματα της επικαιρότητας όταν συναντώνται με φίλους ή συγγενείς, ενώ περίπου οι μισοί (51%) αναφέρουν ότι το κάνουν «περιστασιακά». Λιγότεροι από ένας στους δέκα (6%) ερωτηθέντες δηλώνουν ότι «ποτέ» δεν το πράττουν.

Τα δύο τρίτα (66%) των ερωτηθέντων χρησιμοποιούν παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης (μη διαδικτυακές ή ψηφιακές υπηρεσίες τηλεοπτικών σταθμών, εφημερίδων, ραδιοφωνικών σταθμών κ.λπ.) για να παρακολουθούν περιεχόμενο σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα σε καθημερινή βάση. Περίπου έξι στους δέκα (59 %) ερωτηθέντες χρησιμοποιούν άλλες ψηφιακές πηγές (όπως μέσα κοινωνικής δικτύωσης, πλατφόρμες βίντεο ή συνεχούς ροής, ιστολόγια, διαδικτυακές πύλες ειδήσεων κ.λπ.) για να παρακολουθούν περιεχόμενο σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα σε καθημερινή βάση.

Στην ερώτηση σχετικά με τις πηγές πληροφοριών που χρησιμοποιούνται για τη λήψη πληροφοριών σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα, περίπου επτά στους δέκα (71%) δηλώνουν ότι χρησιμοποιούν την τηλεόραση. Περισσότεροι από τέσσερις στους δέκα (43%) αναφέρουν το ραδιόφωνο, ακολουθούμενοι από έντυπες εφημερίδες και περιοδικά ή τις διαδικτυακές εκδόσεις τους (41%), μηχανές αναζήτησης (π.χ. Google Search ή Bing) (40%), πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. Instagram, TikTok, Facebook, X κ.λπ.) (40%) και φίλους, οικογένεια και συναδέλφους (40%).

Λίγο πάνω από τέσσερις στους δέκα ερωτηθέντες (42%) απάντησαν ότι η τηλεόραση έχει γίνει πιο σημαντική για αυτούς κατά τη διάρκεια του περασμένου έτους. Ένας στους πέντε (25%) παραπέμπει σε πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. Instagram, TikTok, Facebook, X κ.λπ.), ενώ λιγότεροι από ένας στους τέσσερις αναφέρουν αυξημένη σημασία, κατά το τελευταίο έτος, των έντυπων εφημερίδων και περιοδικών ή των διαδικτυακών εκδόσεών τους (19%), του ραδιοφώνου (18%) και των μηχανών αναζήτησης (π.χ. Google Search ή Bing) (18%).

Οι ερωτηθέντες ρωτήθηκαν για μια σειρά θεμάτων σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα τα οποία γενικά παρακολουθούν ή δίνουν προσοχή. Περίπου έξι στους δέκα (61%) αναφέρουν συστήματα δημόσιας υγείας και υγειονομικής περίθαλψης. Πάνω από τέσσερις στους δέκα δηλώνουν γενικά ότι ακολουθούν ή δίνουν προσοχή στη δημοκρατία και το κράτος δικαίου (47%), τη μετανάστευση και το άσυλο (45%) ή τη δράση κατά της κλιματικής αλλαγής (43%). Τέσσερις στους δέκα ερωτηθέντες (40 %) αναφέρουν ότι παρακολουθούν ή δίνουν προσοχή στην άμυνα και την ασφάλεια της ΕΕ, ενώ το ίδιο ποσοστό αναφέρει (40 %) τη μείωση της φτώχειας και την κοινωνική ένταξη. Περισσότερο από το ένα τρίτο των ερωτηθέντων επισημαίνει τη στήριξη της οικονομίας και τη δημιουργία θέσεων εργασίας (37%), καθώς και της εξωτερικής πολιτικής και του εμπορίου (36%), ως θέματα ενδιαφέροντος για την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα. Τα μικρότερα μερίδια απαντούν ότι παρακολουθούν ή δίνουν προσοχή στη γεωργία και την επισιτιστική ασφάλεια (28 %) και στην αυτονομία της ΕΕ στους τομείς της βιομηχανίας και της ενέργειας (19 %).

Χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης

Οι χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και των πλατφορμών ενημέρωσης για θέματα επικαιρότητας κλήθηκαν να προσδιορίσουν τις πλατφόρμες που χρησιμοποιούν περισσότερο για τον σκοπό αυτό. Πάνω από ένας στους δύο χρήστες αναφέρει το Facebook (58%) και το YouTube (57%) ως τους σημαντικότερους, ακολουθούμενο από το Instagram (46%). Λιγότεροι από ένα τρίτο των χρηστών αναφέρουν το TikTok (31%), το WhatsApp (27%) και το X (Twitter) (25%), και

τουλάχιστον ένας στους δέκα δείχνει το Telegram (13%) και το LinkedIn (10%) ως σημαντικές πλατφόρμες.

Τα ευρήματα της έρευνας αποκαλύπτουν έναν συνδυασμό ενεργητικής και παθητικής κατανάλωσης κοινωνικών και πολιτικών πληροφοριών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, με πολλούς χρήστες να αναζητούν σκόπιμα περιεχόμενο και να το αντιμετωπίζουν απροσδόκητα κατά τη διάρκεια της περιστασιακής περιήγησης. Λίγο πάνω από τα τρία τέταρτα (76%) των ερωτηθέντων συμφωνούν με τη δήλωση «Κατά την περιήγηση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, μερικές φορές διαβάζω κοινωνικές και πολιτικές πληροφορίες που έχω συναντήσει τυχαία, παρόλο που δεν τις αναζητούσα ενεργά». Από την άλλη πλευρά, τα δύο τρίτα (66 %) των χρηστών των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και των πλατφορμών συμφωνούν με τη δήλωση «Αναζητώ ενεργά πληροφορίες σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης».

Οι ερωτηθέντες στην έρευνα ρωτήθηκαν με ποιους τρόπους, αν υπάρχουν, ασχολήθηκαν με κοινωνικό και πολιτικό περιεχόμενο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Πάνω από το ένα τρίτο των ερωτηθέντων αναφέρουν ότι διαβάζουν ή βλέπουν περιεχόμενο στις ζωτροφές τους (38%) ή ότι τους αρέσουν ή αντιδρούν σε αναρτήσεις (36%). Λιγότεροι από ένας στους τέσσερις (23 %) ερωτηθέντες σχολιάζουν αναρτήσεις και λιγότεροι από ένας στους πέντε κοινοποιούν αναρτήσεις άλλων στο προφίλ ή τις ιστορίες τους (19 %) ή μοιράζονται περιεχόμενο μέσω άμεσων μηνυμάτων ή ιδιωτικών συνομιλιών (18 %). Περίπου ένας στους δέκα (11%) δημιουργεί και δημοσιεύει το δικό του πρωτότυπο περιεχόμενο (π.χ. σκέψεις/γνώμες για θέματα).

Έκθεση και αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης και εμπιστοσύνη στους αγγελιοφόρους

Στην ερώτηση πόσο συχνά πιστεύουν ότι έχουν εκτεθεί προσωπικά σε παραπληροφόρηση και ψευδείς ειδήσεις τις τελευταίες επτά ημέρες, πάνω από το ένα τρίτο των ερωτηθέντων αναφέρουν ότι έχουν εκτεθεί «πολύ συχνά» (12 %) ή «συχνά» (23 %). Τρεις στους δέκα ερωτηθέντες (31 %) αναφέρουν ότι έχουν «μερικές φορές» εκτεθεί σε παραπληροφόρηση και ψευδείς ειδήσεις την τελευταία εβδομάδα, ενώ λιγότεροι από ένας στους τέσσερις αναφέρουν ότι έχουν «σπάνια» (16 %) ή «ποτέ» (7 %) εκτεθεί.

Λίγο περισσότεροι από έξι στους δέκα ερωτηθέντες αισθάνονται σίγουροι ότι μπορούν να αναγνωρίσουν την παραπληροφόρηση όταν την αντιμετωπίζουν (12 % «πολύ σίγουροι», 49 % «κάπως σίγουροι»). Από την άλλη πλευρά, περίπου τρεις στους δέκα δεν έχουν εμπιστοσύνη στην ικανότητά τους να αναγνωρίζουν την παραπληροφόρηση (εκ των οποίων το 26 % «δεν έχει μεγάλη εμπιστοσύνη» και το 6 % «δεν έχει καθόλου εμπιστοσύνη»).

Στη συνέχεια, οι ερωτηθέντες ρωτήθηκαν τι κάνουν συνήθως, όταν δεν είναι σίγουροι αν μια πληροφορία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι παραπληροφόρηση. Περίπου ένας στους δύο (49%) ερωτηθέντες αναφέρει ότι το διασταυρώνει με άλλες πηγές πληροφοριών για να δει αν λένε το ίδιο πράγμα. Τέσσερις στους δέκα (40 %) ερωτηθέντες δηλώνουν ότι εξετάζουν ποιος το δημοσίευσε για να ελέγξουν αν προέρχεται από αξιόπιστη ή μη αξιόπιστη πηγή. Περίπου το ένα τρίτο (34%) των ερωτηθέντων αναφέρουν ότι ελέγχουν αν πρόκειται για πρόσφατες ειδήσεις, όχι για μια παλιά ιστορία που κοινοποιείται ξανά, και λιγότεροι από τρεις στους δέκα απαντούν ότι ελέγχουν τα σχόλια για να δουν τι λένε άλλοι άνθρωποι για αυτό (29%), ελέγχουν αν οι φωτογραφίες ή τα βίντεο φαίνονται πραγματικές ή ψεύτικες (25%) ή αναζητούν ορθογραφικά ή γραμματικά λάθη (24%). Λιγότεροι από δύο στους δέκα ερωτηθέντες αναφέρουν ότι, προκειμένου να επαληθεύσουν αν μια πληροφορία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι παραπληροφόρηση, είτε ρωτούν τους ανθρώπους που εμπιστεύονται τι πιστεύουν (18 %) είτε χρησιμοποιούν ένα εργαλείο ελέγχου γεγονότων ή έναν ιστότοπο (14 %). Συγκεκριμένα, ένας στους δέκα (10%) ερωτηθέντες δηλώνει ότι δεν κάνει τίποτα για να επαληθεύσει τις πληροφορίες.

Ακολουθώντας τους influencers και τους δημιουργούς περιεχομένου

Περισσότερο από το ένα τρίτο των ερωτηθέντων (37 %) δηλώνουν ότι ακολουθούν επηρεαστές γνώμης ή δημιουργούς περιεχομένου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. YouTube, Instagram ή TikTok κ.λπ.). Οι ερωτηθέντες που αναφέρουν ότι ακολουθούν influencers ή δημιουργούς περιεχομένου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ρωτήθηκαν στη συνέχεια σχετικά με τους προτιμώμενους τύπους περιεχομένου από αυτούς τους λογαριασμούς. Περίπου τέσσερις στους δέκα ακολούθους αναφέρουν κριτικές (π.χ. προϊόντα, βιβλία, θέσεις κ.λπ.) (39%), σχόλια σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα (38%) και τρόπους (π.χ. σεμινάρια) (38%). Ακολουθούν η διορατικότητα στην καθημερινή τους ζωή (36%) και το παρακινητικό τους περιεχόμενο (31%). Ένα μικρότερο ποσοστό οπαδών, σχεδόν ένας στους πέντε (19%), δείχνει προτίμηση για την προώθηση και τη διαφήμιση εμπορικών προϊόντων.

Προτιμώμενες μορφές πολιτικού περιεχομένου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Λίγο περισσότεροι από δύο στους δέκα (22 %) ερωτηθέντες δηλώνουν ότι παρακολουθούν τις εξελίξεις στην πολιτική της ΕΕ «τις περισσότερες φορές», ενώ περισσότεροι από τέσσερις στους δέκα (44 %) ερωτηθέντες αναφέρουν ότι το πράττουν «κατά καιρούς». Ένα άλλο ένα πέμπτο (21%) των ερωτηθέντων αναφέρει «σπάνια» μετά από ό,τι συμβαίνει στην πολιτική της ΕΕ. Περίπου ένας στους δέκα (11 %) απαντά ότι «ποτέ ή σχεδόν ποτέ» δεν το πράττει.

Στη συνέχεια, οι ερωτηθέντες που ανέφεραν ότι χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και/ή τις πλατφόρμες για πληροφορίες σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα ρωτήθηκαν σχετικά με τις προτιμώμενες μορφές τους για τις εν λόγω πληροφορίες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Περισσότεροι από τέσσερις στους δέκα χρήστες αναφέρουν προτίμηση για σύντομες αναρτήσεις με βάση το κείμενο (π.χ. εικόνες με σύντομο κείμενο, ενημερώσεις κατάστασης) (46%) και για σύντομα βίντεο (π.χ. TikTok, Instagram Reels, λιγότερο από 1 λεπτό) (39%). Ακολουθεί προτίμηση για βίντεο μεσαίου μήκους (π.χ. 1-5 λεπτά) (39%) και μεγαλύτερα βίντεο (π.χ. YouTube, πάνω από 5 λεπτά) (35%), καθένα από τα οποία επιλέγεται από πάνω από το ένα τρίτο των χρηστών. Περίπου ένας στους τέσσερις χρήστες, από την άλλη πλευρά, εκφράζει την προτίμησή του για ιστορίες (π.χ. ιστορίες Instagram) (26%), μακρύτερα άρθρα που βασίζονται σε κείμενο (π.χ. άρθρα, αναρτήσεις ιστολογίου) (25%), ζωντανές μεταδόσεις ή ζωντανά βίντεο (24%) και podcast (24%). Οι μικρότερες μετοχές αναφέρουν ενημερωτικά γραφήματα ή διαγράμματα (κινούμενα ή μη) (19 %) και ενημερωτικά δελτία (π.χ. ενημερωτικά δελτία LinkedIn, Substack) (15 %).

Στη συνέχεια, ζητήθηκε από τους ερωτηθέντες που χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και/ή πλατφόρμες για πληροφορίες σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα να εκφράσουν τις προτιμήσεις τους όσον αφορά το περιεχόμενο βίντεο σε σχέση με τις πληροφορίες επικαιρότητας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Περισσότεροι από τέσσερις στους δέκα χρήστες αναφέρουν προτίμηση για βίντεο που διερευνούν σε βάθος τις τρέχουσες υποθέσεις (47%), συνεντεύξεις με εμπειρογνώμονες (π.χ. ακαδημαϊκούς ή πολιτικούς αναλυτές) (44%) και συνεντεύξεις με καθημερινούς ανθρώπους ή πολίτες που επηρεάζονται από το ζήτημα (42%). Λίγο περισσότερο από το ένα τρίτο των χρηστών επισημαίνει συνεντεύξεις με πολιτικούς ή κυβερνητικούς αξιωματούχους (34%) και τρεις στους δέκα (30%) χρήστες αναφέρουν βίντεο που συνδυάζουν ανθρώπους στην κάμερα με γραφικά, κείμενο ή κινούμενα σχέδια ως προτιμώμενα είδη περιεχομένου βίντεο σχετικά με τις τρέχουσες υποθέσεις.

Στάσεις έναντι της ΕΕ

Οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να αξιολογήσουν τη σημασία της χώρας τους ως κράτους μέλους της ΕΕ σε κλίμακα από το 1 έως το 10, όπου το 1 σημαίνει «καθόλου σημαντικό» και το 10 σημαίνει «εξαιρετικά σημαντικό». Συνολικά, σε ολόκληρη την ΕΕ, περίπου τα δύο τρίτα (66%) των

ερωτηθέντων θεωρούν σημαντική τη συμμετοχή της χώρας τους (βαθμολογία 8-10) και το 15% τη θεωρούν μικρής σημασίας (βαθμολογία 1-4). Λιγότεροι από δύο στους δέκα ερωτηθέντες (16 %) επιλέγουν μια πιο μετριοπαθή στάση στην κλίμακα (βαθμολογία 5-6 «Ούτε σημαντική ούτε ασήμαντη»).

Πάνω από έξι στους δέκα ερωτηθέντες είναι γενικά υπέρ της ΕΕ: το 27 % τάσσεται υπέρ της ΕΕ και του τρόπου με τον οποίο λειτουργεί επί του παρόντος. Το 37% τάσσεται μάλλον υπέρ της ΕΕ, αλλά όχι υπέρ του τρόπου με τον οποίο λειτουργεί επί του παρόντος. Περίπου το ένα πέμπτο (21%) των ερωτηθέντων είναι μάλλον επιφυλακτικοί απέναντι στην ΕΕ, αλλά θα μπορούσαν να αλλάξουν γνώμη εάν αλλάξει πραγματικά ο τρόπος λειτουργίας της. Λιγότεροι από ένας στους δέκα (8%) ερωτηθέντες αντιτίθενται στην ιδέα της ΕΕ εν γένει.

Όταν ρωτήθηκαν για την εμπιστοσύνη τους σε διάφορες οντότητες, πάνω από τέσσερις στους δέκα ερωτηθέντες δήλωσαν ότι εμπιστεύονται τους περισσότερους φίλους και την οικογένεια (45%) και τους επιστήμονες (45%). Μεταξύ ενός στους πέντε και ενός στους δέκα ερωτηθέντες αναφέρουν ότι εμπιστεύονται τους περισσότερους εκπαιδευτικούς σχολείων ή πανεπιστημιακούς καθηγητές (17%), δημοσιογράφους (13%), δημόσιους οργανισμούς (13%), ΜΚΟ (11%) και μέσα ενημέρωσης (10%). Οι μικρότερες μετοχές εμπιστεύονται περισσότερο οποιαδήποτε άλλη οντότητα: ιδιωτικές εταιρείες (6%), πολιτικοί (5%), επηρεαστές γνώμης ή δημιουργοί περιεχομένου (4%) ή άλλοι (3%). Ειδικότερα, ένας στους δέκα (10%) ερωτηθέντες αναφέρει ότι δεν εμπιστεύεται περισσότερο καμία από αυτές τις καταχωρισμένες οντότητες.

1. ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΕΣ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΕΣ ΚΑΙ ΠΗΓΕΣ

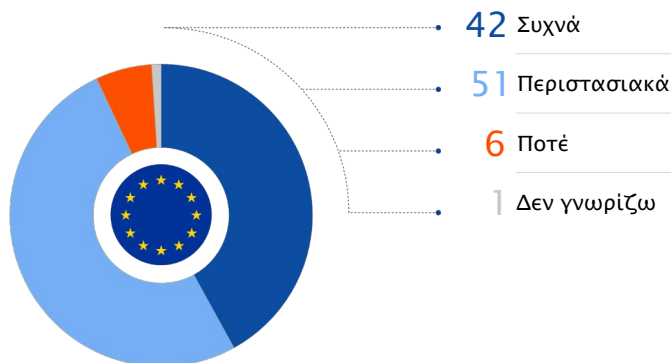
1.1. Συχνότητα συζήτησης της κοινωνικής και πολιτικής επικαιρότητας

Οι ερωτηθέντες ρωτήθηκαν για πρώτη φορά σχετικά με τη συχνότητα συζήτησης κοινωνικών και πολιτικών θεμάτων όταν συναντώνται με φίλους ή συγγενείς. Λίγο περισσότεροι από τέσσερις στους δέκα (42%) ερωτηθέντες αναφέρουν ότι «συχνά» συζητούν κοινωνικά και πολιτικά θέματα της επικαιρότητας όταν συναντώνται με φίλους ή συγγενείς, ενώ περίπου οι μισοί (51%) αναφέρουν ότι το κάνουν «περιστασιακά». Λιγότεροι από ένας στους δέκα (6%) ερωτηθέντες δηλώνουν ότι «ποτέ» δεν το πράττουν.

Διαφορές ανά χώρα

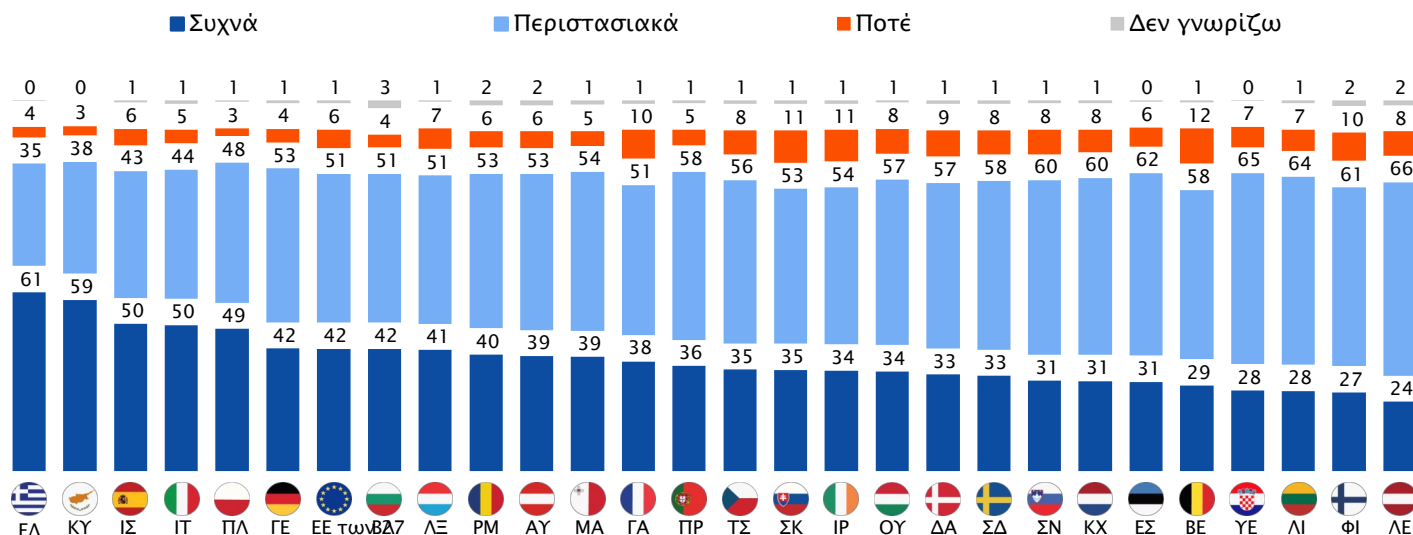
Περίπου έξι στους δέκα ερωτηθέντες στην Ελλάδα (61%) και την Κύπρο (59%) αναφέρουν ότι συζητούν «συχνά» την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα όταν συναντώνται με φίλους ή συγγενείς. Σε όλα τα άλλα κράτη μέλη, το ποσοστό των ερωτηθέντων που αναφέρουν ότι το πράττουν «συχνά» κυμαίνεται από 24 % στη Λετονία έως 49 % στην Πολωνία και 50 % στην Ιταλία και την Ισπανία.

Ε1 Όταν έρχεστε σε επαφή με φίλους ή συγγενείς, πόσο συχνά, αν όχι καθόλου, συζητάτε κοινωνικές και πολιτικές τρέχουσες υποθέσεις;



(%) Βάση: n=26 121 - Όλοι οι απαντήσαντες

Ε1 Όταν έρχεστε σε επαφή με φίλους ή συγγενείς, πόσο συχνά, αν όχι καθόλου, συζητάτε κοινωνικές και πολιτικές τρέχουσες υποθέσεις;



(%) Βάση: n= 26 121 - Όλοι οι ερωτηθέντες

Η πλειονότητα όσων απάντησαν σε 22 κράτη μέλη αναφέρουν ότι συζητούν «περιστασιακά» την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα όταν συναντώνται με φίλους ή συγγενείς, με το σχετικό μέγεθος αυτής της πλειοψηφίας να κυμαίνεται μεταξύ 51 % στη Βουλγαρία, τη Γαλλία και το Λουξεμβούργο και 66 % στη Λετονία. Αντίθετα, λιγότεροι από τέσσερις στους δέκα ερωτηθέντες στην Ελλάδα (35%) και την Κύπρο (38%) συζητούν «περιστασιακά» την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα.

Το ποσοστό των ερωτηθέντων που αναφέρουν ότι «ποτέ» δεν συζητούν την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα όταν συναντώνται με φίλους ή συγγενείς κυμαίνεται από 3 % τόσο στην Πολωνία όσο και στην Κύπρο έως 12 % στο Βέλγιο.

Κοινωνικοδημογραφικές παράμετροι

Οι άνδρες (46 %) έχουν περισσότερες πιθανότητες από τις γυναίκες (38 %) να αναφέρουν «συχνά» ότι συζητούν κοινωνικά και πολιτικά θέματα της επικαιρότητας όταν συναντώνται με φίλους ή συγγενείς. Οι γυναίκες, με τη σειρά τους, είναι πιθανότερο από τους άνδρες να δηλώνουν «περιστασιακά» κάτι τέτοιο (54 % έναντι 48 %).

Οι ερωτηθέντες ηλικίας 15-24 ετών (38%) είναι λιγότερο πιθανό από τους ερωτηθέντες ηλικίας 25-39 ετών (44%) και 40-54 ετών (42%) να αναφέρουν ότι συζητούν «συχνά» θέματα επικαιρότητας όταν συναντώνται με φίλους ή συγγενείς.

Ορισμένες διαφορές στη συχνότητα των συζητήσεων για την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα παρατηρούνται επίσης από την εκπαίδευση. Οι ερωτηθέντες που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους σε ηλικία 20 ετών και άνω (47%) έχουν περισσότερες πιθανότητες από εκείνους που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους σε νεότερες ηλικίες (30%-39%) και από εκείνους που εξακολουθούν να σπουδάζουν (41%) να αναφέρουν ότι συζητούν «συχνά» επίκαιρα θέματα. Όσοι ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους σε ηλικία 15 ετών και κάτω (56 %) έχουν, με τη σειρά τους, περισσότερες πιθανότητες από όσους ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους σε ηλικία 20 ετών και άνω (48 %) και από όσους εξακολουθούν να σπουδάζουν (51 %) να το αναφέρουν «περιστασιακά». Όσοι ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους ηλικίας 15 ετών και κάτω (12 %) είναι επίσης πιθανότερο από όλες τις άλλες ομάδες (4%-7%) να αναφέρουν «ποτέ».

1.2. Συχνότητα χρήσης παραδοσιακών και ψηφιακών πηγών πληροφοριών

Τα αποτελέσματα της έρευνας δείχνουν ότι οι πολίτες της ΕΕ τείνουν να χρησιμοποιούν συχνά τόσο τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης όσο και άλλες ψηφιακές πηγές για να παρακολουθούν περιεχόμενο σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα.

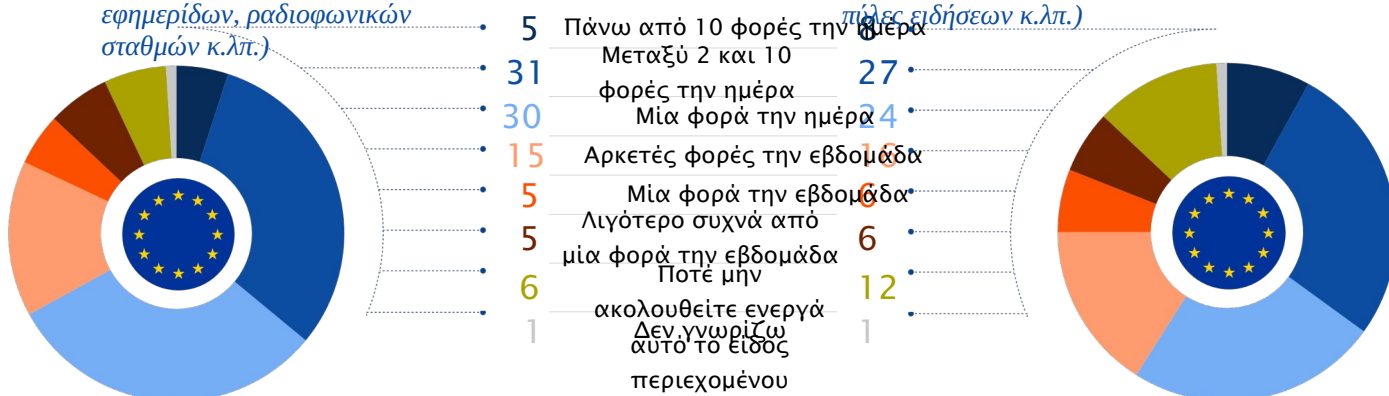
Τα δύο τρίτα των ερωτηθέντων χρησιμοποιούν παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης (μη διαδικτυακές ή ψηφιακές υπηρεσίες τηλεοπτικών σταθμών, εφημερίδων, ραδιοφωνικών σταθμών κ.λπ.) για να παρακολουθούν περιεχόμενο σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα σε καθημερινή βάση: δηλαδή περισσότερες από 10 φορές την ημέρα (5%), μεταξύ 2 και 10 φορές την ημέρα (31%) ή μία φορά την ημέρα (30%). Ένα επιπλέον 15% το κάνει αρκετές φορές την εβδομάδα. Περίπου ένας στους δέκα ερωτηθέντες αναφέρει ότι χρησιμοποιεί παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης για να παρακολουθεί περιεχόμενο σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα μία φορά την εβδομάδα (5%) ή λιγότερο συχνά από μία φορά την εβδομάδα (5%). Λιγότεροι από ένας στους δέκα (6%) δεν ακολουθούν ποτέ ενεργά αυτό το είδος περιεχομένου.

Περίπου έξι στους δέκα (59 %) ερωτηθέντες χρησιμοποιούν άλλες ψηφιακές πηγές (όπως μέσα κοινωνικής δικτύωσης, βίντεο ή πλατφόρμες συνεχούς ροής, ιστολόγια, διαδικτυακές ειδησεογραφικές πύλες κ.λπ.) για να παρακολουθούν περιεχόμενο σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα σε καθημερινή βάση, συμπεριλαμβανομένου του 8 % που το πράττει περισσότερες από 10 φορές την ημέρα, του 27 % που το πράττει μεταξύ 2 και 10 φορές την ημέρα και του 24 % που το πράττει μία φορά την ημέρα. Ένα επιπλέον 22% το πράττει σε εβδομαδιαία βάση, εκ των οποίων το 16% το πράττει αρκετές φορές την εβδομάδα και το 6% μία φορά την εβδομάδα. Λιγότεροι από ένας στους δέκα (6%) αναφέρουν ότι το κάνουν λιγότερο συχνά από μία φορά την εβδομάδα. Λίγο πάνω από ένας στους δέκα (12%), από την άλλη πλευρά, αναφέρουν ότι ποτέ δεν ακολουθούν ενεργά αυτό το είδος περιεχομένου.

E3 Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε τις ακόλουθες πηγές για να παρακολουθείτε περιεχόμενο σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα;

Παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης
(offline ή ψηφιακές υπηρεσίες
τηλεοπτικών σταθμών,
εφημερίδων, ραδιοφωνικών
σταθμών κ.λπ.)

Άλλες ψηφιακές πηγές (όπως μέσα
κοινωνικής δικτύωσης, πλατφόρμες βίντεο
ή συνεχούς ροής, ιστολόγια, διαδικτυακές
πύλες ειδήσεων κ.λπ.)



(%) Βάση: n=26 121 - Όλοι οι απαντήσαντες

Διαφορές ανά χώρα

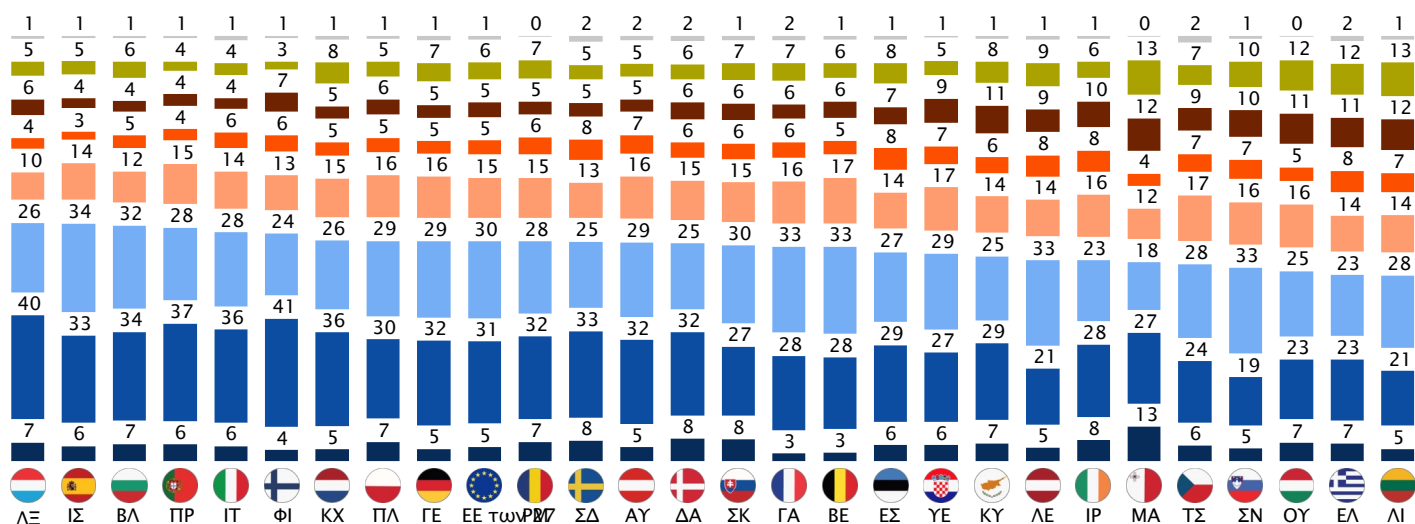
Η συχνή χρήση τόσο των παραδοσιακών μέσων ενημέρωσης όσο και άλλων ψηφιακών πηγών για την παρακολούθηση περιεχομένου σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα είναι επίσης ορατή σε όλα τα κράτη μέλη.

Το ποσοστό των ερωτηθέντων που χρησιμοποιούν παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης για να παρακολουθούν περιεχόμενο σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα σε καθημερινή βάση υπερβαίνει το 50 % σε όλα τα κράτη μέλη. Το ποσοστό των ερωτηθέντων που αναφέρουν αυτό το ποσοστό κυμαίνεται από 53 % στην Ελλάδα και τη Λιθουανία έως 73 % στην Ισπανία και το Λουξεμβούργο.³ Με τη σειρά του, ένα ποσοστό ερωτηθέντων που κυμαίνεται μεταξύ 20 % (Λουξεμβούργο) και 34 % (Ιρλανδία) αναφέρουν ότι χρησιμοποιούν παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης για τους σκοπούς αυτούς σε εβδομαδιαία βάση ή λιγότερο συχνά. Το 13% κατ' ανώτατο όριο σε οποιοδήποτε κράτος μέλος δηλώνει ότι δεν ακολουθεί ποτέ ενεργά αυτό το είδος περιεχομένου.

E3_1 Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε τις ακόλουθες πηγές για να παρακολουθείτε περιεχόμενο σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα;

Παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης (offline ή ψηφιακές υπηρεσίες τηλεοπτικών σταθμών, εφημερίδων, ραδιοφωνικών σταθμών κ.λπ.)

■ Πάνω από 10 φορές την ημέρα
■ Μεταξύ 2 και 10 φορές την ημέρα
■ Μία φορά την ημέρα
■ Αρκετές φορές την εβδομάδα
■ Μία φορά την εβδομάδα
■ Λιγότερο συχνά από μία φορά την εβδομάδα
■ Ποτέ μην ακολουθείτε ενεργά αυτό το είδος περιεχομένου



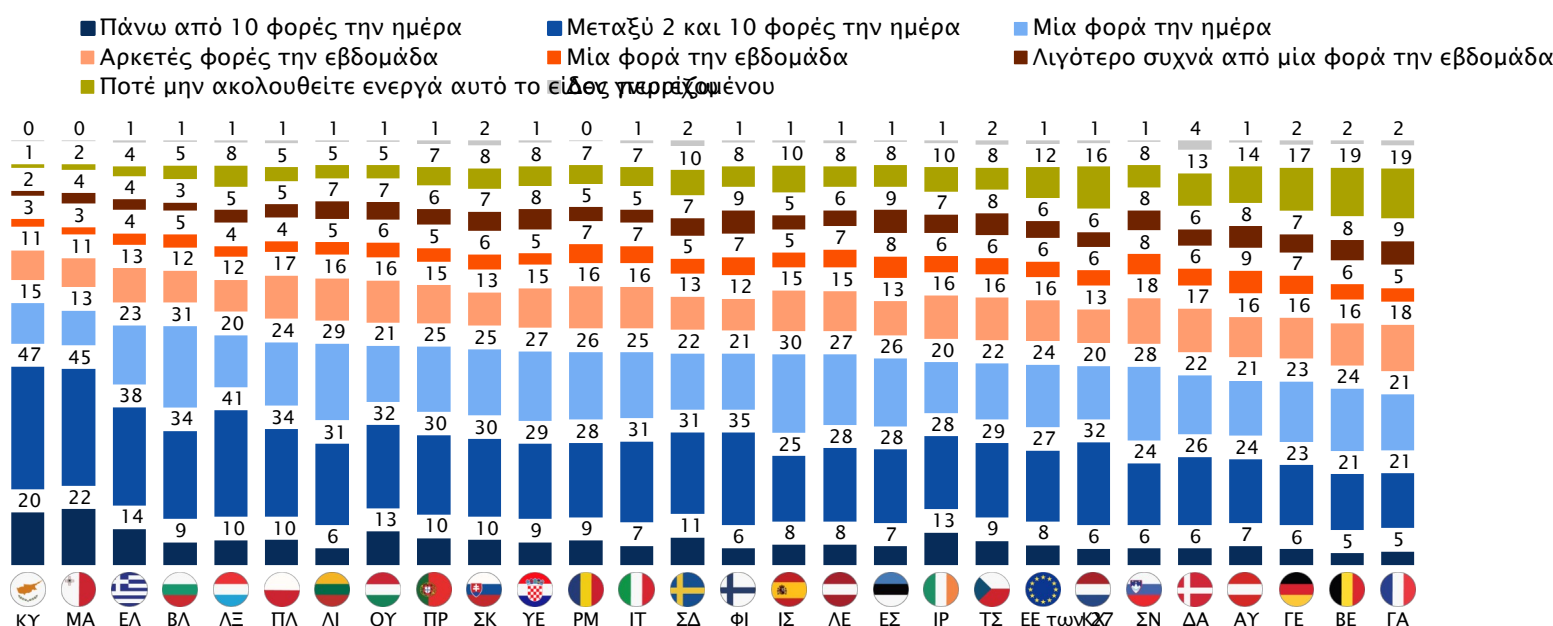
(%) Βάση: n=26 121 - Όλοι οι απαντήσαντες

3 Λόγω στρογγυλοποίησης, ενδέχεται επίσης τα ποσοστά για τις ξεχωριστές επιλογές απόκρισης να μην αθροίζονται ακριβώς στα σύνολα που αναφέρονται στο κείμενο.

Με εξαίρεση τη Γαλλία (48 %), τουλάχιστον ένας στους δύο ερωτηθέντες σε όλα τα κράτη μέλη χρησιμοποιεί άλλες ψηφιακές πηγές για να παρακολουθεί περιεχόμενο σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα σε καθημερινή βάση. Το ακριβές ποσοστό που αναφέρει αυτό το ποσοστό κυμαίνεται μεταξύ ενός στους δύο (48%) στη Γαλλία και οκτώ στους δέκα ή περισσότερο στη Μάλτα (80%) και την Κύπρο (82%). Από την άλλη πλευρά, το υψηλότερο ποσοστό των ερωτηθέντων που δηλώνουν ότι χρησιμοποιούν άλλες ψηφιακές πηγές για τους σκοπούς αυτούς σε εβδομαδιαία βάση ή λιγότερο συχνά παρατηρείται στη Σλοβενία (33%), ενώ τα χαμηλότερα ποσοστά παρατηρούνται στην Κύπρο (16%) και τη Μάλτα (18%). Στη Γαλλία (19%) και το Βέλγιο (19%), περίπου δύο στους δέκα ερωτηθέντες αναφέρουν ότι δεν ακολουθούν ποτέ ενεργά αυτό το είδος περιεχομένου, ενώ μόνο το 1% στην Κύπρο συμμερίζεται αυτή την άποψη.

Ε3_2 Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε τις ακόλουθες πηγές για να παρακολουθείτε περιεχόμενο σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα;

Άλλες ψηφιακές πηγές (όπως μέσα κοινωνικής δικτύωσης, πλατφόρμες βίντεο ή συνεχούς ροής, ιστολόγια, διαδικτυακές πύλες ειδήσεων κ.λπ.)



(%) Βάση: n=26 121 - Όλοι οι απαντήσαντες

Κοινωνικοδημογραφικές παράμετροι

Τα διαφορετικά πρότυπα χρήσης των παραδοσιακών μέσων ενημέρωσης και άλλων ψηφιακών πηγών για την παρακολούθηση του περιεχομένου σχετικά με τις τρέχουσες υποθέσεις παρατηρούνται από την ηλικία και το επίπεδο εκπαίδευσης.

Η πιθανότητα χρήσης παραδοσιακών μέσων ενημέρωσης σε καθημερινή βάση για τους σκοπούς αυτούς αυξάνεται ανάλογα με την ηλικία: από το 49 % των ερωτηθέντων ηλικίας 15-24 ετών έως το 75 % των ατόμων ηλικίας 55 ετών και άνω. Από την άλλη πλευρά, τα άτομα ηλικίας 55 ετών και άνω (52%) είναι λιγότερο πιθανό από τις νεότερες ηλικιακές ομάδες (62%-65%) να δηλώνουν ότι χρησιμοποιούν άλλες ψηφιακές πηγές για τους σκοπούς αυτούς σε καθημερινή βάση.

Οι ηλικιωμένοι ερωτηθέντες ήταν όταν ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους, τόσο πιο πιθανό είναι να είναι συχνοί χρήστες τόσο των παραδοσιακών μέσων ενημέρωσης όσο και άλλων ψηφιακών πηγών για να παρακολουθούν περιεχόμενο σχετικά με τις τρέχουσες υποθέσεις. Για παράδειγμα, το 47 % των ερωτηθέντων που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους σε ηλικία 15 ετών και κάτω

αναφέρουν ότι χρησιμοποιούν άλλες ψηφιακές πηγές για τους σκοπούς αυτούς σε καθημερινή βάση, σε σύγκριση με το 63 % των ερωτηθέντων που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους σε ηλικία 20 ετών και άνω.

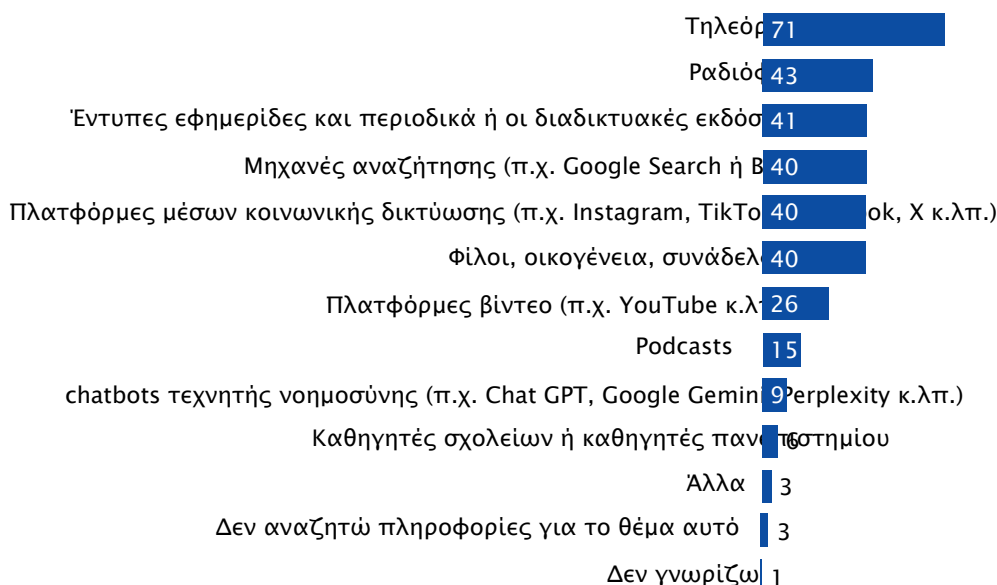
1.3. Προτιμώμενες πηγές πληροφόρησης για την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα

Στην ερώτηση σχετικά με τις πηγές πληροφοριών που χρησιμοποιούνται για τη λήψη πληροφοριών σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα, περίπου επτά στους δέκα (71%) δηλώνουν ότι χρησιμοποιούν την τηλεόραση. Περισσότεροι από τέσσερις στους δέκα (43%) αναφέρουν το ραδιόφωνο, ακολουθούμενοι από έντυπες εφημερίδες και περιοδικά ή τις διαδικτυακές εκδόσεις τους (41%), μηχανές αναζήτησης (π.χ. Google Search ή Bing) (40%), πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. Instagram, TikTok, Facebook, X κ.λπ.) (40%) και φίλους, οικογένεια και συναδέλφους (40%).

Περίπου ένας στους τέσσερις ερωτηθέντες (26%) αναφέρει ότι χρησιμοποιεί πλατφόρμες βίντεο (π.χ. YouTube κ.λπ.) (26%). Οι μικρότερες μετοχές αναφέρουν podcast (15%), chatbots τεχνητής νοημοσύνης (π.χ. ChatGPT, Google Gemini, Perplexity κ.λπ.) (9%), εκπαιδευτικούς σχολείων ή πανεπιστημιακούς καθηγητές (6%) ή άλλους (3%).

Ε4α Ποια από τις ακόλουθες πηγές χρησιμοποιείτε για τη λήψη πληροφοριών σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα;

[Πολλαπλές απαντήσεις]



(%) Βάση: n= 26 121 - Όλοι οι ερωτηθέντες

Διαφορές ανά χώρα

Η τηλεόραση είναι η συνηθέστερα αναφερόμενη πηγή πληροφοριών για την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα σε 22 κράτη μέλη – όπου το 60 % ή περισσότεροι ερωτηθέντες δηλώνουν ότι χρησιμοποιούν αυτή την πηγή. Στα υπόλοιπα πέντε κράτη μέλη, τα χαμηλότερα μερίδια εκφράζουν αυτή την προτίμηση: Μάλτα (48%), Ουγγαρία (53%), Λετονία (53%), Ελλάδα (54%) και Κύπρος (62%).

Το ραδιόφωνο κατατάσσεται πρώτο σε χρήση, από κοινού με την τηλεόραση, στο Λουξεμβούργο (64%). Σε όλα τα άλλα κράτη μέλη, το ποσοστό των ερωτηθέντων που επιλέγουν το ραδιόφωνο ως πηγή πληροφοριών κυμαίνεται μεταξύ 27 % στη Μάλτα και 52 % στην Αυστρία.

Περισσότεροι από τους μισούς ερωτηθέντες στο Λουξεμβούργο (57%), τη Φινλανδία (55%), την Αυστρία (54%) και τη Δανία (51%) δηλώνουν ότι χρησιμοποιούν έντυπες εφημερίδες και περιοδικά ή τις διαδικτυακές εκδόσεις τους. Αντίθετα, μόλις δύο στους δέκα (21%) συμμερίζονται αυτή την άποψη στη Λετονία και την Ουγγαρία.

Τα μεγαλύτερα ποσοστά των ερωτηθέντων που αναφέρουν ότι χρησιμοποιούν μηχανές αναζήτησης (π.χ. Google Search ή Bing) για τη λήψη πληροφοριών σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα παρατηρούνται στην Κύπρο (57%), τη Ρουμανία (52%) και τη Λιθουανία (51%). Το χαμηλότερο ποσοστό, με τη σειρά του, παρατηρείται στη Λετονία (27%).

Οι πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. Instagram, TikTok, Facebook, X κ.λπ.) είναι η πιο επιλεγμένη πηγή πληροφοριών στην Κύπρο (76%), τη Μάλτα (74%), την Ελλάδα (56%), τη Λετονία (56%) και την Ουγγαρία (55%). Περισσότεροι από τους μισούς ερωτηθέντες αναφέρουν επίσης αυτή την πηγή πληροφοριών στη Βουλγαρία (55%), την Πολωνία (52%) και τη Σλοβακία (51%). Από την άλλη πλευρά, ένας στους τρεις (33%) αναφέρει αυτή την πηγή στη Γαλλία.

Περίπου οι μισοί από τους ερωτηθέντες στην Κροατία (49%) και το Λουξεμβούργο (49%) αναφέρουν ότι χρησιμοποιούν φίλους, συγγενείς και συναδέλφους για να λαμβάνουν πληροφορίες σχετικά με τις τρέχουσες υποθέσεις. Από την άλλη πλευρά, περίπου τρεις στους δέκα (31%) ερωτηθέντες στο Βέλγιο συμμερίζονται την άποψη αυτή.

Σε όλα τα κράτη μέλη της ΕΕ των 27, τα μικρότερα μερίδια αναφέρουν ότι χρησιμοποιούν τις ακόλουθες πηγές για τη λήψη πληροφοριών σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα:

- Πλατφόρμες βίντεο (π.χ. YouTube κ.λπ.): κυμαίνονται από 15 % στις Κάτω Χώρες έως 41 % στην Ελλάδα, την Κύπρο και τη Λιθουανία·
- Podcasts: από 8 % στη Λετονία σε 27 % στην Κύπρο·
- Διαλογικά ρομπότ ΤΝ (π.χ. ChatGPT, Google Gemini, Perplexity κ.λπ.): από 6% στη Γαλλία σε 17% στην Κύπρο·
- Καθηγητές σχολείων ή πανεπιστημιακοί λέκτορες: από 4 % στην Κροατία, τη Λετονία, τη Λιθουανία και την Ουγγαρία σε 11 % στην Ελλάδα.

Ε4α Ποια από τις ακόλουθες πηγές χρησιμοποιείτε για τη λήψη πληροφοριών σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα; [Πολλαπλές απαντήσεις]

	Τη λεό ρα ση	Ραδιό φωνο	Έντυπες εφημερίδες και περιοδικά ή οι διαδικτυακές εκδόσεις τους	Μηχανές αναζήτη σης (π.χ. Google Search ή Bing)	Πλατφόρμε ς μέσων κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. Instagram, TikTok, Facebook, X κ.λπ.)	Φίλοι, οικογένει α, συνάδελ φοι	Πλατφόρμ ες βίντεο (π.χ. YouTube κ.λπ.)	Podcasts	chatbots τεχνητής νοημοσύ νης (π.χ. Chat GPT, Google Gemini, Perplexit y κ.λπ.)	Καθηγητές σχολείων ή καθηγητές πανεπιστη μίου
ΕΕ των 27	71	43	41	40	40	40	26	15	9	6
ΒΕ	69	49	42	30	36	31	17	9	8	8
ΒΛ	73	32	23	46	55	41	36	20	13	6
ΤΣ	67	28	25	48	43	46	27	20	11	6
ΔΑ	66	40	51	42	42	40	18	17	11	7
ΓΕ	70	51	48	43	34	46	27	14	9	5
ΕΣ	61	45	44	36	49	40	30	12	10	6
ΙΡ	62	48	36	41	50	45	25	21	9	6
ΕΛ	54	33	34	49	56	39	41	14	14	11
ΙΣ	74	43	42	31	38	40	25	16	8	5
ΓΑ	73	45	38	32	33	34	17	10	6	5
ΥΕ	73	43	27	45	44	49	26	14	8	4
ΙΤ	75	36	45	44	39	34	24	13	9	6
ΚΥ	62	40	35	57	76	41	41	27	17	5
ΛΕ	53	35	21	27	56	40	38	8	11	4
ΛΙ	60	35	25	51	48	38	41	19	15	4
ΛΞ	64	64	57	49	46	49	24	13	13	5
ΟΥ	53	29	21	38	55	34	37	23	11	4
ΜΑ	48	27	38	43	74	43	27	21	12	9
ΚΧ	66	38	44	33	35	37	15	14	8	5
ΑΥ	67	52	54	39	37	38	25	11	10	6
ΠΛ	70	46	31	47	52	46	33	18	11	8
ΠΡ	80	42	46	43	40	41	22	14	10	7
ΡΜ	72	37	34	52	48	45	38	24	16	10
ΣΝ	63	44	33	49	40	43	27	9	16	5
ΣΚ	67	41	26	37	51	40	24	20	8	6
ΦΙ	71	42	55	43	41	43	25	13	7	7
ΣΔ	66	40	46	41	44	43	26	14	11	6

Σημείωση: Όσο υψηλότερη είναι η αναλογία επιλογής μιας απόκρισης, τόσο πιο σκούρο μπλε είναι το κελί. Η απάντηση με την υψηλότερη κατάταξη για κάθε χώρα εμφανίζεται με γραμματοσειρά σκούρου μπλε/λευκού χρώματος. Η απάντηση «Άλλο», «Δεν αναζητώ πληροφορίες για το θέμα αυτό» και «Δεν γνωρίζω» δεν εμφανίζεται. (Σημείωση: αφαιρέθηκε σε αυτό το αρχείο)

(%) Βάση: n=26 121 – Όλοι οι απαντήσαντες

Κοινωνικοδημογραφικές παράμετροι

Οι άνδρες (30 %) έχουν περισσότερες πιθανότητες από τις γυναίκες (21 %) να χρησιμοποιούν πλατφόρμες βίντεο (π.χ. YouTube κ.λπ.) ως πηγές πληροφοριών για την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα.

Η χρήση παραδοσιακών πηγών πληροφοριών αυξάνεται ανάλογα με την ηλικία: τηλεόραση (από 50% των ερωτηθέντων ηλικίας 15-24 ετών έως 82% των ατόμων ηλικίας 55 ετών και άνω), ραδιόφωνο (από 22 % έως 50 %) και έντυπες εφημερίδες και περιοδικά ή οι διαδικτυακές εκδόσεις τους (από 24 % έως 49 %). Αντίθετα, η χρήση άλλων ψηφιακών πηγών μειώνεται με την ηλικία: μηχανές αναζήτησης (από 47 % των ατόμων ηλικίας 15-24 ετών έως 36 % των ατόμων ηλικίας 55 ετών και άνω), πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης (65 % έναντι 27 %), πλατφόρμες βίντεο (39 % έναντι 17 %) και διαλογικά ρομπότ τεχνητής νοημοσύνης (18 % έναντι 4 %). Άλλες πηγές που διαπιστώθηκε ότι είναι πιο δημοφιλείς μεταξύ των νεότερων ερωτηθέντων (ηλικίας 15-24 ετών) από ό, τι μεταξύ των ηλικιωμένων ομάδων περιλαμβάνουν τους φίλους, την οικογένεια και τους συναδέλφους (47% έναντι 37% των ατόμων ηλικίας 55 ετών και άνω) και τους εκπαιδευτικούς ή τους πανεπιστημιακούς καθηγητές (19% έναντι 2%). Οι ερωτηθέντες ηλικίας 25-39 ετών (22%) είναι, με τη σειρά τους, πιο πιθανό από όλες τις άλλες ηλικιακές ομάδες (9%-19%) να χρησιμοποιούν podcasts ως πηγές πληροφοριών.

Η χρήση όλων των άλλων ψηφιακών πηγών πληροφοριών για θέματα επικαιρότητας είναι υψηλότερη μεταξύ των ερωτηθέντων που εξακολουθούν να σπουδάζουν. Για παράδειγμα, το 62 % των ερωτηθέντων που εξακολουθούν να μελετούν αναφέρουν ότι χρησιμοποιούν πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης ως πηγή, σε σύγκριση με το 32 %-41 % των ερωτηθέντων που έχουν ολοκληρώσει την εκπαίδευσή τους. Όσοι εξακολουθούν να σπουδάζουν είναι επίσης πιο πιθανό να αναφέρονται σε εκπαιδευτικούς σχολείων ή πανεπιστημιακούς καθηγητές (23 έναντι 3%-5%), καθώς και σε φίλους, οικογένεια και συναδέλφους (47% έναντι 32%-42%) ως προτιμώμενες πηγές πληροφόρησης. Από την άλλη πλευρά, οι ερωτηθέντες που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους σε ηλικία 20 ετών και άνω έχουν περισσότερες πιθανότητες από εκείνους που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους σε νεότερες ηλικίες να αναφέρουν ως πηγές πληροφοριών: ραδιόφωνο (48% έναντι 37%-44%), καθώς και έντυπες εφημερίδες, περιοδικά και οι διαδικτυακές εκδόσεις τους (47% έναντι 31%-39%). Η χρήση της τηλεόρασης ως πηγής πληροφοριών είναι, με τη σειρά της, υψηλότερη μεταξύ εκείνων που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους ηλικίας 16-19 ετών (75% έναντι 67% εκείνων που ολοκλήρωσαν ηλικίας 15 ετών και κάτω και 72% εκείνων που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους ηλικίας 20 ετών και άνω).

1.4. Αλλαγή της σημασίας των πηγών πληροφοριών κατά το τελευταίο έτος

Οι ερωτηθέντες που ανέφεραν τη χρήση τουλάχιστον μίας πηγής πληροφοριών για την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα ρωτήθηκαν στη συνέχεια ποιες από αυτές τις πηγές είχαν γίνει πιο σημαντικές για αυτούς κατά το παρελθόν έτος.

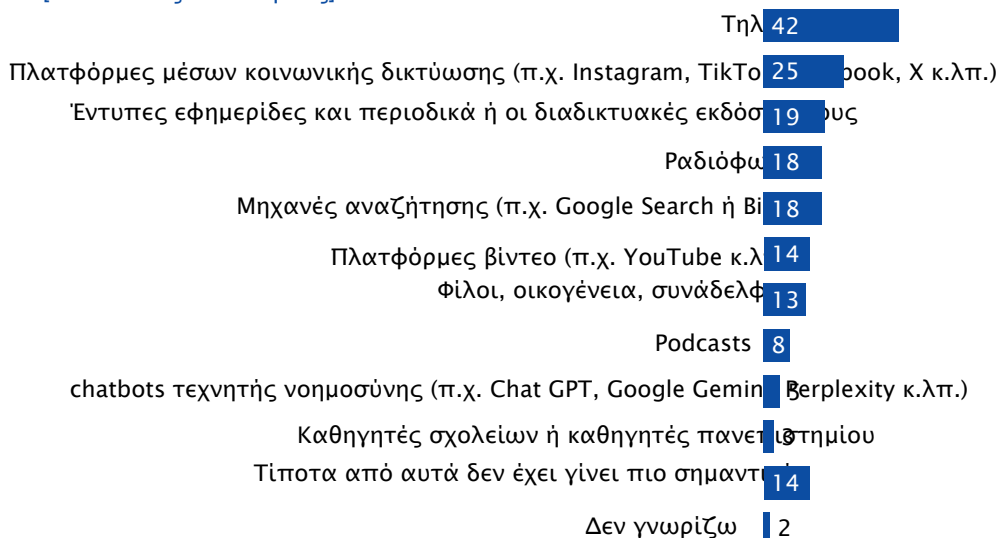
Λίγο πάνω από τέσσερις στους δέκα (42%) απάντησαν ότι η τηλεόραση έχει γίνει πιο σημαντική για αυτούς κατά τη διάρκεια του περασμένου έτους. Ένας στους πέντε (25%) παραπέμπει σε πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. Instagram, TikTok, Facebook, X κ.λπ.) και λιγότεροι από ένας στους τέσσερις αναφέρουν αυξημένη σημασία, κατά το τελευταίο έτος, των έντυπων εφημερίδων και περιοδικών ή των διαδικτυακών τους εκδόσεων (19%), του ραδιοφώνου (18%) ή των μηχανών αναζήτησης (π.χ. Google Search ή Bing) (18%).

Μικρότερες μετοχές που αποτελούνται από όχι περισσότερους από έναν στους επτά ερωτηθέντες αναφέρουν οποιαδήποτε άλλη πηγή: πλατφόρμες βίντεο (π.χ. YouTube κ.λπ.) (14%), φίλοι, οικογένεια και συνάδελφοι (13%), podcasts (8%), chatbots τεχνητής νοημοσύνης (π.χ. ChatGPT, Google Gemini, Perplexity κ.λπ.) (5%) και καθηγητές σχολείων ή πανεπιστημιακοί καθηγητές (3%).

Αξίζει να σημειωθεί, ωστόσο, ότι πάνω από ένας στους δέκα (14%) απαντά ότι καμία από αυτές τις πηγές δεν έχει γίνει πιο σημαντική για αυτούς κατά το τελευταίο έτος.

Ε4β Ποιο από αυτά τα κανάλια μέσων ενημέρωσης, εάν υπάρχουν, έχει γίνει πιο σημαντικό για εσάς κατά το τελευταίο έτος για πληροφορίες σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα;

[Πολλαπλές απαντήσεις]



(%) Βάση: n=25 104- Εάν έχει επιλεγεί τουλάχιστον μία πηγή (εκτός από άλλη) στο Q4a

Διαφορές ανά χώρα

Σε όλα τα κράτη μέλη, εκτός από έξι, οι αιτούντες ενημέρωση για θέματα επικαιρότητας αναφέρουν συχνότερα ότι η τηλεόραση έχει αποκτήσει μεγαλύτερη σημασία για αυτούς κατά το τελευταίο έτος όσον αφορά την ενημέρωση για κοινωνικά και πολιτικά θέματα επικαιρότητας. Τα υψηλότερα ποσοστά που δείχνουν αυτό παρατηρούνται στη Ρουμανία (54%) και την Ιταλία (52%). Τα χαμηλότερα ποσοστά παρατηρούνται, με τη σειρά τους, στη Μάλτα (24%).

Οι πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. Instagram, TikTok, Facebook, X κ.λπ.) αναφέρονται ως η κορυφαία πηγή που έχει καταστεί πιο σημαντική κατά το τελευταίο έτος στη Μάλτα (59%), την Κύπρο (58%), την Ελλάδα (38%), τη Λετονία (35%) και την Ουγγαρία (35%). Αντίθετα, μόλις ένας στους πέντε συμμερίζεται την άποψη αυτή στις Κάτω Χώρες (18 %).

Στο Λουξεμβούργο, οι έντυπες εφημερίδες και τα περιοδικά ή οι διαδικτυακές εκδόσεις τους είναι ο συνηθέστερα αναφερόμενος τύπος πηγής που έχει καταστεί πιο σημαντικός για τους αιτούντες πληροφορίες κατά το τελευταίο έτος (αναφέρθηκε από το 35 %). Σε όλα τα άλλα κράτη μέλη, το ποσοστό που υποδεικνύει αυτό κυμαίνεται από λιγότερο από ένα στα δέκα στη Λιθουανία (8%), τη Λετονία (9%), την Ουγγαρία (9%) και την Τσεχία (9%), έως λίγο περισσότερο από ένα στα τέσσερα στη Φινλανδία (27%) και την Ιταλία (26%).

Περίπου ένας στους τρεις (32%) στο Λουξεμβούργο απαντά ότι το ραδιόφωνο έχει γίνει πιο σημαντικό για αυτούς κατά το τελευταίο έτος. Αντιθέτως, ένας στους δέκα (10 %) συμμερίζεται την άποψη αυτή στη Μάλτα και την Τσεχία.

Πάνω από το ένα τρίτο (36%) των ατόμων που αναζητούν πληροφορίες στην Κύπρο θεωρούν ότι οι μηχανές αναζήτησης (π.χ. το Google Search ή το Bing) έχουν γίνει πιο σημαντικές για αυτούς κατά τη διάρκεια του περασμένου έτους. Στα υπόλοιπα κράτη μέλη, το ποσοστό αυτό κυμαίνεται μεταξύ 10% στη Λετονία και 31% στη Ρουμανία.

Τα μικρότερα ποσοστά σε όλα τα κράτη μέλη αναφέρουν ότι κάθε άλλος δίαυλος μέσων ενημέρωσης έχει καταστεί πιο σημαντικός γι' αυτά κατά το τελευταίο έτος για την ενημέρωση σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα:

- Πλατφόρμες βίντεο (π.χ. YouTube κ.λπ.): κυμαίνεται από 7 % στις Κάτω Χώρες έως 25 % στην Ελλάδα·
- Φίλοι, οικογένεια, συνάδελφοι: από 9 % στο Βέλγιο σε 22 % στη Ρουμανία·
- Podcasts: από 2 % στη Λετονία σε 14 % στην Ουγγαρία·
- Διαλογικά ρομπότ ΤΝ (π.χ. ChatGPT, Google Gemini, Perplexity κ.λπ.): από 3 % στη Γαλλία σε 11 % στην Κύπρο·
- Καθηγητές σχολείων ή πανεπιστημιακοί λέκτορες: από 1% στην Εσθονία, την Κύπρο, τη Φινλανδία και τη Σουηδία, σε 5% στην Ελλάδα και τη Ρουμανία.

Ειδικότερα, το ποσοστό που αναφέρει ότι κανένα από αυτά δεν έχει καταστεί σημαντικότερο κατά το τελευταίο έτος κυμαίνεται μεταξύ 5% στη Ρουμανία και 28% στις Κάτω Χώρες.

Ε4β Ποιο από αυτά τα κανάλια μέσων ενημέρωσης, εάν υπάρχουν, έχει γίνει πιο σημαντικό για εσάς κατά το τελευταίο έτος για πληροφορίες σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα; [Πολλαπλές απαντήσεις]

	Τη λε ορ ασ η	Πλατφόρμ ες μέσω ς κοινωνική ς δικτύωσης (π.χ. Instagram, TikTok, Facebook, Χ κ.λπ.)	Έντυπες εφημερίδες και περιοδικά ή διαδικτυακ ες εκδόσεις τους	Ραδιό φωνο	Μηχανέ ς αναζήτ ησης (π.χ. Google Search ή Bing)	Πλατφόρ μες βίντεο (π.χ. YouTube κ.λπ.)	Φίλοι, οικογέν εια, συνάδε λφοι	Podcasts	chatbots τεχνητή ς νοημοσ ύνης (π.χ. Chat GPT, Google Gemini, Perplexi ty κ.λπ.)	Καθηγητέ ς σχολείων ή καθηγητέ ς πανεπιστ ημίου	Τίποτα από αυτά δεν έχει γίνει πιο σημαντικ ό.
ΕΕ											
των											
27	42	25	19	18	18	14	13	8	5	3	14
BE	40	23	21	19	11	8	9	4	5	4	21
ΒΛ	47	35	12	16	26	21	18	11	8	3	9
ΤΣ	38	25	9	10	22	14	18	11	7	2	17
ΔΑ	39	24	24	17	18	9	12	9	7	2	14
ΓΕ	34	21	18	17	18	16	12	8	6	2	23
ΕΣ	30	28	18	18	11	15	12	3	5	1	19
ΙΡ	37	33	17	23	18	13	14	12	4	3	10
ΕΛ	28	38	19	16	28	25	14	7	8	5	12
ΙΣ	42	23	19	24	13	12	13	7	4	2	10
ΓΑ	47	22	17	20	13	9	10	4	3	3	14
ΥΕ	43	25	11	14	21	13	14	7	4	2	13
ΙΤ	52	25	26	17	23	12	13	8	5	3	8
ΚΥ	36	58	23	17	36	24	17	13	11	1	6
ΛΕ	32	35	9	16	10	22	13	2	6	2	16
ΛΙ	36	29	8	14	22	22	10	8	7	2	10
ΛΞ	31	27	35	32	18	12	15	7	8	2	14
ΟΥ	31	35	9	13	18	21	14	14	5	2	14
ΜΑ	24	59	20	10	23	13	14	11	7	4	9
ΚΧ	31	18	17	12	12	7	10	8	5	2	28
ΑΥ	36	25	25	22	18	15	12	7	7	3	17
ΠΛ	42	32	14	20	22	20	17	10	6	4	13
ΠΡ	48	20	18	15	16	10	13	7	6	3	17
ΡΜ	54	34	18	20	31	22	22	13	10	5	5
ΣΝ	39	26	13	19	24	12	14	5	9	2	16
ΣΚ	45	34	14	21	20	15	20	12	5	2	8
ΦΙ	43	24	27	13	13	10	12	6	4	1	14
ΣΔ	38	25	20	17	15	14	13	6	7	1	15

Σημείωση: (στο πρωτότυπο...) Όσο μεγαλύτερη είναι η αναλογία επιλογής μιας απόκρισης, τόσο πιο σκούρο μπλε/πορτοκαλί είναι το κελί. Η απάντηση με την υψηλότερη κατάταξη για κάθε χώρα εμφανίζεται με γραμματοσειρά σκούρου μπλε/λευκού χρώματος. Η απάντηση «δεν γνωρίζω» δεν εμφανίζεται.

(%) Βάση: n=25 104 – Εάν έχει επιλεγεί τουλάχιστον μία πηγή (εκτός από άλλη) στο Q4a

Κοινωνικοδημογραφικές παράμετροι

Οι άνδρες (18%) έχουν περισσότερες πιθανότητες από τις γυναίκες (11%) να αναφέρουν ότι, κατά το τελευταίο έτος, οι πλατφόρμες βίντεο (π.χ. YouTube κ.λπ.) έχουν καταστεί πιο σημαντικές για αυτούς όσον αφορά την ενημέρωση σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα.

Τα αποτελέσματα της έρευνας δείχνουν επίσης ότι η εκτιμώμενη αυξημένη σημασία ορισμένων πηγών πληροφοριών συσχετίζεται με την ηλικία. Οι ηλικιωμένοι ερωτηθέντες είναι πιο πιθανό να αναφέρουν αυξημένη σημασία των παραδοσιακών πηγών κατά το παρελθόν έτος. Για παράδειγμα, το 51% των ερωτηθέντων ηλικίας 55 ετών και άνω αναφέρουν ότι η τηλεόραση έχει γίνει πιο σημαντική για αυτούς κατά το τελευταίο έτος, σε σύγκριση με το 23% των ατόμων ηλικίας 15-24 ετών. Αυτή η μεγαλύτερη ομάδα (18%) είναι επίσης πιο πιθανό από ό, τι οι νεότερες ηλικιακές ομάδες (7%-16%) να αναφέρουν ότι καμία από τις αναφερόμενες πηγές δεν έχει γίνει πιο σημαντική κατά το τελευταίο έτος. Αντίθετα, οι νεότεροι ερωτηθέντες τείνουν περισσότερο να αναφέρουν αυξημένη σημασία άλλων ψηφιακών πηγών κατά το τελευταίο έτος για την ενημέρωση σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα. Για παράδειγμα, το ένα πέμπτο (20 %) των ερωτηθέντων ηλικίας 15-24 ετών ή 25-39 ετών αναφέρουν ότι οι πλατφόρμες βίντεο έχουν καταστεί πιο σημαντικές για αυτούς, σε σύγκριση με το 9 % των ατόμων ηλικίας 55 ετών και άνω. Επιπλέον, οι ερωτηθέντες ηλικίας 15-24 ετών είναι πιο πιθανό από ό, τι οι παλαιότερες ομάδες να επισημαίνουν ότι οι εκπαιδευτικοί ή οι πανεπιστημιακοί καθηγητές (8% έναντι 1%-4%), καθώς και οι φίλοι, η οικογένεια και οι συνάδελφοί τους (18% έναντι 11%-14%) έχουν γίνει πιο σημαντικές για αυτούς ως πηγές πληροφοριών κατά το τελευταίο έτος.

Η εκτιμώμενη αυξημένη σημασία όλων των άλλων ψηφιακών πηγών είναι υψηλότερη μεταξύ των ερωτηθέντων που εξακολουθούν να μελετούν, ευθυγραμμισμένη στενά με τα κοινωνικοδημογραφικά πρότυπα που παρατηρούνται στις προτιμώμενες πηγές πληροφοριών. Για παράδειγμα, το 44 % των ερωτηθέντων που εξακολουθούν να σπουδάζουν αναφέρουν ότι οι πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης έχουν καταστεί πιο σημαντικές για αυτούς κατά το παρελθόν έτος, σε σύγκριση με το 20 %-25 % των άλλων επιπέδων εκπαίδευσης. Επιπλέον, οι ερωτηθέντες που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους ηλικίας 15 ετών και κάτω (47%) ή 16-19 ετών (48%) είναι πιο πιθανό από εκείνους που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους σε μεγαλύτερες ηλικίες (40%) και εκείνους που εξακολουθούν να σπουδάζουν (27%) να αναφέρουν ότι η τηλεόραση έχει γίνει πιο σημαντική για αυτούς κατά το παρελθόν έτος. Τέλος, όσο πιο ηλικιωμένοι ήταν οι ερωτηθέντες όταν ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους, τόσο πιο πιθανό είναι να υποδείξουν ότι οι έντυπες εφημερίδες και περιοδικά ή οι διαδικτυακές εκδόσεις τους έχουν καταστεί πιο σημαντικές για αυτούς κατά το τελευταίο έτος (από το 14 % των ατόμων που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους ηλικίας 15 ετών και κάτω έως το 21 % των ατόμων που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους ηλικίας 20 ετών και άνω).

1.5. Θέματα ενδιαφέροντος για την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα

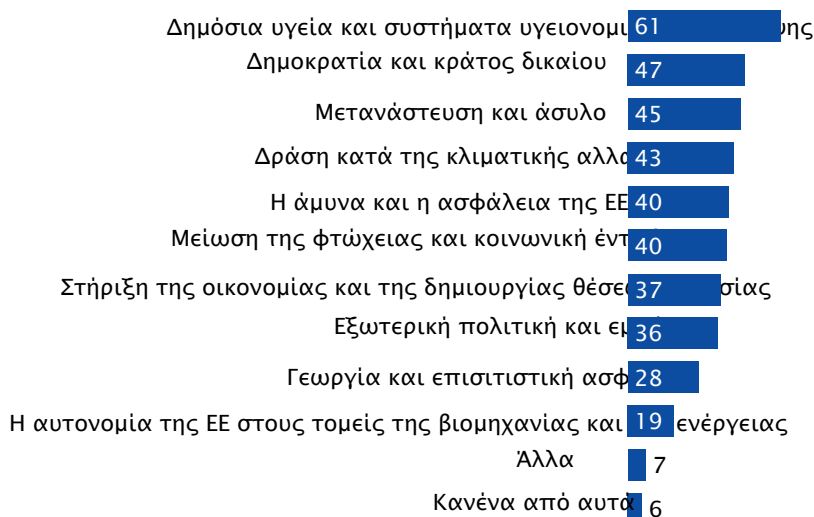
Οι ερωτηθέντες ρωτήθηκαν για μια σειρά θεμάτων σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα τα οποία γενικά παρακολουθούν ή δίνουν προσοχή.⁴

Περίπου έξι στους δέκα (61%) αναφέρουν τη δημόσια υγεία και τα συστήματα υγειονομικής περίθαλψης. Πάνω από τέσσερις στους δέκα δηλώνουν γενικά ότι ακολουθούν ή δίνουν προσοχή στη δημοκρατία και το κράτος δικαίου (47 %), στη μετανάστευση και το άσυλο (45 %) και στη δράση κατά της κλιματικής αλλαγής (43 %). Τέσσερις στους δέκα ερωτηθέντες (40 %) αναφέρουν ότι παρακολουθούν ή δίνουν προσοχή στην άμυνα και την ασφάλεια της ΕΕ, ενώ το ίδιο ποσοστό αναφέρει (40 %) τη μείωση της φτώχειας και την κοινωνική ένταξη.

Περισσότερο από το ένα τρίτο των ερωτηθέντων επισημαίνει τη στήριξη της οικονομίας και τη δημιουργία θέσεων εργασίας (37%), καθώς και της εξωτερικής πολιτικής και του εμπορίου (36%), ως θέματα ενδιαφέροντος για την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα. Τα μικρότερα ποσοστά απαντούν ότι παρακολουθούν ή δίνουν προσοχή στη γεωργία και την επισιτιστική ασφάλεια (28 %) ή στην αυτονομία της ΕΕ στους τομείς της βιομηχανίας και της ενέργειας (19 %).

E2 Ποια από τις ακόλουθες κοινωνικές και πολιτικές τρέχουσες υποθέσεις παρακολουθείτε γενικά ή δίνετε προσοχή;

[Πολλαπλές απαντήσεις]



(%) Βάση: n= 26 121 - Όλοι οι ερωτηθέντες

Διαφορές ανά χώρα

Κατά την εξέταση διαφόρων θεμάτων κοινωνικής και πολιτικής επικαιρότητας, οι ερωτηθέντες σε όλα τα κράτη μέλη πλην τριών αναφέρουν συχνότερα ότι γενικά παρακολουθούν ή δίνουν προσοχή στα συστήματα δημόσιας υγείας και υγειονομικής περίθαλψης. Η Πορτογαλία (72%) ξεχωρίζει ως η χώρα με το υψηλότερο ποσοστό ερωτηθέντων που αναφέρουν αυτό το θέμα ενδιαφέροντος. Αντίθετα, οι ερωτηθέντες στις Κάτω Χώρες (52%) και τη Λιθουανία (52%) είναι οι λιγότερο πιθανό να συμμεριστούν αυτή την άποψη.

4 Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι η ερώτηση αυτή διαφέρει από τις προηγούμενες ερωτήσεις σχετικά με τις «κύριες προτεραιότητες» ή τα «κύρια ζητήματα» (π.χ. όσον αφορά τις προτεραιότητες της ΕΕ), καθώς επέτρεψε στους ερωτηθέντες να υποδείξουν πολλαπλούς τομείς ενδιαφέροντος που γενικά παρακολουθούν ή δίνουν προσοχή στις κοινωνικές και πολιτικές τρέχουσες υποθέσεις.

Το ποσοστό των ερωτηθέντων που αναφέρουν τη δημοκρατία και το κράτος δικαίου ως θέμα ενδιαφέροντος κυμαίνεται από περίπου τρεις στους δέκα στη Λετονία (31%) έως έξι στους δέκα (60%) στην Κύπρο.

Η μετανάστευση και το άσυλο ξεχωρίζουν ως το πιο συχνά αναφερόμενο θέμα ενδιαφέροντος στη Γερμανία (64%) και τις Κάτω Χώρες (58%). Σε τρία ακόμη κράτη μέλη, περισσότεροι από τους μισούς ερωτηθέντες αναφέρουν ότι γενικά παρακολουθούν ή δίνουν προσοχή στο θέμα αυτό: Κύπρος (66%), Αυστρία (61%) και Ιρλανδία (53%). Με τη σειρά τους, λιγότεροι από δύο στους δέκα ερωτηθέντες (18 %) στη Ρουμανία συμμερίζονται την άποψη αυτή.

Τα μικρότερα μερίδια σε όλα τα κράτη μέλη αναφέρουν τη δράση κατά της κλιματικής αλλαγής ως θέμα ενδιαφέροντος, με το σχετικό μέγεθος αυτού του μεριδίου να κυμαίνεται μεταξύ 18 % στη Λετονία και 49 % στην Ιταλία.

Στη Λιθουανία (53 %), η άμυνα και η ασφάλεια της ΕΕ είναι το συχνότερα επιλεγμένο θέμα ενδιαφέροντος. Περισσότεροι από τους μισούς ερωτηθέντες στη Φινλανδία (53%), τη Γερμανία (52%), την Εσθονία (52%) και την Πολωνία (51%) αναφέρουν επίσης ότι γενικά παρακολουθούν ή δίνουν προσοχή σε αυτό το θέμα. Αντίθετα, ένας στους τέσσερις (25%) ερωτηθέντες στην Ιρλανδία συμμερίζεται την άποψη αυτή.

Περισσότεροι από τους μισούς ερωτηθέντες σε τρία κράτη μέλη —Κύπρος (58%), Ελλάδα (57%) και Πορτογαλία (54%)— προσδιορίζουν τη μείωση της φτώχειας και την κοινωνική ένταξη ως θέμα ενδιαφέροντος. Σε όλα τα άλλα κράτη μέλη, το ποσοστό επιλογής αυτού του θέματος κυμαίνεται από 31 % στη Λετονία, την Πολωνία και τη Σουηδία έως 50 % στη Φινλανδία.

Στην Κύπρο (50 %), την Ελλάδα (51%) και τη Ρουμανία (51%) και την Ισπανία (52%), τουλάχιστον ένας στους δύο ερωτηθέντες επισημαίνει τη στήριξη της οικονομίας και τη δημιουργία θέσεων εργασίας ως θέμα ενδιαφέροντος. Αντίθετα, λιγότεροι από ένας στους πέντε ερωτηθέντες (17%) στη Λιθουανία συμμερίζονται την άποψη αυτή.

Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων που θεωρούν την εξωτερική πολιτική και το εμπόριο θέμα ενδιαφέροντος παρατηρείται στη Γερμανία (47%), ενώ τα μικρότερα ποσοστά παρατηρούνται στη Μάλτα (26%) και στις Κάτω Χώρες (26%).

Τα υπόλοιπα δύο θέματα ενδιαφέροντος είναι τα λιγότερο συχνά επιλεγμένα σε όλα τα κράτη μέλη. Το ποσοστό των ερωτηθέντων που γενικά παρακολουθούν ή δίνουν προσοχή στη γεωργία και την επισιτιστική ασφάλεια κυμαίνεται από 13 % στην Κύπρο έως 42 % στην Κροατία. Όσον αφορά την αυτονομία της ΕΕ στους τομείς της βιομηχανίας και της ενέργειας, το ποσοστό των ερωτηθέντων που επιλέγουν το θέμα αυτό κυμαίνεται μεταξύ 11 % στη Λετονία και 26 % στη Ρουμανία.

Ε2 Ποια από τις ακόλουθες κοινωνικές και πολιτικές τρέχουσες υποθέσεις παρακολουθείτε γενικά ή δίνετε προσοχή; [Πολλαπλές απαντήσεις]

	Δημόσια υγεία και συστήματα υγειονομικής περίθαλψης	Δημοκρατία και κράτος δικαίου	Μετανάστευση και άσυλο	Δράση κατά της κλιματικής αλλαγής	Η άμυνα και η ασφάλεια της ΕΕ	Μείωση της φτώχειας και κοινωνική ή ένταξη	Στήριξη της οικονομίας και της δημιουργίας θέσεων εργασίας	Εξωτερική πολιτική ή και εμπόριο	Γεωργία και επισιτιστική ή ασφάλεια	Η αυτονομία της ΕΕ στους τομείς της βιομηχανίας και της ενέργειας
ΕΕ των 27	61	47	45	43	40	40	37	36	28	19
ΒΕ	54	37	48	34	39	35	26	27	25	17
ΒΛ	62	42	22	33	34	49	39	42	28	19
ΤΣ	46	39	39	24	38	33	32	35	32	19
ΔΑ	57	41	39	42	47	32	24	41	26	23
ΓΕ	58	54	64	48	52	38	34	47	24	16
ΕΣ	60	41	25	24	52	43	43	43	28	15
ΙΡ	65	36	53	35	25	41	40	28	24	16
ΕΛ	69	59	42	33	28	57	51	34	21	15
ΙΣ	64	52	45	46	32	45	52	30	28	22
ΓΑ	60	35	41	47	34	36	28	30	36	20
ΥΕ	65	49	35	38	38	49	34	32	42	14
ΙΤ	66	44	36	49	32	41	43	34	27	19
ΚΥ	67	60	66	28	32	58	50	32	13	14
ΛΕ	54	31	26	18	41	31	32	33	26	11
ΛΙ	52	35	31	24	53	33	17	43	21	13
ΛΞ	56	44	47	44	50	40	34	41	23	20
ΟΥ	63	53	34	38	36	45	43	35	31	19
ΜΑ	66	45	40	36	29	38	35	26	25	15
ΚΧ	52	46	58	36	44	38	20	26	22	16
ΑΥ	65	46	61	46	42	37	34	36	27	20
ΠΛ	66	57	42	38	51	31	34	39	31	19
ΠΡ	72	46	44	46	41	54	44	28	24	17
ΡΜ	63	54	18	35	49	46	51	39	40	26
ΣΝ	65	46	36	37	41	47	36	31	35	16
ΣΚ	53	44	28	25	34	36	34	38	35	17
ΦΙ	63	45	46	34	53	50	48	42	31	17
ΣΔ	53	45	44	34	38	31	27	38	17	13

Σημείωση: (Στο αρχικό...) Όσο υψηλότερη είναι η αναλογία που επιλέγει μια απόκριση, τόσο πιο σκούρο μπλε είναι το κελί. Η απάντηση με την υψηλότερη κατάταξη για κάθε χώρα εμφανίζεται με γραμματοσειρά σκούρου μπλε/λευκού χρώματος. Οι απαντήσεις «άλλο» και «καμία από αυτές» δεν εμφανίζονται.

(%), Βάση: n=26 121 – Όλοι οι απαντήσαντες

Κοινωνικοδημογραφικές παράμετροι

Οι άνδρες είναι πιο πιθανό από τις γυναίκες να αναφέρουν ως θέματα ενδιαφέροντος: δημοκρατία και κράτος δικαίου (51 % έναντι 43 %), άμυνα και ασφάλεια της ΕΕ (45 % έναντι 36 %), εξωτερική πολιτική και εμπόριο (42 % έναντι 30 %) και αυτονομία της ΕΕ στους τομείς της βιομηχανίας και της ενέργειας (23 % έναντι 15 %). Με τη σειρά τους, οι γυναίκες (67%) έχουν περισσότερες πιθανότητες από τους άνδρες (55%) να αναφέρουν τα συστήματα δημόσιας υγείας και υγειονομικής περίθαλψης.

Η αναφορά των περισσότερων από τα θέματα που απαριθμούνται στην κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα αυξάνεται με την ηλικία. Για παράδειγμα, το 44 % των ερωτηθέντων ηλικίας 15-24 ετών δηλώνουν ότι γενικά παρακολουθούν ή δίνουν προσοχή στα συστήματα δημόσιας υγείας και υγειονομικής περίθαλψης, σε σύγκριση με το 71 % των ατόμων ηλικίας 55 ετών και άνω. Αντιθέτως, η αναφορά στην αυτονομία της ΕΕ στους τομείς της βιομηχανίας και της ενέργειας είναι υψηλότερη μεταξύ των ατόμων ηλικίας 25-39 ετών (22 % έναντι 15 %-19 % των άλλων ηλικιακών ομάδων). Επιπλέον, όπως είναι αναμενόμενο, το ενδιαφέρον για τη στήριξη της οικονομίας και τη δημιουργία θέσεων εργασίας είναι υψηλότερο μεταξύ των ερωτηθέντων σε ηλικία εργασίας (40% των ατόμων ηλικίας 25-39 ετών και 41% των ατόμων ηλικίας 40-54 ετών, έναντι 34%-35% των άλλων ηλικιακών ομάδων).

Η ενασχόληση με τα περισσότερα από τα θέματα που αναφέρονται αυξάνεται με την ηλικία της ολοκληρωμένης εκπαίδευσης. Η διαφορά είναι εντονότερη στις περιπτώσεις της δημοκρατίας και του κράτους δικαίου (από 36 % όσων ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους ηλικίας 15 ετών και κάτω έως 52 % όσων ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους ηλικίας 20 ετών και άνω) και της άμυνας και της ασφάλειας της ΕΕ (από 29 % σε 45 % αντίστοιχα).

2. ΧΡΗΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΜΕΣΩΝ

2.1. Προτιμώμενα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και πλατφόρμες για θέματα επικαιρότητας

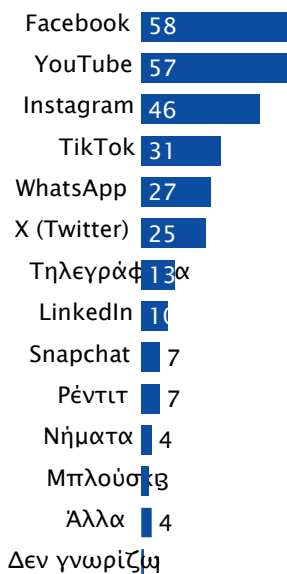
Οι χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και των πλατφορμών ενημέρωσης για θέματα επικαιρότητας κλήθηκαν να προσδιορίσουν τις πλατφόρμες τους που χρησιμοποιούν περισσότερο για τον σκοπό αυτό.

Το Facebook (58%) και το YouTube (57%) αναφέρονται το καθένα από σχεδόν έξι στους δέκα ερωτηθέντες, ακολουθούμενο από το Instagram (αναφέρεται από το 46%). Λιγότεροι από το ένα τρίτο των χρηστών αναφέρουν το TikTok (31%), το WhatsApp (27%) και το X (Twitter) (25%), και τουλάχιστον ένας στους δέκα δείχνει το Telegram (13%) και το LinkedIn (10%) ως σημαντικές πλατφόρμες.

Οι μικρότερες μετοχές αναφέρουν οποιαδήποτε άλλα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ή πλατφόρμα: Snapchat (7%), Reddit (7%), Threads (4%), Bluesky (3%) ή οποιαδήποτε άλλη πλατφόρμα (4%).

Ε5 Και από ποια μέσα κοινωνικής δικτύωσης και πλατφόρμες λαμβάνετε πληροφορίες σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα;

Επιλέξτε τα πιο σημαντικά για εσάς προσωπικά. [Πολλαπλές απαντήσεις]



(%)Βάση: n=14 380- Χρησιμοποιεί μέσα κοινωνικής δικτύωσης και/ή πλατφόρμες βίντεο για πληροφορίες σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα (τέταρτο τρίμηνο)

Διαφορές ανά χώρα

Σε 21 κράτη μέλη, το Facebook είναι η κορυφαία πλατφόρμα μέσων κοινωνικής δικτύωσης για πληροφορίες σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα· αυτό ισχύει, για παράδειγμα, για τη Μάλτα (87 %), τη Βουλγαρία (83 %), την Κύπρο (82 %) και την Ουγγαρία (80 %). Αντιθέτως, τέσσερις στους δέκα (40 %) χρήστες στις Κάτω Χώρες συμμερίζονται την άποψη αυτή.

Το YouTube είναι η κορυφαία πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης για πληροφορίες σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα στη Γερμανία (62%), την Ισπανία (56%), τη Γαλλία (52%) και την Αυστρία (51%). Από την άλλη πλευρά, περίπου το ένα τρίτο των χρηστών (33%) στη Μάλτα αναφέρουν αυτή την πλατφόρμα μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Στο Λουξεμβούργο (54%) και στις Κάτω Χώρες (49%), οι χρήστες επιλέγουν συνήθως το Instagram ως την πλατφόρμα που είναι σημαντική για αυτούς προσωπικά για να λαμβάνουν πληροφορίες σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα. Στη Λετονία (24 %), από την άλλη πλευρά, περίπου ένας στους τέσσερις χρήστες (24 %) προτιμά αυτή την πλατφόρμα μέσω κοινωνικής δικτύωσης για τον σκοπό αυτό.

Τα υψηλότερα ποσοστά χρηστών που αναφέρουν το TikTok ως πλατφόρμα πληροφόρησης για θέματα επικαιρότητας παρατηρούνται στη Ρουμανία (46%), την Ιρλανδία (43%) και την Κύπρο (41%). Το χαμηλότερο ποσοστό, με τη σειρά του, παρατηρείται στη Μάλτα (20 %).

Το ποσοστό των χρηστών που αναφέρουν το WhatsApp ως σημαντική πλατφόρμα για τη λήψη πληροφοριών σχετικά με την επικαιρότητα κυμαίνεται από 5% στη Λιθουανία και την Ουγγαρία έως 37% στην Ιταλία.

Στην Ισπανία, πάνω από τέσσερις στους δέκα (44%) χρήστες αναφέρουν ότι λαμβάνουν πληροφορίες σχετικά με τις τρέχουσες υποθέσεις από το X (Twitter). Ένας στους δέκα (10%) χρήστες στην Ουγγαρία, από την άλλη πλευρά, επιλέγει αυτή την πλατφόρμα.

Λιγότεροι από ένας στους τέσσερις χρήστες σε όλα τα κράτη μέλη θεωρούν ότι οποιοδήποτε άλλο μέσο κοινωνικής δικτύωσης ή πλατφόρμα είναι σημαντικό για αυτούς προσωπικά για τη λήψη πληροφοριών σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα:

- Τηλεγράφημα: ποσοστό που κυμαίνεται από 4 % στη Μάλτα έως 22 % στη Λετονία·
- LinkedIn: από 3 % στη Λετονία σε 19 % στις Κάτω Χώρες·
- Snapchat: από 1% στην Κύπρο και τη Λιθουανία σε 15% στη Γαλλία και την Ιρλανδία·
- Reddit: από 3 % στην Κύπρο σε 12 % στην Εσθονία, την Ιρλανδία, τη Φινλανδία και τη Σουηδία·
- Νήματα: από 3 % στη Βουλγαρία, την Εσθονία, την Κροατία, το Λουξεμβούργο, την Ουγγαρία, τις Κάτω Χώρες, την Πορτογαλία και τη Σλοβακία, σε 7 % στην Ελλάδα·
- Bluesky: από 0% στη Λιθουανία και την Πορτογαλία, σε 5% στην Αυστρία και τη Σουηδία·
- Άλλα: από 2% στο Βέλγιο, την Ισπανία, την Πολωνία και την Πορτογαλία, σε 8% στη Δανία και τις Κάτω Χώρες.

E5 Και από ποια μέσα κοινωνικής δικτύωσης και πλατφόρμες λαμβάνετε πληροφορίες σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα; Επιλέξτε τα πιο σημαντικά για εσάς προσωπικά.
[Πολλαπλές απαντήσεις]

	Facebook	YouTube	Instagram	TikTok	WhatsApp	X (Twitter)	Τηλεγρά φημα	LinkedIn	Snapchat	Πέντιν	Νήματα
ΕΕ των 27	58	57	46	31	27	25	13	10	7	7	4
ΒΕ	61	45	49	35	22	22	10	10	11	7	4
ΒΛ	83	62	32	31	10	15	21	7	3	4	3
ΤΣ	67	54	47	27	24	22	11	9	4	6	6
ΔΑ	69	44	45	28	10	20	9	14	14	11	4
ΓΕ	45	62	51	25	36	18	15	7	7	6	4
ΕΣ	69	53	31	26	6	21	15	7	4	12	3
ΙΡ	53	50	42	43	30	33	10	12	15	12	6
ΕΛ	68	56	46	35	10	27	11	8	4	7	7
ΙΣ	45	56	47	36	34	44	18	10	3	5	4
ΓΑ	47	52	44	32	18	29	7	12	15	5	4
ΥΕ	70	50	39	26	23	18	13	10	2	11	3
ΙΤ	61	55	52	26	37	24	21	12	3	6	5
ΚΥ	82	52	48	41	9	24	5	16	1	3	6
ΛΕ	64	55	24	37	20	15	22	3	4	4	6
ΛΙ	74	67	28	24	5	13	15	6	1	7	4
ΛΞ	53	42	54	26	20	15	5	10	3	6	3
ΟΥ	80	58	27	34	5	10	7	5	3	8	3
ΜΑ	87	33	35	20	20	18	4	16	3	4	5
ΚΧ	40	45	49	28	26	23	8	19	8	8	3
ΑΥ	49	51	49	33	30	17	14	8	10	11	5
ΠΛ	75	63	38	31	20	29	9	8	6	7	5
ΠΡ	59	48	53	28	28	25	12	13	3	7	3
ΡΜ	76	66	40	46	36	13	14	13	5	8	4
ΣΝ	73	57	41	29	12	26	14	12	10	11	4
ΣΚ	75	54	40	27	17	11	13	5	5	5	3
ΦΙ	56	49	39	36	22	24	8	8	10	12	5
ΣΔ	59	54	54	33	13	27	10	14	17	12	6

Σημείωση: (Στο αρχικό...) Όσο υψηλότερη είναι η αναλογία που επιλέγει μια απόκριση, τόσο πιο σκούρο μπλε είναι το κελί. Η απάντηση με την υψηλότερη κατάταξη για κάθε χώρα εμφανίζεται με γραμματοσειρά σκούρου μπλε/λευκού χρώματος. Οι απαντήσεις «άλλο» και «δεν γνωρίζω» δεν εμφανίζονται.

(%), Βάση: n=14 380 – Χρησιμοποιεί μέσα κοινωνικής δικτύωσης και/ή πλατφόρμες βίντεο για πληροφορίες σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα (τέταρτο τρίμηνο)

Κοινωνικοδημογραφικές παράμετροι

Οι άνδρες είναι πιο πιθανό από τις γυναίκες να αναγνωρίσουν το YouTube (64% έναντι 49%), το X (Twitter) (32% έναντι 17%), το Telegram (16% έναντι 10%) και το Reddit (9% έναντι 4%) ως σημαντικές πλατφόρμες για πληροφορίες κοινωνικής και πολιτικής επικαιρότητας. Από την άλλη πλευρά, οι γυναίκες είναι πιο πιθανό από τους άνδρες να δείχνουν στο Instagram (49% έναντι 42%) και στο TikTok (33% έναντι 28%).

Τα δεδομένα δείχνουν ότι η ηλικία επηρεάζει τις προτιμήσεις της πλατφόρμας για πληροφορίες επικαιρότητας. Οι ηλικιωμένοι χρήστες δείχνουν μεγαλύτερη προτίμηση για το Facebook (71% των ατόμων ηλικίας 55 ετών και άνω, έναντι 31% των χρηστών ηλικίας 15-24 ετών) και το WhatsApp (31% έναντι 19%). Αντίθετα, οι νεότεροι χρήστες είναι πιο πιθανό να προτιμούν το Instagram (64% των ατόμων ηλικίας 15-24 ετών έναντι 33% των ατόμων ηλικίας 55 ετών και άνω), το TikTok (54% έναντι 17%), το X (Twitter) (30% έναντι 20%) και το Snapchat (12% έναντι 2%). Οι χρήστες ηλικίας 25-39 ετών εμφανίζουν ορισμένες ξεχωριστές προτιμήσεις πλατφόρμας, καθώς είναι πιο πιθανό να ευνοήσουν το YouTube (60% έναντι 52%-57% των άλλων ηλικιακών ομάδων), το Telegram (16% έναντι 11%-14%) και το Reddit (11% έναντι 2%-8%). Αυτή η ηλικιακή ομάδα (13%), μαζί με τα άτομα ηλικίας 40-54 ετών (12%) δείχνουν επίσης μεγαλύτερη προτίμηση για το LinkedIn από όλες τις άλλες ηλικιακές ομάδες (5%-9%).

Τέλος, οι χρήστες που εξακολουθούν να σπουδάζουν είναι πιο πιθανό από εκείνους που έχουν ήδη ολοκληρώσει την εκπαίδευσή τους σε νεότερες ηλικίες να αναφέρουν ως προτιμώμενες πλατφόρμες: Instagram (63% έναντι 40%-43%), TikTok (50% έναντι 26%-34%), Snapchat (11% έναντι 6%-8%), Reddit (10% έναντι 4%-7%) και Threads (7% έναντι 3%-4%). Από την άλλη πλευρά, είναι λιγότερο πιθανό από εκείνους που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους να αναφέρουν το Facebook (31% έναντι 60%-66%) και το WhatsApp (21% έναντι 27%-28%). Επιπλέον, οι χρήστες που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους ηλικίας 20 ετών και άνω (14 %) είναι πιθανότερο από όλες τις άλλες ομάδες (6%-7%) να αναφέρουν το LinkedIn ως προτιμώμενη πλατφόρμα· αυτή η ομάδα (28%), μαζί με εκείνους που εξακολουθούν να σπουδάζουν (29%), είναι επίσης πιο πιθανό από εκείνους που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους σε νεότερες ηλικίες (19%-22%) να αναφέρουν το X (Twitter) ως την προτιμώμενη πλατφόρμα τους.

2.2. Ενεργητική έναντι παθητικής κατανάλωσης πληροφοριών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

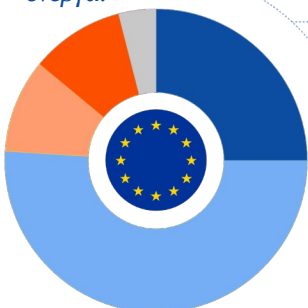
Τα ευρήματα της έρευνας αποκαλύπτουν έναν συνδυασμό ενεργητικής και παθητικής κατανάλωσης κοινωνικών και πολιτικών πληροφοριών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, με πολλούς χρήστες να αναζητούν σκόπιμα περιεχόμενο και να το αντιμετωπίζουν απροσδόκητα κατά τη διάρκεια της περιστασιακής περιήγησης.

Περίπου τα τρία τέταρτα (76%) των ερωτηθέντων που χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης συμφωνούν με τη δήλωση «όταν περιηγούμαι στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, μερικές φορές διαβάζω κοινωνικές και πολιτικές πληροφορίες που έχω συναντήσει τυχαία, παρόλο που δεν τις αναζητούσα ενεργά» (εκ των οποίων το 25% «συμφωνώ απόλυτα» και το 51% «τείνει να συμφωνήσει»). Το ποσοστό που διαφωνεί αποτελείται από το 10 % που «τείνει να διαφωνεί» και το 10 % που «διαφωνεί έντονα».

Περίπου τα δύο τρίτα (66 %) των χρηστών των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και των πλατφορμών συμφωνούν με τη δήλωση «Αναζητώ ενεργά πληροφορίες σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης» (εκ των οποίων το 21 % «συμφωνώ απόλυτα» και το 45 % «τείνει να συμφωνήσει»). Το ένα τρίτο (33 %) διαφωνεί με τη δήλωση αυτή (24 % «τείνει να διαφωνεί» και 9 % «διαφωνεί έντονα»).

Ε6 Σε ποιο βαθμό συμφωνείτε ή διαφωνείτε με καθεμία από τις ακόλουθες δηλώσεις;

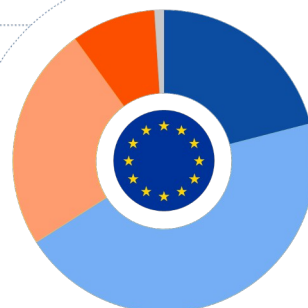
Κατά την περιήγησή μου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, μερικές φορές διαβάζω κοινωνικές ή πολιτικές πληροφορίες που έχω συναντήσει τυχαία, παρόλο που δεν τις έψαχνα ενεργά.



(%) Βάση: n=26 121 - Όλοι οι απαντήσαντες

25	Συμφωνώ απόλυτα
51	Τείνουν να συμφωνούν
10	Τείνουν να διαφωνούν
10	Διαφωνώ απόλυτα
4	Δεν γνωρίζω

Αναζητώ ενεργά πληροφορίες σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης



(%) Βάση: n=14 380 - Χρησιμοποιεί μέσα κοινωνικής δικτύωσης και/ή πλατφόρμες βίντεο για πληροφορίες σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα (τέταρτο τρίμηνο)

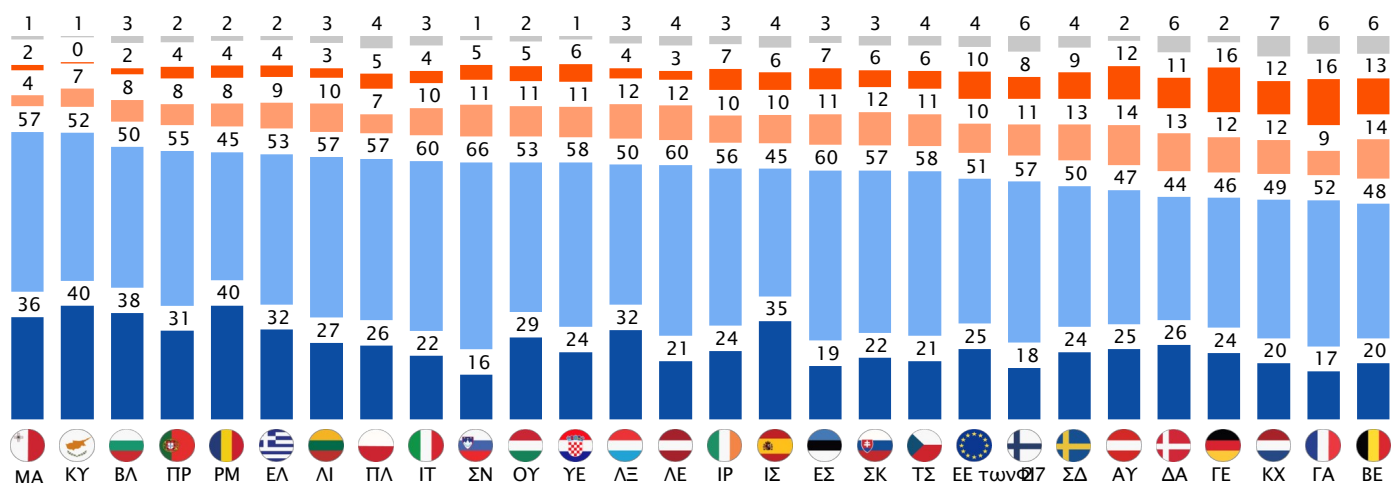
Διαφορές ανά χώρα

Σε όλα τα κράτη μέλη, τουλάχιστον τα δύο τρίτα των ερωτηθέντων συμφωνούν με τη δήλωση «όταν περιηγούμαι στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, μερικές φορές διαβάζω κοινωνικές και πολιτικές πληροφορίες που έχω συναντήσει τυχαία, παρόλο που δεν τις αναζητούσα ενεργά». Το ποσοστό συμφωνίας κυμαίνεται μεταξύ 67 % στο Βέλγιο και 93 % τόσο στην Κύπρο όσο και στη Μάλτα.⁵

Ε6_2 Σε ποιο βαθμό συμφωνείτε ή διαφωνείτε με καθεμία από τις ακόλουθες δηλώσεις;

Κατά την περιήγησή μου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, μερικές φορές διαβάζω κοινωνικές ή πολιτικές πληροφορίες που έχω συναντήσει τυχαία, παρόλο που δεν τις έψαχνα ενεργά.

■ Συμφωνώ απόλυτα ■ Τείνουν να συμφωνούν ■ Τείνουν να διαφωνούν ■ Διαφωνώ απόλυτα ■ Δεν γνωρίζω



(%) Βάση: n=26 121 - Όλοι οι απαντήσαντες

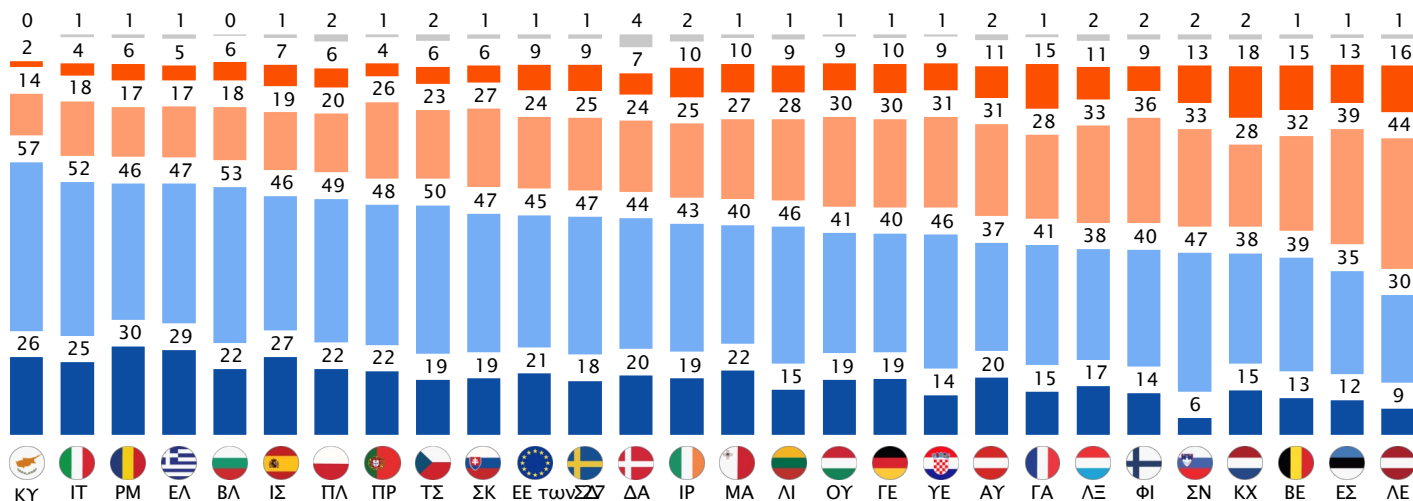
⁵ Λόγω στρογγυλοποίησης, ενδέχεται επίσης τα ποσοστά για τις ξεχωριστές επιλογές απόκρισης να μην αθροίζονται ακριβώς στα σύνολα που αναφέρονται στο κείμενο.

Με εξαίρεση την Εσθονία (47 %) και τη Λετονία (39 %), η πλειονότητα των χρηστών των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και των πλατφορμών σε όλα τα κράτη μέλη συμφωνεί με τη δήλωση «Αναζητώ ενεργά πληροφορίες σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης», με το σχετικό μέγεθος αυτής της πλειοψηφίας να κυμαίνεται από περίπου το ήμισυ (51 %) στο Βέλγιο έως πάνω από οκτώ στους δέκα (84 %) στην Κύπρο.⁶

Ε6_1 Σε ποιο βαθμό συμφωνείτε ή διαφωνείτε με καθεμία από τις ακόλουθες δηλώσεις;

Αναζητώ ενεργά πληροφορίες σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

■ Συμφωνώ απόλυτα ■ Τείνουν να συμφωνούν ■ Τείνουν να διαφωνούν ■ Διαφωνώ απόλυτα ■ Δεν γνωρίζω



(%) Βάση: n=14 380 – Χρησιμοποιεί μέσα κοινωνικής δικτύωσης και/ή πλατφόρμες βίντεο για πληροφορίες σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα (τέταρτο τρίμηνο)

Κοινωνικοδημογραφικές παράμετροι

Οι άνδρες είναι κάπως πιο πιθανό από τις γυναίκες να είναι ενεργοί καταναλωτές πληροφοριών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (69% έναντι 63%).

Η ενεργή αναζήτηση πληροφοριών αυξάνεται με την ηλικία: Το 70% των ατόμων ηλικίας 55 ετών και άνω συμφωνούν ότι «αναζητούν ενεργά πληροφορίες σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης», σε σύγκριση με το 67% των ατόμων ηλικίας 40-54 ετών, το 66% των ατόμων ηλικίας 25-39 ετών και το 59% των ατόμων ηλικίας 15-24 ετών. Αντίθετα, η παθητική κατανάλωση πληροφοριών μειώνεται με την ηλικία: Το 83 % τόσο των ηλικιακών ομάδων 15-24 όσο και των ηλικιακών ομάδων 25-39 ετών συμφωνούν με τη δήλωση «Κατά την περιήγηση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, μερικές φορές διαβάζω κοινωνικές και πολιτικές πληροφορίες που έχω συναντήσει τυχαία, παρόλο που δεν τις αναζητούσα ενεργά», σε σύγκριση με το 78 % των ατόμων ηλικίας 40-54 ετών και το 70 % των ατόμων ηλικίας 55 ετών και άνω.

Ορισμένες διακυμάνσεις στην ενεργητική και παθητική κατανάλωση πληροφοριών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης παρατηρούνται επίσης από την εκπαίδευση. Οι χρήστες που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους σε ηλικία 20 ετών και άνω (69 %) έχουν περισσότερες πιθανότητες από όλα τα άλλα επίπεδα εκπαίδευσης να είναι ενεργοί καταναλωτές πληροφοριών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και συμφωνούν με τη δήλωση «Αναζητώ ενεργά πληροφορίες σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης», σε σύγκριση με το 63 % των χρηστών

⁶ Λόγω στρογγυλοποίησης, ενδέχεται επίσης τα ποσοστά για τις ξεχωριστές επιλογές απόκρισης να μην αθροίζονται ακριβώς στα σύνολα που αναφέρονται στο κείμενο.

που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους σε ηλικία 15 ετών και κάτω. Από την άλλη πλευρά, οι ερωτηθέντες που εξακολουθούν να σπουδάζουν (84 %) έχουν περισσότερες πιθανότητες από εκείνους που έχουν ήδη ολοκληρώσει την εκπαίδευσή τους (69 %-78 %) να είναι παθητικοί καταναλωτές πληροφοριών και συμφωνούν με τη δήλωση «Κατά την περιήγηση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, μερικές φορές διαβάζω κοινωνικές και πολιτικές πληροφορίες που έχω συναντήσει τυχαία, παρόλο που δεν τις αναζητούσα ενεργά».

2.3. Τύποι εμπλοκής με κοινωνικό και πολιτικό περιεχόμενο

Οι ερωτηθέντες στην έρευνα ρωτήθηκαν με ποιους τρόπους, αν υπάρχουν, ασχολήθηκαν με κοινωνικό και πολιτικό περιεχόμενο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

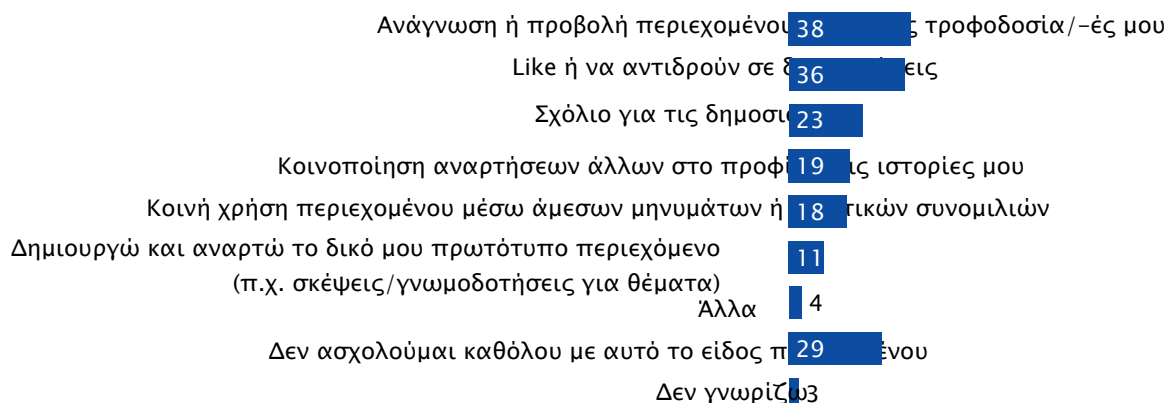
Τα μεγαλύτερα ποσοστά των ερωτηθέντων αναφέρουν ότι διαβάζουν ή βλέπουν περιεχόμενο στις ζωοτροφές τους (38%) ή ότι τους αρέσουν ή αντιδρούν σε αναρτήσεις (36%).

Λιγότεροι από ένας στους τέσσερις (23 %) ερωτηθέντες σχολιάζουν αναρτήσεις και λιγότεροι από ένας στους πέντε κοινοποιούν αναρτήσεις άλλων στο προφίλ ή τις ιστορίες τους (19 %) ή μοιράζονται περιεχόμενο μέσω άμεσων μηνυμάτων ή ιδιωτικών συνομιλιών (18 %). Περίπου ένας στους δέκα (11%) δημιουργεί και δημοσιεύει το δικό του πρωτότυπο περιεχόμενο (π.χ. σκέψεις/γνώμες για θέματα).

Ειδικότερα, περίπου τρεις στους δέκα ερωτηθέντες (29 %) δεν ασχολούνται καθόλου με αυτό το είδος περιεχομένου.

E7 Με ποιους από τους ακόλουθους τρόπους, εάν υπάρχουν, ασχολείστε με κοινωνικό και πολιτικό περιεχόμενο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;

[Πολλαπλές απαντήσεις]



(%) Βάση: n = 26 121 - Όλοι οι ερωτηθέντες

Διαφορές ανά χώρα

Σε όλα τα κράτη μέλη, η ανάγνωση ή η προβολή περιεχομένου στις ζωοτροφές και η προτίμηση ή η αντίδραση σε αναρτήσεις είναι οι δύο συνηθέστεροι τύποι συμμετοχής σε κοινωνικό και πολιτικό περιεχόμενο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης:

- Η ανάγνωση ή η προβολή περιεχομένου στις ζωοτροφές είναι η συνηθέστερα επιλεγμένη απάντηση σε 16 κράτη μέλη. Σε όλα τα κράτη μέλη, το σχετικό ποσοστό των απαντησάντων που αναφέρουν αυτό το είδος δέσμευσης κυμαίνεται από 24 % στην Τσεχία έως 62 % στην Πολωνία.
- Από την άλλη πλευρά, η προτίμηση ή η αντίδραση σε αναρτήσεις εμφανίζεται ως ο κορυφαίος τύπος συμμετοχής σε κοινωνικό και πολιτικό περιεχόμενο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στα υπόλοιπα 11 κράτη μέλη. Το ποσοστό των ερωτηθέντων που ασχολούνται με κοινωνικό και πολιτικό περιεχόμενο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προτιμώντας ή αντιδρώντας σε αναρτήσεις κυμαίνεται μεταξύ 15 % στη Λετονία και 58 % στην Κύπρο.

Τα υψηλότερα ποσοστά των ερωτηθέντων που σχολιάζουν θέσεις βρίσκονται στην Κύπρο (34%) και την Ελλάδα (34%), ενώ το χαμηλότερο ποσοστό παρατηρείται στη Λετονία (11%).

Το ποσοστό των ερωτηθέντων που ασχολούνται με κοινωνικό και πολιτικό περιεχόμενο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης κοινοποιώντας αναρτήσεις άλλων στο προφίλ ή τις ιστορίες τους κυμαίνεται μεταξύ 7 % στη Λετονία και 27 % τόσο στην Ελλάδα όσο και στη Βουλγαρία.

Η ανταλλαγή περιεχομένου μέσω άμεσων μηνυμάτων ή ιδιωτικών συνομιλιών αναφέρεται από ένα ποσοστό ερωτηθέντων που κυμαίνεται από 11 % στη Λετονία έως 29 % στη Μάλτα.

Μικρότερα ποσοστά κάτω του 20 % σε όλα τα κράτη μέλη δείχνουν ότι δημιουργούν και δημοσιεύουν το δικό τους πρωτότυπο περιεχόμενο (π.χ. σκέψεις/γνωμοδοτήσεις για θέματα). Το ακριβές ποσοστό που αναφέρει αυτό το ποσοστό κυμαίνεται μεταξύ 4% στη Λετονία και 19% στην Ελλάδα.

Ειδικότερα, ένα ποσοστό των ερωτηθέντων που κυμαίνεται από 14% στην Κύπρο έως πάνω από τέσσερις στους δέκα ερωτηθέντες στις Κάτω Χώρες (47%), το Βέλγιο (45%) και τη Γαλλία (41%) αναφέρουν ότι δεν ασχολούνται καθόλου με αυτό το είδος περιεχομένου.

E7 Με ποιους από τους ακόλουθους τρόπους, εάν υπάρχουν, ασχολείστε με κοινωνικό και πολιτικό περιεχόμενο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης; [Πολλαπλές απαντήσεις]

	Ανάγνωση ή προβολή περιεχομένου στην/στις τροφοδοσί α/-ές μου	Like ή να αντιδρού ν σε δημοσιεύ σεις	Σχόλιο για τις δημοσιεύσει ς	Μοιραστείτε αναρτήσεις άλλων στο προφίλ ή τις ιστορίες μου	Κοινή χρήση περιεχομένου μέσω άμεσων μηνυμάτων ή ιδιωτικών συνομιλιών	Δημιουργώ και αναρτώ το δικό μου πρωτότυπο περιεχόμεν ο (π.χ. σκέψεις/γν ωμοδοτήσεις για θέματα)	Άλλα	Δεν ασχολούμ αι καθόλου με αυτό το είδος περιεχόμε νου
ΕΕ των 27	38	36	23	19	18	11	4	29
ΒΕ	28	24	15	14	12	10	2	45
ΒΛ	34	52	27	27	20	13	5	20
ΤΣ	24	42	30	22	22	11	4	25
ΔΑ	36	34	21	14	15	10	2	32
ΓΕ	37	30	19	15	16	10	9	29
ΕΣ	41	36	15	15	18	9	4	23
ΙΡ	41	43	27	20	22	13	3	23
ΕΛ	46	51	34	27	23	19	1	19
ΙΣ	31	46	28	26	19	15	3	28
ΓΑ	37	26	17	15	17	7	1	41
ΥΕ	35	39	21	13	17	8	5	25
ΙΤ	33	41	28	22	19	12	3	27
ΚΥ	55	58	34	24	24	14	1	14
ΛΕ	51	15	11	7	11	4	2	28
ΛΙ	52	39	16	15	19	6	2	18
ΛΞ	39	34	13	14	15	9	4	28
ΟΥ	60	35	18	19	15	7	3	18
ΜΑ	44	46	24	19	29	16	2	20
ΚΧ	27	24	15	11	14	10	3	47
ΑΥ	36	31	18	16	16	10	7	28
ΠΛ	62	40	27	21	21	13	2	17
ΠΡ	42	35	21	20	18	11	2	32
ΡΜ	37	49	30	19	21	13	3	21
ΣΝ	48	31	19	16	15	9	3	25
ΣΚ	27	38	20	15	14	9	3	33
ΦΙ	38	35	20	13	16	11	3	30
ΣΔ	47	37	24	18	19	14	4	26

Σημείωση: (Στο αρχικό...) Όσο μεγαλύτερη είναι η αναλογία επιλογής μιας απόκρισης, τόσο πιο σκούρο μπλε/πορτοκαλί είναι το κελί. Η απάντηση με την υψηλότερη κατάταξη για κάθε χώρα εμφανίζεται με γραμματοσειρά σκούρου μπλε/λευκού χρώματος. Η απάντηση «δεν γνωρίζω» δεν εμφανίζεται.

(%), Βάση: n=26 121 – Όλοι οι απαντήσαντες

Κοινωνικοδημογραφικές παράμετροι

Οι άνδρες (26%) είναι πιο πιθανό από τις γυναίκες (19%) να σχολιάσουν τις αναρτήσεις. Από την άλλη πλευρά, οι γυναίκες (32%) είναι πιο πιθανό από τους άνδρες (27%) να δηλώνουν ότι δεν ασχολούνται καθόλου με αυτό το είδος περιεχομένου.

Οι νεότεροι ερωτηθέντες (ηλικίας 15-24 ετών) είναι πιο πιθανό από εκείνους ηλικίας 55 ετών και άνω να διαβάζουν ή να βλέπουν περιεχόμενο στη ροή τους (51% έναντι 29%), να τους αρέσουν ή να αντιδρούν σε αναρτήσεις (46% έναντι 31%) και να μοιράζονται περιεχόμενο μέσω άμεσων μηνυμάτων ή ιδιωτικών συνομιλιών (25% έναντι 13%). Ωστόσο, είναι λιγότερο πιθανό από όλες τις άλλες ηλικιακές ομάδες να σχολιάσουν τις αναρτήσεις (18% έναντι 22%-24%). Οι ηλικιωμένοι ερωτηθέντες (ηλικίας 55 ετών και άνω) είναι, από την άλλη πλευρά, λιγότερο πιθανό να μοιραστούν τις αναρτήσεις των άλλων στο προφίλ ή τις ιστορίες τους (16% έναντι 19%-23% για άλλες ηλικιακές ομάδες) και να δημιουργήσουν και να δημοσιεύσουν το δικό τους πρωτότυπο περιεχόμενο (8% έναντι 12%-15%). Η συνολική συμμετοχή μειώνεται επίσης με την ηλικία, με το 41% των ατόμων ηλικίας 55 ετών και άνω να δηλώνει ότι δεν ασχολείται καθόλου με αυτό το είδος περιεχομένου, σε σύγκριση με το 14% των ατόμων ηλικίας 15-24 ετών.

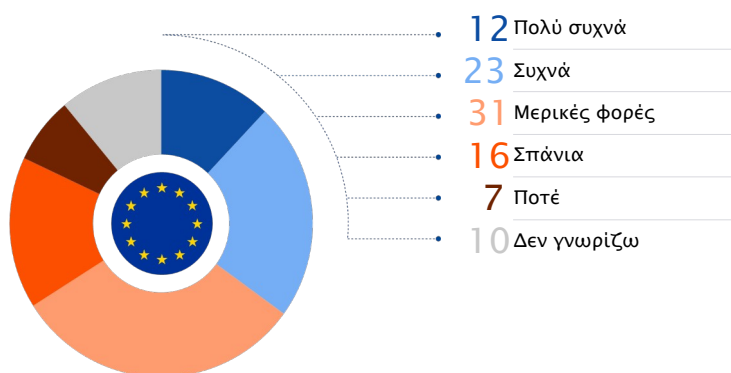
Οι ερωτηθέντες που εξακολουθούν να σπουδάζουν είναι πιο πιθανό από εκείνους που έχουν ήδη ολοκληρώσει την εκπαίδευσή τους σε νεότερες ηλικίες να αναφέρουν ότι διαβάζουν ή βλέπουν περιεχόμενο στις ζωτροφές τους (51% έναντι 25%-42%), να τους αρέσουν ή να αντιδρούν σε αναρτήσεις (46% έναντι 32%-37%) και να μοιράζονται περιεχόμενο μέσω άμεσων μηνυμάτων ή ιδιωτικών συνομιλιών (25% έναντι 14%-20%). Από την άλλη πλευρά, αυτή η ομάδα (19%) είναι λιγότερο πιθανό από εκείνους που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους ηλικίας 16-19 ετών (23%) ή 20 ετών και άνω (24%) να αναφέρουν ότι σχολιάζουν αναρτήσεις. Οι ερωτηθέντες που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους ηλικίας 16-19 ετών είναι λιγότερο πιθανό από εκείνους που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους σε μεγαλύτερες ηλικίες και εκείνους που εξακολουθούν να σπουδάζουν να αναφέρουν ότι δημιουργούν και δημοσιεύουν το δικό τους πρωτότυπο περιεχόμενο (9% έναντι 12%-14%).

3. ΑΝΟΙΓΜΑ ΚΑΙ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ ΤΗΣ ΠΑΡΑΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗΣ ΣΤΟΥΣ ΑΣΚΟΥΜΕΝΟΥΣ

3.1. Αντιληπτή έκθεση σε παραπληροφόρηση

Στην ερώτηση πόσο συχνά πιστεύουν ότι έχουν εκτεθεί προσωπικά σε παραπληροφόρηση και ψευδείς ειδήσεις τις τελευταίες επτά ημέρες, πάνω από το ένα τρίτο των ερωτηθέντων αναφέρουν ότι έχουν εκτεθεί «πολύ συχνά» (12 %) ή «συχνά» (23 %). Περίπου τρεις στους δέκα ερωτηθέντες (31 %) αναφέρουν ότι έχουν «μερικές φορές» εκτεθεί σε παραπληροφόρηση και ψευδείς ειδήσεις την τελευταία εβδομάδα, ενώ λιγότεροι από ένας στους τέσσερις αναφέρουν ότι έχουν «σπάνια» (16 %) ή «ποτέ» (7 %) εκτεθεί.

E17 Πόσο συχνά πιστεύετε ότι έχετε εκτεθεί προσωπικά σε παραπληροφόρηση και ψευδείς ειδήσεις τις τελευταίες 7 ημέρες;



(%) Βάση: n=26 121 - Όλοι οι απαντήσαντες

Διαφορές ανά χώρα

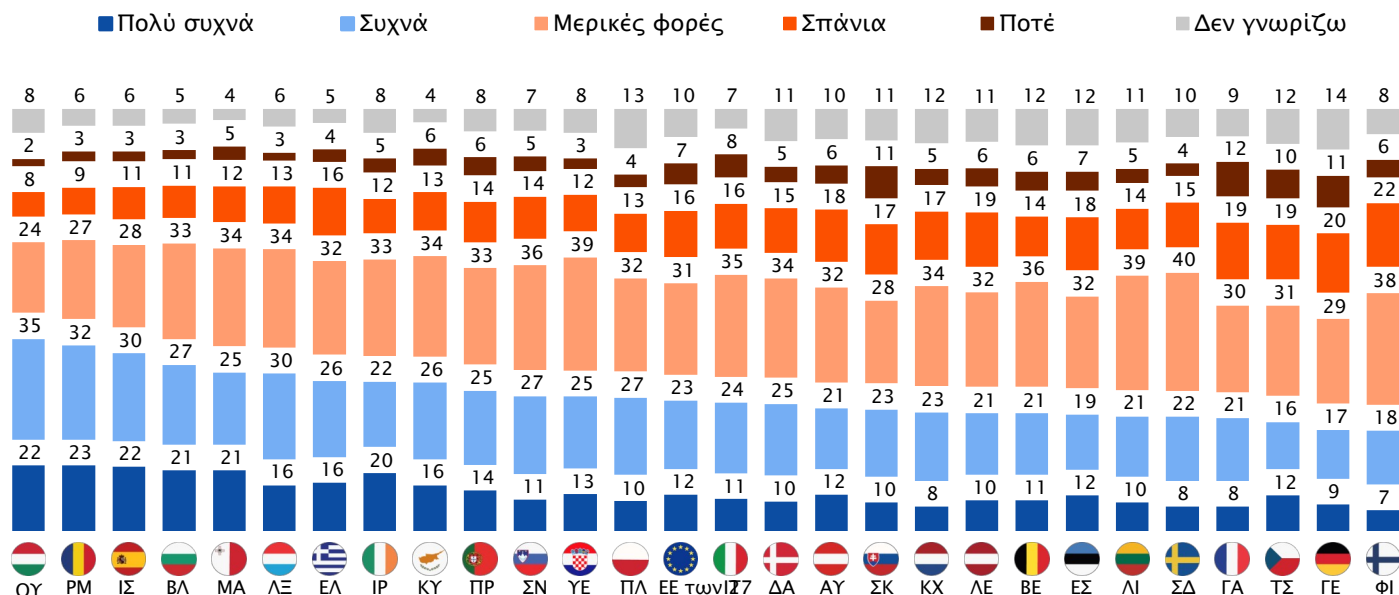
Η πλειονότητα όσων απάντησαν σε τρία κράτη μέλη αναφέρουν ότι έχουν «πολύ συχνά» ή «συχνά» εκτεθεί σε παραπληροφόρηση και ψευδείς ειδήσεις κατά την τελευταία εβδομάδα: Ουγγαρία (57%), Ρουμανία (55%) και Ισπανία (52%). Πάνω από τέσσερις στους δέκα ερωτηθέντες συμμερίζονται επίσης την άποψη αυτή στη Βουλγαρία (48%), το Λουξεμβούργο (45%), τη Μάλτα (45%), την Ελλάδα (43%), την Ιρλανδία (42%) και την Κύπρο (42%).⁷ Από την άλλη πλευρά, λιγότεροι από τρεις στους δέκα ερωτηθέντες στη Γερμανία (26 %), τη Φινλανδία (26 %) και την Τσεχία (29 %) αναφέρουν ότι έχουν «συχνά» ή «πολύ συχνά» εκτεθεί σε παραπληροφόρηση τις τελευταίες επτά ημέρες.

Το ποσοστό των ερωτηθέντων που ανέφεραν ότι έχουν «μερικές φορές» εκτεθεί σε παραπληροφόρηση και ψευδείς ειδήσεις την τελευταία εβδομάδα κυμαίνεται από 24 % στην Ουγγαρία έως περίπου τέσσερις στους δέκα στη Σουηδία (40 %), τη Λιθουανία (39 %) και την Κροατία (39 %).

Σε όλα τα κράτη μέλη, το πολύ το ένα τρίτο όσων απάντησαν αναφέρουν ότι έχουν «σπάνια» ή «ποτέ» εκτεθεί σε παραπληροφόρηση και ψευδείς ειδήσεις τις τελευταίες επτά ημέρες. Τα υψηλότερα ποσοστά που το αναφέρουν παρατηρούνται στη Γαλλία (31 %), τη Γερμανία (31 %), την Τσεχία (29 %), τη Φινλανδία (28 %) και τη Σλοβακία (28 %). Αντίθετα, μόλις ένας στους δέκα (11%) συμμερίζεται αυτή την άποψη στην Ουγγαρία.

⁷ Λόγω στρογγυλοποίησης, ενδέχεται επίσης τα ποσοστά για τις ξεχωριστές επιλογές απόκρισης να μην αθροίζονται ακριβώς στα σύνολα που αναφέρονται στο κείμενο.

Ε17 Πόσο συχνά πιστεύετε ότι έχετε εκτεθεί προσωπικά σε παραπληροφόρηση και ψευδείς ειδήσεις τις τελευταίες 7 ημέρες;



(%) Βάση: n=26 121 - Όλοι οι απαντήσαντες

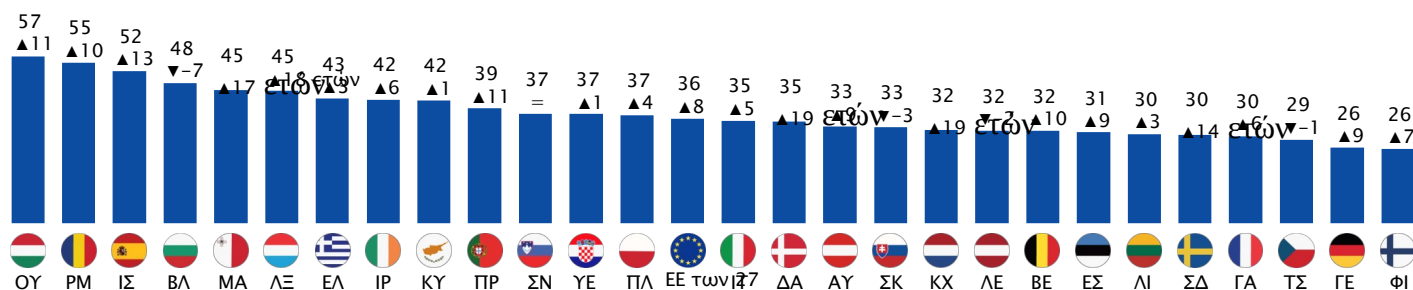
Τάση σε σύγκριση με το 2022

Από το 2022, όταν τέθηκε για τελευταία φορά η ερώτηση αυτή (Media & News Survey 2022), το ποσοστό των ερωτηθέντων που ανέφεραν ότι «συχνά» ή «πολύ συχνά» εκτέθηκαν σε παραπληροφόρηση και ψευδείς ειδήσεις την περασμένη εβδομάδα αυξήθηκε κατά οκτώ ποσοστιαίες μονάδες σε επίπεδο ΕΕ (από 28 % το 2022 σε 36 % το 2025). Σε επίπεδο μεμονωμένων χωρών, το ποσοστό αυτό έχει αυξηθεί σημαντικά σε περισσότερα από τα μισά κράτη μέλη. Οι μεγαλύτερες αυξήσεις παρατηρούνται στις Κάτω Χώρες (32%, +19 ποσοστιαίες μονάδες), τη Δανία (35%, +19 ποσοστιαίες μονάδες), το Λουξεμβούργο (45%, +18 ποσοστιαίες μονάδες), τη Μάλτα (45%, +17 ποσοστιαίες μονάδες), τη Σουηδία (30%, +14 ποσοστιαίες μονάδες) και την Ισπανία (52%, +13 ποσοστιαίες μονάδες).

Ε17 Πόσο συχνά πιστεύετε ότι έχετε εκτεθεί προσωπικά σε παραπληροφόρηση και ψευδείς ειδήσεις τις τελευταίες 7 ημέρες;

% «Πολύ συχνά» ή «Συχνά»

Τάση σε σύγκριση με τον Οκτώβριο του 2022 (Flash Eurobarometer FL012EP Media & News Survey 2022)



(%) Βάση: n=26 121 - Όλοι οι απαντήσαντες

Κοινωνικοδημογραφικές παράμετροι

Οι άνδρες (40 %) είναι πιθανότερο από τις γυναίκες (32 %) να υποδηλώνουν συχνή έκθεση (δηλαδή «συχνά» ή «πολύ συχνά») σε παραπληροφόρηση και ψευδείς ειδήσεις κατά τις τελευταίες επτά ημέρες.

Η αντίληψη της συχνής έκθεσης σε παραπληροφόρηση και ψευδείς ειδήσεις κατά τις τελευταίες επτά ημέρες μειώνεται με την ηλικία: Το 46% των ερωτηθέντων ηλικίας 15-25 ετών αναφέρουν συχνή έκθεση σε αυτό, σε σύγκριση με το 43% των ατόμων ηλικίας 25-39 ετών, το 36% των ατόμων ηλικίας 40-54 ετών και το 29% των ατόμων ηλικίας 55 ετών και άνω.

Όσον αφορά την εκπαίδευση, οι ερωτηθέντες που εξακολουθούν να σπουδάζουν (46%) και εκείνοι που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους ηλικίας 20 ετών και άνω (37%) είναι πιο πιθανό από εκείνους που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους σε νεότερες ηλικίες (32%-33%) να αναγνωρίσουν τη συχνή έκθεση σε παραπληροφόρηση και ψευδείς ειδήσεις κατά την τελευταία εβδομάδα.

3.2. Εμπιστοσύνη στην αναγνώριση παραπληροφόρησης της

Λίγο περισσότεροι από έξι στους δέκα ερωτηθέντες αισθάνονται σίγουροι ότι μπορούν να αναγνωρίσουν την παραπληροφόρηση όταν την αντιμετωπίζουν (12 % «πολύ σίγουροι», 49 % «κάπως σίγουροι»).

Από την άλλη πλευρά, περίπου το ένα τρίτο (32 %) δεν έχουν εμπιστοσύνη στην ικανότητά τους να αναγνωρίζουν την παραπληροφόρηση (εκ των οποίων το 26 % «δεν έχει μεγάλη εμπιστοσύνη» και το 6 % «δεν έχει καθόλου εμπιστοσύνη»).

Διαφορές ανά χώρα

Με εξαίρεση την Πολωνία (49 %), η πλειονότητα όσων απάντησαν σε όλα τα κράτη μέλη αναφέρουν ότι αισθάνονται σίγουροι («πολύ σίγουροι» ή «κάπως σίγουροι») για την ικανότητά τους να αναγνωρίζουν την παραπληροφόρηση όταν την αντιμετωπίζουν. Τουλάχιστον τα δύο τρίτα όσων απάντησαν το αναφέρουν στη Μάλτα (84%), την Ιρλανδία (72%), το Λουξεμβούργο (69%), τη Βουλγαρία (68%), την Κροατία (68%), τη Ρουμανία (67%), τη Φινλανδία (67%), τη Σουηδία (67%) και τη Γαλλία (66%).⁸

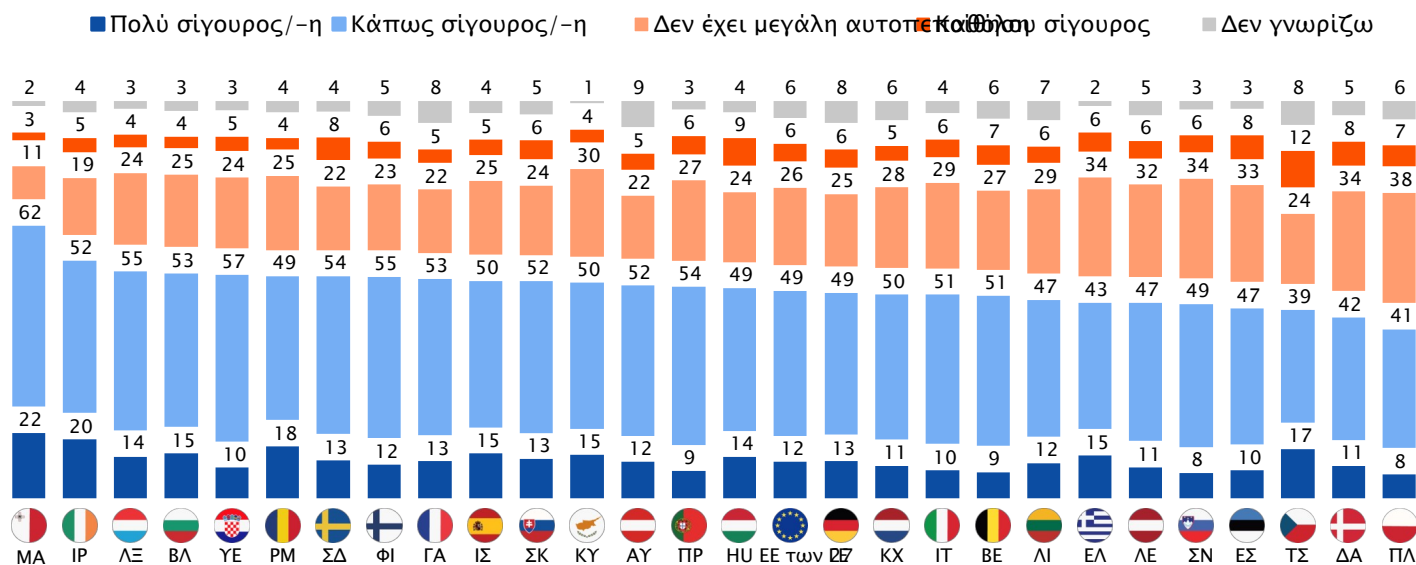
Το ποσοστό των ερωτηθέντων που δηλώνουν ότι δεν αισθάνονται σίγουροι («όχι πολύ σίγουροι» ή «καθόλου σίγουροι») όσον αφορά την ικανότητά τους να αναγνωρίζουν την παραπληροφόρηση κυμαίνεται από 14 % στη Μάλτα έως πάνω από τέσσερις στους δέκα στην Πολωνία (45 %), τη Δανία (42 %) και την Εσθονία (41 %).

Ε18 Αισθάνεστε σίγουροι ότι μπορείτε να αναγνωρίσετε την παραπληροφόρηση όταν την αντιμετωπίζετε;



(%) Βάση: n=26 121 - Όλοι οι απαντήσαντες

⁸ Λόγω στρογγυλοποίησης, ενδέχεται επίσης τα ποσοστά για τις ξεχωριστές επιλογές απόκρισης να μην αθροίζονται ακριβώς στα σύνολα που αναφέρονται στο κείμενο.

E18 Αισθάνεστε σίγουροι ότι μπορείτε να αναγνωρίσετε την παραπληροφόρηση όταν την αντιμετωπίζετε;

(%) Βάση: n=26 121 - Όλοι οι απαντήσαντες

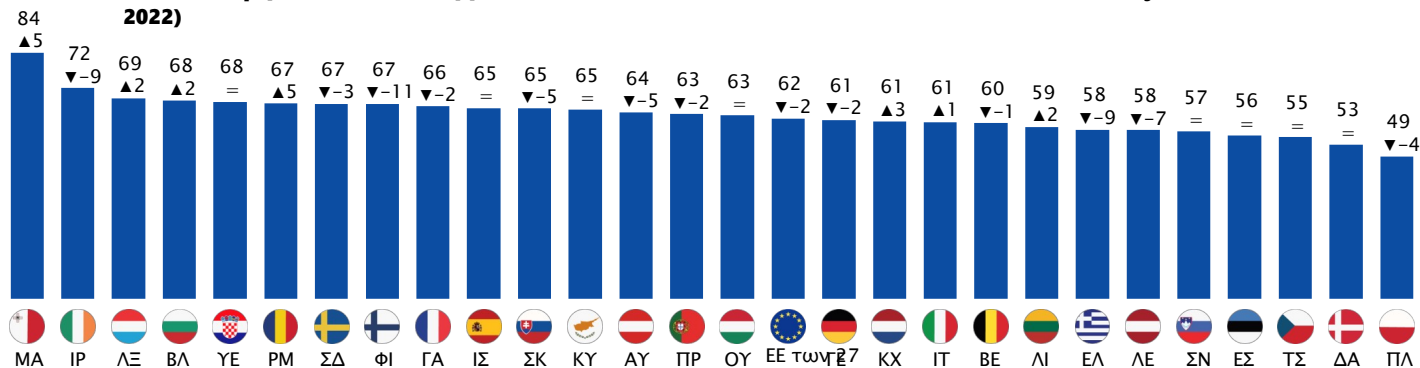
Τάση σε σύγκριση με το 2022

Από το 2022 (Media & News Survey 2022), το ποσοστό των ερωτηθέντων που αναφέρουν ότι έχουν εμπιστοσύνη στην ικανότητά τους να αναγνωρίζουν την παραπληροφόρηση όταν τη συναντούν παραμένει σταθερό. Σε επίπεδο επιμέρους χωρών, η εμπιστοσύνη στην αναγνώριση της παραπληροφόρησης έχει αυξηθεί σημαντικά στη Μάλτα (84 %, +5 εκατοστιαίες μονάδες) και στη Ρουμανία (67 %, +5 εκατοστιαίες μονάδες). Από την άλλη πλευρά, μειώθηκε στην Ιρλανδία (72%, -9 ποσοστιαίες μονάδες), τη Φινλανδία (67%, -11 ποσοστιαίες μονάδες), τη Σλοβακία (65%, -6 ποσοστιαίες μονάδες), την Αυστρία (64%, -5 ποσοστιαίες μονάδες), την Ελλάδα (58%, -9 ποσοστιαίες μονάδες), τη Λετονία (58%, -6 ποσοστιαίες μονάδες) και την Πολωνία (49%, -3 ποσοστιαίες μονάδες).

E18 Αισθάνεστε σίγουροι ότι μπορείτε να αναγνωρίσετε την παραπληροφόρηση όταν την αντιμετωπίζετε;

% «Πολύ σίγουρος» ή «Κάπως σίγουρος»

Τάση σε σύγκριση με τον Οκτώβριο του 2022 (Flash Eurobarometer FL012EP Media & News Survey 2022)



(%) Βάση: n=26 121 - Όλοι οι απαντήσαντες

Κοινωνικοδημογραφικές παράμετροι

Οι άνδρες έχουν περισσότερες πιθανότητες από τις γυναίκες να αισθάνονται σίγουροι για την ικανότητά τους να αναγνωρίζουν την παραπληροφόρηση (68% έναντι 56%).

Η εμπιστοσύνη στην ικανότητα αναγνώρισης της παραπληροφόρησης κατά την αντιμετώπισή της μειώνεται με την ηλικία: Το 71% των ερωτηθέντων ηλικίας 15-24 ετών είναι σίγουροι για αυτή την ικανότητα, σε σύγκριση με το 69% των ατόμων ηλικίας 25-39 ετών, το 63% των ατόμων ηλικίας 40-54 ετών και το 54% των ατόμων ηλικίας 55 ετών και άνω.

Όσον αφορά την εκπαίδευση, οι ερωτηθέντες που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους σε ηλικία 20 ετών και άνω (67%) και εκείνοι που εξακολουθούν να σπουδάζουν (68%) έχουν περισσότερες πιθανότητες από εκείνους που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους σε νεότερες ηλικίες (52%-57%) να είναι σίγουροι για την ικανότητά τους να αναγνωρίζουν την παραπληροφόρηση.

3.3. Στρατηγικές για την επαλήθευση των πληροφοριών

Στη συνέχεια, οι ερωτηθέντες ρωτήθηκαν τι κάνουν συνήθως, όταν δεν είναι σίγουροι αν μια πληροφορία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι παραπληροφόρηση.

Περίπου οι μισοί από τους ερωτηθέντες (49%) αναφέρουν ότι το διασταυρώνουν με άλλες πηγές πληροφοριών για να δουν αν λένε το ίδιο πράγμα. Τέσσερις στους δέκα (40%) ερωτηθέντες δηλώνουν ότι εξετάζουν ποιος το δημοσίευσε για να ελέγξουν αν προέρχεται από αξιόπιστη ή μη αξιόπιστη πηγή.

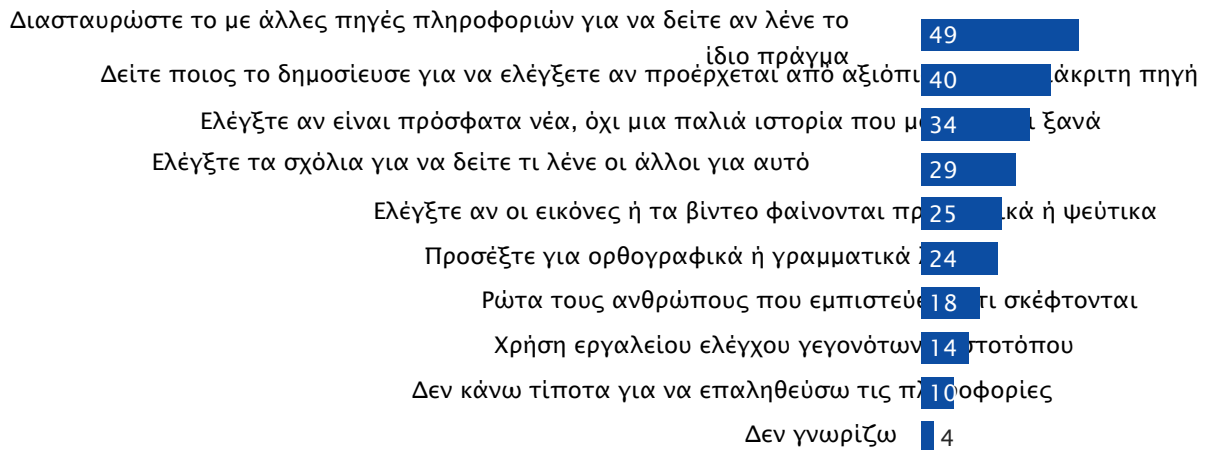
Περίπου το ένα τρίτο (34%) των ερωτηθέντων αναφέρουν ότι ελέγχουν αν πρόκειται για πρόσφατες ειδήσεις, όχι για μια παλιά ιστορία που μοιράζεται ξανά, και λιγότεροι από τρεις στους δέκα απαντούν ότι ελέγχουν τα σχόλια για να δουν τι λένε άλλοι άνθρωποι για αυτό (29%), ελέγχουν αν οι φωτογραφίες ή τα βίντεο φαίνονται πραγματικές ή ψεύτικες (25%) ή αναζητούν ορθογραφικά ή γραμματικά λάθη (24%).

Λιγότεροι από δύο στους δέκα ερωτηθέντες αναφέρουν ότι, προκειμένου να επαληθεύσουν αν μια πληροφορία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι παραπληροφόρηση, είτε ρωτούν τους ανθρώπους που εμπιστεύονται τι πιστεύουν (18 %) είτε χρησιμοποιούν ένα εργαλείο ελέγχου γεγονότων ή έναν ιστότοπο (14 %).

Ένας στους δέκα (10%) ερωτηθέντες δηλώνει ότι δεν κάνει τίποτα για να επαληθεύσει τις πληροφορίες.

E19 Όταν δεν είστε σίγουροι αν μια πληροφορία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι παραπληροφόρηση, τι κάνετε συνήθως;

[Πολλαπλές απαντήσεις]



(%) Βάση: n= 26 121 – Όλοι οι ερωτηθέντες

Διαφορές ανά χώρα

Σε όλα τα κράτη μέλη εκτός από τρία (Σλοβενία, Λιθουανία και Τσεχία), η κορυφαία στρατηγική για την επαλήθευση των πληροφοριών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι η διασταύρωσή τους με άλλες πηγές πληροφοριών για να διαπιστωθεί αν λένε το ίδιο πράγμα. Τα υψηλότερα ποσοστά των ερωτηθέντων που αναφέρουν αυτή τη στρατηγική παρατηρούνται στην Κύπρο (67%), το Λουξεμβούργο (65%) και την Ελλάδα (64%). Αντιθέτως, λιγότεροι από τρεις στους δέκα (29 %) ερωτηθέντες στην Τσεχία δηλώνουν ότι συνήθως το πράττουν.

Στη Σλοβενία (46 %), τη Λιθουανία (44 %) και την Τσεχία (35 %), οι ερωτηθέντες αναφέρουν συχνότερα ως στρατηγική για την επαλήθευση των πληροφοριών ότι εξετάζουν ποιος τις δημοσίευσε για να ελέγξουν αν προέρχονται από αξιόπιστη ή μη αξιόπιστη πηγή. Στη Δανία (41%) και τη Σλοβακία (41%), η στρατηγική αυτή κατατάσσεται στην πρώτη θέση, από κοινού με τη διασταύρωση των πληροφοριών με άλλες πηγές πληροφοριών για να διαπιστωθεί αν λένε το ίδιο πράγμα. Τα υψηλά ποσοστά όσων απάντησαν αναφέρουν επίσης αυτή τη στρατηγική επαλήθευσης στην Κύπρο (60 %), τη Μάλτα (55%), το Λουξεμβούργο (51%) και την Ελλάδα (50%).

Το ποσοστό των ερωτηθέντων που επισημαίνουν ότι πρέπει να ελεγχθεί αν πρόκειται για πρόσφατη είδηση και όχι για μια παλιά ιστορία που κοινοποιείται εκ νέου ως μία από τις συνηθέστερες στρατηγικές επαλήθευσης είναι υψηλότερο τόσο στο Λουξεμβούργο (43%) όσο και στη Μάλτα (43%) και χαμηλότερο στη Λετονία (24%).

Το ποσοστό των ερωτηθέντων που αναφέρουν ότι ελέγχουν τα σχόλια για να δουν τι λένε άλλοι σχετικά με αυτό ως στρατηγική επαλήθευσης κυμαίνεται από 21% στην Αυστρία έως 50% στη Μάλτα.

Στο Λουξεμβούργο, το ένα τρίτο (33%) των ερωτηθέντων δηλώνει ότι ελέγχει εάν οι φωτογραφίες των βίντεο φαίνονται πραγματικές ή ψεύτικες ως στρατηγική επαλήθευσης. Αντίθετα, λιγότεροι από ένας στους πέντε (19%) ερωτηθέντες στη Λετονία ακολουθούν αυτή τη στρατηγική.

Ποσοστό των ερωτηθέντων που κυμαίνεται από 13 % (Κύπρος) έως 37 % (Λιθουανία) αναφέρουν ότι αναζητούν ορθογραφικά ή γραμματικά λάθη όταν δεν είναι βέβαιοι αν μια πληροφορία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι παραπληροφόρηση.

Τέλος, ένας στους τέσσερις ερωτηθέντες σε όλα τα κράτη μέλη της ΕΕ των 27 δεν αναφέρει καμία άλλη στρατηγική επαλήθευσης πληροφοριών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Συγκεκριμένα:

- Ρωτήστε τους ανθρώπους που εμπιστεύονται τι πιστεύουν: ποσοστό των ερωτηθέντων που κυμαίνεται από 14 % στη Γαλλία, τις Κάτω Χώρες και τη Φινλανδία έως 25 % στην Κύπρο και την Ελλάδα·
- Χρήση εργαλείου ελέγχου γεγονότων ή ιστοτόπου: από 10% στη Γαλλία σε 24% στη Μάλτα·

Ποσοστό των ερωτηθέντων που κυμαίνεται μεταξύ 3 % (Κύπρος) και 15 % (Τσεχία) αναφέρουν ότι δεν κάνουν τίποτα για να επαληθεύσουν τις πληροφορίες.

Ε19 Όταν δεν είστε σίγουροι αν μια πληροφορία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι παραπληροφόρηση, τι κάνετε συνήθως; [Πολλαπλές απαντήσεις]

	Διασταυρώστε το με άλλες πηγές πληροφοριών για να δείτε αν λένε το ίδιο πράγμα	Δείτε ποιος το δημοσίευσε για να ελέγξετε αν προέρχεται από αξιόπιστη / δυσδιάκριτη πηγή	Ελέγξετε αν είναι πρόσφατα νέα, όχι μια παλιά ιστορία που μοιράζεται ξανά	Ελέγξτε τα σχόλια για να δείτε τι λένε οι άλλοι για αυτό	Ελέγξτε αν οι εικόνες ή τα βίντεο φαίνονται πραγματικά ή ψεύτικα	Προσέξτε για ορθογραφικά ή γραμματικά λάθη	Ρώτα τους ανθρώπους που εμπιστεύεσαι τι σκέφτονται	Χρήση εργαλείου ελέγχου γεγονότων ή ιστοτόπου	Δεν κάνω τίποτα για να επαληθεύσω τις πληροφορίες
ΕΕ των 27	49	40	34	29	25	24	18	14	10
ΒΕ	45	37	30	25	24	28	16	14	14
ΒΛ	52	40	38	37	24	16	22	19	6
ΤΣ	29	35	33	30	20	23	22	22	15
ΔΑ	41	41	34	32	28	29	16	19	11
ΓΕ	46	39	36	23	27	30	17	13	12
ΕΣ	50	47	37	36	27	32	21	21	11
ΙΡ	42	38	36	34	31	27	20	23	10
ΕΛ	64	50	38	45	30	17	25	20	5
ΙΣ	53	40	35	28	22	16	21	16	9
ΓΑ	47	36	28	27	22	24	14	10	13
ΥΕ	46	45	33	40	21	19	24	18	11
ΙΤ	53	42	32	28	24	19	19	12	6
ΚΥ	67	60	41	50	32	13	25	17	3
ΛΕ	44	37	24	36	19	26	16	14	13
ΛΙ	43	44	35	39	21	37	15	12	10
ΛΞ	65	51	43	36	33	33	23	15	6
ΟΥ	48	46	39	37	24	34	15	13	8
ΜΑ	58	55	43	38	29	19	18	24	5
ΚΧ	49	42	34	25	23	27	14	19	13
ΑΥ	45	39	36	21	27	29	21	13	10
ΠΛ	47	39	36	39	25	18	19	14	8
ΠΡ	53	42	36	34	30	31	18	21	8
ΡΜ	57	43	38	36	32	27	19	22	5
ΣΝ	42	46	33	34	28	18	24	20	11
ΣΚ	41	41	26	32	23	22	20	17	10
ΦΙ	51	45	31	32	30	21	14	12	9
ΣΔ	49	48	38	30	30	22	21	15	9

Σημείωση: (Στο αρχικό...) Όσο μεγαλύτερη είναι η αναλογία επιλογής μιας απόκρισης, τόσο πιο σκούρο μπλε/πορτοκαλί είναι το κελί. Η απάντηση με την υψηλότερη κατάταξη για κάθε χώρα εμφανίζεται με γραμματοσειρά σκούρου μπλε/λευκού χρώματος. Η απάντηση «δεν γνωρίζω» δεν εμφανίζεται.

(%), Βάση: n=26 121 – Όλοι οι απαντήσαντες

Κοινωνικοδημογραφικές παράμετροι

Οι νεότεροι ερωτηθέντες είναι πιθανότερο να χρησιμοποιούν διάφορες στρατηγικές επαλήθευσης:

- Αναζητώντας ποιος το δημοσίευσε για να ελέγξει αν προέρχεται από αξιόπιστη/δυσδιάκριτη πηγή (47 % των ατόμων ηλικίας 15-24 ετών έναντι 37 % των ατόμων ηλικίας 55 ετών και άνω).
- Ελέγχοντας τα σχόλια για να δείτε τι λένε άλλοι άνθρωποι γι 'αυτό (40% έναντι 24%).
- Έλεγχος του κατά πόσον οι φωτογραφίες ή τα βίντεο φαίνονται πραγματικά ή ψεύτικα (36% έναντι 19%).
- Ζητώντας τη γνώμη έμπιστων ατόμων (22% των ατόμων ηλικίας 15-24 ετών και 21% των ατόμων ηλικίας 25-39 ετών, έναντι 16% των μεγαλύτερων ηλικιακών ομάδων).

Αντίθετα, η πιθανότητα να μην γίνει τίποτα για την επαλήθευση των πληροφοριών αυξάνεται με την ηλικία (4% των ατόμων ηλικίας 15-24 ετών έναντι 14% των ατόμων ηλικίας 55 ετών και άνω). Οι ηλικιωμένοι ερωτηθέντες (ηλικίας 55 ετών και άνω) είναι επίσης λιγότερο πιθανό να χρησιμοποιήσουν εργαλεία ελέγχου γεγονότων ή ιστότοπους (12% έναντι 14%-19% για άλλες ηλικιακές ομάδες) και να ελέγξουν αν είναι πρόσφατες ειδήσεις και όχι μια παλιά ιστορία που μοιράζεται ξανά (31% έναντι 35%-37%).

Ευθυγραμμιζόμενοι με αυτά τα μοτίβα που σχετίζονται με την ηλικία, οι ερωτηθέντες που εξακολουθούν να μελετούν είναι πιο πιθανό από όλες τις άλλες ομάδες να χρησιμοποιήσουν τις περισσότερες στρατηγικές επαλήθευσης. Για παράδειγμα, το 51% ελέγχει την αξιοπιστία της πηγής, σε σύγκριση με το 29%-43% εκείνων που έχουν ολοκληρώσει την εκπαίδευσή τους. Αντίθετα, όσοι ολοκλήρωσαν την εκπαίδευση σε νεότερες ηλικίες (13% τόσο για τα άτομα ηλικίας 15 ετών και κάτω όσο και για τα άτομα ηλικίας 16-19 ετών) είναι πιο πιθανό να αναφέρουν ότι δεν κάνουν τίποτα για να επαληθεύσουν τις πληροφορίες σε σύγκριση με όσους ολοκλήρωσαν την εκπαίδευση σε ηλικία 20 ετών και άνω (8%) ή εξακολουθούν να σπουδάζουν (4%).

4. ΑΚΟΛΟΥΘΕΣ ΕΠΙΡΡΟΕΣ ΚΑΙ ΔΗΜΙΟΥΡΓΟΙ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ

4.1. Ακολουθώντας τους influencers και τους δημιουργούς περιεχομένου

Περισσότερο από το ένα τρίτο των ερωτηθέντων (37 %) ακολουθούν επηρεαστές γνώμης ή δημιουργούς περιεχομένου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. YouTube, Instagram ή TikTok κ.λπ.).

Ίσο ποσοστό (37 %) επιλέγει ως απάντηση «όχι, χρησιμοποιώ τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, αλλά δεν ακολουθώ επηρεαστές γνώμης ή δημιουργούς περιεχομένου». Λίγο λιγότεροι από ένας στους τέσσερις (24 %) ερωτηθέντες απαντούν «όχι, δεν χρησιμοποιώ τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης».

Διαφορές ανά χώρα

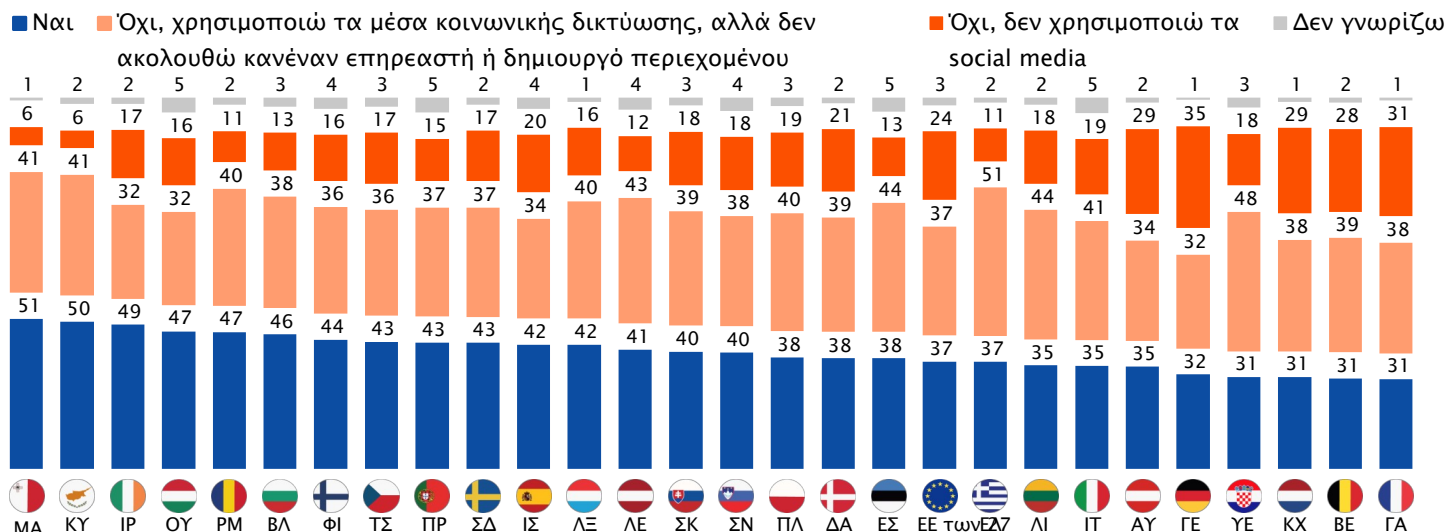
Περίπου ένας στους δύο ερωτηθέντες στη Μάλτα (51%) και την Κύπρο (50%) δηλώνει ότι ακολουθεί influencers ή δημιουργούς περιεχομένου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Τουλάχιστον τέσσερις στους δέκα ερωτηθέντες το αναφέρουν σε 13 κράτη μέλη, όπως η Ιρλανδία (49%), η Ουγγαρία (47%), η Ρουμανία (47%) και η Βουλγαρία (46%). Από την άλλη πλευρά, λίγο πάνω από τρεις στους δέκα ερωτηθέντες επιλέγουν αυτή την απάντηση στην Κροατία (31%), τις Κάτω Χώρες (31%), το Βέλγιο (31%) και τη Γαλλία (31%).

E13 Ακολουθείτε τυχόν επηρεαστές γνώμης ή δημιουργούς περιεχομένου σε κανάλια μέσων κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. YouTube, Instagram ή TikTok κ.λπ.); 37



(%) Βάση: n=26 121 - Όλοι οι απαντήσαντες

Ε13 Ακολουθείτε τυχόν επηρεαστές γνώμης ή δημιουργούς περιεχομένου σε κανάλια μέσω κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. YouTube, Instagram ή TikTok κ.λπ.);



(%) Βάση: n= 26 121 - Όλοι οι ερωτηθέντες

Σε 11 κράτη μέλη, τουλάχιστον το 40 % όσων απάντησαν αναφέρουν ότι, ενώ χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, δεν ακολουθούν επηρεαστές γνώμης ή δημιουργούς περιεχομένου· αυτό ισχύει, για παράδειγμα, για την Ελλάδα (51%), την Κροατία (48%), την Εσθονία (44%), τη Λιθουανία (44%) και τη Λετονία (43%).

Το ποσοστό των ερωτηθέντων που αναφέρουν ότι δεν χρησιμοποιούν καθόλου τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης κυμαίνεται από κάτω του 10% στη Μάλτα (6%) και την Κύπρο (6%), έως πάνω από 30% στη Γερμανία (35%) και τη Γαλλία (31%).

Τάση σε σύγκριση με το 2023

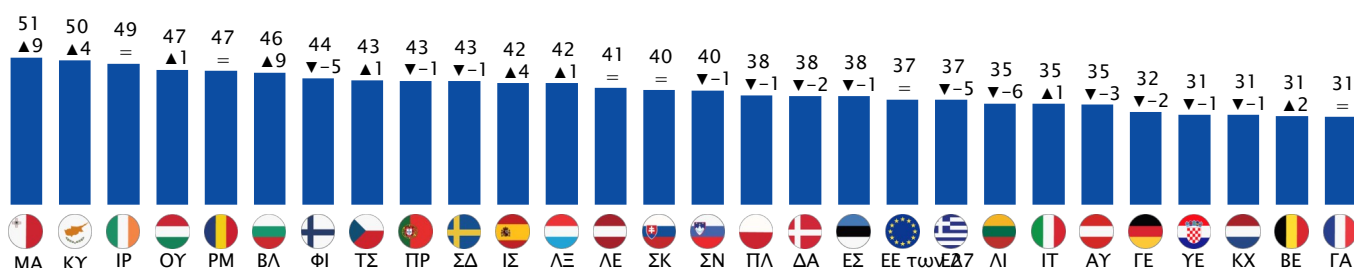
Σε σύγκριση με το 2023, όταν τέθηκε για τελευταία φορά η ερώτηση αυτή (Media & News Survey 2023), το μέσο ποσοστό των ερωτηθέντων στην ΕΕ που δηλώνουν ότι ακολουθούν επηρεαστές γνώμης ή δημιουργούς περιεχομένου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. YouTube, Instagram ή TikTok κ.λπ.) παρέμεινε αμετάβλητο. Ωστόσο, σε επίπεδο επιμέρους χωρών, το ποσοστό αυτό έχει αυξηθεί σημαντικά στη Μάλτα (51%, +9 εκατοστιαίες μονάδες) και τη Βουλγαρία (46%, +8 εκατοστιαίες μονάδες), από την άλλη πλευρά, μειώθηκε σημαντικά στη Φινλανδία (44%, -5 ποσοστιαίες μονάδες), την Ελλάδα (37%, -5 ποσοστιαίες μονάδες) και τη Λιθουανία (35%, -6 ποσοστιαίες μονάδες).

Λόγω αλλαγής στη διατύπωση των εν λόγω ερωτημάτων, αναλύεται μόνο η τάση των απαντήσεων «Ναι» και παρουσιάζεται στο παρακάτω διάγραμμα.

Ε13 Ακολουθείτε τυχόν επηρεαστές γνώμης ή δημιουργούς περιεχομένου σε κανάλια μέσω κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. YouTube, Instagram ή TikTok κ.λπ.);

% Ναι

Τάση σε σύγκριση με τον Οκτώβριο του 2023 (Flash Eurobarometer FL012EP Media & News Survey 2023)



(%) Βάση: n=26 121 - Όλοι οι απαντήσαντες

Κοινωνικοδημογραφικές παράμετροι

Όπως είναι αναμενόμενο, υπάρχει ισχυρή συσχέτιση μεταξύ της ηλικίας και της πιθανότητας να ακολουθήσετε οποιονδήποτε επηρεαστή ή δημιουργό περιεχομένου στα κανάλια κοινωνικών μέσων. Η πιθανότητα να ακολουθήσετε influencers ή δημιουργούς περιεχομένου μειώνεται με την ηλικία: Το 74% των ερωτηθέντων ηλικίας 15-24 ετών αναφέρουν αυτή τη συμπεριφορά, σε σύγκριση με το 61% των ατόμων ηλικίας 25-34 ετών, το 36% των ατόμων ηλικίας 40-54 ετών και μόλις το 14% των ατόμων ηλικίας 55 ετών και άνω. Αντιστρόφως, η πιθανότητα χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης χωρίς τους ακόλουθους επηρεαστές αυξάνεται με την ηλικία: από το 47 % των ατόμων ηλικίας 55 ετών και άνω έως το 20 % των ατόμων ηλικίας 15-24 ετών). Η πιθανότητα μη χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης αυξάνεται επίσης με την ηλικία: από 5% των ατόμων ηλικίας 15-24 ετών έως 36% των ατόμων ηλικίας 55 ετών και άνω.

Σύμφωνα με τα παραπάνω κοινωνικοδημογραφικά ευρήματα σχετικά με την ηλικία, οι ερωτηθέντες που εξακολουθούν να μελετούν (69%) είναι πιο πιθανό από εκείνους που έχουν ήδη ολοκληρώσει την εκπαίδευσή τους (30%-36%) να αναφέρουν ότι ακολουθούν επηρεαστές γνώμης ή δημιουργούς περιεχομένου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

4.2. Προτιμώμενοι τύποι περιεχομένου από influencers και δημιουργούς περιεχομένου

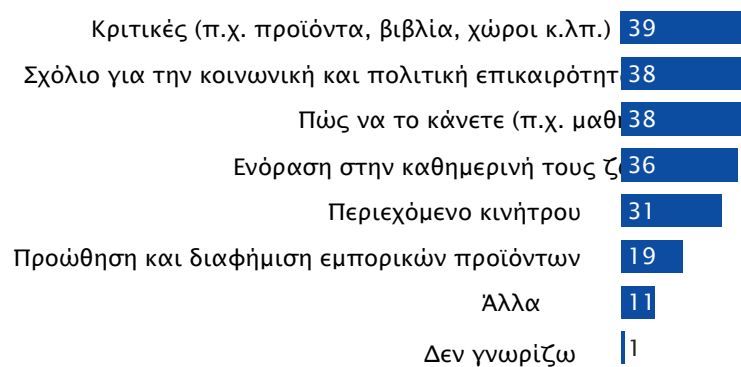
Οι ερωτηθέντες που αναφέρουν ότι ακολουθούν influencers ή δημιουργούς περιεχομένου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ρωτήθηκαν στη συνέχεια σχετικά με τους προτιμώμενους τύπους περιεχομένου από αυτούς τους λογαριασμούς.

Περίπου το ίδιο ποσοστό των περίπου τεσσάρων στους δέκα ερωτηθέντες αναφέρουν κριτικές (π.χ. προϊόντα, βιβλία, θέσεις κ.λπ.) (39 %), σχόλια σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα (38 %) και τρόπους παρουσίασης (π.χ. σεμινάρια) (38 %). Ακολουθούν η διορατικότητα στην καθημερινή τους ζωή (36%) και το παρακινητικό τους περιεχόμενο (31%).

Ένα μικρότερο ποσοστό οπαδών, περίπου ένας στους πέντε (19%), δείχνει προτίμηση για την προώθηση και τη διαφήμιση εμπορικών προϊόντων.

Ε14 Τι είδους περιεχόμενο από influencers ή δημιουργούς περιεχομένου προτιμάτε;

[Πολλαπλές απαντήσεις]



(%) Βάση: n = 10 441 – Εάν ακολουθείτε επηρεαστές γνώμης ή δημιουργούς περιεχομένου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Q13)

Διαφορές ανά χώρα

Οι προτιμώμενοι τύποι περιεχομένου από influencers και δημιουργούς περιεχομένου διαφέρουν σημαντικά ανά χώρα. Σε εννέα κράτη μέλη, οι ακόλουθοι προσδιορίζουν συνηθέστερα τις κριτικές (π.χ. προϊόντα, βιβλία, τόπους κ.λπ.) ως τον προτιμώμενο τύπο περιεχομένου από αυτούς τους λογαριασμούς: Ιταλία (52%), Πολωνία (51%), Μάλτα (50%), Κροατία (48%), Ισπανία (46%), Ρουμανία (45%), Ιρλανδία (44%), Τσεχία (41%, από κοινού με το How to's) και Εσθονία (39%, από κοινού με το How to's). Από την άλλη πλευρά, λίγο πάνω από ένας στους πέντε (22%) συμμαρτίζει την άποψη αυτή στην Αυστρία.

Ο κορυφαίος τύπος περιεχομένου στην Κύπρο (57%), την Ελλάδα (50%), τη Λιθουανία (40%) και την Ουγγαρία (39%) σχολιάζει την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα. Το ποσοστό που αναφέρει αυτόν τον τύπο περιεχομένου είναι επίσης υψηλό στην Πολωνία (44%), την Ισπανία (43%), την Ιταλία (43%) και τη Ρουμανία (42%). Αντίθετα, λιγότεροι από τρεις στους δέκα ακόλουθους το αναφέρουν ως προτίμηση στις Κάτω Χώρες (29%), τη Σλοβακία (29%), την Κροατία (26%), τη Λετονία (26%) και το Βέλγιο (26%).

Σε πέντε κράτη μέλη, ο συχνότερα προτιμώμενος τύπος περιεχομένου από επηρεαστές γνώμης ή δημιουργούς περιεχομένου είναι ο τρόπος χρήσης (π.χ. σεμινάρια): αυτό ισχύει για τους ακόλουθους στο Λουξεμβούργο (51%), τη Λετονία (49%), τη Βουλγαρία (48%), τη Γαλλία (45%) και τη Σλοβακία (41%). Σε δύο κράτη μέλη, αυτός ο τύπος περιεχομένου κατατάσσεται επίσης πρώτος, από κοινού με τις αξιολογήσεις: Τσεχία (41 %) και Εσθονία (39 %). Λιγότεροι από ένας στους τέσσερις ακόλουθους, από την άλλη πλευρά, αναφέρουν αυτόν τον τύπο περιεχομένου στη Σλοβενία (22%) και τη Λιθουανία (23%).

Η διορατικότητα στην καθημερινή τους ζωή είναι ο πιο επιλεγμένος τύπος περιεχομένου στη Φινλανδία (45%), τη Σουηδία (44%), τη Γερμανία (43%), το Βέλγιο (42%), τις Κάτω Χώρες (40%) και την Πορτογαλία (39%). Περισσότεροι από τέσσερις στους δέκα οπαδούς επισημαίνουν επίσης αυτή την προτίμηση στην Κύπρο (46%), την Αυστρία (43%), τη Γαλλία (42%), τη Δανία (41%) και την Ελλάδα (41%). Αντίθετα, το χαμηλότερο ποσοστό οπαδών που αναφέρουν αυτή την προτίμηση παρατηρείται στην Ιταλία (25%).

Στα υπόλοιπα τρία κράτη μέλη —Αυστρία (44 %), Δανία (43 %) και Σλοβενία (42 %)— το περιεχόμενο που παρέχει κίνητρα φαίνεται να είναι ο μόνος συχνότερα προτιμώμενος τύπος περιεχομένου από επηρεαστές γνώμης ή δημιουργούς περιεχομένου. Και στη Φινλανδία (42%), περισσότεροι από τέσσερις στους δέκα οπαδούς συμμαρτίζουν αυτή την άποψη. Από την άλλη πλευρά, κάτω από ένα στα τέσσερα αναφέρει αυτή την προτίμηση στη Γαλλία (23%) και την Κύπρο (24%).

Τέλος, το ποσοστό των οπαδών που αναφέρουν την προώθηση και τη διαφήμιση εμπορικών προϊόντων ως προτιμώμενο είδος περιεχομένου από αυτούς τους λογαριασμούς κυμαίνεται από 7% στη Λετονία έως 28% στην Ελλάδα.

Ε14 Τι είδους περιεχόμενο από influencers ή δημιουργούς περιεχομένου προτιμάτε; [Πολλαπλές απαντήσεις]

	Κριτικές (π.χ. προϊόντα, βιβλία, χώροι κ.λπ.)	Σχόλιο για την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα	Πώς να το κάνετε (π.χ. μαθήματα)	Ενόραση στην καθημερινή τους ζωή	Περιεχόμενο κινήτρου	Προώθηση και διαφήμιση εμπορικών προϊόντων	Άλλα
ΕΕ των 27	39	38	38	36	31	19	11
ΒΕ	34	26	34	42	26	22	6
ΒΛ	40	40	48	26	29	19	8
ΤΣ	41	38	41	38	33	17	6
ΔΑ	35	32	30	41	43	14	10
ΓΕ	27	37	37	43	37	12	20
ΕΣ	39	34	39	33	34	19	9
ΙΡ	44	36	37	39	37	21	7
ΕΛ	43	50	31	41	26	28	5
ΙΣ	46	43	37	30	31	24	9
ΓΑ	29	32	45	42	23	17	14
ΥΕ	48	26	46	30	37	13	8
ΙΤ	52	43	42	25	25	24	8
ΚΥ	42	57	37	46	24	27	6
ΛΕ	38	26	49	30	36	7	6
ΛΙ	36	40	23	35	30	14	6
ΛΞ	45	31	51	36	31	11	15
ΟΥ	33	39	31	33	33	17	11
ΜΑ	50	37	36	36	37	27	7
ΚΧ	31	29	33	40	37	16	13
ΑΥ	22	37	35	43	44	19	10
ΠΛ	51	44	39	34	30	20	5
ΠΡ	38	32	25	39	35	24	11
ΡΜ	45	42	32	36	33	27	5
ΣΝ	35	36	22	37	42	22	8
ΣΚ	40	29	41	36	36	17	8
ΦΙ	33	35	34	45	42	16	9
ΣΔ	34	38	29	44	39	19	6

Σημείωση: (Στο αρχικό...) Όσο υψηλότερη είναι η αναλογία που επιλέγει μια απόκριση, τόσο πιο σκούρο μπλε είναι το κελί. Η απάντηση με την υψηλότερη κατάταξη για κάθε χώρα εμφανίζεται με γραμματοσειρά σκούρου μπλε/λευκού χρώματος. Η απάντηση «δεν γνωρίζω» δεν εμφανίζεται.

(%), Βάση: n=10 441 – Εάν ακολουθείτε επηρεαστές γνώμης ή δημιουργούς περιεχομένου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Q13)

Κοινωνικοδημογραφικές παράμετροι

Οι άνδρες (44%) είναι πιο πιθανό από τις γυναίκες (33%) να επιλέξουν σχολιασμό της κοινωνικής και πολιτικής επικαιρότητας ως προτιμώμενο είδος περιεχομένου από influencers ή δημιουργούς περιεχομένου. Οι γυναίκες, από την άλλη πλευρά, είναι πιο πιθανό από τους άνδρες να αναφέρουν κριτικές (π.χ. προϊόντα, βιβλία, μέρη κ.λπ.) (43% έναντι 35%) και πληροφορίες για την καθημερινή τους ζωή (42% έναντι 30%) ως τα αγαπημένα τους είδη περιεχομένου.

Ορισμένες παραλλαγές στους προτιμώμενους τύπους περιεχομένου παρατηρούνται επίσης με βάση την ηλικία. Οι οπαδοί ηλικίας 55 ετών και άνω είναι πιο πιθανό από ό, τι οι νεότερες ομάδες να προτιμούν σχολιασμό της κοινωνικής και πολιτικής επικαιρότητας (48% έναντι 35%-38%), αλλά λιγότερο πιθανό να ευνοήσουν το περιεχόμενο κινήτρων (24% έναντι 31%-35%). Η προτίμηση για διορατικότητα στην καθημερινή ζωή των influencers μειώνεται με την ηλικία: από το 43 % των ακολούθων ηλικίας 15-24 ετών έως το 30 % των ακολούθων ηλικίας 55 ετών και άνω. Οι νεότεροι οπαδοί ηλικίας 15-24 ετών (34%) είναι, από την άλλη πλευρά, λιγότερο πιθανό από τις μεγαλύτερες ηλικιακές ομάδες (39%) να προτιμούν οδηγίες (π.χ. μαθήματα). Οι οπαδοί ηλικίας 25-39 ετών (21%) και 40-54 ετών (22%) δείχνουν μεγαλύτερη προτίμηση για την προώθηση και τη διαφήμιση εμπορικών προϊόντων σε σύγκριση με εκείνους ηλικίας 15-24 ετών (15%) και 55 ετών και άνω (17%).

Όσον αφορά την εκπαίδευση, οι οπαδοί που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους ηλικίας 20 ετών και άνω (40%) είναι πιθανότερο από εκείνους που την ολοκλήρωσαν σε νεότερες ηλικίες (29%-36%) να αναφέρουν κριτικές (π.χ. προϊόντα, βιβλία, μέρη κ.λπ.) ως το είδος περιεχομένου που προτιμούν· αυτή η ομάδα (42%) είναι επίσης πιο πιθανό από εκείνους που εξακολουθούν να σπουδάζουν (36%) και εκείνους που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους ηλικίας 16-19 (35%) να προτιμούν σχολιασμό των κοινωνικών και πολιτικών επικαιροτήτων. Από την άλλη πλευρά, όσοι εξακολουθούν να σπουδάζουν (15%) είναι λιγότερο πιθανό από εκείνους που έχουν ήδη ολοκληρώσει την εκπαίδευσή τους (20%-22%) να επισημαίνουν την προώθηση και τη διαφήμιση εμπορικών προϊόντων ως προτιμώμενο είδος περιεχομένου από επηρεαστές γνώμης.

5. ΕΛΕΓΧΟΣ ΚΑΙ ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΘΕΣΜΙΚΟΥΣ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥΣ ΚΑΙ ΤΟ ΠΟΛΙΤΙΚΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ

5.1. Ακολουθούν θεσμικοί λογαριασμοί στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

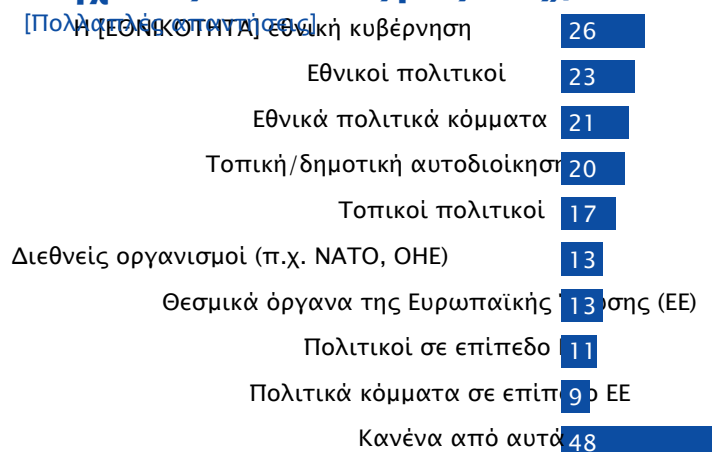
Λιγότεροι από τρεις στους δέκα ερωτηθέντες ακολουθούν ενεργά οποιονδήποτε από τους καταχωρισμένους θεσμικούς λογαριασμούς στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. παρακολουθώντας τους λογαριασμούς τους ή ελέγχοντας τακτικά τις ροές τους).

Περίπου ένας στους τέσσερις ερωτηθέντες (26%) αναφέρει ότι παρακολουθεί ενεργά την εθνική του κυβέρνηση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Κάθε φορά λιγότεροι από ένας στους τέσσερις ερωτηθέντες, από την άλλη πλευρά, αναφέρουν ότι ακολουθούν εθνικούς πολιτικούς (23%), εθνικά πολιτικά κόμματα (21%) και την τοπική/δημοτική κυβέρνηση (20%).

Τα μικρότερα ποσοστά των ερωτηθέντων ακολουθούν ενεργά τους τοπικούς πολιτικούς (17%), τους διεθνείς οργανισμούς (π.χ. NATO, ΟΗΕ) (13%), τα θεσμικά όργανα της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ) (13%), τους πολιτικούς σε επίπεδο ΕΕ (11%) και τα πολιτικά κόμματα σε επίπεδο ΕΕ (9%).

Σχεδόν ένας στους δύο (48%) ερωτηθέντες δηλώνει ότι δεν ακολουθεί ενεργά κανέναν από αυτούς τους λογαριασμούς στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Ε8 Ποιο από τα παρακάτω, εάν υπάρχουν, ακολουθείτε ενεργά στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. παρακολουθώντας τους λογαριασμούς τους ή ελέγχοντας τακτικά τις ροές τους):



(%) Βάση: n= 26 121 – Όλοι οι ερωτηθέντες

Διαφορές ανά χώρα

Με εξαίρεση τη Γερμανία (17%), την Κροατία (25%) και την Ουγγαρία (27%), η εθνική κυβέρνηση της χώρας είναι ο συνηθέστερα ακολουθούμενος τύπος θεσμικού λογαριασμού στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Μετά από αυτό το είδος λογαριασμών είναι πιο διαδεδομένο στη Ρουμανία (43%), την Κύπρο (40%), τη Λιθουανία (40%) και τη Σλοβενία (40%), και λιγότερο συχνό στη Γερμανία (17%), το Βέλγιο (20%) και τη Γαλλία (21%).

Οι εθνικοί πολιτικοί είναι οι πιο συχνά ακολουθούμενοι θεσμικοί λογαριασμοί στην Ουγγαρία (35%). Από την άλλη πλευρά, λιγότεροι από ένας στους πέντε ερωτηθέντες μοιράζονται αυτό το είδος συμπεριφοράς στη Γερμανία (15 %), το Βέλγιο (18 %), την Κροατία (18 %), τις Κάτω Χώρες (18 %), την Αυστρία (18 %), τη Γαλλία (19 %) και τη Λετονία (19 %).

Στη Γερμανία, οι ερωτηθέντες προσδιορίζουν συχνότερα τα εθνικά πολιτικά κόμματα ως τον πλέον επιλεγμένο τύπο θεσμικού λογαριασμού τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (αναφέρεται κατά 18 %). Σε όλα τα άλλα κράτη μέλη, το ποσοστό των ερωτηθέντων που ακολουθούν αυτούς τους λογαριασμούς κυμαίνεται μεταξύ 11 % στη Λετονία και 31 % στη Μάλτα.

Στην Κροατία (26%) και τη Λετονία (24%, από κοινού με την εθνική κυβέρνηση), η τοπική/δημοτική κυβέρνηση φαίνεται να είναι ο πλέον επιλεγμένος τύπος θεσμικού λογαριασμού που ακολουθείται ενεργά στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Στα υπόλοιπα κράτη μέλη, τα υψηλότερα ποσοστά που αναφέρουν ότι ακολουθούν την τοπική/δημοτική κυβέρνηση βρίσκονται στη Ρουμανία (36%) και το Λουξεμβούργο (34%), ενώ τα χαμηλότερα είναι στη Γερμανία (11%), την Αυστρία (12%), τη Γαλλία (13%) και τη Δανία (13%).

Η αναφορά σε τοπικούς πολιτικούς είναι υψηλότερη στη Μάλτα (35%) και την Κύπρο (30%) και χαμηλότερη στις Κάτω Χώρες (11%).

Στη Ρουμανία (24%) και τη Μάλτα (23%), πάνω από το ένα πέμπτο των ερωτηθέντων αναφέρουν ότι παρακολουθούν ενεργά διεθνείς οργανισμούς (π.χ. NATO, ΟΗΕ) στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Αντίθετα, λιγότεροι από ένας στους δέκα (9 %) στη Γαλλία συμμερίζονται την άποψη αυτή.

Το υψηλότερο ποσοστό απαντησάντων που αναφέρουν θεσμικά όργανα της ΕΕ παρατηρείται στη Μάλτα (28 %), ενώ τα χαμηλότερα ποσοστά παρατηρούνται στη Γερμανία (8 %), τη Γαλλία (8 %), τη Λετονία (9 %) και τις Κάτω Χώρες (9 %).

Η αναφορά οποιουδήποτε άλλου είδους θεσμικού λογαριασμού παραμένει κάτω του 25 % σε όλα τα κράτη μέλη:

- Πολιτικοί σε επίπεδο ΕΕ: ποσοστό απαντησάντων που κυμαίνεται από 6 % (Κάτω Χώρες) έως 23 % (Κύπρος).
- Πολιτικά κόμματα σε επίπεδο ΕΕ: από 4% στη Λετονία σε 16% στην Κύπρο.

Ειδικότερα, οι πλειοψηφίες όσων απάντησαν σε έξι κράτη μέλη αναφέρουν ότι δεν ακολουθούν ενεργά κανέναν από αυτούς τους θεσμικούς λογαριασμούς στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης: Γερμανία (61%), Γαλλία (57%), Κάτω Χώρες (54%), Αυστρία (53%), Βέλγιο (52%) και Δανία (51%). Από την άλλη πλευρά, λιγότεροι από τρεις στους δέκα συμμερίζονται την άποψη αυτή στη Μάλτα (26%) και τη Ρουμανία (27%).

Ε8 Ποιο από τα παρακάτω, εάν υπάρχουν, ακολουθείτε ενεργά στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. παρακολουθώντας τους λογαριασμούς τους ή ελέγχοντας τακτικά τις ροές τους); [Πολλαπλές απαντήσεις]

	Η [ΕΘΝΙΚΟΤΗΤ Α] Εθνική Κυβέρνηση	Εθνικοί πολιτικοί	Εθνικά πολιτικά κόμματα	Τοπική/ δημοτική αυτοδιοίκη ση	Τοπικοί πολιτικοί	Διεθνείς οργανισμοί (π.χ. ΝΑΤΟ, ΟΗΕ)	Θεσμικά όργανα της Ευρωπαϊ κής Ένωσης (ΕΕ)	Πολιτικοί σε επίπεδο ΕΕ	Πολιτικά κόμματα σε επίπεδο ΕΕ	Κανέ να από αυτά
ΕΕ των 27	26	23	21	20	17	13	13	11	9	48
ΒΕ	20	18	16	16	15	14	12	10	8	52
ΒΛ	30	26	21	28	17	15	19	14	8	37
ΤΣ	33	25	23	21	23	14	12	15	10	38
ΔΑ	23	21	15	13	20	13	12	13	8	51
ΓΕ	17	15	18	11	12	11	8	10	8	61
ΕΣ	32	22	18	25	18	18	14	12	6	41
ΙΡ	30	21	19	15	27	16	17	12	10	39
ΕΛ	25	23	20	24	15	18	17	13	11	43
ΙΣ	26	25	21	24	19	13	14	10	10	46
ΓΑ	21	19	18	13	13	9	8	8	6	57
ΥΕ	25	18	16	26	25	10	12	9	5	45
ΙΤ	30	27	23	27	20	15	19	11	11	38
ΚΥ	40	29	21	30	30	14	18	23	16	33
ΛΕ	24	19	11	24	15	13	9	9	4	44
ΛΙ	40	22	17	20	18	18	17	13	6	36
ΛΞ	36	34	24	34	20	19	20	17	13	34
ΟΥ	27	35	16	25	20	12	17	14	11	37
ΜΑ	39	27	31	26	35	23	28	20	13	26
ΚΧ	22	18	19	17	11	11	9	6	5	54
ΑΥ	23	18	17	12	14	13	12	11	9	53
ΠΛ	38	36	28	22	23	15	15	16	9	40
ΠΡ	32	25	23	23	15	13	16	10	7	42
ΡΜ	43	32	29	36	28	24	24	20	14	27
ΣΝ	40	23	19	25	22	17	14	18	9	39
ΣΚ	33	24	24	24	14	16	13	18	13	36
ΦΙ	39	26	20	20	20	20	14	17	9	41
ΣΔ	29	21	19	18	18	16	17	16	9	46

Σημείωση: (Στο αρχικό...) Όσο μεγαλύτερη είναι η αναλογία επιλογής μιας απόκρισης, τόσο πιο σκούρο μπλε/πορτοκαλί είναι το κελί. Η απάντηση με την υψηλότερη κατάταξη για κάθε χώρα εμφανίζεται με γραμματοσειρά σκούρου μπλε/λευκού χρώματος.

(%), Βάση: n=26 121 – Όλοι οι απαντήσαντες

Κοινωνικοδημογραφικές παράμετροι

Οι άνδρες έχουν περισσότερες πιθανότητες από τις γυναίκες να παρακολουθούν ενεργά στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης την εθνική κυβέρνηση της χώρας τους (29 % έναντι 24 %), τους εθνικούς πολιτικούς (26 % έναντι 20 %), τα εθνικά πολιτικά κόμματα (24 % έναντι 17 %) και τα θεσμικά όργανα της ΕΕ (16 % έναντι 11 %). Από την άλλη πλευρά, οι γυναίκες (52%) είναι πιο πιθανό από τους άνδρες (43%) να αναφέρουν ότι δεν ακολουθούν κανέναν από αυτούς τους λογαριασμούς.

Οι ερωτηθέντες ηλικίας 55 ετών και άνω είναι λιγότερο πιθανό από τις νεότερες ηλικιακές ομάδες να ακολουθούν τους λογαριασμούς διεθνών οργανισμών (10 % έναντι 12 %-18 %), πολιτικών σε επίπεδο ΕΕ (9 % έναντι 11 %-16 %) και πολιτικών κομμάτων σε επίπεδο ΕΕ (7 % έναντι 8 %-13 %). Είναι επίσης λιγότερο πιθανό από τα άτομα ηλικίας 15-24 και 25-39 ετών να ακολουθούν τους λογαριασμούς των θεσμικών οργάνων της ΕΕ (11 % έναντι 14 % και 18 % αντίστοιχα). Αυτή η ομάδα μεγαλύτερης ηλικίας είναι, από την άλλη πλευρά, πιο πιθανό από τις νεότερες ηλικιακές ομάδες να μην ακολουθήσουν κανέναν από αυτούς τους λογαριασμούς (54% έναντι 39%-48%).

Το επίπεδο εκπαίδευσης επηρεάζει επίσης τους λογαριασμούς σύμφωνα με τα πρότυπα. Οι ερωτηθέντες που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους σε ηλικία 20 ετών και άνω είναι πιο πιθανό από εκείνους που την ολοκλήρωσαν σε νεότερες ηλικίες να αναφέρουν ότι ακολουθούν ενεργά τους λογαριασμούς των εθνικών πολιτικών (26% έναντι 19%-21%) και των εθνικών πολιτικών κομμάτων (23% έναντι 16%-20%) στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Οι ερωτηθέντες που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους ηλικίας 15 ετών και κάτω ή 16-19 ετών είναι λιγότερο πιθανό από ό,τι άλλες εκπαιδευτικές βαθμίδες να αναφέρουν ότι ακολουθούν ενεργά διεθνείς οργανισμούς (11 % και για τους δύο, έναντι 15 %-18 %), θεσμικά όργανα της ΕΕ (9 % και 11 % αντίστοιχα, έναντι 15 % των άλλων εκπαιδευτικών βαθμίδων) και πολιτικούς σε επίπεδο ΕΕ (8 % και 9 % αντίστοιχα, έναντι 13 % των άλλων εκπαιδευτικών βαθμίδων). Από την άλλη πλευρά, οι ερωτηθέντες που εξακολουθούν να σπουδάζουν (39%) είναι λιγότερο πιθανό από εκείνους που έχουν ήδη ολοκληρώσει την εκπαίδευσή τους (46%-51%) να δηλώσουν ότι δεν ακολουθούν κανέναν από αυτούς τους λογαριασμούς.

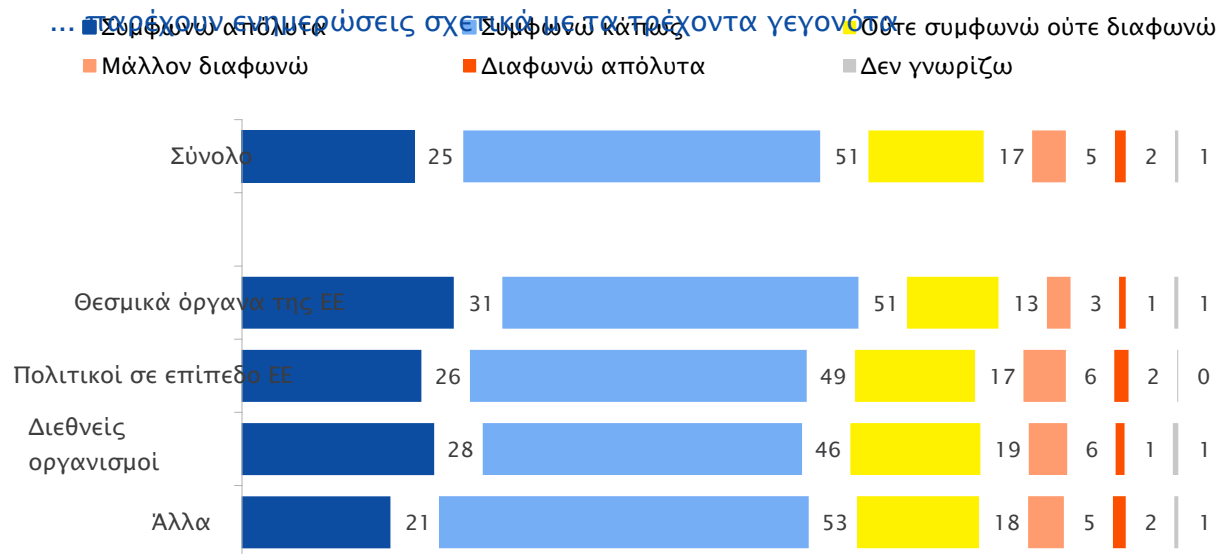
5.2. Λόγοι για τους οποίους ακολουθούνται οι θεσμικοί λογαριασμοί

Οι ερωτηθέντες που ακολουθούν ενεργά τουλάχιστον έναν θεσμικό λογαριασμό στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ερωτήθηκαν σχετικά με τους λόγους για τους οποίους ακολουθούν αυτούς τους λογαριασμούς.

Σε συνολικό επίπεδο, περίπου τα τρία τέταρτα (76%) αυτής της ομάδας συμφωνούν ότι ακολουθούν αυτούς τους τύπους λογαριασμών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επειδή παρέχουν ενημερώσεις σχετικά με τρέχοντα γεγονότα (εκ των οποίων το 25% «συμφωνούν απόλυτα» και το 51% «συμφωνούν κάπως»). Λιγότεροι από ένας στους πέντε (17 %) αυτής της ομάδας «ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν» και λιγότεροι από ένας στους δέκα διαφωνούν (εκ των οποίων το 5 % «διαφωνεί κάπως» και το 2 % «διαφωνεί έντονα»).

Οι ερωτηθέντες που παρακολουθούν ενεργά τους λογαριασμούς των θεσμικών οργάνων της ΕΕ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (26 % όσων δηλώνουν ότι παρακολουθούν ενεργά τουλάχιστον έναν λογαριασμό θεσμικού οργάνου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης) ξεχωρίζουν ως οι πλέον πιθανό να συμφωνήσουν ότι παρακολουθούν αυτούς τους λογαριασμούς, διότι παρέχουν ενημερώσεις σχετικά με τα τρέχοντα γεγονότα (82 % «συμφωνούν απόλυτα» ή «συμφωνούν κάπως» έναντι 74 %-75 % όσων ακολουθούν άλλους τύπους λογαριασμών).

E9_4 Στην ερώτηση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δηλώσατε ότι ακολουθείτε: Σε ποιο βαθμό συμφωνείτε με την ακόλουθη δήλωση: Παρακολουθώ αυτόν τον τύπο λογαριασμού στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επειδή...



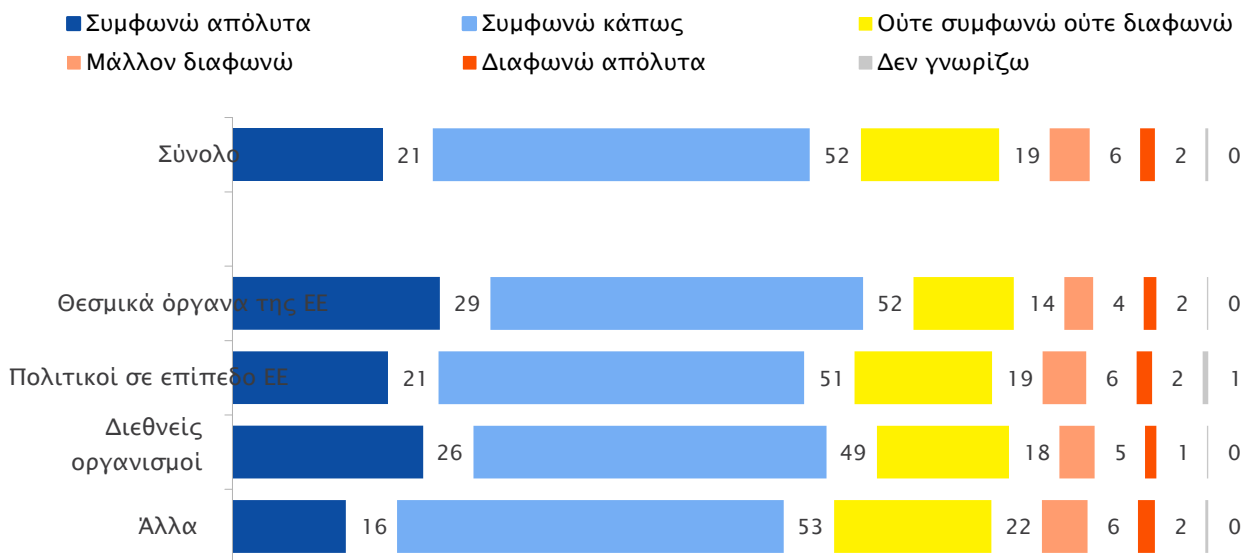
(%) Βάση: n=15 152- Εάν τουλάχιστον ένας οργανισμός παρακολούθησε ενεργά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Q8)

Περίπου τα τρία τέταρτα (73%) αυτής της ομάδας όσων ακολουθούν ενεργά τουλάχιστον έναν θεσμικό λογαριασμό στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αναφέρουν ότι το πράττουν επειδή τους βοηθούν να κατανοήσουν τις τρέχουσες υποθέσεις (21% «συμφωνούν απόλυτα» και 52% «συμφωνούν κάπως» με αυτή τη δήλωση). Περίπου ένας στους πέντε αυτής της ομάδας (19 %) «ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί» και λιγότεροι από ένας στους δέκα διαφωνούν (το 6 % «διαφωνεί κάπως» και το 2 % «διαφωνεί έντονα»).

Υψηλότερο από τον μέσο όρο ποσοστό των ερωτηθέντων που ακολουθούν ενεργά τα θεσμικά όργανα της ΕΕ συμφωνεί με τη δήλωση αυτή (80 % «συμφωνώ απόλυτα» ή «συμφωνώ κάπως» έναντι 69 %-75 % των ερωτηθέντων που ακολουθούν άλλα είδη λογαριασμών).⁹

E9_2 Στην ερώτηση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δηλώσατε ότι ακολουθείτε: Σε ποιο βαθμό συμφωνείτε με την ακόλουθη δήλωση: Παρακολουθώ αυτόν τον τύπο λογαριασμού στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επειδή...

Με βοηθούν να κατανοώ την επικαιρότητα



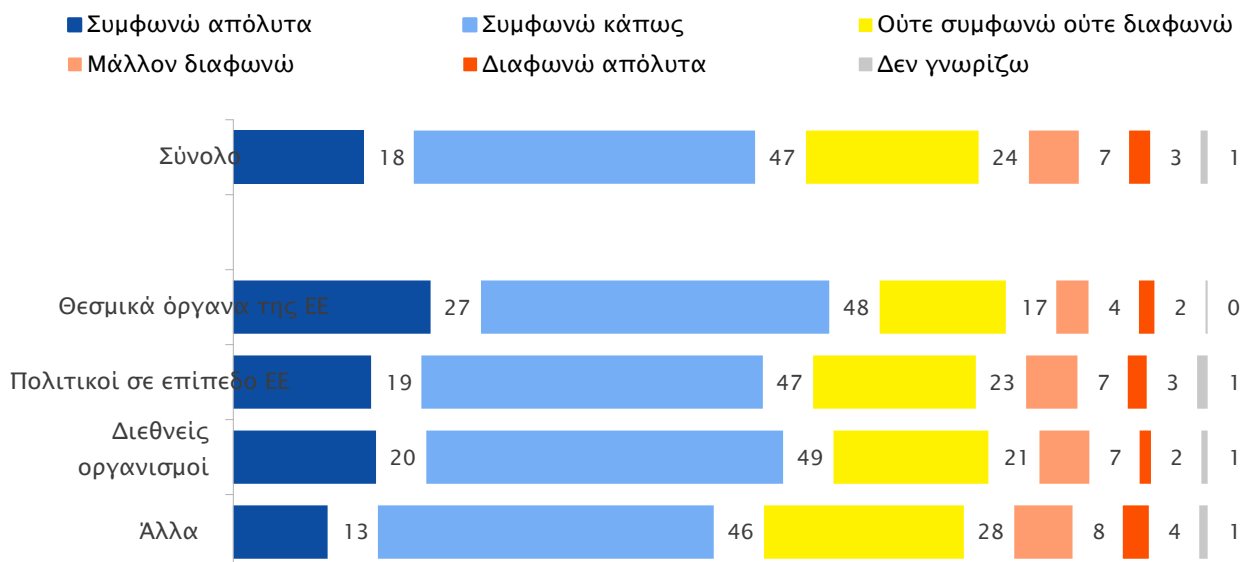
(%)Βάση: n=15 152- Εάν τουλάχιστον ένας οργανισμός παρακολούθησε ενεργά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Q8)

⁹ Λόγω στρογγυλοποίησης, ενδέχεται επίσης τα ποσοστά για τις ξεχωριστές επιλογές απόκρισης να μην αθροίζονται ακριβώς στα σύνολα που αναφέρονται στο κείμενο.

Λίγο κάτω από τα δύο τρίτα (65%) όσων ακολουθούν τουλάχιστον έναν λογαριασμό συμφωνούν ότι ακολουθούν αυτούς τους τύπους λογαριασμών επειδή τους βοηθούν να κατανοήσουν ποια μέτρα μπορούν να λάβουν σε θέματα (18% «συμφωνούν απόλυτα» και 47% «συμφωνούν κάπως»). Περίπου ένας στους τέσσερις (24 %) αυτής της ομάδας «ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί» και ένας στους δέκα διαφωνεί με την άποψη αυτή (7 % «διαφωνεί κάπως» και 3 % «διαφωνεί έντονα»).

Για άλλη μια φορά, οι ερωτηθέντες που αναφέρουν ότι ακολουθούν τα θεσμικά όργανα της ΕΕ είναι πιθανότερο από τον μέσο όρο να συμφωνήσουν ότι ακολουθούν αυτούς τους λογαριασμούς, καθώς τους βοηθούν να κατανοήσουν ποια μέτρα μπορούν να λάβουν σε θέματα (το 76 % «συμφωνούν απόλυτα» ή «συμφωνούν κάπως» έναντι 59 %-69 % όσων ακολουθούν άλλα είδη λογαριασμών).¹⁰

**E9_3 Στην ερώτηση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δηλώσατε ότι ακολουθείτε: Σε ποιο βαθμό συμφωνείτε με την ακόλουθη δήλωση: Παρακολουθώ αυτόν τον τύπο λογαριασμού στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επειδή...
... με βοηθούν να καταλάβω τι δράση μπορώ να αναλάβω σε θέματα**



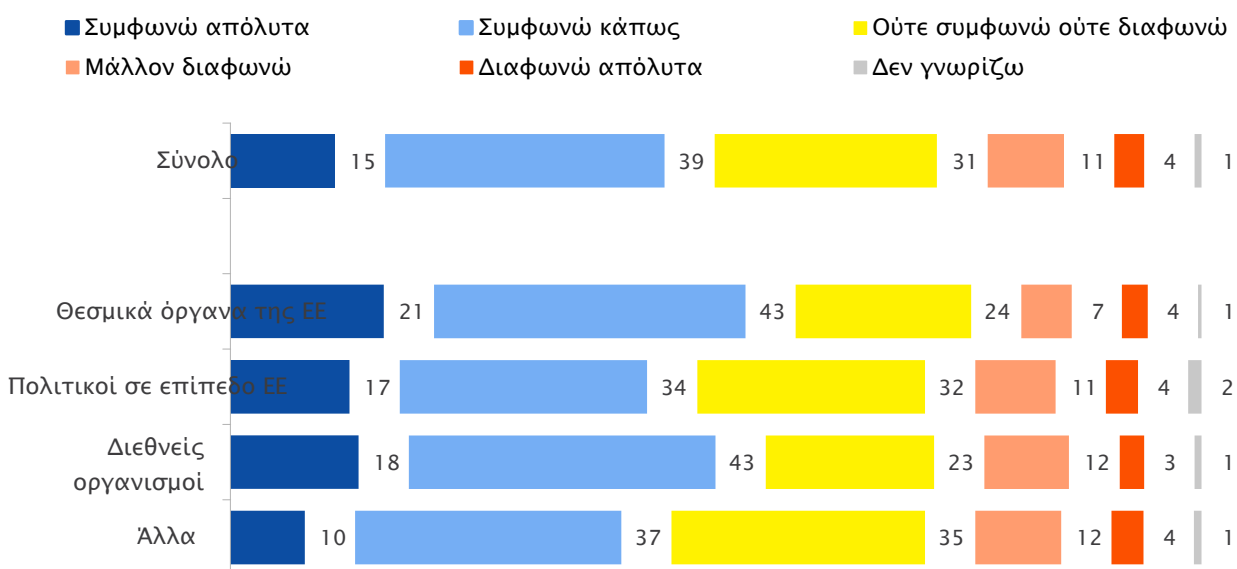
(%)Βάση: n=15 152- Εάν τουλάχιστον ένας οργανισμός παρακολούθησε ενεργά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Q8)

¹⁰ Λόγω στρογγυλοποίησης, ενδέχεται επίσης τα ποσοστά για τις ξεχωριστές επιλογές απόκρισης να μην αθροίζονται ακριβώς στα σύνολα που αναφέρονται στο κείμενο.

Λίγο περισσότερο από το ήμισυ (53 %) αυτής της ομάδας συμφωνεί ότι ακολουθεί θεσμικούς λογαριασμούς επειδή είναι αξιόπιστοι (εκ των οποίων το 15 % «συμφωνεί απόλυτα» και το 39 % «συμφωνεί κάπως»). Περίπου τρεις στους δέκα (31 %) «ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν». Αντιθέτως, το 11 % «διαφωνεί κάπως» και το 4 % «διαφωνεί έντονα».

Το ποσοστό των απαντησάντων που συμφωνούν με τη δήλωση αυτή είναι σημαντικά υψηλότερο από τον μέσο όρο μεταξύ των απαντησάντων που δηλώνουν ότι ακολούθησαν ενεργά τα θεσμικά όργανα της ΕΕ (64 % «συμφωνούν απόλυτα» ή «συμφωνούν κάπως» έναντι 47 %-61 % των απαντησάντων που ακολουθούν άλλα είδη λογαριασμών).

**E9_1 Στην ερώτηση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δηλώσατε ότι ακολουθείτε: Σε ποιο βαθμό συμφωνείτε με την ακόλουθη δήλωση: Παρακολουθώ αυτόν τον τύπο λογαριασμού στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επειδή...
...είναι αξιόπιστοι**



(%Βάση: n=15 152- Εάν τουλάχιστον ένας οργανισμός παρακολούθησε ενεργά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Q8)

Διαφορές ανά χώρα

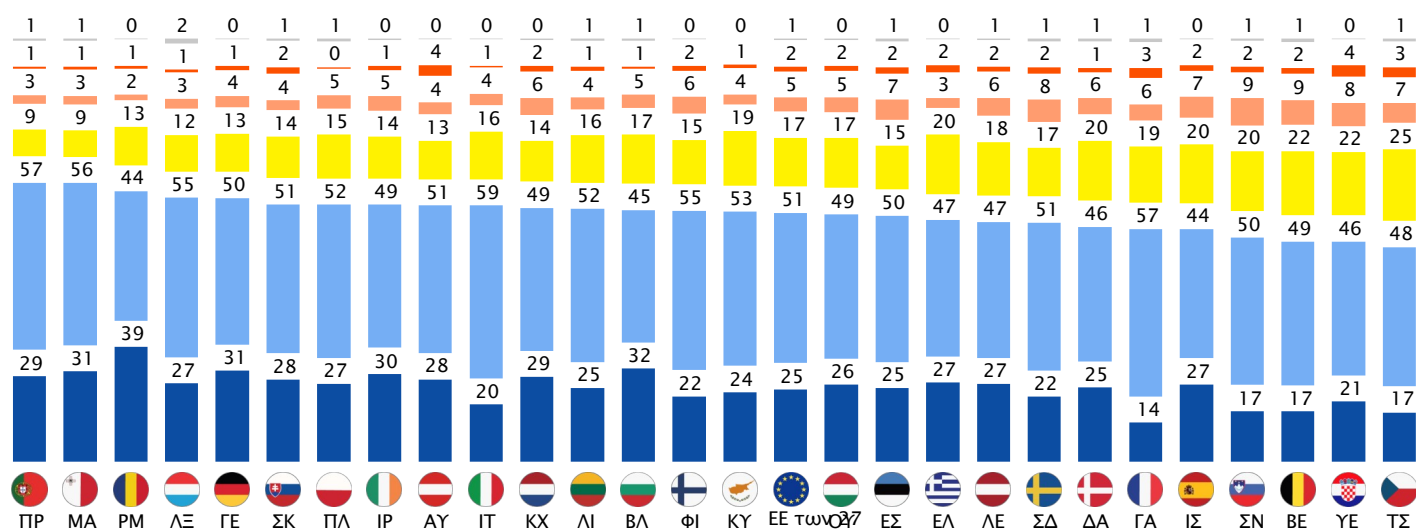
Σε καθένα από τα κράτη μέλη της ΕΕ των 27, τουλάχιστον τα δύο τρίτα των ακόλουθων θεσμικών λογαριασμών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης «συμφωνούν σε κάποιο βαθμό» ή «συμφωνούν απόλυτα» ότι ακολουθούν αυτούς τους τύπους λογαριασμών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, διότι παρέχουν ενημερώσεις σχετικά με τα τρέχοντα γεγονότα. Οι οπαδοί στη Μάλτα (87 %) και την Πορτογαλία (87 %) είναι οι πλέον πιθανό να συμφωνήσουν με τη δήλωση αυτή· οι χώρες της Τσεχίας (65 %), του Βελγίου (66 %), της Κροατίας (66 %) και της Σλοβενίας (68 %) είναι οι λιγότερο πιθανό να συμφωνήσουν με αυτό.¹¹

E9_4 Στην ερώτηση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δηλώσατε ότι ακολουθείτε:

Σε ποιο βαθμό συμφωνείτε με την ακόλουθη δήλωση: Παρακολουθώ αυτόν τον τύπο λογαριασμού στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επειδή...

...παρέχουν ενημερώσεις σχετικά με τα τρέχοντα γεγονότα

■ Συμφωνώ απόλυτα ■ Συμφωνώ κάπως ■ Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ ■ Μάλλον διαφωνώ ■ Διαφωνώ απόλυτα ■ Δεν γνωρίζω



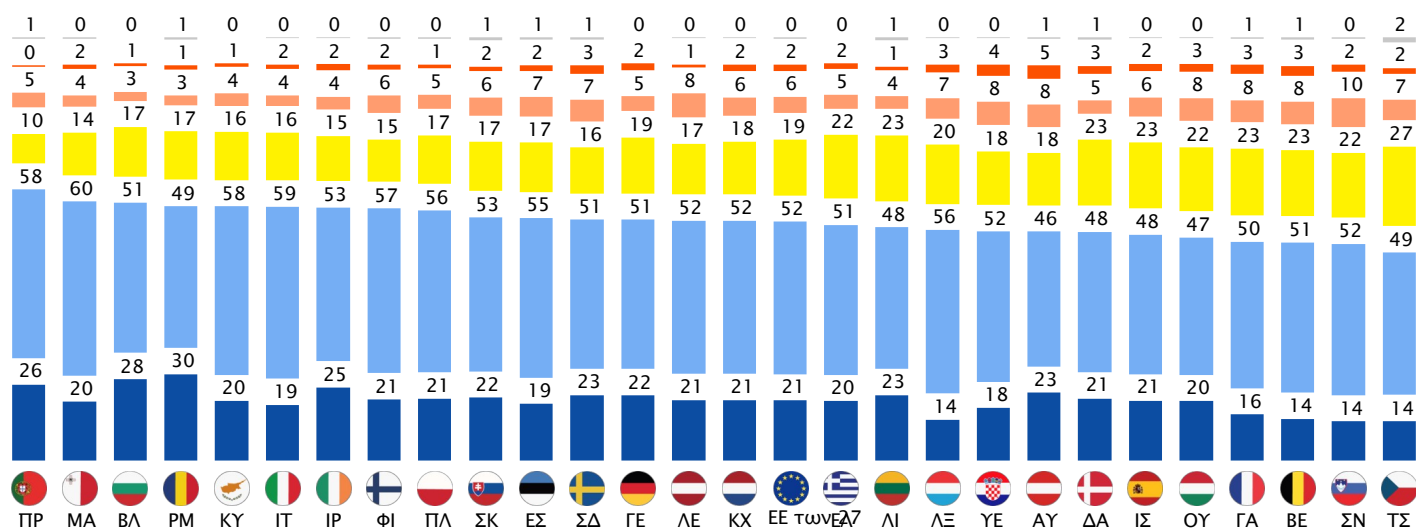
(%)Βάση: n=15 152- Εάν τουλάχιστον ένας οργανισμός παρακολουθούσε ενεργά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Q8)

11 Λόγω στρογγυλοποίησης, ενδέχεται επίσης τα ποσοστά για τις ξεχωριστές επιλογές απόκρισης να μην αθροίζονται ακριβώς στα σύνολα που αναφέρονται στο κείμενο.

Περισσότεροι από έξι στους δέκα αυτής της ομάδας σε όλα τα κράτη μέλη συμφωνούν να παρακολουθούν αυτούς τους τύπους λογαριασμών, επειδή τους βοηθούν να κατανοήσουν τις τρέχουσες υποθέσεις. Συνολικά, το ποσοστό που συμφωνεί με τη δήλωση αυτή κυμαίνεται από 62 % στην Τσεχία έως 84 % στην Πορτογαλία.¹²

**E9_2 Στην ερώτηση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δηλώσατε ότι ακολουθείτε: Σε ποιο βαθμό συμφωνείτε με την ακόλουθη δήλωση: Παρακολουθώ αυτόν τον τύπο λογαριασμού στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επειδή...
...με βοηθούν να κατανοήσω την επικαιρότητα**

■ Συμφωνώ απόλυτα ■ Συμφωνώ κάπως ■ Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ ■ Μάλλον διαφωνώ ■ Διαφωνώ απόλυτα ■ Δεν γνωρίζω

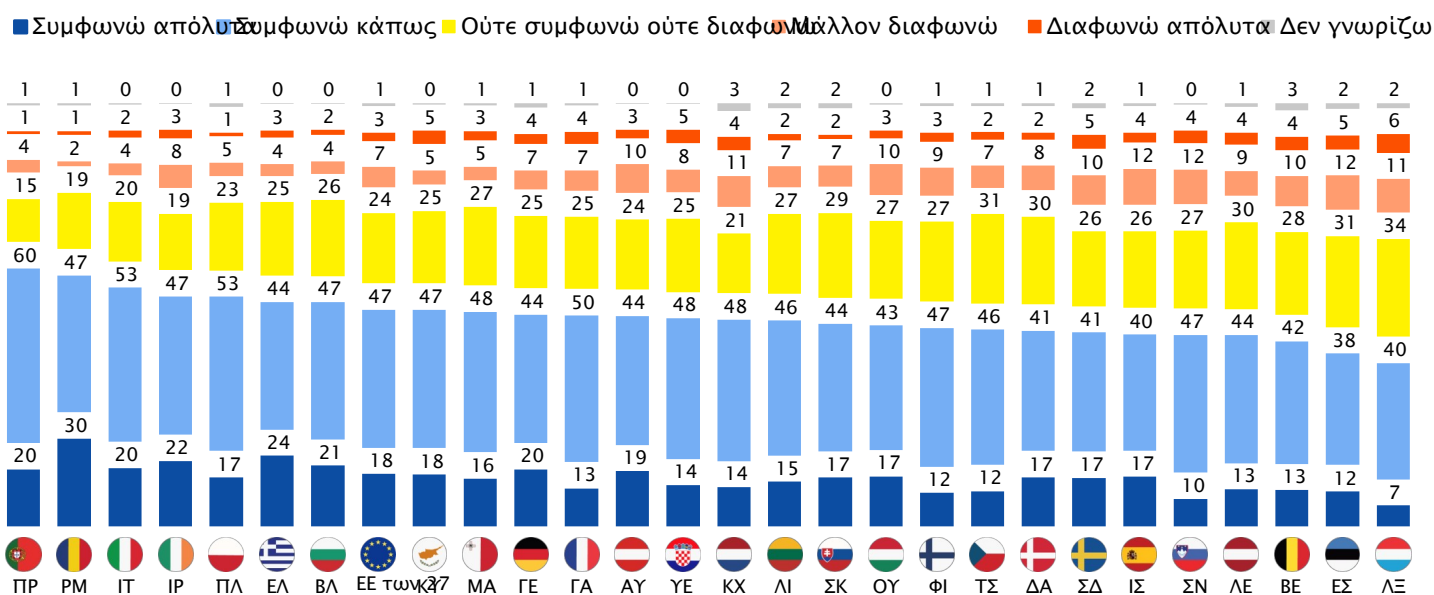


(%)Βάση: n=15 152- Εάν τουλάχιστον ένας οργανισμός παρακολούθησε ενεργά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Q8)

¹² Λόγω στρογγυλοποίησης, ενδέχεται επίσης τα ποσοστά για τις ξεχωριστές επιλογές απόκρισης να μην αθροίζονται ακριβώς στα σύνολα που αναφέρονται στο κείμενο.

Με εξαίρεση το Λουξεμβούργο (47 %), τουλάχιστον ένας στους δύο σε όλα τα κράτη μέλη συμφωνεί ότι ακολουθεί αυτούς τους τύπους λογαριασμών, διότι τους βοηθά να κατανοήσουν τη δράση που μπορούν να αναλάβουν σε θέματα. Περισσότεροι από επτά στους δέκα συμφωνούν με την άποψη αυτή στην Πορτογαλία (79%), τη Ρουμανία (77%) και την Ιταλία (73%).¹³

E9_3 Στην ερώτηση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δηλώσατε ότι ακολουθείτε:
Σε ποιο βαθμό συμφωνείτε με την ακόλουθη δήλωση: Παρακολουθώ αυτόν τον
τύπο λογαριασμού στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επειδή...
 ...με βοηθούν να καταλάβω τι δράση μπορώ να αναλάβω σε θέματα



(%)Βάση: n=15 152- Εάν τουλάχιστον ένας οργανισμός παρακολουθούσε ενεργά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Q8)

¹³ Λόγω στρογγυλοποίησης, ενδέχεται επίσης τα ποσοστά για τις ξεχωριστές επιλογές απόκρισης να μην αθροίζονται ακριβώς στα σύνολα που αναφέρονται στο κείμενο.

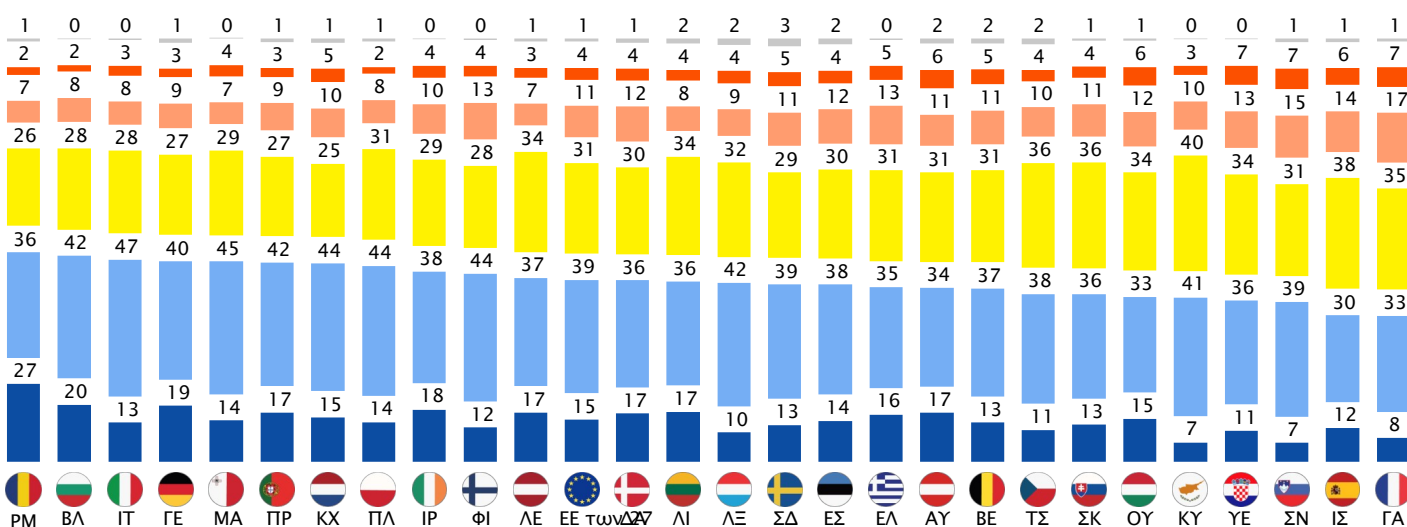
Οι πλειοψηφίες αυτής της ομάδας σε 18 κράτη μέλη συμφωνούν με τη δήλωση ότι ακολουθούν αυτούς τους λογαριασμούς επειδή είναι αξιόπιστοι, με το σχετικό μέγεθος αυτής της πλειοψηφίας να κυμαίνεται μεταξύ 51 % στην Ελλάδα και την Αυστρία και 63 % στη Ρουμανία. Από την άλλη πλευρά, ένας στους δύο αυτής της ομάδας συμφωνεί με την άποψη αυτή στην Ισπανία (41%), τη Γαλλία (41%), την Κροατία (46%), τη Σλοβενία (46%), την Κύπρο (47%), την Ουγγαρία (48%), τη Σλοβακία (48%), την Τσεχία (48%) και το Βέλγιο (50%).¹⁴

E9_1 Στην ερώτηση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δηλώσατε ότι ακολουθείτε:

Σε ποιο βαθμό συμφωνείτε με την ακόλουθη δήλωση: Παρακολουθώ αυτόν τον τύπο λογαριασμού στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επειδή...

...είναι αξιόπιστοι

■ Συμφωνώ απόλυτα ■ Συμφωνώ κάπως ■ Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ ■ Μάλλον διαφωνώ ■ Διαφωνώ απόλυτα ■ Δεν γνωρίζω



(%)Βάση: n=15 152- Εάν τουλάχιστον ένας οργανισμός παρακολούθησε ενεργά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Q8)

Κοινωνικοδημογραφικές παράμετροι

Οι οπαδοί ηλικίας 25-39 ετών είναι πιο πιθανό να συμφωνήσουν με την άποψη ότι ακολουθούν αυτούς τους τύπους λογαριασμών, επειδή τους βοηθούν να κατανοήσουν ποια μέτρα μπορούν να λάβουν σε θέματα (68% έναντι 63% - 66% για άλλες ηλικιακές ομάδες). Αυτή η ομάδα (58%), μαζί με τα άτομα ηλικίας 40-54 ετών (56%), είναι πιο πιθανό από τα άτομα ηλικίας 15-24 ετών (50%) και τα άτομα ηλικίας 55 ετών και άνω (50%) να ακολουθούν αυτούς τους λογαριασμούς επειδή είναι αξιόπιστοι. Από την άλλη πλευρά, οι ηλικιωμένοι ακόλουθοι (77% των ατόμων ηλικίας 40-54 ετών και 78% των ατόμων ηλικίας 55 ετών και άνω) είναι πιο πιθανό από εκείνους ηλικίας 15-24 ετών (72%) να συμφωνήσουν ότι ακολουθούν αυτούς τους λογαριασμούς για ενημερώσεις σχετικά με τα τρέχοντα γεγονότα.

Εκείνοι που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους ηλικίας 15 ετών και κάτω είναι λιγότερο πιθανό από εκείνους που την ολοκλήρωσαν σε μεγαλύτερες ηλικίες να συμφωνήσουν με όλες τις δηλώσεις. Η διαφορά είναι πιο έντονη όταν πρόκειται για την παρακολούθηση αυτών των λογαριασμών, επειδή παρέχουν ενημερώσεις σχετικά με τρέχοντα γεγονότα: Το 68% των ατόμων που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους ηλικίας 15 ετών και κάτω συμφωνούν με αυτή την άποψη,

¹⁴ Λόγω στρογγυλοποίησης, ενδέχεται επίσης τα ποσοστά για τις ξεχωριστές επιλογές απόκρισης να μην αθροίζονται ακριβώς στα σύνολα που αναφέρονται στο κείμενο.

σε σύγκριση με το 78% των ατόμων που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους σε μεγαλύτερες ηλικίες.

5.3. Λόγοι μη παρακολούθησης των θεσμικών οργάνων της ΕΕ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

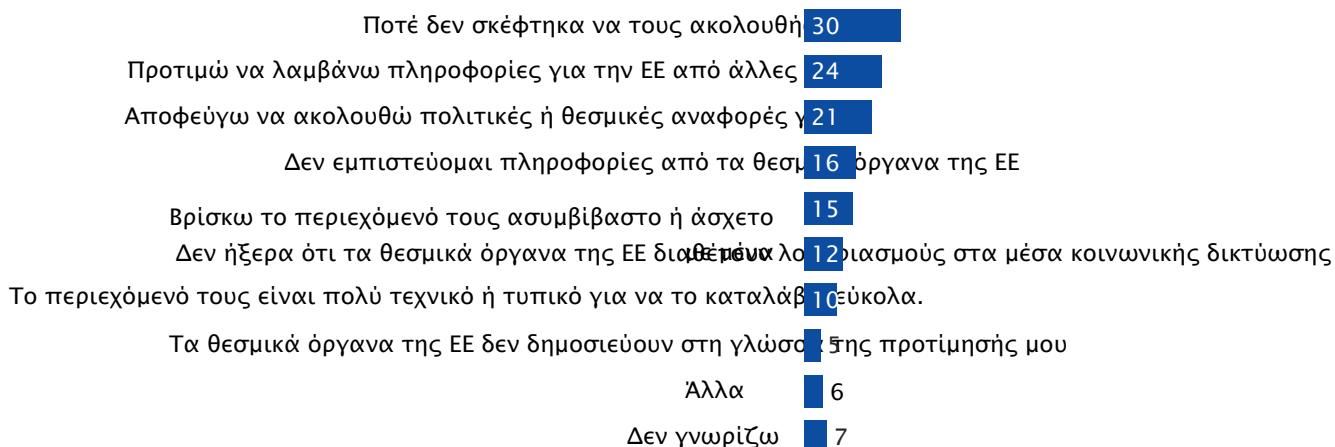
Οι ερωτηθέντες που δεν παρακολουθούν τα θεσμικά όργανα της ΕΕ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ερωτήθηκαν σχετικά με τους κύριους λόγους για αυτό.

Τρεις στους δέκα (30%) αυτής της ομάδας δηλώνουν ότι δεν ακολουθούν αυτούς τους λογαριασμούς επειδή δεν έχουν σκεφτεί ποτέ να τους ακολουθήσουν. Περίπου ένας στους τέσσερις (24%) αυτής της ομάδας αναφέρει ότι προτιμά να λαμβάνει πληροφορίες σχετικά με την ΕΕ από άλλες πηγές μεταξύ των κύριων λόγων για αυτό, ακολουθούμενη από την προτίμηση να μην ακολουθεί πολιτικές ή θεσμικές αναφορές εν γένει (21%).

Λιγότεροι από ένας στους πέντε αναφέρουν ως λόγους ότι δεν εμπιστεύονται πληροφορίες από τα θεσμικά όργανα της ΕΕ (16 %), ότι θεωρούν το περιεχόμενό τους μη ελκυστικό ή άσχετο με αυτά (14 %) ή ότι δεν γνώριζαν ότι τα θεσμικά όργανα της ΕΕ διέθεταν λογαριασμούς στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (12 %). Τα μικρότερα μερίδια αναφέρουν ως λόγους ότι το περιεχόμενό τους είναι υπερβολικά τεχνικό ή τυπικό για να μπορούν να το κατανοήσουν εύκολα (10 %) και ότι τα θεσμικά όργανα της ΕΕ δεν δημοσιεύουν στη γλώσσα της προτίμησής τους (5 %).

E10 Αναφέρατε ότι δεν παρακολουθείτε τα θεσμικά όργανα της ΕΕ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Ποιοι είναι οι κύριοι λόγοι για αυτό;

[Πολλαπλές απαντήσεις]



(%)Βάση: n=22 171- Εάν τα θεσμικά όργανα της ΕΕ δεν παρακολουθούσαν ενεργά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Q8)

Διαφορές ανά χώρα

Σε όλα τα κράτη μέλη, εκτός από τέσσερα, ο συχνότερα αναφερόμενος λόγος για τον οποίο δεν ακολουθούμε τα θεσμικά όργανα της ΕΕ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ότι δεν σκεφτήκαμε ποτέ να τα ακολουθήσουμε. Τα συνολικά υψηλότερα ποσοστά που επιλέγουν αυτόν τον λόγο παρατηρούνται στην Εσθονία (39%), τη Σουηδία (37%) και τις Κάτω Χώρες (37%). Το χαμηλότερο ποσοστό επιλογής αυτού του λόγου παρατηρείται στην Ελλάδα (23%).

Σε δύο κράτη μέλη, οι μη ακόλουθοι των θεσμικών οργάνων της ΕΕ αναφέρουν συχνότερα ως λόγο ότι προτιμούν να λαμβάνουν πληροφορίες σχετικά με την ΕΕ από άλλες πηγές: Γερμανία (30 %) και Φινλανδία (29 %). Ο λόγος αυτός κατατάσσεται επίσης στην πρώτη θέση, από κοινού με το γεγονός ότι ποτέ δεν εξέτασαν το ενδεχόμενο να τους ακολουθήσουν, στην Αυστρία (29%) και τη Λιθουανία (25%). Από την άλλη πλευρά, το 15 % των μη οπαδών συμμερίζονται την άποψη αυτή στη Λετονία.

Στην Ελλάδα (32%) και τη Βουλγαρία (31%), ο κυριότερος λόγος για τον οποίο δεν ακολουθούν αυτούς τους λογαριασμούς είναι ότι αποφεύγουν να ακολουθούν πολιτικούς ή θεσμικούς λογαριασμούς εν γένει. Το χαμηλότερο ποσοστό που αναφέρει αυτόν τον λόγο παρατηρείται στη Φινλανδία (13%).

Ποσοστό μη ακολούθων που κυμαίνεται από λιγότερους από έναν στους δέκα στην Πορτογαλία (7 %), τη Φινλανδία (9 %) και το Λουξεμβούργο (9 %) έως περισσότερους από έναν στους πέντε στην Ελλάδα (25 %), τη Βουλγαρία (23 %), την Τσεχία (21 %) και την Κύπρο (21 %) αναφέρουν ως λόγο την έλλειψη εμπιστοσύνης στις πληροφορίες από τα θεσμικά όργανα της ΕΕ.

Οποιοσδήποτε άλλος λόγος αναφέρεται από ποσοστό που δεν υπερβαίνει το 20% των μη ακολούθων σε κάθε κράτος μέλος:

- Διαπίστωση ότι το περιεχόμενό τους δεν είναι σχετικό ή άσχετο με αυτά: αναφέρεται από μερίδιο που κυμαίνεται από 8 % (Βουλγαρία) έως 19 % (Τσεχία)·
- Μη γνωρίζοντας ότι τα θεσμικά όργανα της ΕΕ διέθεταν λογαριασμούς στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης: από 9 % (τόσο στη Λιθουανία όσο και στο Βέλγιο) σε 16 % (Φινλανδία)·
- Βρίσκοντας το περιεχόμενό τους υπερβολικά τεχνικό ή τυπικό για να το κατανοήσουν εύκολα: από 5 % (τόσο στην Αυστρία όσο και στη Σουηδία) σε 16 % στη Λιθουανία·
- Τα θεσμικά όργανα της ΕΕ δεν αποσπούν στη γλώσσα της προτίμησής τους: από 2 % (Γαλλία) σε 9 % (τόσο στη Βουλγαρία όσο και στη Ρουμανία)·
- Άλλα: από 2 % (τόσο στην Πολωνία όσο και στην Ελλάδα) σε 8 % (στη Γερμανία, τις Κάτω Χώρες και τη Σουηδία).

Ε10 Αναφέρατε ότι δεν παρακολουθείτε τα θεσμικά όργανα της ΕΕ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Ποιοι είναι οι κύριοι λόγοι για αυτό; [Πολλαπλές απαντήσεις]

	Ποτέ δεν σκέφτηκα να τους ακολουθήσω.	Προτιμώ να λαμβάνω πληροφορίες για την ΕΕ από άλλες πηγές	Αποφεύγω να ακολουθώ πολιτικές ή θεσμικές αναφορές γενικά	Δεν εμπιστεύομαι πληροφορίες από τα θεσμικά όργανα της ΕΕ	Βρίσκω το περιεχόμενό τους ασυμβίβαστο ή άσχετο με μένα	Δεν ήξερα ότι τα θεσμικά όργανα της ΕΕ διαθέτουν λογαριασμούς στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης	Το περιεχόμενό τους είναι πολύ τεχνικό ή τυπικό για να το καταλάβω εύκολα.	Τα θεσμικά όργανα της ΕΕ δεν αναρτούν στην προτιμώμενη γλώσσα μου
ΕΕ των 27	30	24	21	16	15	12	10	5
ΒΕ	28	24	19	14	16	9	9	4
ΒΛ	30	17	31	23	8	12	10	9
ΤΣ	27	22	15	21	19	11	10	7
ΔΑ	31	22	18	11	12	11	8	4
ΓΕ	26	30	22	15	15	11	6	4
ΕΣ	39	20	23	11	16	14	11	8
ΙΡ	31	20	20	14	11	14	13	4
ΕΛ	23	28	32	25	16	12	13	8
ΙΣ	34	22	22	16	16	12	12	5
ΓΑ	31	22	20	18	16	11	10	2
ΥΕ	35	17	23	15	14	12	14	4
ΙΤ	28	24	23	15	15	13	15	6
ΚΥ	30	26	28	21	13	11	7	3
ΛΕ	30	15	22	11	18	10	12	5
ΛΙ	25	25	17	12	14	9	16	6
ΛΞ	30	25	19	9	11	14	9	5
ΟΥ	31	21	22	14	15	13	8	6
ΜΑ	32	19	26	13	17	12	15	6
ΚΧ	37	22	16	13	14	10	7	3
ΑΥ	29	29	25	17	13	11	5	4
ΠΛ	28	25	22	17	14	12	11	5
ΠΡ	31	25	18	7	12	14	10	3
ΡΜ	32	17	19	13	12	14	12	9
ΣΝ	31	20	26	18	15	10	13	6
ΣΚ	26	21	22	19	10	14	10	8
ΦΙ	26	29	13	9	17	16	14	6
ΣΔ	37	23	16	12	15	14	5	4

Σημείωση: Όσο υψηλότερη είναι η αναλογία επιλογής μιας απόκρισης, τόσο πιο σκούρο μπλε/πορτοκαλί είναι το κελί. Η απάντηση με την υψηλότερη κατάταξη για κάθε χώρα εμφανίζεται με γραμματοσειρά σκούρου μπλε/λευκού χρώματος. Οι απαντήσεις «άλλο» και «δεν γνωρίζω» δεν εμφανίζονται.

(%), Βάση: n=22 171 – Εάν τα θεσμικά όργανα της ΕΕ δεν παρακολουθούσαν ενεργά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Q8)

Κοινωνικοδημογραφικές παράμετροι

Οι άνδρες είναι πιθανότερο από τις γυναίκες να αναφέρουν τρεις λόγους για τους οποίους δεν ακολουθούν τους θεσμικούς λογαριασμούς της ΕΕ: προτιμούν να λαμβάνουν πληροφορίες σχετικά με την ΕΕ από άλλες πηγές (27 % έναντι 22 %), να μην εμπιστεύονται πληροφορίες από τα θεσμικά όργανα της ΕΕ (19 % έναντι 13 %) και να θεωρούν το περιεχόμενο μη ελκυστικό ή άσχετο με αυτά (18 % έναντι 12 %).

Η ηλικία επηρεάζει επίσης τους λόγους για τους οποίους δεν τηρούνται οι θεσμικοί λογαριασμοί της ΕΕ. Οι νεότεροι μη ακόλουθοι (ηλικίας 15-24 ετών) είναι πιθανότερο από όλες τις άλλες ηλικιακές ομάδες να αναφέρουν ότι δεν είχαν σκεφτεί ποτέ να τους ακολουθήσουν (36% έναντι 26%-31%) ή ότι δεν γνώριζαν ότι τα θεσμικά όργανα της ΕΕ διέθεταν λογαριασμούς στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (18% έναντι 10%-14%). Ωστόσο, είναι λιγότερο πιθανό από ό,τι οι μεγαλύτερες ηλικιακές ομάδες να αναφέρουν έλλειψη εμπιστοσύνης στις πληροφορίες από τα θεσμικά όργανα της ΕΕ (11 % έναντι 15 % – 17 % των μεγαλύτερων ηλικιακών ομάδων). Από την άλλη πλευρά, οι ηλικιωμένοι μη ακόλουθοι ηλικίας 55 ετών και άνω είναι πιθανότερο από ό,τι οι νεότερες ηλικιακές ομάδες να προτιμούν να λαμβάνουν πληροφορίες σχετικά με την ΕΕ από άλλες πηγές (29% έναντι 20%-22%), αλλά είναι λιγότερο πιθανό να θεωρήσουν το περιεχόμενό τους μη ελκυστικό ή άσχετο με αυτές (11% έναντι 15%-20%).

Οι μη ακόλουθοι που εξακολουθούν να σπουδάζουν είναι πιο πιθανό από εκείνους που έχουν ήδη ολοκληρώσει την εκπαίδευσή τους να αναφέρουν ότι ποτέ δεν σκέφτηκαν να τους ακολουθήσουν (37% έναντι 27%-29%) και ότι δεν γνώριζαν ότι τα θεσμικά όργανα της ΕΕ διέθεταν λογαριασμούς στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (18% έναντι 11% όλων των άλλων επιπέδων εκπαίδευσης). Επιπλέον, αυτή η ομάδα (18%) είναι πιο πιθανό από εκείνους που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους ηλικίας 15 ετών και κάτω (12%) ή ηλικίας 16-19 ετών (14%) να βρουν το περιεχόμενό τους αδιάφορο ή άσχετο με αυτούς. Από την άλλη πλευρά, (12%) είναι λιγότερο πιθανό από εκείνους που έχουν ήδη ολοκληρώσει την εκπαίδευσή τους (16% - 17%) να αναφέρουν ως λόγο την έλλειψη εμπιστοσύνης στις πληροφορίες από τα θεσμικά όργανα της ΕΕ.

5.4. Δυνητικά κίνητρα για την παρακολούθηση των θεσμικών οργάνων της ΕΕ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

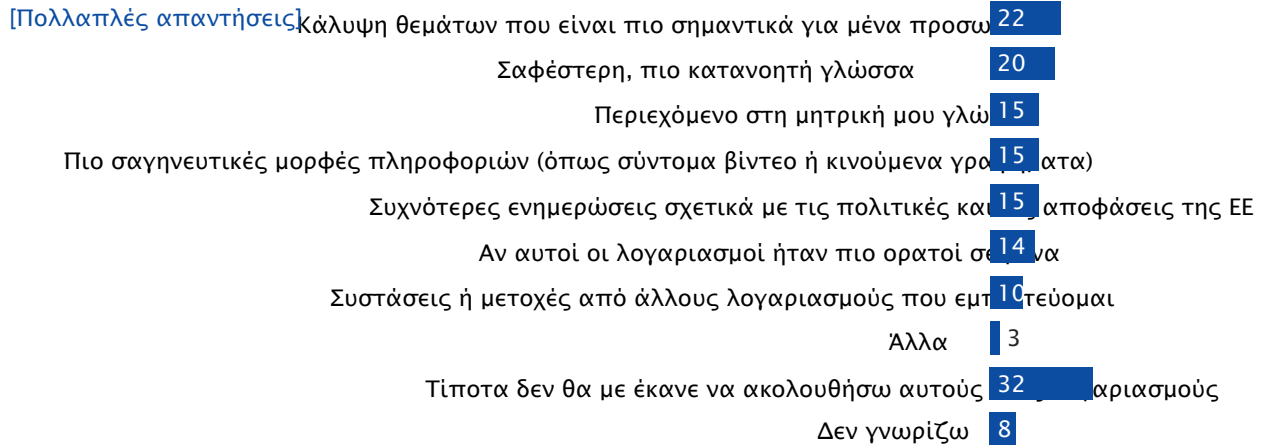
Στη συνέχεια, οι ερωτηθέντες που ανέφεραν ότι δεν ακολουθούν ενεργά τα θεσμικά όργανα της ΕΕ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ρωτήθηκαν τι θα τους καθιστούσε πιο πιθανό να ακολουθήσουν αυτούς τους θεσμικούς λογαριασμούς.

Λίγο περισσότεροι από ένας στους πέντε μη ακόλουθους αναφέρουν ως πιθανό κίνητρο την κάλυψη θεμάτων που είναι πιο συναφή με αυτούς προσωπικά (22%), ακολουθούμενη από σαφέστερη και πιο κατανοητή γλώσσα (20%).

Άλλα πιθανά κίνητρα περιλαμβάνουν περιεχόμενο στη μητρική τους γλώσσα (15%), πιο συναρπαστικούς μορφώτυπους πληροφοριών (όπως σύντομα βίντεο ή κινούμενα ενημερωτικά γραφήματα) (15%), συχνότερες ενημερώσεις σχετικά με τις πολιτικές και τις αποφάσεις της ΕΕ (15%) και οι λογαριασμοί αυτοί είναι πιο ορατοί σε αυτούς (14%). Ένας στους δέκα μη ακόλουθους επισημαίνει συστάσεις ή μετοχές από άλλους λογαριασμούς που εμπιστεύεται (10 %) ως πιθανό κίνητρο για την παρακολούθηση των θεσμικών οργάνων της ΕΕ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Περίπου το ένα τρίτο (32%) των μη-ακόλουθων δείχνουν ότι τίποτα δεν θα τους έκανε να ακολουθήσουν αυτούς τους λογαριασμούς.

Ε11 Τι θα σας καθιστούσε πιο πιθανό να παρακολουθείτε τους λογαριασμούς των θεσμικών οργάνων της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ) στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;



(%)Βάση: n=22 171 – Εάν τα θεσμικά όργανα της ΕΕ δεν παρακολουθούσαν ενεργά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Q8)

Διαφορές ανά χώρα

Σε 18 κράτη μέλη, οι μη ακόλουθοι αναφέρουν συχνότερα την κάλυψη θεμάτων που τους αφορούν προσωπικά ως πιθανό κίνητρο για την παρακολούθηση των θεσμικών οργάνων της ΕΕ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Τα συνολικά υψηλότερα ποσοστά επιλογής αυτής της απάντησης παρατηρούνται στην Κροατία (36%) και τη Μάλτα (36%). Το χαμηλότερο ποσοστό επιλογής αυτού του κινήτρου παρατηρείται στο Βέλγιο (17 %).

Σε πέντε κράτη μέλη, οι μη ακόλουθοι αναφέρουν συχνότερα ως πιθανό κίνητρο σαφέστερη και πιο κατανοητή γλώσσα: Πορτογαλία (29%), Ρουμανία (29%), Ιταλία (27%), Ισπανία (26%) και Βέλγιο (21%). Αυτό το δυνητικό κίνητρο κατατάσσεται επίσης πρώτο, από κοινού με την κάλυψη θεμάτων που είναι πιο συναφή με αυτά προσωπικά, στη Γαλλία (18 %). Το χαμηλότερο ποσοστό μη ακολούθων που υποδεικνύουν αυτό το κίνητρο, από την άλλη πλευρά, βρίσκεται στη Δανία (12%).

Στη Λιθουανία (32%) και την Ουγγαρία (27%), το κορυφαίο δυνητικό κίνητρο είναι το περιεχόμενο στη μητρική τους γλώσσα. Αντίθετα, λιγότεροι από ένας στους δέκα μη ακόλουθους στην Ιρλανδία (5%) αναφέρουν αυτό το κίνητρο.

Ένα ποσοστό των μη οπαδών που κυμαίνονται από 10% (Τσεχία) έως 28% (Κύπρος) αναφέρουν πιο συναρπαστικές μορφές πληροφοριών (όπως σύντομα βίντεο ή κινούμενα γραφήματα) ως πιθανό κίνητρο.

Το ποσοστό που υποδηλώνει ότι θα ήταν πιθανότερο να ακολουθήσουν αυτούς τους λογαριασμούς εάν υπήρχαν συχνότερες ενημερώσεις σχετικά με τις πολιτικές και τις αποφάσεις της ΕΕ ποικίλλει μεταξύ κάτω του ενός στους δέκα στην Κροατία (8%) και τις Κάτω Χώρες (8%) και ενός στους τέσσερις (25%) ερωτηθέντες στην Κύπρο.

Στο Λουξεμβούργο (24%) και τη Σουηδία (22%), οι μη ακόλουθοι αναφέρουν συχνότερα ως πιθανό κίνητρο εάν αυτοί οι λογαριασμοί ήταν πιο ορατοί σε αυτούς. Περισσότεροι από ένας στους πέντε μη ακόλουθους στην Κύπρο (29%) αναφέρουν επίσης αυτό το κίνητρο. Από την άλλη πλευρά, ένας στους δέκα (10%) μη ακόλουθους στη Γερμανία συμμερίζεται την άποψη αυτή.

Το υψηλότερο ποσοστό συστάσεων ή μεριδίων από άλλους λογαριασμούς που εμπιστεύονται ως δυνητικό κίνητρο παρατηρείται στην Κύπρο (18 %) και το χαμηλότερο στη Γαλλία (6 %).

Ειδικότερα, όμως, σε πέντε κράτη μέλη, πάνω από το ένα τρίτο των ερωτηθέντων δηλώνει ότι τίποτα δεν θα τους έκανε να ακολουθήσουν αυτούς τους λογαριασμούς από το να επιλέξουν οποιοδήποτε πιθανό κίνητρο. Αυτό συμβαίνει στη Γερμανία (43%), τη Γαλλία (43%), τις Κάτω Χώρες (43%), το Βέλγιο (39%) και την Αυστρία (36%). Αντίθετα, λιγότεροι από ένας στους πέντε μη ακόλουθους συμμερίζονται την άποψη αυτή στη Λιθουανία (15%), τη Ρουμανία (16%), την Κύπρο (16%) και τη Μάλτα (18%).

Ε11 Τι θα σας καθιστούσε πιο πιθανό να παρακολουθείτε τους λογαριασμούς των θεσμικών οργάνων της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ) στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης; [Πολλαπλές απαντήσεις]

	Κάλυψη θεμάτων που είναι πιο σημαντικά για μένα προσωπικά	Σαφέστερη, πιο κατανοητή ή γλώσσα	Περιεχόμενο στη μητρική μου γλώσσα	Πιο σαγηνευτικές μορφές των (όπως σύντομα βίντεο ή κινούμενα σχέδια)	Συχνότερες ενημερώσεις σχετικά με τις πολιτικές και τις αποφάσεις της ΕΕ	Αν αυτοί οι λογαριασμοί ήταν πιο ορατοί σε μένα	Συστάσεις ή μετοχές από άλλους λογαριασμούς που εμπιστεύομαι	Άλλα	Τίποτα δεν θα με έκανε να ακολουθήσω αυτούς τους λογαριασμούς	Δεν ξέρω
ΕΕ των 27	22	20	15	15	15	14	10	3	32	8
ΒΕ	17	21	12	14	11	12	9	2	39	9
ΒΛ	32	23	27	15	10	13	12	3	25	5
ΤΣ	22	20	21	10	12	14	9	2	30	9
ΔΑ	18	12	12	13	11	13	10	5	33	15
ΓΕ	20	15	10	11	15	10	9	3	43	9
ΕΣ	26	20	25	15	15	14	12	2	29	6
ΙΡ	25	24	5	17	16	21	13	4	23	8
ΕΛ	27	24	21	21	18	16	16	4	23	3
ΙΣ	24	26	16	17	15	16	15	5	25	6
ΓΑ	18	18	11	15	12	15	6	2	43	7
ΥΕ	36	22	26	17	8	12	11	3	24	6
ΙΤ	22	27	16	17	19	15	11	2	21	9
ΚΥ	35	24	22	28	25	29	18	3	16	4
ΛΕ	28	18	21	14	12	14	10	2	23	10
ΛΙ	28	25	32	20	13	15	11	3	15	9
ΛΞ	23	19	15	22	14	24	8	5	24	9
ΟΥ	20	18	27	14	12	15	8	4	29	8
ΜΑ	36	25	13	27	17	23	15	5	18	5
ΚΧ	16	15	11	15	8	14	8	3	43	9
ΑΥ	25	15	12	13	18	11	10	3	36	8
ΠΛ	23	22	22	16	17	16	13	2	22	12
ΠΡ	20	29	18	17	18	17	10	3	22	9
ΡΜ	27	29	26	18	20	18	13	2	16	7
ΣΝ	30	14	18	21	16	13	16	3	25	6
ΣΚ	22	15	19	15	15	16	12	3	28	10
ΦΙ	29	18	19	15	13	19	10	3	22	12
ΣΔ	21	13	10	14	12	22	12	4	25	15

Σημείωση: (Στο αρχικό...) Όσο μεγαλύτερη είναι η αναλογία επιλογής μιας απόκρισης, τόσο πιο σκούρο μπλε/πορτοκαλί είναι το κελί. Η απάντηση με την υψηλότερη κατάταξη για κάθε χώρα εμφανίζεται με γραμματοσειρά σκούρου μπλε/λευκού χρώματος.

(%), Βάση: n=22 171 – Εάν τα θεσμικά όργανα της ΕΕ δεν παρακολουθούσαν ενεργά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Q8)

Κοινωνικοδημογραφικές παράμετροι

Οι νεότεροι μη ακόλουθοι (ηλικίας 15-24 και 25-39) είναι πιο πιθανό από εκείνους ηλικίας 55 ετών και άνω να παρακινηθούν από: πιο συναρπαστικές μορφές πληροφοριών (όπως σύντομα βίντεο ή κινούμενα ενημερωτικά γραφήματα) (26% και 21% αντίστοιχα, έναντι 9%), κάλυψη θεμάτων που τους αφορούν περισσότερο προσωπικά (26% και 24% έναντι 19%), συχνότερες ενημερώσεις σχετικά με τις πολιτικές και τις αποφάσεις της ΕΕ (19% και 18% έναντι 13%), αυξημένη προβολή λογαριασμών (21% και 18% έναντι 11%) και αξιόπιστες συστάσεις (15% και 14% έναντι 8%). Αντίθετα, η πιθανότητα να δείχνουν ότι τίποτα δεν θα τους παρακινούσε αυξάνεται με την ηλικία: από το 18% των ατόμων ηλικίας 15-24 ετών έως το 39% των ατόμων ηλικίας 55 ετών και άνω.

Η εκπαίδευση επηρεάζει επίσης τα πιθανά κίνητρα. Οι μη ακόλουθοι που εξακολουθούν να σπουδάζουν είναι πιο πιθανό από εκείνους που έχουν ήδη ολοκληρώσει την εκπαίδευσή τους να παρακινηθούν από: την κάλυψη θεμάτων που τους αφορούν περισσότερο προσωπικά (28% έναντι 18%-23%), πιο συναρπαστικούς μορφότυπους πληροφοριών (26% έναντι 11%-16%), συχνότερες ενημερώσεις σχετικά με τις πολιτικές και τις αποφάσεις της ΕΕ (19% έναντι 13%-16%), αυξημένη προβολή λογαριασμών (22% έναντι 12%-15%) και αξιόπιστες συστάσεις (17% έναντι 9%-10%). Από την άλλη πλευρά, είναι λιγότερο πιθανό από εκείνους που έχουν ήδη ολοκληρώσει την εκπαίδευσή τους να πουν ότι τίποτα δεν θα τους παρακινούσε (18% έναντι 32%-35%).

5.5. Επιθυμητό περιεχόμενο από τα θεσμικά όργανα της ΕΕ

Οι ερωτηθέντες ερωτήθηκαν επίσης σχετικά με το συγκεκριμένο είδος περιεχομένου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που θα έβρισκαν ενδιαφέρον προερχόμενο από θεσμικό όργανο της ΕΕ (όπως το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο).

Πάνω από τέσσερις στους δέκα ερωτηθέντες (45%) αναφέρουν τις τρέχουσες ειδήσεις και επικαιροποιήσεις ως το επιθυμητό περιεχόμενό τους από τα θεσμικά όργανα της ΕΕ.

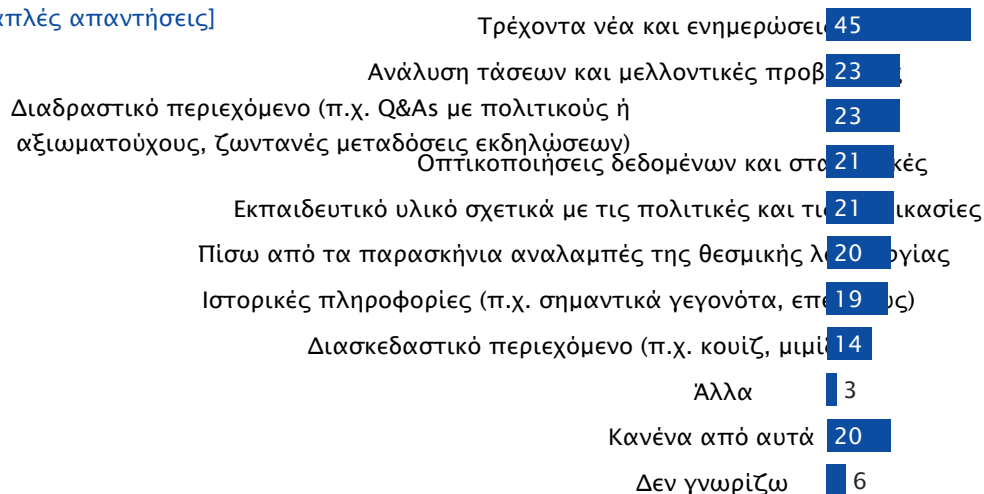
Από την άλλη πλευρά, λιγότεροι από ένας στους τέσσερις ερωτηθέντες αναφέρουν ανάλυση τάσεων και μελλοντικές προβλέψεις (23 %) και διαδραστικό περιεχόμενο (π.χ. ερωταπαντήσεις, απαντήσεις σε πολιτικούς ή αξιωματούχους, ζωντανές μεταδόσεις εκδηλώσεων) (23 %).

Περίπου ένας στους πέντε ερωτηθέντες εκφράζει ενδιαφέρον για οπτικοποιήσεις δεδομένων και στατιστικές (21%), εκπαιδευτικό υλικό σχετικά με πολιτικές και διαδικασίες (21%), παρασκηνακές αναλαμπές θεσμικών εργασιών (20%) και ιστορικές πληροφορίες (π.χ. σημαντικά γεγονότα, επετείους) (19%). Το μικρότερο μερίδιο αναφέρει ψυχαγωγικό περιεχόμενο (π.χ. κουίζ, μιμίδια) (14 %).

Ένας στους πέντε (20 %) ερωτηθέντες αναφέρει ότι δεν θα έβρισκε ενδιαφέρον κανένα από αυτά τα συγκεκριμένα είδη περιεχομένου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που προέρχεται από θεσμικό όργανο της ΕΕ.

Ε12 Ποιο συγκεκριμένο είδος περιεχομένου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης θα θεωρούσατε ενδιαφέρον προερχόμενο από θεσμικό όργανο της ΕΕ (όπως το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο);

[Πολλαπλές απαντήσεις]



(%) Βάση: n= 26 121 – Όλοι οι ερωτηθέντες

Διαφορές ανά χώρα

Σε όλα τα κράτη μέλη της ΕΕ των 27, οι τρέχουσες ειδήσεις και ενημερώσεις αποτελούν το συχνότερα αναφερόμενο είδος περιεχομένου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, το οποίο οι ερωτηθέντες θα θεωρούσαν ενδιαφέρον προερχόμενο από θεσμικό όργανο της ΕΕ (όπως το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο). Τα υψηλότερα ποσοστά που αναφέρουν αυτό το είδος περιεχομένου παρατηρούνται στην Κύπρο (62%), τη Μάλτα (58%), το Λουξεμβούργο (56%) και τη Λιθουανία (56%), ενώ το χαμηλότερο ποσοστό παρατηρείται στη Γαλλία (37%).

Το ποσοστό των ερωτηθέντων που αναφέρουν την ανάλυση τάσεων και τις μελλοντικές προβλέψεις ως το επιθυμητό είδος περιεχομένου από τα θεσμικά όργανα της ΕΕ κυμαίνεται μεταξύ λιγότερων από έναν στους πέντε στη Γερμανία (15%), τις Κάτω Χώρες (16%), το Βέλγιο (17%), την Αυστρία (18%), τη Σουηδία (18%) και τη Δανία (19%) και τεσσάρων στους δέκα (40%) στη Ρουμανία.

Ποσοστό των ερωτηθέντων που κυμαίνεται από περίπου έναν στους δέκα (11 %) στις Κάτω Χώρες έως περισσότερο από το ένα τρίτο στην Κύπρο (37%) και τη Ρουμανία (35%) αναφέρουν ότι το διαδραστικό περιεχόμενο (π.χ. ερωταπαντήσεις με πολιτικούς ή αξιωματούχους, ζωντανές μεταδόσεις εκδηλώσεων) είναι το είδος περιεχομένου που προτιμούν.

Λίγο πάνω από τρεις στους δέκα (32%) ερωτηθέντες στη Ρουμανία αναφέρουν τις απεικονίσεις δεδομένων και τα στατιστικά στοιχεία ως τον επιθυμητό τύπο περιεχομένου. Αντίθετα, το 13 % των ερωτηθέντων στις Κάτω Χώρες συμμερίζονται την άποψη αυτή.

Περισσότερο από το 30 % των ερωτηθέντων στη Ρουμανία (33 %), την Ιταλία (32 %), την Ιρλανδία (31 %) και τη Μάλτα (31 %) εκφράζουν ενδιαφέρον για τα θεσμικά όργανα της ΕΕ που παρέχουν εκπαιδευτικό υλικό σχετικά με τις πολιτικές και τις διαδικασίες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Από την άλλη πλευρά, ένας στους δέκα (10%) ερωτηθέντες στη Γαλλία προτιμά αυτό το είδος περιεχομένου.

Ποσοστό των ερωτηθέντων που κυμαίνεται μεταξύ 13 % στη Λετονία και άνω του ενός στους τέσσερις στη Βουλγαρία (27 %), τη Ρουμανία (27 %), τη Φινλανδία (27 %), το Λουξεμβούργο (27 %), την Κύπρο (26 %) και την Ουγγαρία (26 %) αναφέρουν παρασκηνακές αναλαμπές θεσμικών εργασιών ως επιθυμητό είδος περιεχομένου.

Τα υψηλότερα ποσοστά απαντησάντων που αναφέρουν ιστορικές πληροφορίες (π.χ. σημαντικά γεγονότα, επετείους) ως προτιμώμενο είδος περιεχομένου από τα θεσμικά όργανα της ΕΕ παρατηρούνται στην Κύπρο (33%) και τη Μάλτα (32%)· από την άλλη πλευρά, το χαμηλότερο ποσοστό παρατηρείται στις Κάτω Χώρες (13%).

Τέλος, ένα ποσοστό των ερωτηθέντων που κυμαίνεται από 11 % στην Ιταλία και τις Κάτω Χώρες έως 26 % στη Μάλτα αναφέρουν το ψυχαγωγικό περιεχόμενο (π.χ. κούιζ, μιμίδια) ως τον επιθυμητό τύπο περιεχομένου από θεσμικούς λογαριασμούς της ΕΕ.

Ε12 Ποιο συγκεκριμένο είδος περιεχομένου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης θα θεωρούσατε ενδιαφέρον προερχόμενο από θεσμικό όργανο της ΕΕ (όπως το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο); [Πολλαπλές απαντήσεις]

	Τρέχον τα νέα και ενημερ ώσεις	Ανάλυση τάσεων και μελλοντικ ές προβλέψ εις	Διαδραστικό περιεχόμενο (π.χ. ερωταπαντή σεις με πολιτικούς ή αξιωματούχο υς, ζωντανές μεταδόσεις εκδηλώσεων)	Οπτικοπ οιήσεις δεδομέν ων και στατιστι κές	Εκπαιδευτι κό υλικό σχετικά με τις πολιτικές και τις διαδικασίες	Πίσω από τα παρασκήνια αναλαμπές της θεσμικής λειτουργίας	Ιστορικές πληροφο ρίες (π.χ. σημαντικ ά γεγονότα, επετείου ς)	Διασκεδασ τικό περιεχόμε νο (π.χ. κουίζ, μιμίδια)	Άλλα	Κανέ να από αυτά
ΕΕ των 27	45	23	23	21	21	20	19	14	3	20
ΒΕ	41	17	17	14	15	17	16	14	2	27
ΒΛ	51	35	24	27	21	27	21	14	5	11
ΤΣ	40	22	22	18	17	18	19	15	3	21
ΔΑ	40	19	16	14	14	17	19	12	4	23
ΓΕ	45	15	20	17	17	22	17	15	4	28
ΕΣ	47	29	26	22	26	17	18	17	2	17
ΙΡ	51	25	27	18	31	23	26	19	1	14
ΕΛ	52	28	33	21	25	19	29	15	2	11
ΙΣ	45	24	28	27	23	22	21	16	3	15
ΓΑ	37	20	19	19	10	15	15	12	1	30
ΥΕ	46	28	26	20	20	20	20	20	2	14
ΙΤ	45	27	24	25	32	19	17	11	2	13
ΚΥ	62	33	37	24	30	26	33	24	2	7
ΛΕ	46	27	20	19	19	13	17	15	2	13
ΛΙ	56	28	19	22	17	18	24	16	2	9
ΛΞ	56	25	27	28	23	27	25	14	3	14
ΟΥ	52	21	29	15	18	26	21	16	4	13
ΜΑ	58	28	25	27	31	25	32	26	4	9
ΚΧ	41	16	11	13	18	19	13	11	2	29
ΑΥ	44	18	23	17	17	25	19	14	2	22
ΠΛ	49	32	25	23	23	20	21	16	3	12
ΠΡ	52	34	24	29	28	16	24	15	2	10
ΡΜ	49	40	35	32	33	27	28	15	2	9
ΣΝ	47	34	24	21	18	23	20	19	3	14
ΣΚ	46	25	26	21	19	25	18	17	3	13
ΦΙ	52	20	23	24	14	27	20	16	2	12
ΣΔ	45	18	23	21	23	18	19	12	2	15

Σημείωση: (Στο αρχικό...) Όσο μεγαλύτερη είναι η αναλογία επιλογής μιας απόκρισης, τόσο πιο σκούρο μπλε/πορτοκαλί είναι το κελί. Η απάντηση με την υψηλότερη κατάταξη για κάθε χώρα εμφανίζεται με γραμματοσειρά σκούρου μπλε/λευκού χρώματος. Η απάντηση «δεν γνωρίζω» δεν εμφανίζεται.

(%), Βάση: n=26 121 – Όλοι οι απαντήσαντες

Κοινωνικοδημογραφικές παράμετροι

Οι άνδρες είναι πιο πιθανό από τις γυναίκες να αναφέρουν την ανάλυση τάσεων και τις μελλοντικές προβλέψεις (26% έναντι 21%) και τις οπτικοποιήσεις δεδομένων και τις στατιστικές (25% έναντι 18%) ως το επιθυμητό περιεχόμενο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης από τα θεσμικά όργανα της ΕΕ.

Η ηλικία επηρεάζει τις προτιμήσεις για το περιεχόμενο των θεσμικών μέσων κοινωνικής δικτύωσης της ΕΕ. Οι ηλικιωμένοι ηλικίας 55 ετών και άνω είναι πιο πιθανό από ό,τι οι νεότερες ηλικιακές ομάδες να προτιμούν τις τρέχουσες ειδήσεις και ενημερώσεις (48% έναντι 40% των ατόμων ηλικίας 15-24 ετών), αλλά είναι λιγότερο πιθανό να εκφράσουν ενδιαφέρον για: ανάλυση τάσεων και μελλοντικές προβλέψεις (21% έναντι 24%-26%), διαδραστικό περιεχόμενο (17% έναντι 21%-33%), οπτικοποιήσεις δεδομένων και στατιστικές (16% έναντι 21%-27%), εκπαιδευτικό υλικό (15% έναντι 20%-28%), παρασκηνακές αναλαμπές θεσμικών εργασιών (16% έναντι 20%-27%), ιστορικές πληροφορίες (15% έναντι 17%-25%) και ψυχαγωγικό περιεχόμενο (7% έναντι 14%-25%).

Οι ερωτηθέντες που εξακολουθούν να σπουδάζουν είναι πιο πιθανό από εκείνους που έχουν ήδη ολοκληρώσει την εκπαίδευσή τους να δείξουν μεγαλύτερο ενδιαφέρον για διαδραστικό περιεχόμενο (35% έναντι 19%-24%), οπτικοποιήσεις δεδομένων και στατιστικές (28% έναντι 13%-25%), εκπαιδευτικό υλικό (31% έναντι 17%-22%), παρασκηνακές αναλαμπές θεσμικών εργασιών (28% έναντι 15%-22%), ιστορικές πληροφορίες (27% έναντι 15%-21%) και ψυχαγωγικό περιεχόμενο (24% έναντι 11%-14%). Αυτή η ομάδα και εκείνοι που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους ηλικίας 20 ετών και άνω είναι επίσης πιο πιθανό από εκείνους που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους σε νεότερες ηλικίες να εκφράσουν ενδιαφέρον για ανάλυση τάσεων και μελλοντικές προβλέψεις (29% και 27% έναντι 14% - 19%). Εκείνοι που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους ηλικίας 15 ετών και κάτω (33%) είναι λιγότερο πιθανό από εκείνους που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους σε μεγαλύτερες ηλικίες (44%-48%) και εκείνους που εξακολουθούν να σπουδάζουν (45%) να εκφράσουν ενδιαφέρον για τις τρέχουσες ειδήσεις και ενημερώσεις ως περιεχόμενο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης από τα θεσμικά όργανα της ΕΕ.

6. ΠΡΟΤΙΜΗΘΕΙΣΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΠΟΛΙΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΓΙΑ ΤΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ

6.1. Προτιμώμενοι μορφότυποι για πληροφορίες σχετικά με θέματα επικαιρότητας

Στη συνέχεια, οι ερωτηθέντες που χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και/ή τις πλατφόρμες για πληροφορίες σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα ρωτήθηκαν σχετικά με τις προτιμώμενες μορφές τους για τις εν λόγω πληροφορίες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

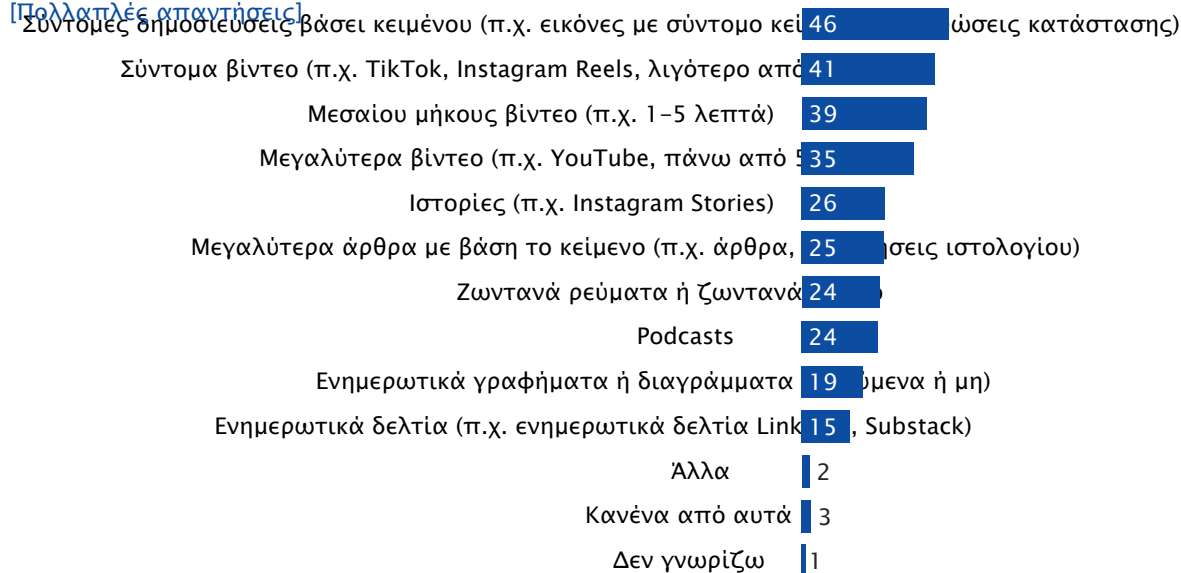
Περισσότεροι από τέσσερις στους δέκα χρήστες (46%) δηλώνουν προτίμηση για σύντομες αναρτήσεις με βάση το κείμενο (π.χ. εικόνες με σύντομο κείμενο, ενημερώσεις κατάστασης) (46%)· περίπου τέσσερις στους δέκα (41%) προτιμούν τα σύντομα βίντεο (π.χ. TikTok, Instagram Reels, λιγότερο από 1 λεπτό). Ακολουθεί προτίμηση για βίντεο μεσαίου μήκους (π.χ. 1-5 λεπτά) (39%) και μεγαλύτερα βίντεο (π.χ. YouTube, πάνω από 5 λεπτά) (35%), καθένα από τα οποία επιλέγεται από πάνω από το ένα τρίτο των χρηστών.

Τέσσερις μορφές περιεχομένου έδειξαν σχεδόν ισοδύναμα ποσοστά προτίμησης μεταξύ των χρηστών, καθένα από τα οποία ευνοήθηκε από περίπου το ένα τέταρτο των ερωτηθέντων: ιστορίες (π.χ. ιστορίες Instagram) (26%), άρθρα μεγαλύτερης διάρκειας με βάση το κείμενο (π.χ. άρθρα, αναρτήσεις ιστολογίου) (25%), ζωντανές μεταδόσεις ή ζωντανά βίντεο (24%) και podcasts (24%).

Οι μικρότερες μετοχές αναφέρουν ενημερωτικά γραφήματα ή διαγράμματα (κινούμενα ή μη) (19 %) και ενημερωτικά δελτία (π.χ. ενημερωτικά δελτία LinkedIn, Substack) (15 %).

E15 Ποια από τις παρακάτω μορφές προτιμάτε γενικά για πληροφορίες σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;

[Πολλαπλές απαντήσεις]



(%)Βάση: n=14 380- Χρησιμοποιεί μέσα κοινωνικής δικτύωσης και/ή πλατφόρμες βίντεο για πληροφορίες σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα (τέταρτο τρίμηνο)

Διαφορές ανά χώρα

Οι δημοσιεύσεις που βασίζονται σε σύντομο κείμενο (π.χ. εικόνες με σύντομο κείμενο, ενημερώσεις κατάστασης) αναδεικνύονται ως η κορυφαία μορφή κατάταξης για πληροφορίες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σχετικά με τις τρέχουσες υποθέσεις σε όλα τα κράτη μέλη εκτός από πέντε. Τα μεγαλύτερα μερίδια που επιλέγουν αυτόν τον τύπο μορφής βρίσκονται στην Αυστρία (51%), την Κύπρο (51%), τη Μάλτα (50%), το Λουξεμβούργο (50%) και την Πορτογαλία (50%). Αντίθετα, λιγότεροι από τέσσερις στους δέκα συμμερίζονται αυτή την άποψη στη Λιθουανία (35%) και την Ιρλανδία (37%).

Στην Κύπρο (52%), την Ιρλανδία (51%), τη Ρουμανία (48%) και την Ισπανία (46%), οι χρήστες επιλέγουν συνήθως τα σύντομα βίντεο (π.χ. TikTok, Instagram Reels, κάτω του 1 λεπτού) ως τον προτιμώμενο τύπο μορφής. Από την άλλη πλευρά, λιγότεροι από τρεις στους δέκα χρήστες στη Λιθουανία (27%) συμμερίζονται την άποψη αυτή.

Στη Ρουμανία, τα βίντεο μεσαίου μήκους (π.χ. 1-5 λεπτά) αναφέρονται ως ο κορυφαίος τύπος μορφής, μαζί με τα σύντομα βίντεο (και τα δύο αναφέρονται από το 45 % των ερωτηθέντων). Από την άλλη πλευρά, λιγότεροι από τρεις στους δέκα (28%) χρήστες εκφράζουν αυτή την προτίμηση στη Λετονία.

Τα βίντεο μεγαλύτερης διάρκειας (π.χ. YouTube, πάνω από 5 λεπτά) κατατάσσονται στην πρώτη θέση μεταξύ όλων των τύπων μορφών πληροφοριών στη Λιθουανία (41%). Περισσότεροι από τέσσερις στους δέκα χρήστες συμμερίζονται επίσης αυτή την άποψη στη Ρουμανία (44%) και την Ισπανία (41%). Αντίθετα, ένας στους πέντε (20%) χρήστες έχει αυτή τη γνώμη στη Μάλτα.

Τα υψηλότερα ποσοστά χρηστών που αναφέρουν ιστορίες (π.χ. ιστορίες Instagram) ως προτιμώμενο είδος μορφής στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης βρίσκονται στο Λουξεμβούργο (34%) και την Ιρλανδία (31%)· τα χαμηλότερα ποσοστά, από την άλλη πλευρά, είναι στη Λετονία (14 %) και τη Λιθουανία (15 %).

Το ποσοστό των χρηστών που προτιμούν μεγαλύτερα άρθρα με βάση το κείμενο (π.χ. άρθρα, αναρτήσεις ιστολογίου) ως μορφή πληροφοριών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι υψηλότερο στην Ελλάδα (34%) και χαμηλότερο στη Λετονία (15%).

Πάνω από τρεις στους δέκα χρήστες στην Ελλάδα (34%), την Πολωνία (33%), τη Βουλγαρία (32%), την Ουγγαρία (32%) και τη Λιθουανία (31%) δείχνουν προτίμηση για ζωντανές μεταδόσεις ή ζωντανά βίντεο. Αντίθετα, περίπου ένας στους δέκα (11%) χρήστες στις Κάτω Χώρες συμμερίζεται αυτή την άποψη.

Τουλάχιστον το ένα τρίτο των χρηστών στην Κύπρο (38%), τη Ρουμανία (38%) και την Τσεχία (33%) αναφέρουν ότι προτιμούν τα podcast ως μορφή ενημέρωσης για θέματα επικαιρότητας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Στη Λετονία, από την άλλη πλευρά, το 13 % των χρηστών εκφράζει αυτή την άποψη.

Ποσοστό χρηστών που κυμαίνεται από 11 % (Βουλγαρία, Λιθουανία και Ουγγαρία) έως 26 % (Λουξεμβούργο) εκφράζει προτίμηση σε μορφότυπο πληροφοριών για ενημερωτικά γραφήματα ή διαγράμματα (κινούμενα ή μη).

Στη Δανία (22%) και τη Σουηδία (21%), πάνω από το ένα πέμπτο των χρηστών προτιμούν γενικά οι πληροφορίες σχετικά με την επικαιρότητα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης να έχουν τη μορφή ενημερωτικών δελτίων (π.χ. ενημερωτικά δελτία LinkedIn, Substack). Αντίθετα, λιγότεροι από ένας στους δέκα χρήστες στην Κροατία (4 %), τη Λετονία (6 %), τη Λιθουανία (6 %), τη Σλοβακία (7 %), την Εσθονία (7 %) και την Τσεχία (8 %) συμμερίζονται την άποψη αυτή.

Ε15 Ποια από τις παρακάτω μορφές προτιμάτε γενικά για πληροφορίες σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης; [Πολλαπλές απαντήσεις]

	Σύντομες δημοσιεύσεις βάσει κειμένου (π.χ. εικόνες με σύντομο κείμενο, ενημερώσεις κατάστασης)	Σύντομα βίντεο (π.χ. TikTok, Instagram Reels, λιγότερο από 1 λεπτό)	Μεσαίου μήκους βίντεο (π.χ. 1-5 λεπτά)	Μεγαλύτερα βίντεο (π.χ. YouTube, πάνω από 5 λεπτά)	Ιστορίες (π.χ. Instagram Stories)	Μεγαλύτερα άρθρα με βάση το κείμενο (π.χ. άρθρα, αναρτήσεις ιστολογίου)	Ζωντανά ρεύματα ή ζωντανά βίντεο	Podcasts	Ενημερωτικά γραφήματα ή διαγράμματα (κινούμενα ή μη)	Ενημερωτικά δελτία (π.χ. ενημερωτικά δελτία LinkedIn, Substack)
ΕΕ των 27	46	41	39	35	26	25	24	24	19	15
ΒΕ	44	40	31	26	24	26	19	17	18	18
ΒΛ	47	33	36	31	18	22	32	26	11	10
ΤΣ	45	39	34	36	27	23	27	33	13	8
ΔΑ	40	37	31	30	20	27	15	25	18	22
ΓΕ	49	42	37	37	28	28	21	24	23	20
ΕΣ	43	37	37	34	19	26	24	18	19	7
ΙΡ	37	51	36	31	31	17	22	27	16	16
ΕΛ	48	40	39	35	23	34	34	19	20	19
ΙΣ	40	46	39	41	26	26	23	30	17	12
ΓΑ	47	42	41	34	29	24	21	18	21	17
ΥΕ	49	39	41	27	21	18	25	24	14	4
ΙΤ	46	43	45	34	28	25	25	19	22	13
ΚΥ	51	52	42	23	26	25	29	38	19	15
ΛΕ	42	35	28	31	14	15	23	13	12	6
ΛΙ	35	27	35	41	15	27	31	19	11	6
ΛΞ	50	48	36	29	34	23	14	27	26	10
ΟΥ	48	34	38	32	17	26	32	29	11	10
ΜΑ	50	48	33	20	28	19	24	27	25	13
ΚΧ	44	33	33	28	18	22	11	19	21	17
ΑΥ	51	46	36	31	25	24	21	19	20	19
ΠΛ	46	39	37	35	28	26	33	26	20	11
ΠΡ	50	37	42	26	28	19	26	21	17	13
ΡΜ	44	48	48	44	23	27	27	38	14	16
ΣΝ	47	38	36	31	21	21	30	14	14	13
ΣΚ	44	34	33	30	21	24	28	30	14	7
ΦΙ	49	39	38	32	25	24	20	22	20	15
ΣΔ	43	37	33	32	27	26	17	21	14	21

Σημείωση: (Στο αρχικό...) Όσο υψηλότερη είναι η αναλογία που επιλέγει μια απόκριση, τόσο πιο σκούρο μπλε είναι το κελί. Η απάντηση με την υψηλότερη κατάταξη για κάθε χώρα εμφανίζεται με γραμματοσειρά σκούρου μπλε/λευκού χρώματος. Οι απαντήσεις «άλλο», «κανένα από αυτά» και «δεν γνωρίζω» δεν εμφανίζονται.

(%), Βάση: n=14 380 – Χρησιμοποιεί μέσα κοινωνικής δικτύωσης και/ή πλατφόρμες βίντεο για πληροφορίες σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα (τέταρτο τρίμηνο)

Κοινωνικοδημογραφικές παράμετροι

Οι γυναίκες είναι πιο πιθανό από τους άνδρες να προτιμούν σύντομες αναρτήσεις με βάση το κείμενο (48% έναντι 43%) και ιστορίες (π.χ. Instagram Stories) (29% έναντι 23%) ως τύπους μορφών μέσων κοινωνικής δικτύωσης για πληροφορίες σχετικά με τις τρέχουσες υποθέσεις. Οι άνδρες, από την άλλη πλευρά, είναι πιο πιθανό να αναφέρουν μεγαλύτερα βίντεο (π.χ. YouTube, πάνω από 5 λεπτά) (42% έναντι 28%) και μεγαλύτερα άρθρα που βασίζονται σε κείμενο (π.χ. άρθρα, αναρτήσεις ιστολογίου) (28% έναντι 23%).

Όσο νεότεροι είναι οι χρήστες, τόσο πιο πιθανό είναι να προτιμούν σύντομα βίντεο (π.χ. 60% των ατόμων ηλικίας 15-24 ετών, έναντι 26% των ατόμων ηλικίας 55 ετών και άνω) και ιστορίες (π.χ. ιστορίες Instagram) (36% έναντι 15% αντίστοιχα). Από την άλλη πλευρά, οι χρήστες ηλικίας 15-24 ετών είναι λιγότερο πιθανό να προτιμούν ενημερωτικά δελτία (9% έναντι 15%-19%) και ζωντανές μεταδόσεις ή ζωντανά βίντεο (17% έναντι 23%-29%). Τα άτομα ηλικίας 25-39 ετών είναι πιο πιθανό από όλες τις άλλες ομάδες να προτιμούν podcast (29% έναντι 20%-23%), ενώ αυτή η ομάδα και τα άτομα ηλικίας 40-54 ετών είναι πιο πιθανό από άλλες ηλικιακές ομάδες να προτιμούν μεγαλύτερα άρθρα με βάση το κείμενο (28% το καθένα έναντι 21%-24% των άλλων ηλικιακών ομάδων). Από την άλλη πλευρά, η ομάδα ηλικίας 55 ετών και άνω είναι λιγότερο πιθανό από όλες τις άλλες ηλικιακές ομάδες να προτιμούν βίντεο μεγαλύτερης διάρκειας (31% έναντι 35%-38%) και ενημερωτικά γραφήματα ή διαγράμματα (11% έναντι 18%-25%).

Ορισμένες διαφορές παρατηρούνται επίσης στην εκπαίδευση. Οι χρήστες που εξακολουθούν να σπουδάζουν είναι πιο πιθανό από όλες τις άλλες ηλικιακές ομάδες να προτιμούν σύντομα βίντεο (57% έναντι 36%-40%), ιστορίες (35% έναντι 21%-26%) και ενημερωτικά γραφήματα ή διαγράμματα (27% έναντι 12%-21%), αλλά είναι λιγότερο πιθανό να προτιμούν ζωντανές μεταδόσεις ή ζωντανά βίντεο (17% έναντι 26% εκείνων που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους ηλικίας 16-19 ετών ή 20 ετών και άνω). Από την άλλη πλευρά, όσοι ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους ηλικίας 20 ετών και άνω είναι πιο πιθανό από εκείνους που την ολοκλήρωσαν σε νεότερες ηλικίες και όσοι εξακολουθούν να σπουδάζουν να προτιμούν μεγαλύτερα άρθρα με βάση το κείμενο (29% έναντι 18%-24%) και ενημερωτικά δελτία (18% έναντι 10%-13%). Οι χρήστες που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους ηλικίας 15 ετών και κάτω είναι λιγότερο πιθανό από όλα τα άλλα επίπεδα εκπαίδευσης να προτιμούν σύντομες αναρτήσεις με βάση το κείμενο (33% έναντι 45%-49%).

6.2. Προτιμήσεις περιεχομένου βίντεο για θέματα επικαιρότητας

Στη συνέχεια, ζητήθηκε από τους ερωτηθέντες που χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και/ή πλατφόρμες για πληροφορίες σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα να εκφράσουν τις προτιμήσεις τους όσον αφορά το περιεχόμενο βίντεο σε σχέση με τις πληροφορίες επικαιρότητας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Περισσότεροι από τέσσερις στους δέκα χρήστες αναφέρουν προτίμηση για βίντεο που διερευνούν σε βάθος τις τρέχουσες υποθέσεις (47%), συνεντεύξεις με εμπειρογνώμονες (π.χ. ακαδημαϊκούς ή πολιτικούς αναλυτές) (44%) και συνεντεύξεις με καθημερινούς ανθρώπους ή πολίτες που επηρεάζονται από το ζήτημα (42%).

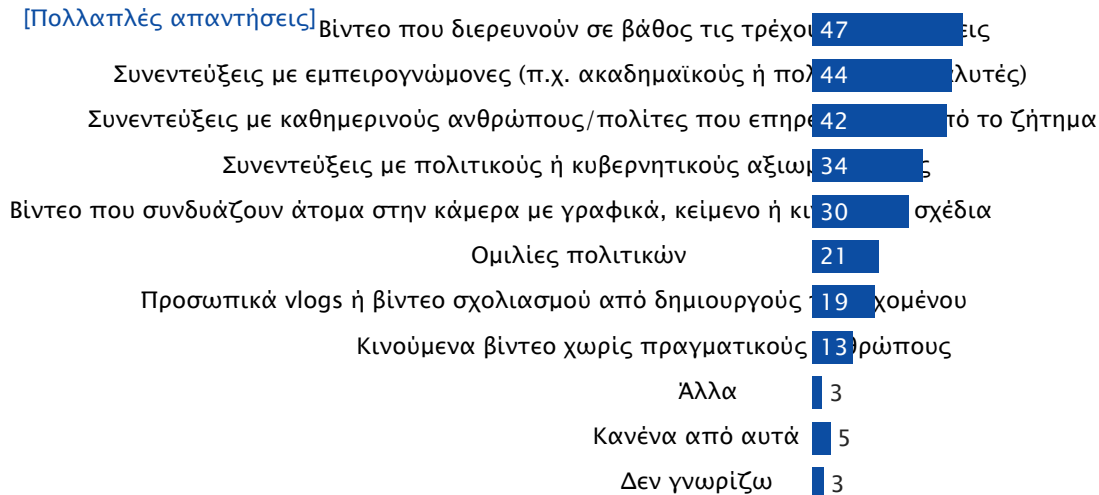
Λίγο περισσότερο από το ένα τρίτο των χρηστών επισημαίνει συνεντεύξεις με πολιτικούς ή κυβερνητικούς αξιωματούχους (34%) και τρεις στους δέκα (30%) χρήστες αναφέρουν βίντεο που συνδυάζουν ανθρώπους στην κάμερα με γραφικά, κείμενο ή κινούμενα σχέδια ως προτιμώμενα είδη περιεχομένου βίντεο σχετικά με τις τρέχουσες υποθέσεις.

Οι μικρότερες μετοχές αναφέρουν, από την άλλη πλευρά, ομιλίες πολιτικών (21%), προσωπικά vlogs ή βίντεο σχολιασμού από δημιουργούς περιεχομένου (19%) και βίντεο κινουμένων σχεδίων χωρίς πραγματικούς ανθρώπους (13%).

Λιγότεροι από ένας στους δέκα (5%) χρήστες εκφράζουν προτίμηση για κανέναν από αυτούς τους τύπους περιεχομένου.

Ε16 Για βίντεο σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ποιο από τα ακόλουθα είδη περιεχομένου θα προτιμούσατε;

[Πολλαπλές απαντήσεις]



(%) Βάση: n=14 380 - Χρησιμοποιεί μέσα κοινωνικής δικτύωσης και/ή πλατφόρμες βίντεο για πληροφορίες σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα (τέταρτο τρίμηνο)

Διαφορές ανά χώρα

Τα βίντεο που διερευνούν σε βάθος τις τρέχουσες υποθέσεις αναδεικνύονται ως ο κορυφαίος τύπος περιεχομένου βίντεο σχετικά με τις τρέχουσες υποθέσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σε 11 κράτη μέλη. Τα μεγαλύτερα ποσοστά που προτιμούν αυτό το είδος περιεχομένου βίντεο παρατηρούνται στη Λιθουανία (56%), την Ιταλία (54%) και τη Γερμανία (52%). Αντίθετα, λίγο περισσότερο από το ένα τρίτο των χρηστών συμμερίζονται αυτή την άποψη στο Βέλγιο (35%).

Σε εννέα κράτη μέλη, οι συνεντεύξεις με εμπειρογνώμονες (π.χ. ακαδημαϊκούς ή πολιτικούς αναλυτές) είναι ο κορυφαίος τύπος περιεχομένου βίντεο που θα προτιμούσαν οι χρήστες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης: Βουλγαρία (54%), Κύπρος (54%), Ρουμανία (52%), Μάλτα (51%), Πολωνία (51%), Τσεχία (47%), Λουξεμβούργο (47%), Κάτω Χώρες (40%) και Βέλγιο (37%). Στην Εσθονία επίσης, οι συνεντεύξεις με εμπειρογνώμονες κατατάσσονται στην πρώτη θέση, μαζί με βίντεο που διερευνούν σε βάθος τις τρέχουσες υποθέσεις (48%).

Οι χρήστες σε επτά κράτη μέλη αναφέρουν συχνότερα τις συνεντεύξεις με καθημερινούς ανθρώπους ή πολίτες που επηρεάζονται από το ζήτημα ως τον προτιμώμενο τύπο περιεχομένου βίντεο: Κροατία (57%), Ελλάδα (55%), Ιρλανδία (49%), Σλοβακία (47%), Σουηδία (44%), Δανία (42%) και Λετονία (42%). Αυτό το είδος περιεχομένου βίντεο κατατάσσεται επίσης στην πρώτη θέση στην Κύπρο (54%), από κοινού με συνεντεύξεις με εμπειρογνώμονες. Το χαμηλότερο ποσοστό χρηστών που επιλέγουν αυτό το είδος περιεχομένου βρίσκεται στη Γαλλία (33%).

Στην Πολωνία (43%), τη Σουηδία (43%) και τη Ρουμανία (41%), πάνω από τέσσερις στους δέκα χρήστες αναφέρουν τις συνεντεύξεις με πολιτικούς ή κυβερνητικούς αξιωματούχους ως τον προτιμώμενο τύπο περιεχομένου βίντεο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Αντίθετα, περίπου ένας στους πέντε χρήστες έχει την ίδια άποψη στο Βέλγιο (26%).

Τα μικρότερα ποσοστά χρηστών σε όλα τα κράτη μέλη αναφέρουν ότι θα προτιμούσαν οποιοδήποτε άλλο είδος περιεχομένου βίντεο σχετικά με τις τρέχουσες υποθέσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης:

- Βίντεο που συνδυάζουν άτομα στην κάμερα με γραφικά, κείμενο ή κινούμενα σχέδια: το ποσοστό που απαντά ότι θα προτιμούσε αυτόν τον τύπο περιεχομένου βίντεο κυμαίνεται μεταξύ 14 % στη Λετονία και 37 % στη Γαλλία.
- Ομιλίες πολιτικών: μεταξύ 8% στη Λετονία και 30% στη Ρουμανία.
- Προσωπικά vlogs ή βίντεο σχολιασμού από δημιουργούς περιεχομένου: μεταξύ 11 % στη Γαλλία και 34 % στη Ρουμανία.
- Κινούμενα βίντεο χωρίς πραγματικούς ανθρώπους: μεταξύ 7 % στη Λετονία και 19 % στο Βέλγιο.

Λιγότεροι από ένας στους δέκα ερωτηθέντες σε κάθε κράτος μέλος αναφέρουν ότι δεν θα προτιμούσαν κανένα από αυτά τα είδη περιεχομένου βίντεο.

Ε16 Για βίντεο σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ποιο από τα ακόλουθα είδη περιεχομένου θα προτιμούσατε; [Πολλαπλές απαντήσεις]

	Βίντεο που διερευνούν σε βάθος τις τρέχουσες υποθέσεις	Συνεντεύξεις με εμπειρογνώμονες (π.χ. ακαδημαϊκούς ή πολιτικούς αναλυτές)	Συνεντεύξεις με καθημερινούς ανθρώπους/πολίτες που επηρεάζονται από το ζήτημα	Συνεντεύξεις με πολιτικούς ή κυβερνητικούς αξιωματούχους	Βίντεο που συνδυάζουν άτομα στην κάμερα με γραφικά, κείμενα ή κινούμενα σχέδια	Ομιλίες πολιτικών	Προσωπικά vlogs ή βίντεο σχολιασμού από δημιουργούς περιεχομένου	Κινούμενα βίντεο χωρίς πραγματικούς ανθρώπους
ΕΕ των 27	47	44	42	34	30	21	19	13
ΒΕ	35	37	35	26	32	17	21	19
ΒΛ	51	54	50	32	28	10	21	10
ΤΣ	41	47	45	37	19	26	20	13
ΔΑ	41	41	42	34	29	20	19	12
ΓΕ	52	39	42	40	28	26	20	14
ΕΣ	48	48	46	33	27	17	21	12
ΙΡ	40	40	49	38	30	19	24	14
ΕΛ	49	49	55	27	32	15	24	17
ΙΣ	49	42	42	31	31	17	24	13
ΓΑ	42	38	33	28	37	18	11	14
ΥΕ	44	48	57	29	27	14	17	8
ΙΤ	54	44	39	28	32	16	14	11
ΚΥ	45	54	54	36	31	15	20	10
ΛΕ	39	37	42	27	14	8	19	7
ΛΙ	56	51	41	35	17	15	18	10
ΛΞ	45	47	45	34	33	21	17	16
ΟΥ	51	50	44	38	20	23	18	9
ΜΑ	37	51	49	37	29	18	19	14
ΚΧ	37	40	36	29	33	15	16	14
ΑΥ	44	41	40	31	28	21	22	13
ΠΛ	44	51	43	43	32	25	21	11
ΠΡ	49	45	45	39	25	21	16	13
ΡΜ	43	52	49	41	28	30	34	13
ΣΝ	48	40	42	30	30	17	18	14
ΣΚ	46	42	47	35	19	19	19	8
ΦΙ	48	47	43	34	25	23	22	11
ΣΔ	36	41	44	43	26	24	24	10

Σημείωση: Όσο υψηλότερη είναι η αναλογία επιλογής μιας απόκρισης, τόσο πιο σκούρο μπλε είναι το κελί. Η απάντηση με την υψηλότερη κατάταξη για κάθε χώρα εμφανίζεται με γραμματοσειρά σκούρου μπλε/λευκού χρώματος. Οι απαντήσεις «άλλο», «κανένα από αυτά» και «δεν γνωρίζω» δεν εμφανίζονται.

(%), Βάση: n=14 380 – Χρησιμοποιεί μέσα κοινωνικής δικτύωσης και/ή πλατφόρμες βίντεο για πληροφορίες σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα (τέταρτο τρίμηνο)

Κοινωνικοδημογραφικές παράμετροι

Οι άνδρες είναι πιο πιθανό από τις γυναίκες να αναφέρουν, ως προτιμώμενα είδη περιεχομένου βίντεο, συνεντεύξεις με πολιτικούς ή κυβερνητικούς αξιωματούχους (37% έναντι 31%), βίντεο που συνδυάζουν ανθρώπους στην κάμερα με γραφικά, κείμενο ή κινούμενα σχέδια (32% έναντι 27%) και ομιλίες πολιτικών (24% έναντι 17%). Οι γυναίκες, από την άλλη πλευρά, είναι πιο πιθανό να αναφέρουν μια τάση για συνεντεύξεις με καθημερινούς ανθρώπους ή πολίτες που επηρεάζονται από το ζήτημα (44% έναντι 39%).

Ορισμένες παραλλαγές στις προτιμήσεις περιεχομένου βίντεο παρατηρούνται επίσης από την ηλικία. Οι χρήστες ηλικίας 55 ετών και άνω (51%) είναι πιο πιθανό από όλες τις άλλες ηλικιακές ομάδες (42%-46%) να προτιμούν βίντεο που διερευνούν σε βάθος τις τρέχουσες υποθέσεις· η ομάδα αυτή είναι επίσης πιθανότερο από τα άτομα ηλικίας 15-24 ετών να προτιμά τη μορφή των συνεντεύξεων με εμπειρογνώμονες (48% έναντι 38%), των συνεντεύξεων με καθημερινούς ανθρώπους ή πολίτες που επηρεάζονται από το ζήτημα (44% έναντι 39%), των συνεντεύξεων με πολιτικούς ή κυβερνητικούς αξιωματούχους (37% έναντι 31%) και των ομιλιών πολιτικών (23% έναντι 19%). Από την άλλη πλευρά, οι χρήστες ηλικίας 55 ετών και άνω είναι λιγότερο πιθανό από τις νεότερες ηλικιακές ομάδες να εκφράσουν προτίμηση για βίντεο που συνδυάζουν άτομα στην κάμερα με γραφικά, κείμενο ή κινούμενα σχέδια (19% έναντι 29%-39%), προσωπικά vlogs ή βίντεο σχολιασμού από δημιουργούς περιεχομένου (13% έναντι 20%-25%) και κινούμενα βίντεο χωρίς πραγματικούς ανθρώπους (6% έναντι 11%-18%).

Όσοι ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους ηλικίας 20 ετών και άνω είναι πιο πιθανό από εκείνους που την ολοκλήρωσαν σε νεότερες ηλικίες να προτιμούν συνεντεύξεις με εμπειρογνώμονες (50% έναντι 32%-39%) και συνεντεύξεις με πολιτικούς (37% έναντι 28%-33%)· αυτή η ομάδα και εκείνοι που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους ηλικίας 16-19 ετών είναι επίσης πιο πιθανό από εκείνους που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους ηλικίας 15 ετών και κάτω να ευνοήσουν τα βίντεο που διερευνούν σε βάθος τις τρέχουσες υποθέσεις (47% και 49% το καθένα, έναντι 39%). Οι χρήστες που εξακολουθούν να σπουδάζουν είναι πιο πιθανό από άλλα επίπεδα εκπαίδευσης να εκφράσουν την προτίμησή τους για βίντεο που συνδυάζουν άτομα στην κάμερα με γραφικά, κείμενο ή κινούμενα σχέδια (41% έναντι 22%-32%), προσωπικά vlogs ή βίντεο σχολιασμού από δημιουργούς περιεχομένου (26% έναντι 16%-19%) και βίντεο κινουμένων σχεδίων χωρίς πραγματικούς ανθρώπους (19% έναντι 9%-13%). Οι χρήστες που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους ηλικίας 16-19 ετών (24%) είναι πιο πιθανό από όλες τις άλλες ομάδες (17%-20%) να προτιμούν ομιλίες από πολιτικούς. Τέλος, οι χρήστες που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους ηλικίας 15 ετών και κάτω (10%) είναι πιο πιθανό από όλα τα άλλα επίπεδα εκπαίδευσης (3%-6%) να μην αναφέρουν κανένα από αυτά τα είδη περιεχομένου ως προτίμησή τους.

7. ΕΠΙΣΗΜΑΙΝΕΙ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΕΕ

7.1. Ενδιαφέρον για την πολιτική της ΕΕ

Παρουσιάστηκε στους ερωτηθέντες το προοίμιο: «Μερικοί άνθρωποι παρακολουθούν τι συμβαίνει στην πολιτική της ΕΕ, είτε διεξάγονται εκλογές είτε όχι. Άλλοι δεν ενδιαφέρονται τόσο». Στη συνέχεια ρωτήθηκαν αν θα έλεγαν ότι παρακολουθούν τι συμβαίνει στην πολιτική της ΕΕ.

Λίγο περισσότεροι από δύο στους δέκα (22 %) ερωτηθέντες δηλώνουν ότι παρακολουθούν τις εξελίξεις στην πολιτική της ΕΕ «τις περισσότερες φορές», ενώ περισσότεροι από τέσσερις στους δέκα (44 %) ερωτηθέντες αναφέρουν ότι το πράττουν «κατά καιρούς». Ένα άλλο ένα πέμπτο (21%) των ερωτηθέντων αναφέρει «σπάνια» μετά από ό,τι συμβαίνει στην πολιτική της ΕΕ. Περίπου ένας στους δέκα (11 %) απαντά ότι «ποτέ ή σχεδόν ποτέ» δεν το πράττει.

Ε23 Ορισμένοι παρακολουθούν τι συμβαίνει στην πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης, είτε διεξάγονται εκλογές είτε όχι. Άλλοι δεν ενδιαφέρονται τόσο. Θα λέγατε ότι παρακολουθείτε τι συμβαίνει στην πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης;



(%) Βάση: n=26 121 - Όλοι οι απαντήσαντες

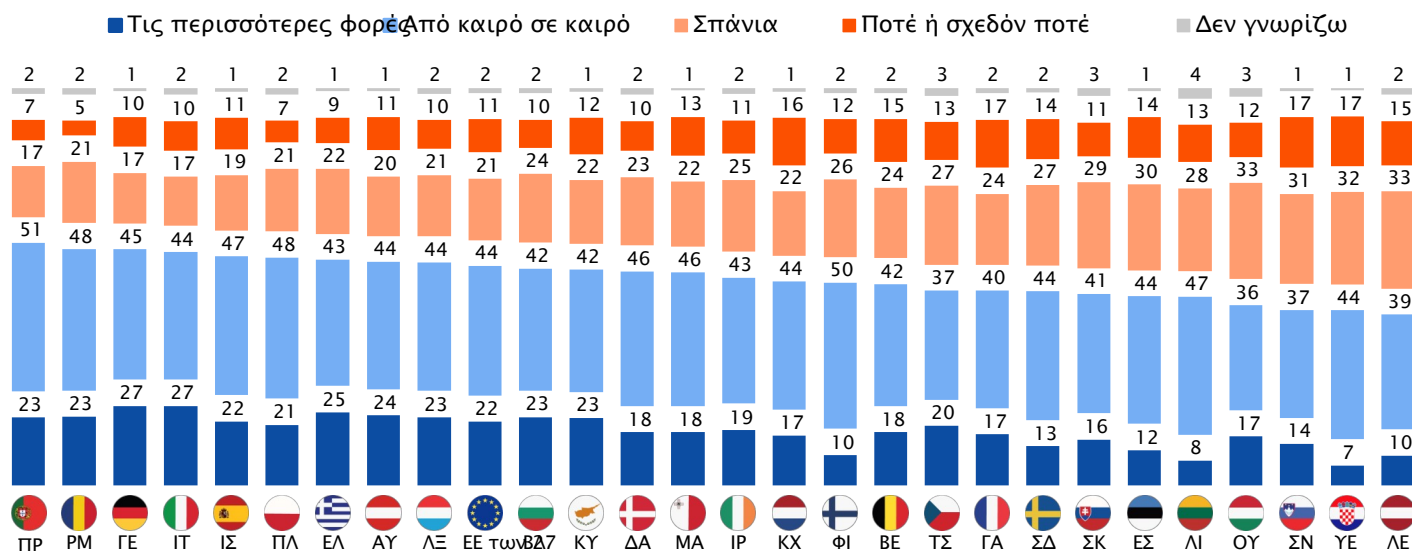
Διαφορές ανά χώρα

Με εξαίρεση τη Λετονία (49 %), η πλειονότητα σε όλα τα κράτη μέλη αναφέρει ότι ακολουθεί τα όσα συμβαίνουν στην πολιτική της ΕΕ τουλάχιστον κατά καιρούς (δηλαδή «κατά καιρούς» και «τις περισσότερες φορές»). Πάνω από τα δύο τρίτα των ερωτηθέντων αναφέρουν αυτό το ποσοστό στην Πορτογαλία (74%), τη Γερμανία (72%), τη Ρουμανία (72%), την Ιταλία (71%), την Ισπανία (69%), την Πολωνία (69%) και την Ελλάδα (68%).¹⁵

Στη Λετονία (33%), την Ουγγαρία (33%), την Κροατία (32%) και τη Σλοβενία (31%), λίγο περισσότεροι από τρεις στους δέκα ερωτηθέντες αναφέρουν ότι παρακολουθούν «σπάνια» τις εξελίξεις στην πολιτική της ΕΕ. Από την άλλη πλευρά, λιγότεροι από δύο στους δέκα ερωτηθέντες αναφέρουν αυτό το ποσοστό στη Γερμανία (17%), την Ιταλία (17%), την Πορτογαλία (17%) και την Ισπανία (19%). Τα υψηλότερα ποσοστά απαντήσεων «ποτέ ή σχεδόν ποτέ» που ακολουθούν τα όσα συμβαίνουν στην πολιτική της ΕΕ παρατηρούνται στη Γαλλία (17 %), την Κροατία (17 %), τη Σλοβενία (17 %) και τις Κάτω Χώρες (16 %). Η άποψη αυτή είναι, από την άλλη πλευρά, λιγότερο συχνή στη Ρουμανία (5%), την Πολωνία (7%) και την Πορτογαλία (7%).

¹⁵ Λόγω στρογγυλοποίησης, ενδέχεται επίσης τα ποσοστά για τις ξεχωριστές επιλογές απόκρισης να μην αθροίζονται ακριβώς στα σύνολα που αναφέρονται στο κείμενο.

Ε23 Ορισμένοι παρακολουθούν τι συμβαίνει στην πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης, είτε διεξάγονται εκλογές είτε όχι. Άλλοι δεν ενδιαφέρονται τόσο. Θα λέγατε ότι παρακολουθείτε τι συμβαίνει στην πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης;



(%) Βάση: n=26 121 - Όλοι οι απαντήσαντες

Κοινωνικοδημογραφικές παράμετροι

Οι άνδρες έχουν περισσότερες πιθανότητες από τις γυναίκες να αναφέρουν τι συμβαίνει στην πολιτική της ΕΕ «τις περισσότερες φορές» (26 % έναντι 18 %)· από την άλλη πλευρά, οι γυναίκες είναι πιθανότερο από τις ομόλογές τους να αναφέρουν «ποτέ ή σχεδόν ποτέ» κάτι τέτοιο (14 % έναντι 9 %).

Η πιθανότητα ένδειξης του τι συμβαίνει στην πολιτική της ΕΕ «τις περισσότερες φορές» είναι υψηλότερη

μεταξύ των ατόμων ηλικίας 55 ετών και άνω (26% έναντι 15%-21%). Οι ερωτηθέντες ηλικίας 55 ετών και άνω (18 %) είναι, από την άλλη πλευρά, λιγότερο πιθανό από όλες τις νεότερες ομάδες (22 %-25 %) να αναφέρουν «σπάνια» μετά τα όσα συμβαίνουν στην πολιτική της ΕΕ.

Οι παλαιότεροι ερωτηθέντες ήταν όταν ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους, τόσο πιο πιθανό είναι να αναφέρουν «τις περισσότερες φορές» τις πολιτικές της ΕΕ: από το 16 % των ατόμων που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους ηλικίας 15 ετών και κάτω έως το 25 % των ατόμων που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους ηλικίας 20 ετών και άνω. Οι ερωτηθέντες που εξακολουθούν να σπουδάζουν (48 %) και εκείνοι που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους ηλικίας 20 ετών και άνω (46 %) έχουν επίσης περισσότερες πιθανότητες από εκείνους που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους σε νεότερες ηλικίες (39 %-42 %) να αναφέρουν ότι το πράττουν «κατά καιρούς». Από την άλλη πλευρά, οι ερωτηθέντες που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους ηλικίας 15 ετών και κάτω (17 %) είναι πιθανότερο από όλα τα άλλα επίπεδα εκπαίδευσης (9 %-13 %) να δηλώσουν «ποτέ ή σχεδόν ποτέ».

7.2. Αντιληπτή σημασία της προσχώρησης στην ΕΕ

Οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να αξιολογήσουν τη σημασία της χώρας τους ως κράτους μέλους της ΕΕ σε κλίμακα από το 1 έως το 10, όπου το 1 σημαίνει «καθόλου σημαντικό» και το 10 σημαίνει «εξαιρετικά σημαντικό».

Συνολικά, σε ολόκληρη την ΕΕ, περίπου τα δύο τρίτα (66%) των ερωτηθέντων θεωρούν σημαντική τη συμμετοχή της χώρας τους (βαθμολογία 8-10) και το 15% τη θεωρούν μικρής σημασίας (βαθμολογία 1-4). Λιγότεροι από δύο στους δέκα ερωτηθέντες (16 %) επιλέγουν μια πιο μετριοπαθή στάση στην κλίμακα (βαθμολογία 5-6 «Ούτε σημαντική ούτε ασήμαντη»).

Διαφορές ανά χώρα

Σε όλα τα κράτη μέλη εκτός από ένα (Τσεχία), η πλειονότητα όσων απάντησαν θεωρεί σημαντική τη συμμετοχή της χώρας τους στην ΕΕ (βαθμολογία 8-10), με το σχετικό μέγεθος αυτής της πλειοψηφίας να κυμαίνεται από 55 % στην Αυστρία έως 82 % στην Πορτογαλία. Αντιθέτως, το 45 % των ερωτηθέντων στην Τσεχία συμμερίζεται την άποψη αυτή.

Το ποσοστό των απαντησάντων που εκφράζουν πιο μετριοπαθή στάση όσον αφορά την κλίμακα σπουδαιότητας (βαθμολογία 5-6) κυμαίνεται μεταξύ περίπου ενός στους δέκα απαντήσαντες στη Ρουμανία (10 %), το Λουξεμβούργο (11 %) και την Πορτογαλία (11 %) και περίπου ενός τετάρτου των απαντησάντων στην Τσεχία (24 %).

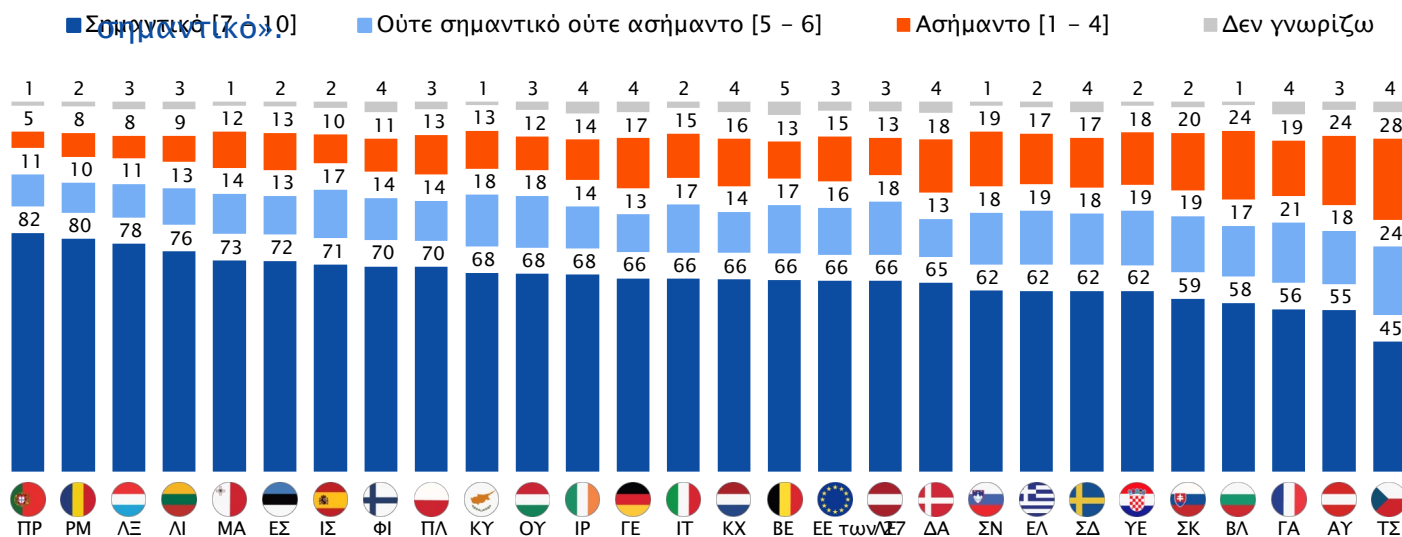
Τα υψηλότερα ποσοστά απαντησάντων που θεωρούν ότι η συμμετοχή της χώρας τους στην ΕΕ είναι χαμηλής σημασίας (βαθμολογία 1-4) παρατηρούνται στην Τσεχία (28 %), την Αυστρία (24 %) και τη Βουλγαρία (24 %). Από την άλλη πλευρά, λιγότεροι από ένας στους δέκα ερωτηθέντες συμμερίζονται την άποψη αυτή στην Πορτογαλία (5 %), το Λουξεμβούργο (8 %), τη Ρουμανία (8 %) και τη Λιθουανία (9 %).

Ε20 Πόσο σημαντικό είναι για εσάς το γεγονός ότι (ΧΩΡΑ) είναι κράτος μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης; Χρησιμοποιήστε μια κλίμακα από το 1 έως το 10 όπου το 1 σημαίνει «καθόλου σημαντικό» και το 10 σημαίνει «εξαιρετικά σημαντικό».



(%) Βάση: n=26 121 - Όλοι οι απαντήσαντες

E20 Πόσο σημαντικό είναι για εσάς το γεγονός ότι (ΧΩΡΑ) είναι κράτος μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης; Χρησιμοποιήστε μια κλίμακα από το 1 έως το 10 όπου το 1 σημαίνει «καθόλου σημαντικό» και το 10 σημαίνει «εξαιρετικά σημαντικό».



(%) Βάση: n=26 121 - Όλοι οι απαντήσαντες

Κοινωνικοδημογραφικές παράμετροι

Οι ακόλουθες κοινωνικοδημογραφικές ομάδες είναι πιθανότερο να θεωρούν σημαντική τη συμμετοχή της χώρας τους (βαθμολογία 7-10):

- ερωτηθέντες ηλικίας 55 ετών και άνω (69% έναντι 62%-64% όλων των άλλων ηλικιακών ομάδων)·
- Οι ερωτηθέντες που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους σε ηλικία 20 ετών και άνω (71% έναντι 56%-62% των άλλων επιπέδων εκπαίδευσης).

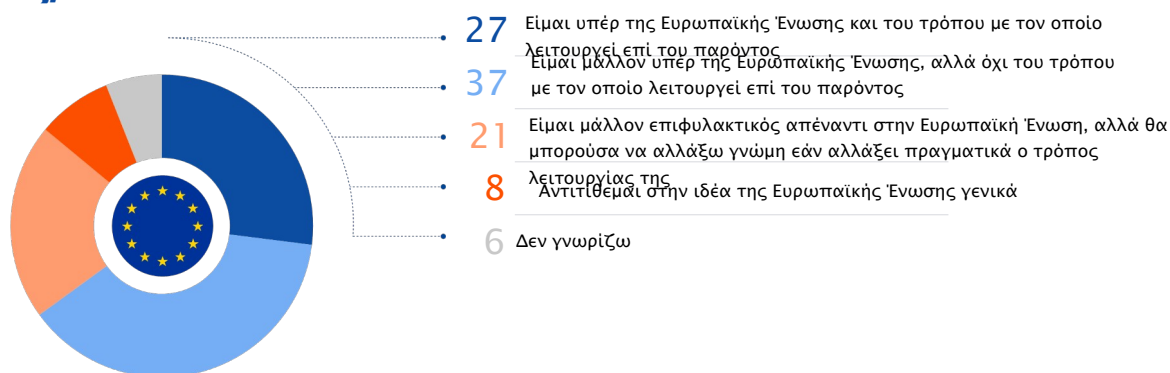
Αντίθετα, οι ακόλουθες κοινωνικοδημογραφικές ομάδες είναι κάπως πιθανότερο να θεωρήσουν τη συμμετοχή της χώρας τους ως μικρής σημασίας (βαθμολογία 1-4):

- Άνδρες (17 % έναντι 14 % των γυναικών)·
- Οι ερωτηθέντες ηλικίας 40-54 ετών (έναντι π.χ. 13 % των ατόμων ηλικίας 15-24 ετών)
- Οι ερωτηθέντες που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους σε ηλικία 19 ετών και κάτω (17% έναντι 14% όσων ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους σε ηλικία 20 ετών και άνω και 13% όσων εξακολουθούν να σπουδάζουν).

7.3. Ευνοϊκότητα έναντι της ΕΕ

Πάνω από έξι στους δέκα ερωτηθέντες είναι γενικά υπέρ της ΕΕ: το 27 % τάσσεται υπέρ της ΕΕ και του τρόπου με τον οποίο λειτουργεί επί του παρόντος. Το 37% τάσσεται μάλλον υπέρ της ΕΕ, αλλά όχι υπέρ του τρόπου με τον οποίο λειτουργεί επί του παρόντος. Περίπου το ένα πέμπτο (21%) των ερωτηθέντων είναι μάλλον επιφυλακτικοί απέναντι στην ΕΕ, αλλά θα μπορούσαν να αλλάξουν γνώμη εάν αλλάξει πραγματικά ο τρόπος λειτουργίας της. Λιγότεροι από ένας στους δέκα (8%) ερωτηθέντες αντιτίθενται στην ιδέα της ΕΕ εν γένει.

E21 Ποια από τις ακόλουθες δηλώσεις σχετικά με την Ευρωπαϊκή Ένωση προσεγγίζει περισσότερο τη γνώμη σας;



(%) Βάση: n=26 121 - Όλοι οι απαντήσαντες

Διαφορές ανά χώρα

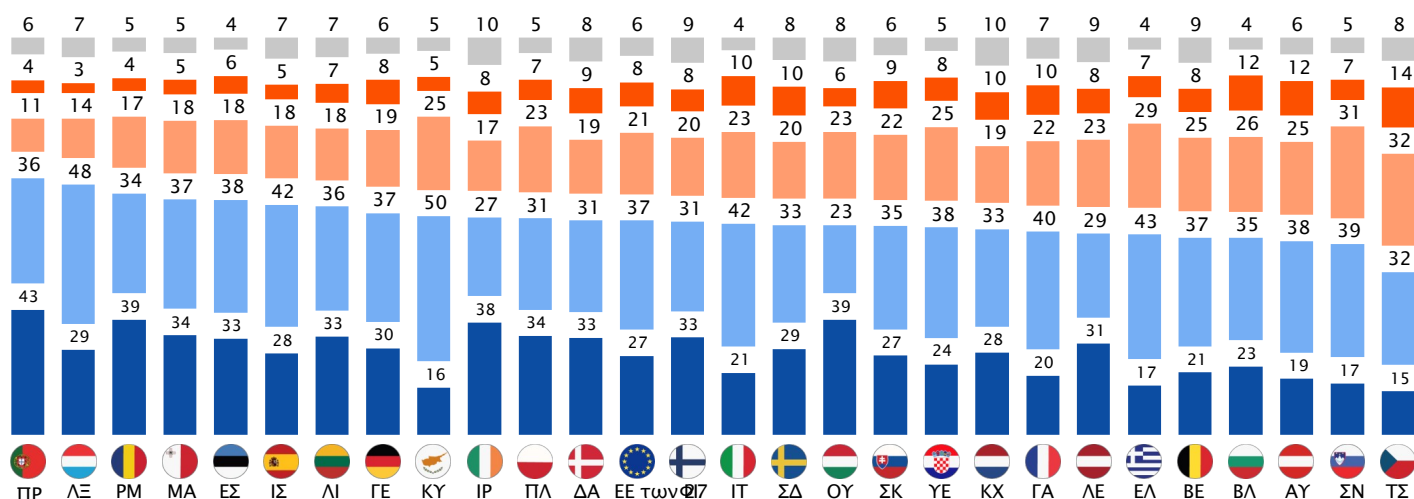
Το ποσοστό των ερωτηθέντων που τάσσονται γενικά υπέρ της ΕΕ φθάνει την πλειοψηφία σε όλα τα κράτη μέλη εκτός από ένα (Τσεχία, όπου το ποσοστό ανέρχεται σε 47 %). Ειδικότερα, ωστόσο, το μερίδιο υπέρ της ΕΕ και ο τρόπος με τον οποίο λειτουργεί επί του παρόντος δεν φθάνουν ποτέ την πλειοψηφία σε κανένα κράτος μέλος και κυμαίνονται από 15 % στην Τσεχία έως 43 % στην Πορτογαλία. Από την άλλη πλευρά, το ποσοστό των ερωτηθέντων που δηλώνουν ότι είναι μάλλον υπέρ της ΕΕ, αλλά όχι υπέρ του τρόπου με τον οποίο λειτουργεί επί του παρόντος, κυμαίνεται μεταξύ 23 % στην Ουγγαρία και 50 % στην Κύπρο.

Τουλάχιστον τρεις στους δέκα ερωτηθέντες στην Τσεχία (32%) και τη Σλοβενία (31%) δηλώνουν ότι είναι μάλλον επιφυλακτικοί απέναντι στην ΕΕ, αλλά θα μπορούσαν να αλλάξουν γνώμη εάν αλλάξει πραγματικά ο τρόπος λειτουργίας της. Αντίθετα, περίπου ένας στους δέκα (11%) ερωτηθέντες στην Πορτογαλία συμμερίζεται την άποψη αυτή.

Το ποσοστό των απαντησάντων που δηλώνουν ότι αντιτίθενται στην ιδέα της ΕΕ εν γένει παραμένει κάτω από το όριο του 10 % σε όλα τα κράτη μέλη εκτός από επτά: Τσεχία (14 %), Αυστρία (12 %), Βουλγαρία (12 %), Κάτω Χώρες (10 %), Γαλλία (10 %), Ιταλία (10 %) και Σουηδία (10 %). Από την άλλη πλευρά, τα χαμηλότερα ποσοστά που δείχνουν να αντιτίθενται βρίσκονται στο Λουξεμβούργο (3%).

E21 Ποια από τις ακόλουθες δηλώσεις σχετικά με την Ευρωπαϊκή Ένωση προσεγγίζει περισσότερο τη γνώμη σας;

- Είμαι υπέρ της Ευρωπαϊκής Ένωσης και του τρόπου με τον οποίο λειτουργεί επί του παρόντος
- Είμαι μάλλον υπέρ της Ευρωπαϊκής Ένωσης, αλλά όχι του τρόπου με τον οποίο λειτουργεί επί του παρόντος
- Είμαι μάλλον επιφυλακτικός απέναντι στην Ευρωπαϊκή Ένωση, αλλά θα μπορούσα να αλλάξω γνώμη εάν αλλάξει πρ
- Αντιτίθεμαι στην ιδέα της Ευρωπαϊκής Ένωσης εν γένει
- Δεν γνωρίζω



(%) Βάση: n=26 121 - Όλοι οι απαντήσαντες

Κοινωνικοδημογραφικές παράμετροι

Οι ερωτηθέντες ηλικίας 15-24 ετών (31%) είναι πιθανότερο από όλες τις άλλες ηλικιακές ομάδες (24%-28%) να είναι υπέρ της ΕΕ και του τρόπου με τον οποίο λειτουργεί επί του παρόντος· η ομάδα αυτή (17%) είναι επίσης πιθανό από όλες τις άλλες ηλικιακές ομάδες (21%-23%) να αναφέρει ότι είναι μάλλον επιφυλακτική έναντι της ΕΕ, αλλά πρόθυμη να αλλάξει γνώμη εάν αλλάξει πραγματικά ο τρόπος λειτουργίας της. Οι ερωτηθέντες ηλικίας 40-54 ετών είναι, από την άλλη πλευρά, πιο πιθανό από όλες τις άλλες ομάδες να αντιταχθούν στην ιδέα της ΕΕ εν γένει (11% έναντι 5%-8%).

Όσον αφορά την εκπαίδευση, οι ερωτηθέντες που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους σε ηλικία 20 ετών και άνω (29%) και εκείνοι που εξακολουθούν να σπουδάζουν (31%) έχουν περισσότερες πιθανότητες από εκείνους που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους σε νεότερες ηλικίες (19%-24%) να δηλώσουν ότι τάσσονται υπέρ της ΕΕ και του τρόπου με τον οποίο λειτουργεί επί του παρόντος. Οι ερωτηθέντες που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους σε ηλικία 20 ετών και άνω είναι επίσης πιο πιθανό από όλα τα άλλα επίπεδα εκπαίδευσης να αναφέρουν ότι είναι μάλλον υπέρ της ΕΕ, αλλά όχι του τρόπου με τον οποίο εργάζεται επί του παρόντος (40% έναντι 32%-36%). Αντίθετα, οι ερωτηθέντες που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους ηλικίας 15 ετών και κάτω ή ηλικίας 16-19 ετών είναι πιθανότερο να δείξουν ότι είναι μάλλον επιφυλακτικοί με την ΕΕ, αλλά πρόθυμοι να αλλάξουν γνώμη εάν ο τρόπος με τον οποίο λειτουργεί αλλάξει πραγματικά (28 % και 22 % αντίστοιχα, έναντι 18 %-20 %) και να αναφέρουν ότι αντιτίθενται στην ιδέα της ΕΕ εν γένει (11 % και 10 % έναντι 5 %-7%).

7.4. Οι πλέον αξιόπιστες οντότητες

Όταν ερωτήθηκαν σχετικά με την εμπιστοσύνη τους σε διάφορες οντότητες, πάνω από τέσσερις στους δέκα ερωτηθέντες δήλωσαν ότι εμπιστεύονται τους περισσότερους φίλους και την οικογένεια (45%)· το ίδιο ποσοστό παρατηρείται και για τους επιστήμονες (45%).

Μεταξύ ενός στους πέντε και ενός στους δέκα ερωτηθέντες αναφέρουν ότι εμπιστεύονται τους περισσότερους εκπαιδευτικούς σχολείων ή πανεπιστημιακούς καθηγητές (17%), δημοσιογράφους (13%), δημόσιους οργανισμούς (13%), ΜΚΟ (11%) και μέσα ενημέρωσης (10%). Οι μικρότερες μετοχές εμπιστεύονται περισσότερο οποιαδήποτε άλλη οντότητα: ιδιωτικές εταιρείες (6%), πολιτικοί (5%), επηρεαστές γνώμης ή δημιουργοί περιεχομένου (4%) ή άλλοι (3%).

Ειδικότερα, ένας στους δέκα (10%) ερωτηθέντες αναφέρει ότι δεν εμπιστεύεται περισσότερο καμία από αυτές τις καταχωρισμένες οντότητες.

E22 Ποιο από τα παρακάτω εμπιστεύεστε περισσότερο;

[Πολλαπλές απαντήσεις]



(%) Βάση: n= 26 121 – Όλοι οι ερωτηθέντες

Διαφορές ανά χώρα

Οι ερωτηθέντες στα περισσότερα κράτη μέλη αναφέρουν συχνότερα τους φίλους και την οικογένεια ως την πιο αξιόπιστη ομάδα· αυτό ισχύει, για παράδειγμα, για την Κροατία (54 %), τη Σλοβενία (53 %), την Ιρλανδία (53 %), την Τσεχία (53 %), την Ελλάδα (52 %) και την Κύπρο (50 %).

Οι επιστήμονες είναι οι κορυφαίοι στην Ισπανία (54%), την Εσθονία (52%), την Ιταλία (52%), το Λουξεμβούργο (52%), το Βέλγιο (45%), τις Κάτω Χώρες (45%) και τη Λιθουανία (42%).

Μικρότερες μετοχές περίπου του ενός πέμπτου ή λιγότερων απαντησάντων υποδεικνύουν οποιαδήποτε άλλη οντότητα ως την πλέον αξιόπιστη:

- Καθηγητές σχολείων ή πανεπιστημιακοί λέκτορες: μερίδιο που κυμαίνεται από 9 % στη Γερμανία και τη Λετονία έως 26 % στην Ελλάδα·
- Δημοσιογράφοι: από 6% στην Ελλάδα σε 22% στις Κάτω Χώρες·
- Δημόσιοι οργανισμοί: από 5% στην Κύπρο σε 24% στη Σουηδία·
- ΜΚΟ: από 4 % στη Σλοβενία σε 22 % τόσο στην Ουγγαρία όσο και στη Μάλτα·
- Μέσα ενημέρωσης: από 3 % στην Ελλάδα έως 20 % στην Πορτογαλία·
- Ιδιωτικές εταιρείες: από 3 % στην Κροατία, την Κύπρο, το Λουξεμβούργο, την Ουγγαρία και τη Φινλανδία, σε 8 % στη Δανία·
- Πολιτικοί: από 1% στην Κύπρο σε 9% στη Σουηδία·
- Επηρεαστές/δημιουργοί περιεχομένου: από 1 % στο Λουξεμβούργο σε 7 % στη Βουλγαρία, την Τσεχία και την Ελλάδα.

Τέλος, ένα ποσοστό ερωτηθέντων που κυμαίνεται μεταξύ 5 % (στη Φινλανδία και τη Σουηδία) και 17 % (στην Κύπρο) δεν αναφέρει κανένα από αυτά ως το πλέον αξιόπιστο.

Ε22 Ποιο από τα παρακάτω εμπιστεύεστε περισσότερο; [Πολλαπλές απαντήσεις]

	Φίλοι και οικογένεια	Επιστ ήμονες	Καθηγητέ ς/ καθηγητέ ς πανεπιστ ημίου	Δημοσιο γράφοι	Δημόσιο ι οργανισ μοί	ΜΚΟ	Μέσ α ενημ έρω σης	Ιδιωτικές εταιρείες	Πολιτικό ί	Influence rs / δημιουργ οί περιεχομ ένου	Άλλ α	Καν ένα από αυτά
K27	45	45	17	13	13	11	10	6	5	4	3	10
BE	36	45	19	18	9	8	14	6	4	5	2	8
ΒΛ	41	38	19	14	13	12	16	4	4	7	6	12
ΤΣ	53	37	10	8	10	10	9	6	5	7	4	8
ΔΑ	44	42	14	11	13	6	11	8	8	2	2	7
ΓΕ	48	44	9	13	16	8	10	6	5	4	3	12
ΕΣ	50	52	14	11	17	6	13	5	5	4	2	6
ΙΡ	53	35	19	17	14	7	11	5	7	6	2	6
ΕΛ	52	46	26	6	9	5	3	4	5	7	3	10
ΙΣ	51	54	19	11	11	13	12	6	4	5	2	6
ΓΑ	42	41	19	12	11	14	8	7	4	3	2	13
ΥΕ	54	43	14	8	7	18	6	3	2	3	3	9
ΙΤ	38	52	21	11	15	13	6	7	5	3	3	11
ΚΥ	50	48	18	7	5	5	7	3	1	4	3	17
ΛΕ	47	30	9	12	14	5	13	4	3	4	2	11
ΛΙ	40	42	11	11	14	9	16	4	2	4	3	12
ΛΞ	46	52	16	19	21	9	10	3	3	1	2	7
ΟΥ	49	35	14	8	6	22	7	3	3	6	4	12
ΜΑ	45	32	21	19	11	22	10	4	7	4	3	7
ΚΧ	42	45	13	22	11	6	11	4	6	3	3	9
ΑΥ	44	41	17	11	18	6	11	4	5	5	2	11
ΠΛ	41	41	19	16	10	12	11	6	4	4	2	13
ΠΡ	48	44	24	17	11	13	20	4	2	3	2	6
ΡΜ	46	43	20	15	10	10	11	7	4	5	3	9
ΣΝ	53	43	15	7	10	4	7	7	2	4	3	12
ΣΚ	37	37	13	13	13	9	13	5	6	4	4	14
ΦΙ	48	47	14	9	20	11	12	3	5	5	3	5
ΣΔ	48	46	15	15	24	10	11	5	9	3	2	5

Σημείωση: Όσο υψηλότερη είναι η αναλογία επιλογής μιας απόκρισης, τόσο πιο σκούρο μπλε/πορτοκαλί είναι το κελί. Η απάντηση με την υψηλότερη κατάταξη για κάθε χώρα εμφανίζεται με γραμματοσειρά σκούρου μπλε/λευκού χρώματος. Η απάντηση «δεν γνωρίζω» δεν εμφανίζεται.

(%), Βάση: n=26 121 – Όλοι οι απαντήσαντες

Κοινωνικοδημογραφικές παράμετροι

Οι άνδρες είναι πιο πιθανό από τις γυναίκες να εμπιστεύονται τους επιστήμονες περισσότερο (47% έναντι 42%).

Ορισμένες διαφορές παρατηρούνται επίσης με βάση την ηλικία. Συγκεκριμένα, η εμπιστοσύνη στους επιστήμονες αυξάνεται με την ηλικία (από 39% των ερωτηθέντων ηλικίας 15-24 ετών σε 48% των ατόμων ηλικίας 55 ετών και άνω), όπως και η τάση να μην εμπιστεύονται καμία από τις καταχωρισμένες οντότητες (από 6% των ατόμων ηλικίας 15-24 ετών σε 12% των ατόμων ηλικίας 55 ετών και άνω). Αντίθετα, η εμπιστοσύνη στους influencers και τους δημιουργούς περιεχομένου μειώνεται με την ηλικία (από το 8% των ατόμων ηλικίας 15-24 ετών στο 1% των ατόμων ηλικίας 55 ετών και άνω).

Οι ερωτηθέντες που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους ηλικίας 20 ετών και άνω (51%) είναι πιο πιθανό από εκείνους που την ολοκλήρωσαν σε νεότερες ηλικίες (37%-41%) και εκείνους που εξακολουθούν να σπουδάζουν (44%) να εμπιστεύονται περισσότερο τους επιστήμονες. Οι ερωτηθέντες που εξακολουθούν να σπουδάζουν είναι πιο πιθανό από εκείνους που έχουν ήδη ολοκληρώσει την εκπαίδευσή τους σε μικρότερες ηλικίες να εμπιστεύονται τους περισσότερους εκπαιδευτικούς σχολείων ή πανεπιστημιακούς καθηγητές (24% έναντι 12-18%) και ΜΚΟ (13% έναντι 8%-12%). Αυτή η ομάδα είναι επίσης λιγότερο πιθανό από εκείνους που ολοκλήρωσαν την εκπαίδευσή τους να δείχνουν εμπιστοσύνη σε κανέναν από αυτούς (6% έναντι 9%-13%).

Παρατηρήσεις

(Πιέρ Ντιουμεγκάρντ)

Είναι κρίμα που δεν υπάρχουν πίνακες αριθμητικών τιμών για τις κοινωνικοδημογραφικές πτυχές. Αυτό θα διευκόλυνε την κατανόηση της σημασίας των διαφορών ηλικίας ή κοινωνικής κατηγορίας.

Τα chatbots δεν έχουν (ακόμη) καταστεί σημαντική πηγή πληροφοριών (Q4a): μεταξύ 6% στη Γαλλία και 17% στην Κύπρο. Ωστόσο, η προσωπική μου εμπειρία με μαθητές δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης δείχνει ότι μεταξύ των νέων ηλικίας κάτω των 15 ετών, η διαβούλευση με διαλογικά ρομπότ είναι πολύ συνηθισμένη.

ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ

Μεταξύ 11 και 18 Ιουνίου 2025, η Ipsos European Public Affairs πραγματοποίησε το Έκτακτο Ευρωβαρόμετρο FL014EP κατόπιν αιτήματος του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου, Γενική Διεύθυνση Επικοινωνίας. Το Έκτακτο Ευρωβαρόμετρο καλύπτει τον πληθυσμό πολιτών της ΕΕ, κατοίκων ενός από τα 27 κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης και ηλικίας 15 ετών και άνω.

Όλες οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν μέσω Computer-Assisted Web Interviewing (CAWI), χρησιμοποιώντας τα online panels της Ipsos και το δίκτυο συνεργατών τους. Οι ερωτηθέντες επιλέχθηκαν από ομάδες διαδικτυακής πρόσβασης, ομάδες ατόμων που έχουν προσληφθεί εκ των προτέρων και έχουν συμφωνήσει να συμμετάσχουν στην έρευνα. Η ποσόστωση δειγματοληψίας καθορίστηκε με βάση την ηλικία (15-24 ετών, 25-34 ετών, 35-49 ετών, 55-64 ετών και 65+ ετών), το φύλο και τη γεωγραφική περιοχή (NUTS1, NUTS2 ή NUTS 3, ανάλογα με το μέγεθος της χώρας και τον αριθμό των περιφερειών NUTS).

Περιθώριο σφάλματος

Τα αποτελέσματα της έρευνας υπόκεινται σε ανοχές δειγματοληψίας. Το «περιθώριο σφάλματος» ποσοτικοποιεί την αβεβαιότητα σχετικά με ένα αποτέλεσμα έρευνας (ή την εμπιστοσύνη σε αυτό). Κατά γενικό κανόνα, όσο περισσότερες συνεντεύξεις διεξάγονται (μέγεθος δείγματος), τόσο μικρότερο είναι το περιθώριο σφάλματος. Ένα δείγμα 500 μονάδων θα έχει περιθώριο σφάλματος που δεν θα υπερβαίνει τις 4,4 εκατοστιαίες μονάδες και ένα δείγμα 1 000 μονάδων θα έχει περιθώριο σφάλματος που δεν θα υπερβαίνει τις 3,1 εκατοστιαίες μονάδες.

Στατιστικά περιθώρια λόγω ανοχών δειγματοληψίας
(σε επίπεδο εμπιστοσύνης 95 %)

τα διάφορα μεγέθη δειγμάτων είναι στις σειρές	διάφορα παρατηρούμενα αποτελέσματα είναι σε στήλες						
	5 %	10 %	25 %	50 %	75 %	90 %	95 %
n=50	±6,0	±8,3	±12,0	±13,9	±12,0	±8,3	±6,0
n=100	±4,3	±5,9	±8,5	±9,8	±8,5	±5,9	±4,3
n=200	±3,0	±4,2	±6,0	±6,9	±6,0	±4,2	±3,0
n=500	±1,9	±2,6	±3,8	±4,4	±3,8	±2,6	±1,9
n=1000	±1,4	±1,9	±2,7	±3,1	±2,7	±1,9	±1,4
n=1500	±1,1	±1,5	±2,2	±2,5	±2,2	±1,5	±1,1
n=2000	±1,0	±1,3	±1,9	±2,2	±1,9	±1,3	±1,0

	Αριθμός συνεντεύξεων	Ημερομηνίες επιτόπιων εργασιών	Πληθυσμός 15+ (απόλυτοι αριθμοί)	Πληθυσμός 15+ (ως % του πληθυσμού της ΕΕ των 27)
ΕΕ των 27	26121	11.06.2025-18.06.2025	383 603 764	100,00 %
ΒΕ	1010	11.06.2025-17.06.2025	9 892 796	2.58%
ΒΛ	1011	11.06.2025-17.06.2025	5 534 456	1.44%
ΤΣ	1036	11.06.2025-17.06.2025	9 172 797	2.39%
ΔΑ	1036	11.06.2025-18.06.2025	5 022 981	1.31%
ΓΕ	1038	11.06.2025-18.06.2025	71 818 299	18.72%
ΕΣ	1023	11.06.2025-18.06.2025	1 154 359	0.30%
ΙΡ	1017	11.06.2025-17.06.2025	4 338 938	1.13%
ΕΛ	1044	11.06.2025-18.06.2025	9 041 201	2.36%
ΙΣ	1039	11.06.2025-17.06.2025	42 189 318	11.00%
ΓΑ	1037	11.06.2025-16.06.2025	56 855 864	14.82%
ΥΕ	1014	11.06.2025-18.06.2025	3 319 752	0.87%
ΙΤ	1058	11.06.2025-16.06.2025	51 784 963	13.50%
ΚΥ	506	11.06.2025-17.06.2025	818 909	0.21%
ΛΕ	1032	11.06.2025-18.06.2025	1 579 066	0.41%
ΛΙ	1005	11.06.2025-18.06.2025	2 467 008	0.64%
ΛΞ	504	11.06.2025-17.06.2025	566 303	0.15%
ΟΥ	1000	11.06.2025-17.06.2025	8 199 448	2.14%
ΜΑ	500	11.06.2025-17.06.2025	493 961	0.13%
ΚΧ	1085	11.06.2025-17.06.2025	15 228 902	3.97%
ΑΥ	1020	11.06.2025-18.06.2025	7 842 929	2.04%
ΠΛ	1005	11.06.2025-17.06.2025	31 082 980	8.10%
ΠΡ	1018	11.06.2025-17.06.2025	9 275 958	2.42%
ΡΜ	1040	11.06.2025-17.06.2025	16 034 437	4.18%
ΣΝ	1009	11.06.2025-17.06.2025	1 811 104	0.47%
ΣΚ	1023	11.06.2025-17.06.2025	4 557 290	1.19%
ΦΙ	1008	11.06.2025-17.06.2025	4 771 619	1.24%
ΣΔ	1003	11.06.2025-17.06.2025	8 748 126	2.28%

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

[ΡΩΤΗΣΤΕ ΟΛΟΥΣ]

Q1 Όταν έρχεστε σε επαφή με φίλους ή συγγενείς, πόσο συχνά, αν όχι καθόλου, συζήτηση κοινωνικών και πολιτικών θεμάτων επικαιρότητας;

[ΕΝΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ]

Συχνά 1

Περιστασιακά 2

Ποτέ 3

Δεν γνωρίζω 998

[ΡΩΤΗΣΤΕ ΟΛΟΥΣ]

E2 Ποιο από τα παρακάτω κοινωνικά και πολιτικά θέματα της επικαιρότητας ακολουθείτε γενικά; ή να προσέχω; Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν.

[ΕΠΙΤΡΕΠΟΝΤΑΙ ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ]

[ΣΗΜΕΙΑ ΡΑΝΔΟΜΗΣ 1-10]

Εξωτερική πολιτική και εμπόριο 1

Στήριξη της οικονομίας και δημιουργία θέσεων εργασίας 2

Δράση κατά της κλιματικής αλλαγής 3

Δημόσια υγεία και συστήματα υγείας 4

Μείωση της φτώχειας και κοινωνική ένταξη 5

Μετανάστευση και άσυλο 6

Δημοκρατία και κράτος δικαίου 7

Άμυνα και ασφάλεια της ΕΕ 8

Γεωργία και επισιτιστική ασφάλεια 9

Η αυτονομία της ΕΕ στους τομείς της βιομηχανίας και της ενέργειας 10

Άλλα 11

Κανένα από αυτά τα 12

[ΡΩΤΗΣΤΕ ΟΛΟΥΣ]

E3 Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε τις ακόλουθες πηγές για να ακολουθήσετε περιεχόμενο στα κοινωνικά δίκτυα και πολιτική επικαιρότητα;

[ΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ ΑΝΑ ΓΡΑΜΜΗ]

ΔΗΛΩΣΕΙΣ

Παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης (offline ή ψηφιακές υπηρεσίες τηλεοπτικών σταθμών, εφημερίδων, ραδιοφωνικούς σταθμούς κ.λπ.)

Άλλες ψηφιακές πηγές (όπως μέσα κοινωνικής δικτύωσης, πλατφόρμες βίντεο ή συνεχούς ροής, ιστολόγια, διαδικτυακές πύλες ειδήσεων κ.λπ.)

ΚΛΙΜΑΚΑ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ

Περισσότερες από 10 φορές την ημέρα 1

Μεταξύ 2 και 10 φορές την ημέρα 2

Μία φορά την ημέρα 3

Αρκετές φορές την εβδομάδα 4

Μία φορά την εβδομάδα 5

Λιγότερο συχνά από μία φορά την εβδομάδα 6

Ποτέ μην ακολουθείτε ενεργά αυτό το είδος περιεχομένου 7

Δεν γνωρίζω 998

[ΡΩΤΗΣΤΕ ΟΛΟΥΣ]

Q4a Ποια από τις ακόλουθες πηγές χρησιμοποιείτε για τη λήψη πληροφοριών σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα; Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν.

[ΕΠΙΤΡΕΠΟΝΤΑΙ ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ]

[ΣΗΜΕΙΑ ΡΑΝΔΟΜΗΣ 1-10]

Τηλεόραση 1

Ραδιόφωνο 2

Έντυπες εφημερίδες και περιοδικά ή οι ηλεκτρονικές εκδόσεις τους 3

Μηχανές αναζήτησης (π.χ. Google Search ή Bing) 4
Πλατφόρμες βίντεο (π.χ. YouTube κ.λπ.) 5
Podcasts 6
Πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. Instagram, TikTok, Facebook, X κ.λπ.) 7
chatbots τεχνητής νοημοσύνης (π.χ. Chat GPT, Google Gemini, Perplexity κ.λπ.) 8
Καθηγητές σχολείων ή πανεπιστημιακοί λέκτορες 9
Φίλοι, οικογένεια, συνάδελφοι 10
Άλλα 11
Δεν αναζητώ πληροφορίες σχετικά με το θέμα αυτό 12
Δεν γνωρίζω 998

[ΝΑ ΜΗΝ ΖΗΤΗΣΕΤΕ ΕΑΝ Q4a= 12 Ή 998 Ή 11 (εάν επιλεγεί αποκλειστικά)]
Q4b Ποιο από αυτά τα κανάλια μέσων ενημέρωσης, εάν υπάρχουν, έχει γίνει πιο σημαντικό για σας κατά τη διάρκεια του τελευταίου έτους για πληροφορίες σχετικά με το κοινωνικό και πολιτικό ρεύμα τις υποθέσεις;

[ΕΠΙΤΡΕΠΟΝΤΑΙ ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ]
[ΑΝΑΚΑΛΥΨΤΕ ΜΟΝΟ ΤΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΠΟΥ ΕΠΙΛΕΓΟΝΤΑΙ ΚΑΤΑ ΤΟ T3α]

Τηλεόραση 1
Ραδιόφωνο 2
Έντυπες εφημερίδες και περιοδικά ή οι ηλεκτρονικές εκδόσεις τους 3
Μηχανές αναζήτησης (π.χ. Google Search ή Bing) 4
Πλατφόρμες βίντεο (π.χ. YouTube κ.λπ.) 5
Podcasts 6
Πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. Instagram, TikTok, Facebook, X κ.λπ.) 7
chatbots τεχνητής νοημοσύνης (π.χ. Chat GPT, Google Gemini, Perplexity κ.λπ.) 8
Καθηγητές σχολείων ή πανεπιστημιακοί λέκτορες 9
Φίλοι, οικογένεια, συνάδελφοι 10
Κανένα από αυτά δεν έχει γίνει πιο σημαντικό 12
Δεν γνωρίζω 998

[Καθεστώς ΕΑΝ Q4a = 5 Ή 7]
Q5 Και από ποια μέσα κοινωνικής δικτύωσης και πλατφόρμες λαμβάνετε πληροφορίες σχετικά με κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα; Επιλέξτε τα πιο σημαντικά για εσάς προσωπικά.

[ΕΠΙΤΡΕΠΟΝΤΑΙ ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ]
[ΡΑΝΔΟΜΗΣΗ 1-12]

WhatsApp 1
Facebook 2
YouTube 3
Νήματα 4
Instagram 5
X (Twitter) 6
TikTok 7
LinkedIn 8
Snapchat 9
Τηλεγράφημα 10
Μπλούσκι 11
Reddit 12
Άλλα 13
Δεν γνωρίζω 998

[ΡΩΤΗΣΤΕ ΟΛΟΥΣ]

E6 Σε ποιο βαθμό συμφωνείτε ή διαφωνείτε με καθένα από τα ακόλουθα: δηλώσεις;

[ΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ ΑΝΑ ΓΡΑΜΜΗ]
ΔΗΛΩΣΕΙΣ

[ASK IF Q3a IS EQUAL TO 5 OR 7] Αναζητώ ενεργά πληροφορίες σχετικά με

κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Όταν περιηγούμαι στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, μερικές φορές διαβάζω κοινωνικές ή πολιτικές πληροφορίες που συνάντησα τυχαία, παρόλο που δεν έψαχνα ενεργά για το

2

ΚΛΙΜΑΚΑ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ

Συμφωνώ απόλυτα 1
Τείνουν να συμφωνήσουν 2
Διαφωνώ 3
Διαφωνώ απόλυτα 4
Δεν γνωρίζω 998

[ΡΩΤΗΣΤΕ ΟΛΟΥΣ]

E7 Με ποιους από τους παρακάτω τρόπους, αν υπάρχουν, ασχολείστε με την κοινωνική και Πολιτικό περιεχόμενο στα social media;

[ΕΠΙΤΡΕΠΟΝΤΑΙ ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ]

[ΡΑΝΔΟΜΗΣΗ 1-6]

Ανάγνωση ή προβολή περιεχομένου στην/στις τροφοδοσία/-ές μου 1
Like or react to posts 2
Σχόλιο για τις θέσεις 3
Κοινοποίηση αναρτήσεων άλλων στο προφίλ ή τις ιστορίες μου 4
Μοιραστείτε περιεχόμενο μέσω άμεσων μηνυμάτων ή ιδιωτικών συνομιλιών 5
Δημιουργώ και αναρτώ το δικό μου πρωτότυπο περιεχόμενο (π.χ. σκέψεις/γνωμοδοτήσεις για θέματα) 6
Άλλα 7
Δεν ασχολούμαι με αυτό το είδος περιεχομένου σε όλα τα 8
Δεν γνωρίζω 998

[ΡΩΤΗΣΤΕ ΟΛΟΥΣ]

E8 Ποιο από τα παρακάτω, αν υπάρχουν, ακολουθείτε ενεργά στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. παρακολούθηση των λογαριασμών τους ή τακτικός έλεγχος των ζωοτροφών τους);

[ΕΠΙΤΡΕΠΟΝΤΑΙ ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ]

[ΡΑΝΔΟΜΗΣΗ 1-3, 4-5, 6-7, 8-9 (+ εντός τετραγώνων)]

Εθνικοί πολιτικοί 1
Τοπικοί πολιτικοί 2
Πολιτικοί σε επίπεδο ΕΕ 3
Η [ΕΘΝΙΚΟΤΗΤΑ] Εθνική Κυβέρνηση 4
Τοπική/δημοτική αυτοδιοίκηση 5
Θεσμικά όργανα της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ) 6
Διεθνείς οργανισμοί (π.χ. ΝΑΤΟ, ΟΗΕ) 7
Εθνικά πολιτικά κόμματα 8
Πολιτικά κόμματα σε επίπεδο ΕΕ 9
Κανένα από αυτά τα 10

[ΖΗΤΗΣΗ ΕΑΝ ΤΟ Q8 ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ 10]

E9 Στην ερώτηση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δηλώσατε ότι ακολουθείτε: [ΣΤΟΙΧΕΙΟ ΑΝΑΚΑΛΥΨΕΩΣ ΠΟΥ ΑΝΑΦΕΡΟΝΤΑΙ ΣΤΟ Q7 ΜΕΤΑ ΑΠΟ ΑΥΤΗ ΤΗΝ ΙΕΡΑΡΧΙΑ: 1) ΘΕΣΜΙΚΑ ΟΡΓΑΝΑ ΤΗΣ ΕΕ· (2) ΕΕ-ΠΟΛΙΤΙΚΟΙ ΕΠΙΠΕΔΟΥ· 3) ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ, (4) ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΑ ΑΛΛΟΙ]. Σε ποιο βαθμό συμφωνείτε με την ακόλουθη δήλωση: «Ακολουθώ αυτό το είδος λογαριασμού στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης διότι ...»

[ΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ ΑΝΑ ΓΡΑΜΜΗ]

ΔΗΛΩΣΕΙΣ [ΣΗΜΕΙΑ ΡΑΔΙΟΜΙΑΣ 1-4]

...είναι αξιόπιστοι

...με βοηθούν να κατανοήσω την επικαιρότητα

...με βοηθούν να καταλάβω τι δράση μπορώ να αναλάβω σε θέματα

...παρέχουν ενημερώσεις σχετικά με τα τρέχοντα γεγονότα

ΚΛΙΜΑΚΑ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ

Συμφωνώ απόλυτα 1
Συμφωνώ κάπως 2
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ 3
Διαφωνώ κάπως 4
Διαφωνώ απόλυτα 5
Δεν γνωρίζω 998

[ΖΗΤΗΣΗ ΕΑΝ ΤΟ Q8 ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ 6]

E10 Αναφέρατε ότι δεν παρακολουθείτε τα θεσμικά όργανα της ΕΕ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Τι είναι οι κύριοι λόγοι για αυτό;

[ΜΑΧ 3 ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ ΕΠΙΤΡΕΠΕΤΑΙ]

[ΡΑΝΔΟΜΗΣΗ 1-8]

Δεν ήξερα ότι τα θεσμικά όργανα της ΕΕ διαθέτουν λογαριασμούς στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης 1

Δεν έχω σκεφτεί ποτέ να τους ακολουθήσω 2

Δεν εμπιστεύομαι πληροφορίες από τα θεσμικά όργανα της ΕΕ 3

Προτιμώ να λαμβάνω πληροφορίες για την ΕΕ από άλλες πηγές 4

Βρίσκω το περιεχόμενό τους ασυμβίβαστο ή άσχετο με μένα 5

Αποφεύγω να ακολουθώ πολιτικές ή θεσμικές αναφορές γενικά 6

Το περιεχόμενό τους είναι πολύ τεχνικό ή τυπικό για να το καταλάβω εύκολα 7

Τα θεσμικά όργανα της ΕΕ δεν δημοσιεύουν στη γλώσσα της προτίμησής μου 8

Άλλα 9

Δεν γνωρίζω 998

[ΖΗΤΗΣΗ ΕΑΝ ΤΟ Q8 ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ 6]

E11 Τι θα σας καθιστούσε πιο πιθανό να ακολουθήσετε το θεσμικό όργανο της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ) λογαριασμούς στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης; Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν.

[ΕΠΙΤΡΕΠΟΝΤΑΙ ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ]

[ΡΑΝΔΟΜΗΣΗ 1-7]

Αν αυτοί οι λογαριασμοί ήταν πιο ορατοί σε μένα 1

Πιο σαγηνευτικές μορφές πληροφοριών (όπως σύντομα βίντεο ή κινούμενα σχέδια) ενημερωτικά γραφήματα)

2

Κάλυψη θεμάτων που είναι πιο σημαντικά για μένα προσωπικά 3

Συχνότερες ενημερώσεις σχετικά με τις πολιτικές και τις αποφάσεις της ΕΕ 4

Σαφέστερη, πιο κατανοητή γλώσσα 5

Συστάσεις ή μετοχές από άλλους λογαριασμούς που εμπιστεύομαι 6

Περιεχόμενο στη μητρική μου γλώσσα 7

Άλλα 8

Τίποτα δεν θα με έκανε να ακολουθήσω αυτούς τους λογαριασμούς 9

Δεν γνωρίζω 998

[ΡΩΤΗΣΤΕ ΟΛΟΥΣ]

Q12 Ποιος συγκεκριμένος τύπος περιεχομένου κοινωνικών μέσων θα βρείτε ενδιαφέρον να έρχεται από θεσμικό όργανο της ΕΕ (όπως το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο); Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν.

[ΕΠΙΤΡΕΠΟΝΤΑΙ ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ]

[ΣΗΜΕΙΑ ΡΑΝΔΟΜΗΣ 1-8]

Ιστορικές πληροφορίες (π.χ. σημαντικά γεγονότα, επετείους) 1

Τρέχουσες ειδήσεις και ενημερώσεις 2

Ανάλυση τάσεων και μελλοντικές προβλέψεις 3

Διασκεδαστικό περιεχόμενο (π.χ. κουίζ, μιμίδια) 4

Εκπαιδευτικό υλικό σχετικά με τις πολιτικές και τις διαδικασίες 5

Πίσω από τα παρασκήνια αναλαμπές της θεσμικής λειτουργίας 6

Οπτικοποιήσεις δεδομένων και στατιστικές 7

Διαδραστικό περιεχόμενο (π.χ. Q&As με πολιτικούς ή αξιωματούχους, ζωντανές μεταδόσεις εκδηλώσεις)

8

Άλλα 9

Κανένα από αυτά τα 10

Δεν γνωρίζω 998

ΕΙΣΑΓΩΓΗ Οι επόμενες δύο ερωτήσεις αφορούν τους ανθρώπους που χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να προωθήσουν προϊόντα, να μοιράζονται σεμινάρια ή να δημιουργούν περιεχόμενο πρωτίστως για να έχουν αντίκτυπο στους ανθρώπους γύρω τους, αγορές ή απόψεις. Αυτοί οι άνθρωποι μερικές φορές αναφέρονται ως «επηρεαστές» ή «δημιουργοί περιεχομένου».

[ΡΩΤΗΣΤΕ ΟΛΟΥΣ]

E13 Ακολουθείτε τυχόν επηρεαστές γνώμης ή δημιουργούς περιεχομένου σε κανάλια μέσω κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. YouTube, Instagram ή TikTok κ.λπ.);

[ΕΝΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ]

Ναι 1

Όχι, χρησιμοποιώ τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, αλλά δεν ακολουθώ κανέναν επηρεαστή ή δημιουργό περιεχομένου 2

Όχι, δεν χρησιμοποιώ τα social media 3

Δεν γνωρίζω 998

[ASK IF Q13 = 1]

E14 Τι είδους περιεχόμενο από influencers ή δημιουργούς περιεχομένου προτιμάτε;

[ΜΑΧ 3 ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ ΕΠΙΤΡΕΠΕΤΑΙ]

[ΠΑΝΔΟΜΗΣΗ 1-6]

Σχόλιο για την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα 1

Κριτικές (π.χ. προϊόντα, βιβλία, χώροι κ.λπ.) 2

How to's (π.χ. σεμινάρια) 3

Ενόραση στην καθημερινή τους ζωή 4

Περιεχόμενα κινήτρου 5

Πρωώθηση και διαφήμιση εμπορικών προϊόντων 6

Άλλα 7

Δεν γνωρίζω 998

ΕΙΣΑΓΩΓΗ Τώρα, θα θέλαμε να ρωτήσουμε σχετικά με τις προτιμώμενες μορφές σας για πληροφορίες κοινωνικών μέσων στο κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα.

[Καθεστώς EAN Q4a = 5 'H 7]

Ποια από τις παρακάτω μορφές προτιμάτε γενικά για πληροφορίες σχετικά με κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;

[ΕΠΙΤΡΕΠΟΝΤΑΙ ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ]

[ΠΑΝΔΟΜΗΣΗ 1-10 (1-2, 3-6 ΣΕ ΕΜΦΑΝΙΣΗ)]

Σύντομες δημοσιεύσεις βάσει κειμένου (π.χ. εικόνες με σύντομο κείμενο, ενημερώσεις κατάστασης) 1

Μεγαλύτερα άρθρα βασισμένα σε κείμενο (π.χ. άρθρα, αναρτήσεις ιστολογίου) 2

Σύντομα βίντεο (π.χ. TikTok, Instagram Reels, κάτω του 1 λεπτού) 3

Μεσαίου μήκους βίντεο (π.χ. 1-5 λεπτά) 4

Μεγαλύτερα βίντεο (π.χ. YouTube, πάνω από 5 λεπτά) 5

Ζωντανά ρεύματα ή ζωντανά βίντεο 6

Ενημερωτικά γραφήματα ή διαγράμματα (κινούμενα ή μη) 7

Τα podcasts 8

Ιστορίες (π.χ. Instagram Stories) 9

Ενημερωτικά δελτία (π.χ. ενημερωτικά δελτία LinkedIn, Substack) 10

Άλλα 11

Κανένα από αυτά τα 12
Δεν γνωρίζω 998

[Καθεστώς ΕΑΝ Q4a = 5 'H 7]

Q16 Για βίντεο σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ποια από τα Ακολουθήστε τα είδη περιεχομένου που θα προτιμούσατε; Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν.

[ΕΠΙΤΡΕΠΟΝΤΑΙ ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ]

[ΡΑΝΔΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΝ ΓΕΝΕΙ: 1-3, 4-7 & 8 (+ εντός μπλοκ)]

Συνεντεύξεις με εμπειρογνώμονες (π.χ. ακαδημαϊκούς ή πολιτικούς αναλυτές) 1

Συνεντεύξεις με καθημερινούς ανθρώπους/πολίτες που επηρεάζονται από το ζήτημα 2

Συνεντεύξεις με πολιτικούς ή κυβερνητικούς αξιωματούχους 3

Κινούμενα βίντεο χωρίς πραγματικούς ανθρώπους 4

Βίντεο που εξερευνούν την επικαιρότητα σε βάθος 5

Προσωπικά vlogs ή βίντεο σχολιασμού από δημιουργούς περιεχομένου 6

Βίντεο που συνδυάζουν ανθρώπους στην κάμερα με γραφικά, κείμενο ή κινούμενα σχέδια 7

Ομιλίες πολιτικών 8

Άλλα 9

Κανένα από αυτά τα 10

Δεν γνωρίζω 998

ΕΙΣΑΓΩΓΗ Τώρα, μερικές ερωτήσεις σχετικά με την παραπληροφόρηση.

Η παραπληροφόρηση αναφέρεται σε ψευδείς ή παραπλανητικές πληροφορίες που διαδίδονται σκόπιμα.
με σκοπό την εξαπάτηση του κοινού.

[ΡΩΤΗΣΤΕ ΟΛΟΥΣ]

E17 Πόσο συχνά πιστεύετε ότι έχετε εκτεθεί προσωπικά σε παραπληροφόρηση
και ψεύτικες ειδήσεις τις τελευταίες 7 ημέρες;

[ΕΝΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ]

Πολύ συχνά 1

Συχνά 2

Μερικές φορές 3

Σπάνια 4

Ποτέ 5

Δεν γνωρίζω 998

[ΡΩΤΗΣΤΕ ΟΛΟΥΣ]

E18 Αισθάνεστε σίγουροι ότι μπορείτε να αναγνωρίσετε την παραπληροφόρηση όταν συναντάτε
αυτό; - Ναι.

[ΕΝΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ]

Πολύ σίγουρος 1

Κάπως σίγουρος 2

Δεν είναι πολύ σίγουρος 3

Καθόλου σίγουρος 4

Δεν γνωρίζω 998

[ΡΩΤΗΣΤΕ ΟΛΟΥΣ]

E19 Όταν δεν είστε σίγουροι αν μια πληροφορία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι
παραπληροφόρηση, τι κάνετε συνήθως; Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν.

[ΕΠΙΤΡΕΠΟΝΤΑΙ ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ]

[ΡΑΝΔΟΜΗΣΗ 1-8]

Δείτε ποιος το δημοσίευσε για να ελέγξετε αν προέρχεται από αξιόπιστη / δυσδιάκριτη πηγή 1

Διασταυρώστε το με άλλες πηγές πληροφοριών για να δείτε αν λένε

Το ίδιο πράγμα

2

Ελέγξτε αν είναι πρόσφατα νέα, δεν είναι μια παλιά ιστορία που μοιράζονται και πάλι 3

Προσέξτε για ορθογραφικά ή γραμματικά λάθη 4

Χρήση εργαλείου ελέγχου γεγονότων ή ιστότοπου 5

Ελέγξτε αν οι εικόνες ή τα βίντεο φαίνονται πραγματικά ή ψεύτικα 6

Ελέγξτε τα σχόλια για να δείτε τι λένε άλλοι άνθρωποι γι 'αυτό 7

Ρωτήστε τους ανθρώπους που εμπιστεύεστε τι σκέφτονται 8

Δεν κάνω τίποτα για να επαληθεύσω τις πληροφορίες 9

Δεν γνωρίζω 998

[ΡΩΤΗΣΤΕ ΟΛΟΥΣ]

E20 Πόσο σημαντικό είναι για εσάς το γεγονός ότι (ΧΩΡΑ) είναι κράτος μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης Ένωση; Χρησιμοποιήστε μια κλίμακα από το 1 έως το 10 όπου το 1 σημαίνει «καθόλου σημαντικό» και το 10 σημαίνει «εξαιρετικά σημαντικό».

[ΕΝΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ]

1 - Καθόλου σημαντικό 1

2 2

3 3

4 4

5 5

6 6

7 7

8 8

9 9

10 - Εξαιρετικά σημαντικό 10

Δεν ξέρω 998

[ΡΩΤΗΣΤΕ ΟΛΟΥΣ]

E21 Ποια από τις ακόλουθες δηλώσεις σχετικά με την Ευρωπαϊκή Ένωση βρίσκεται πλησιέστερα τη γνώμη σας;

[ΕΝΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ]

Είμαι υπέρ της Ευρωπαϊκής Ένωσης και του τρόπου με τον οποίο λειτουργεί επί του παρόντος 1

Είμαι μάλλον υπέρ της Ευρωπαϊκής Ένωσης, αλλά όχι του τρόπου με τον οποίο λειτουργεί παρούσα

2

Είμαι μάλλον επιφυλακτικός απέναντι στην Ευρωπαϊκή Ένωση, αλλά θα μπορούσα να αλλάξω γνώμη εάν Ο τρόπος που λειτουργεί πραγματικά αλλάζει

3

Αντιτίθεται στην ιδέα της Ευρωπαϊκής Ένωσης γενικά 4

Δεν γνωρίζω 998

[ΡΩΤΗΣΤΕ ΟΛΟΥΣ]

E22 Ποιο από τα παρακάτω εμπιστεύεστε περισσότερο;

[ΜΑΧ 3 ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ ΕΠΙΤΡΕΠΕΤΑΙ]

[ΡΑΝΔΟΜΗΣΗ 1-10]

Δημοσιογράφοι 1

ΜΚΟ 2

Μέσα ενημέρωσης 3

Ιδιωτικές εταιρείες 4

Πολιτικοί 5

Δημόσιοι φορείς 6

Καθηγητές σχολείων/πανεπιστημιακοί καθηγητές 7

Influencers / δημιουργοί περιεχομένου 8

Επιστήμονες 9

ΦΙΛΟΙ ΚΑΙ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ 10

Άλλα 11

Κανένα από αυτά τα 12

Δεν γνωρίζω 998

[ΡΩΤΗΣΤΕ ΟΛΟΥΣ]

E23 Ορισμένοι παρακολουθούν τι συμβαίνει στην πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης, είτε πρόκειται για εκλογές που διεξάγονται ή όχι. Άλλοι δεν ενδιαφέρονται τόσο. Θα έλεγε ότι να παρακολουθείτε τι συμβαίνει στην πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης;

[ΕΝΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ]

Τις περισσότερες φορές 1

Από καιρό σε καιρό 2

Σπάνια 3

Ποτέ ή σχεδόν ποτέ 4
Δεν ξέρω 998

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Ε1 Όταν έρχεστε σε επαφή με φίλους ή συγγενείς, πόσο συχνά, αν όχι καθόλου, συζητάτε κοινωνικές και πολιτικές τρέχουσες υποθέσεις;

	Συχνά	Περιστασιακά	Ποτέ	Δεν γνωρίζω
ΕΕ των 27	42	51	6	1
ΒΕ	29	58	12	1
ΒΛ	42	51	4	3
ΤΣ	35	56	8	1
ΔΑ	33	57	9	1
ΓΕ	42	53	4	1
ΕΣ	31	62	6	0
ΙΡ	34	54	11	1
ΕΛ	61	35	4	0
ΙΣ	50	43	6	1
ΓΑ	38	51	10	1
ΥΕ	28	65	7	0
ΙΤ	50	44	5	1
ΚΥ	59	38	3	0
ΛΕ	24	66	8	2
ΛΙ	28	64	7	1
ΛΞ	41	51	7	1
ΟΥ	34	57	8	1
ΜΑ	39	54	5	1
ΚΧ	31	60	8	1
ΑΥ	39	53	6	2
ΠΛ	49	48	3	1
ΠΡ	36	58	5	1
ΡΜ	40	53	6	2
ΣΝ	31	60	8	1
ΣΚ	35	53	11	1
ΦΙ	27	61	10	2
ΣΔ	33	58	8	1

(%), Βάση: n=26 121 – όλοι οι απαντήσαντες

Ε2 Ποια από τις ακόλουθες κοινωνικές και πολιτικές τρέχουσες υποθέσεις παρακολουθείτε γενικά ή δίνετε προσοχή; Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν. [Πολλαπλές απαντήσεις]

	Δημόσια υγεία και συστήματα υγειονομικής περίθαλψης	Δημοκρατία και κράτος δικαίου	Μετανάστευση και άσυλο	Δράση κατά της κλιματικής αλλαγής	Η άμυνα και η ασφάλεια της ΕΕ	Μείωση της φτώχειας και κοινωνική ένταξη	Στήριξη της οικονομίας και της δημιουργίας θέσεων εργασίας	Εξωτερική πολιτική ή και εμπόριο	Γεωργία και επισιτιστική ασφάλεια	Η αυτονομία της ΕΕ στους τομείς της βιομηχανίας και της ενέργειας	Άλλα	Κανένα από αυτά
ΕΕ των 27	61	47	45	43	40	40	37	36	28	19	7	6
ΒΕ	54	37	48	34	39	35	26	27	25	17	6	8
ΒΛ	62	42	22	33	34	49	39	42	28	19	15	7
ΤΣ	46	39	39	24	38	33	32	35	32	19	8	11
ΔΑ	57	41	39	42	47	32	24	41	26	23	11	7
ΓΕ	58	54	64	48	52	38	34	47	24	16	11	6
ΕΣ	60	41	25	24	52	43	43	43	28	15	6	5
ΙΡ	65	36	53	35	25	41	40	28	24	16	5	6
ΕΛ	69	59	42	33	28	57	51	34	21	15	4	3
ΙΣ	64	52	45	46	32	45	52	30	28	22	6	7
ΓΑ	60	35	41	47	34	36	28	30	36	20	7	5
ΥΕ	65	49	35	38	38	49	34	32	42	14	4	5
ΙΤ	66	44	36	49	32	41	43	34	27	19	6	3
ΚΥ	67	60	66	28	32	58	50	32	13	14	6	3
ΛΕ	54	31	26	18	41	31	32	33	26	11	5	8
ΛΙ	52	35	31	24	53	33	17	43	21	13	6	6
ΛΞ	56	44	47	44	50	40	34	41	23	20	10	4
ΟΥ	63	53	34	38	36	45	43	35	31	19	8	7
ΜΑ	66	45	40	36	29	38	35	26	25	15	10	4
ΚΧ	52	46	58	36	44	38	20	26	22	16	9	8
ΑΥ	65	46	61	46	42	37	34	36	27	20	7	4
ΠΛ	66	57	42	38	51	31	34	39	31	19	2	5
ΠΡ	72	46	44	46	41	54	44	28	24	17	5	5
ΡΜ	63	54	18	35	49	46	51	39	40	26	8	5
ΣΝ	65	46	36	37	41	47	36	31	35	16	6	7
ΣΚ	53	44	28	25	34	36	34	38	35	17	5	9
ΦΙ	63	45	46	34	53	50	48	42	31	17	5	4
ΣΔ	53	45	44	34	38	31	27	38	17	13	9	7

(%), Βάση: n=26 121 – όλοι οι απαντήσαντες

E3_1 Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε τις ακόλουθες πηγές για να παρακολουθείτε περιεχόμενο σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα; Παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης (offline ή ψηφιακές υπηρεσίες τηλεοπτικών σταθμών, εφημερίδων, ραδιοφωνικών σταθμών κ.λπ.)

	Πάνω από 10 φορές την ημέρα	Μεταξύ 2 και 10 φορές την ημέρα	Μία φορά την ημέρα	Αρκετές φορές την εβδομάδα	Μία φορά την εβδομάδ α	Λιγότερο συχνά από μία φορά την εβδομάδ α	Ποτέ μην ακολουθεί τε ενεργά αυτό το είδος περιεχομέ νου	Πάνω από 10 φορές την ημέρα	Δεν γνωρίζω
ΕΕ των 27	5	31	30	15	5	5	6	1	5
ΒΕ	3	28	33	17	5	6	6	1	3
ΒΛ	7	34	32	12	5	4	6	1	7
ΤΣ	6	24	28	17	7	9	7	2	6
ΔΑ	8	32	25	15	6	6	6	2	8
ΓΕ	5	32	29	16	5	5	7	1	5
ΕΣ	6	29	27	14	8	7	8	1	6
ΙΡ	8	28	23	16	8	10	6	1	8
ΕΛ	7	23	23	14	8	11	12	2	7
ΙΣ	6	33	34	14	3	4	5	1	6
ΓΑ	3	28	33	16	6	6	7	2	3
ΥΕ	6	27	29	17	7	9	5	1	6
ΙΤ	6	36	28	14	6	4	4	1	6
ΚΥ	7	29	25	14	6	11	8	1	7
ΛΕ	5	21	33	14	8	9	9	1	5
ΛΙ	5	21	28	14	7	12	13	1	5
ΛΞ	7	40	26	10	4	6	5	1	7
ΟΥ	7	23	25	16	5	11	12	0	7
ΜΑ	13	27	18	12	4	12	13	0	13
ΚΧ	5	36	26	15	5	5	8	1	5
ΑΥ	5	32	29	16	7	5	5	2	5
ΠΛ	7	30	29	16	5	6	5	1	7
ΠΡ	6	37	28	15	4	4	4	1	6
ΡΜ	7	32	28	15	6	5	7	0	7
ΣΝ	5	19	33	16	7	10	10	1	5
ΣΚ	8	27	30	15	6	6	7	1	8
ΦΙ	4	41	24	13	6	7	3	1	4
ΣΔ	8	33	25	13	8	5	5	2	8

(%), Βάση: n=26 121 – όλοι οι απαντήσαντες

Ε3_2 Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε τις ακόλουθες πηγές για να παρακολουθείτε περιεχόμενο σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα; Άλλες ψηφιακές πηγές (όπως μέσα κοινωνικής δικτύωσης, πλατφόρμες βίντεο ή συνεχούς ροής, ιστολόγια, διαδικτυακές πύλες ειδήσεων κ.λπ.)

	Πάνω από 10 φορές την ημέρα	Μεταξύ 2 και 10 φορές την ημέρα	Μία φορά την ημέρα	Αρκετές φορές την εβδομάδα	Μία φορά την εβδομάδα	Λιγότερο συχνά από μία φορά την εβδομάδα	Ποτέ μην ακολουθείτε ενεργά αυτό το είδος περιεχομένου	Πάνω από 10 φορές την ημέρα	Δεν γνωρίζω
ΕΕ των 27	8	27	24	16	6	6	12	1	8
ΒΕ	5	21	24	16	6	8	19	2	5
ΒΛ	9	34	31	12	5	3	5	1	9
ΤΣ	9	29	22	16	6	8	8	2	9
ΔΑ	6	26	22	17	6	6	13	4	6
ΓΕ	6	23	23	16	7	7	17	2	6
ΕΣ	7	28	26	13	8	9	8	1	7
ΙΡ	13	28	20	16	6	7	10	1	13
ΕΛ	14	38	23	13	4	4	4	1	14
ΙΣ	8	25	30	15	5	5	10	1	8
ΓΑ	5	21	21	18	5	9	19	2	5
ΥΕ	9	29	27	15	5	8	8	1	9
ΙΤ	7	31	25	16	7	5	7	1	7
ΚΥ	20	47	15	11	3	2	1	0	20
ΛΕ	8	28	27	15	7	6	8	1	8
ΛΙ	6	31	29	16	5	7	5	1	6
ΛΞ	10	41	20	12	4	5	8	1	10
ΟΥ	13	32	21	16	6	7	5	1	13
ΜΑ	22	45	13	11	3	4	2	0	22
ΚΧ	6	32	20	13	6	6	16	1	6
ΑΥ	7	24	21	16	9	8	14	1	7
ΠΛ	10	34	24	17	4	5	5	1	10
ΠΡ	10	30	25	15	5	6	7	1	10
ΡΜ	9	28	26	16	7	5	7	0	9
ΣΝ	6	24	28	18	8	8	8	1	6
ΣΚ	10	30	25	13	6	7	8	2	10
ΦΙ	6	35	21	12	7	9	8	1	6
ΣΔ	11	31	22	13	5	7	10	2	11

(%), Βάση: n=26 121 – όλοι οι απαντήσαντες

Ε4α Ποια από τις ακόλουθες πηγές χρησιμοποιείτε για τη λήψη πληροφοριών σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα; Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν. [Πολλαπλές απαντήσεις]

	Τη λε ορ ασ η	Ραδιό φωνο	Έντυπες εφημερίδες και περιοδικά ή διαδικτυακές εκδόσεις τους	Μηχανές αναζήτησης (π.χ. Google Search ή Bing)	Πλατφόρμ ες μέσων κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. Instagram , TikTok, Facebook , X κ.λπ.)	Φίλοι, οικογέν εια, συνάδε λφοι	Πλατφόρ μες βίντεο (π.χ. YouTube κ.λπ.)	Podcast s	chatbot s τεχνητή ς νοημοσ ύνης (π.χ. Chat GPT, Google Gemini, Perplexi ty κ.λπ.)	Καθηγητ ές σχολείων ή καθηγητέ ς πανεπιστ ημίου	Άλλα	Δεν αναζητώ πληροφορί ες για το θέμα αυτό	Δεν γνω ρίζω
ΕΕ των 27	71	43	41	40	40	40	26	15	9	6	3	3	1
ΒΕ	69	49	42	30	36	31	17	9	8	8	3	4	1
ΒΛ	73	32	23	46	55	41	36	20	13	6	7	2	0
ΤΣ	67	28	25	48	43	46	27	20	11	6	4	3	1
ΔΑ	66	40	51	42	42	40	18	17	11	7	3	4	1
ΓΕ	70	51	48	43	34	46	27	14	9	5	6	3	1
ΕΣ	61	45	44	36	49	40	30	12	10	6	2	4	0
ΙΡ	62	48	36	41	50	45	25	21	9	6	2	3	1
ΕΛ	54	33	34	49	56	39	41	14	14	11	3	2	0
ΙΣ	74	43	42	31	38	40	25	16	8	5	3	2	0
ΓΑ	73	45	38	32	33	34	17	10	6	5	2	3	0
ΥΕ	73	43	27	45	44	49	26	14	8	4	3	3	0
ΙΤ	75	36	45	44	39	34	24	13	9	6	3	1	1
ΚΥ	62	40	35	57	76	41	41	27	17	5	1	1	0
ΛΕ	53	35	21	27	56	40	38	8	11	4	2	5	0
ΛΙ	60	35	25	51	48	38	41	19	15	4	2	3	0
ΛΞ	64	64	57	49	46	49	24	13	13	5	2	1	0
ΟΥ	53	29	21	38	55	34	37	23	11	4	4	4	1
ΜΑ	48	27	38	43	74	43	27	21	12	9	3	2	0
ΚΧ	66	38	44	33	35	37	15	14	8	5	6	5	1
ΑΥ	67	52	54	39	37	38	25	11	10	6	2	3	0
ΠΛ	70	46	31	47	52	46	33	18	11	8	3	3	1
ΠΡ	80	42	46	43	40	41	22	14	10	7	1	1	1
ΡΜ	72	37	34	52	48	45	38	24	16	10	3	3	1
ΣΝ	63	44	33	49	40	43	27	9	16	5	3	5	1
ΣΚ	67	41	26	37	51	40	24	20	8	6	2	4	1
ΦΙ	71	42	55	43	41	43	25	13	7	7	4	3	1
ΣΔ	66	40	46	41	44	43	26	14	11	6	3	3	1

(%), Βάση: n=26 121 – όλοι οι απαντήσαντες

Ε4β Ποιο από αυτά τα κανάλια μέσων ενημέρωσης, εάν υπάρχουν, έχει γίνει πιο σημαντικό για εσάς κατά το τελευταίο έτος για πληροφορίες σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα; [Πολλαπλές απαντήσεις]

	Πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. Instagram, TikTok, Facebook, Χ κ.λπ.)	Έντυπες εφημερίδες και περιοδικά ή οι διαδικτυακές εκδόσεις τους	Ραδιόφωνο	Μηχανές αναζήτησης (π.χ. Google Search ή Bing)	Πλατφόρμες βίντεο (π.χ. YouTube κ.λπ.)	Φίλοι, οικογένεια, συνάδελφοι	Podcasts	chatbots τεχνητής νοημοσύνης (π.χ. Chat GPT, Google Gemini, Perplexity κ.λπ.)	Καθηγητές σχολείων ή καθηγητές πανεπιστημίου	Τίποτα από αυτά δεν έχει γίνει πιο σημαντικό.	Μη γνέφετε	
ΕΕ των 27	42	25	19	18	18	14	13	8	5	3	14	2
ΒΕ	40	23	21	19	11	8	9	4	5	4	21	2
ΒΛ	47	35	12	16	26	21	18	11	8	3	9	2
ΤΣ	38	25	9	10	22	14	18	11	7	2	17	4
ΔΑ	39	24	24	17	18	9	12	9	7	2	14	3
ΓΕ	34	21	18	17	18	16	12	8	6	2	23	3
ΕΣ	30	28	18	18	11	15	12	3	5	1	19	2
ΙΡ	37	33	17	23	18	13	14	12	4	3	10	1
ΕΛ	28	38	19	16	28	25	14	7	8	5	12	1
ΙΣ	42	23	19	24	13	12	13	7	4	2	10	1
ΓΑ	47	22	17	20	13	9	10	4	3	3	14	2
ΥΕ	43	25	11	14	21	13	14	7	4	2	13	1
ΙΤ	52	25	26	17	23	12	13	8	5	3	8	1
ΚΥ	36	58	23	17	36	24	17	13	11	1	6	1
ΛΕ	32	35	9	16	10	22	13	2	6	2	16	2
ΛΙ	36	29	8	14	22	22	10	8	7	2	10	2
ΛΞ	31	27	35	32	18	12	15	7	8	2	14	1
ΟΥ	31	35	9	13	18	21	14	14	5	2	14	1
ΜΑ	24	59	20	10	23	13	14	11	7	4	9	1
ΚΧ	31	18	17	12	12	7	10	8	5	2	28	2
ΑΥ	36	25	25	22	18	15	12	7	7	3	17	3
ΠΛ	42	32	14	20	22	20	17	10	6	4	13	1
ΠΡ	48	20	18	15	16	10	13	7	6	3	17	2
ΡΜ	54	34	18	20	31	22	22	13	10	5	5	1
ΣΝ	39	26	13	19	24	12	14	5	9	2	16	1
ΣΚ	45	34	14	21	20	15	20	12	5	2	8	3
ΦΙ	43	24	27	13	13	10	12	6	4	1	14	2
ΣΔ	38	25	20	17	15	14	13	6	7	1	15	3

(%), Βάση: n=25 104 – Εάν έχει επιλεγεί τουλάχιστον μία πηγή (εκτός από άλλη) στο Q4a

Ε5 Και από ποια μέσα κοινωνικής δικτύωσης και πλατφόρμες λαμβάνετε πληροφορίες σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα; Επιλέξτε τα πιο σημαντικά για εσάς προσωπικά.
[Πολλαπλές απαντήσεις]

	Faceb ook	YouTu be	Instagr am	TikT ok	Whats App	X (Twitt er)	Τηλεγ ράφημ α	Linke dIn	Snapc hat	Ρέντ ιτ	Νήμα τα	Μπλο ύσκι	Άλλ α	Δεν γν ωρί ζω
ΕΕ των 27	58	57	46	31	27	25	13	10	7	7	4	3	4	1
ΒΕ	61	45	49	35	22	22	10	10	11	7	4	3	2	1
ΒΛ	83	62	32	31	10	15	21	7	3	4	3	1	7	1
ΤΣ	67	54	47	27	24	22	11	9	4	6	6	2	5	2
ΔΑ	69	44	45	28	10	20	9	14	14	11	4	3	8	2
ΓΕ	45	62	51	25	36	18	15	7	7	6	4	4	7	1
ΕΣ	69	53	31	26	6	21	15	7	4	12	3	3	3	1
ΙΡ	53	50	42	43	30	33	10	12	15	12	6	3	3	2
ΕΛ	68	56	46	35	10	27	11	8	4	7	7	4	4	1
ΙΣ	45	56	47	36	34	44	18	10	3	5	4	3	2	1
ΓΑ	47	52	44	32	18	29	7	12	15	5	4	2	3	1
ΥΕ	70	50	39	26	23	18	13	10	2	11	3	1	3	2
ΙΤ	61	55	52	26	37	24	21	12	3	6	5	1	5	0
ΚΥ	82	52	48	41	9	24	5	16	1	3	6	1	3	1
ΛΕ	64	55	24	37	20	15	22	3	4	4	6	1	4	1
ΛΙ	74	67	28	24	5	13	15	6	1	7	4	0	6	1
ΛΞ	53	42	54	26	20	15	5	10	3	6	3	2	4	2
ΟΥ	80	58	27	34	5	10	7	5	3	8	3	1	5	1
ΜΑ	87	33	35	20	20	18	4	16	3	4	5	2	5	0
ΚΧ	40	45	49	28	26	23	8	19	8	8	3	6	8	2
ΑΥ	49	51	49	33	30	17	14	8	10	11	5	5	5	1
ΠΛ	75	63	38	31	20	29	9	8	6	7	5	3	2	0
ΠΡ	59	48	53	28	28	25	12	13	3	7	3	0	2	1
ΡΜ	76	66	40	46	36	13	14	13	5	8	4	1	3	1
ΣΝ	73	57	41	29	12	26	14	12	10	11	4	2	4	0
ΣΚ	75	54	40	27	17	11	13	5	5	5	3	2	3	1
ΦΙ	56	49	39	36	22	24	8	8	10	12	5	3	5	2
ΣΔ	59	54	54	33	13	27	10	14	17	12	6	5	7	1

(%), Βάση: n=14 380 – Χρησιμοποιεί μέσα κοινωνικής δικτύωσης και/ή πλατφόρμες βίντεο για πληροφορίες σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα (τέταρτο τρίμηνο)

Ε6_1 Σε ποιο βαθμό συμφωνείτε ή διαφωνείτε με καθεμία από τις ακόλουθες δηλώσεις; Αναζητώ ενεργά πληροφορίες σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

	Συμφωνώ απόλυτα	Τείνουν να συμφωνούν	Τείνουν να διαφωνούν	Διαφωνώ απόλυτα	Δεν ξέρω
ΕΕ των 27	21	45	24	9	1
ΒΕ	13	39	32	15	1
ΒΛ	22	53	18	6	0
ΤΣ	19	50	23	6	2
ΔΑ	20	44	24	7	4
ΓΕ	19	40	30	10	1
ΕΣ	12	35	39	13	1
ΙΡ	19	43	25	10	2
ΕΛ	29	47	17	5	1
ΙΣ	27	46	19	7	1
ΓΑ	15	41	28	15	1
ΥΕ	14	46	31	9	1
ΙΤ	25	52	18	4	1
ΚΥ	26	57	14	2	0
ΛΕ	9	30	44	16	1
ΛΙ	15	46	28	9	1
ΛΞ	17	38	33	11	2
ΟΥ	19	41	30	9	1
ΜΑ	22	40	27	10	1
ΚΧ	15	38	28	18	2
ΑΥ	20	37	31	11	2
ΠΛ	22	49	20	6	2
ΠΡ	22	48	26	4	1
ΡΜ	30	46	17	6	1
ΣΝ	6	47	33	13	2
ΣΚ	19	47	27	6	1
ΦΙ	14	40	36	9	2
ΣΔ	18	47	25	9	1

(%), Βάση: n=14 380 – Χρησιμοποιεί μέσα κοινωνικής δικτύωσης και/ή πλατφόρμες βίντεο για πληροφορίες σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα (τέταρτο τρίμηνο)

Ε6_2 Σε ποιο βαθμό συμφωνείτε ή διαφωνείτε με καθεμία από τις ακόλουθες δηλώσεις; Κατά την περιήγησή μου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, μερικές φορές διαβάζω κοινωνικές ή πολιτικές πληροφορίες που έχω συναντήσει τυχαία, παρόλο που δεν τις έψαχνα ενεργά.

	Συμφωνώ απόλυτα	Τείνουν να συμφωνούν	Τείνουν να διαφωνούν	Διαφωνώ απόλυτα	Δεν ξέρω
ΕΕ των 27	25	51	10	10	4
ΒΕ	20	48	14	13	6
ΒΛ	38	50	8	2	3
ΤΣ	21	58	11	6	4
ΔΑ	26	44	13	11	6
ΓΕ	24	46	12	16	2
ΕΣ	19	60	11	7	3
ΙΡ	24	56	10	7	3
ΕΛ	32	53	9	4	2
ΙΣ	35	45	10	6	4
ΓΑ	17	52	9	16	6
ΥΕ	24	58	11	6	1
ΙΤ	22	60	10	4	3
ΚΥ	40	52	7	0	1
ΛΕ	21	60	12	3	4
ΛΙ	27	57	10	3	3
ΛΞ	32	50	12	4	3
ΟΥ	29	53	11	5	2
ΜΑ	36	57	4	2	1
ΚΧ	20	49	12	12	7
ΑΥ	25	47	14	12	2
ΠΛ	26	57	7	5	4
ΠΡ	31	55	8	4	2
ΡΜ	40	45	8	4	2
ΣΝ	16	66	11	5	1
ΣΚ	22	57	12	6	3
ΦΙ	18	57	11	8	6
ΣΔ	24	50	13	9	4

(%), Βάση: n=26 121 – όλοι οι απαντήσαντες

E7 Με ποιους από τους ακόλουθους τρόπους, εάν υπάρχουν, ασχολείστε με κοινωνικό και πολιτικό περιεχόμενο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης; [Πολλαπλές απαντήσεις]

	Ανάγνωσ η ή προβολή περιεχο μένου στην/στις τροφοδο σία/-ές μου	Like ή να αντιδρο ύν σε δημοσιε ύσεις	Σχόλιο για τις δημοσιεύ σεις	Κοινοποι ηση αναρτήσ εων άλλων στο προφίλ ή τις ιστορίες μου	Κοινή χρήση περιεχομέ νου μέσω άμεσων μηνυμάτων ή ιδιωτικών συνομιλιώ ν	Δημιουργ ώ και αναρτώ το δικό μου πρωτότυπ ο περιεχόμε νο (π.χ. σκέψεις/γν ωμοδοτήσ εις για θέματα)	Άλλα	Δεν ασχολού μαι καθόλου με αυτό το είδος περιεχομ ένου	Δεν γνωρίζ ω
ΕΕ των 27	38	36	23	19	18	11	4	29	3
ΒΕ	28	24	15	14	12	10	2	45	2
ΒΛ	34	52	27	27	20	13	5	20	3
ΤΣ	24	42	30	22	22	11	4	25	4
ΔΑ	36	34	21	14	15	10	2	32	4
ΓΕ	37	30	19	15	16	10	9	29	4
ΕΣ	41	36	15	15	18	9	4	23	5
ΙΡ	41	43	27	20	22	13	3	23	2
ΕΛ	46	51	34	27	23	19	1	19	1
ΙΣ	31	46	28	26	19	15	3	28	2
ΓΑ	37	26	17	15	17	7	1	41	1
ΥΕ	35	39	21	13	17	8	5	25	3
ΙΤ	33	41	28	22	19	12	3	27	2
ΚΥ	55	58	34	24	24	14	1	14	1
ΛΕ	51	15	11	7	11	4	2	28	3
ΛΙ	52	39	16	15	19	6	2	18	4
ΛΞ	39	34	13	14	15	9	4	28	5
ΟΥ	60	35	18	19	15	7	3	18	3
ΜΑ	44	46	24	19	29	16	2	20	0
ΚΧ	27	24	15	11	14	10	3	47	3
ΑΥ	36	31	18	16	16	10	7	28	4
ΠΛ	62	40	27	21	21	13	2	17	3
ΠΡ	42	35	21	20	18	11	2	32	2
ΡΜ	37	49	30	19	21	13	3	21	3
ΣΝ	48	31	19	16	15	9	3	25	2
ΣΚ	27	38	20	15	14	9	3	33	3
ΦΙ	38	35	20	13	16	11	3	30	4
ΣΔ	47	37	24	18	19	14	4	26	3

(%), Βάση: n=26 121 – όλοι οι απαντήσαντες

Ε8 Ποιο από τα παρακάτω, εάν υπάρχουν, ακολουθείτε ενεργά στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. παρακολουθώντας τους λογαριασμούς τους ή ελέγχοντας τακτικά τις ροές τους); [Πολλαπλές απαντήσεις]

	Η [ΕΘΝΙΚΟΤΗ ΤΑ] Εθνική Κυβέρνηση	Εθνικοί πολιτικοί	Εθνικά πολιτικά κόμματα	Τοπική/ δημοτική αυτοδιοίκηση	Τοπικοί πολιτικοί	Διεθνείς οργανισμοί (π.χ. ΝΑΤΟ, ΟΗΕ)	Θεσμικά όργανα της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ)	Πολιτικό επίπεδο ΕΕ	Πολιτικά κόμματα σε επίπεδο ΕΕ	Κανένα από αυτά
ΕΕ των 27	26	23	21	20	17	13	13	11	9	48
ΒΕ	20	18	16	16	15	14	12	10	8	52
ΒΛ	30	26	21	28	17	15	19	14	8	37
ΤΣ	33	25	23	21	23	14	12	15	10	38
ΔΑ	23	21	15	13	20	13	12	13	8	51
ΓΕ	17	15	18	11	12	11	8	10	8	61
ΕΣ	32	22	18	25	18	18	14	12	6	41
ΙΡ	30	21	19	15	27	16	17	12	10	39
ΕΛ	25	23	20	24	15	18	17	13	11	43
ΙΣ	26	25	21	24	19	13	14	10	10	46
ΓΑ	21	19	18	13	13	9	8	8	6	57
ΥΕ	25	18	16	26	25	10	12	9	5	45
ΙΤ	30	27	23	27	20	15	19	11	11	38
ΚΥ	40	29	21	30	30	14	18	23	16	33
ΛΕ	24	19	11	24	15	13	9	9	4	44
ΛΙ	40	22	17	20	18	18	17	13	6	36
ΛΞ	36	34	24	34	20	19	20	17	13	34
ΟΥ	27	35	16	25	20	12	17	14	11	37
ΜΑ	39	27	31	26	35	23	28	20	13	26
ΚΧ	22	18	19	17	11	11	9	6	5	54
ΑΥ	23	18	17	12	14	13	12	11	9	53
ΠΛ	38	36	28	22	23	15	15	16	9	40
ΠΡ	32	25	23	23	15	13	16	10	7	42
ΡΜ	43	32	29	36	28	24	24	20	14	27
ΣΝ	40	23	19	25	22	17	14	18	9	39
ΣΚ	33	24	24	24	14	16	13	18	13	36
ΦΙ	39	26	20	20	20	20	14	17	9	41
ΣΔ	29	21	19	18	18	16	17	16	9	46

(%), Βάση: n=26 121 – όλοι οι απαντήσαντες

E9_1 Στην ερώτηση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δηλώσατε ότι ακολουθείτε:
 Σε ποιο βαθμό συμφωνείτε με την ακόλουθη δήλωση: Ακολουθώ αυτόν τον τύπο λογαριασμού στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επειδή ...είναι αξιόπιστοι

	Συμφωνώ απόλυτα	Τείνουν να συμφωνούν	Τείνουν να διαφωνούν	Διαφωνώ απόλυτα	Δεν ξέρω
ΕΕ των 27	15	39	31	11	4
ΒΕ	13	37	31	11	5
ΒΛ	20	42	28	8	2
ΤΣ	11	38	36	10	4
ΔΑ	17	36	30	12	4
ΓΕ	19	40	27	9	3
ΕΣ	14	38	30	12	4
ΙΡ	18	38	29	10	4
ΕΛ	16	35	31	13	5
ΙΣ	12	30	38	14	6
ΓΑ	8	33	35	17	7
ΥΕ	11	36	34	13	7
ΙΤ	13	47	28	8	3
ΚΥ	7	41	40	10	3
ΛΕ	17	37	34	7	3
ΛΙ	17	36	34	8	4
ΛΞ	10	42	32	9	4
ΟΥ	15	33	34	12	6
ΜΑ	14	45	29	7	4
ΚΧ	15	44	25	10	5
ΑΥ	17	34	31	11	6
ΠΛ	14	44	31	8	2
ΠΡ	17	42	27	9	3
ΡΜ	27	36	26	7	2
ΣΝ	7	39	31	15	7
ΣΚ	13	36	36	11	4
ΦΙ	12	44	28	13	4
ΣΔ	13	39	29	11	5

(%), Βάση: n=15 152 – Εάν τουλάχιστον ένας οργανισμός παρακολούθησε ενεργά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Q8)

Ε9_2 Στην ερώτηση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δηλώσατε ότι ακολουθείτε:
 Σε ποιο βαθμό συμφωνείτε με την ακόλουθη δήλωση: Ακολουθώ αυτόν τον τύπο λογαριασμού στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επειδή ...με βοηθούν να κατανοήσω τις τρέχουσες υποθέσεις

	Συμφωνώ απόλυτα	Τείνουν να συμφωνούν	Τείνουν να διαφωνούν	Διαφωνώ απόλυτα	Δεν ξέρω
ΕΕ των 27	21	52	19	6	2
ΒΕ	14	51	23	8	3
ΒΛ	28	51	17	3	1
ΤΣ	14	49	27	7	2
ΔΑ	21	48	23	5	3
ΓΕ	22	51	19	5	2
ΕΣ	19	55	17	7	2
ΙΡ	25	53	15	4	2
ΕΛ	20	51	22	5	2
ΙΣ	21	48	23	6	2
ΓΑ	16	50	23	8	3
ΥΕ	18	52	18	8	4
ΙΤ	19	59	16	4	2
ΚΥ	20	58	16	4	1
ΛΕ	21	52	17	8	1
ΛΙ	23	48	23	4	1
ΛΞ	14	56	20	7	3
ΟΥ	20	47	22	8	3
ΜΑ	20	60	14	4	2
ΚΧ	21	52	18	6	2
ΑΥ	23	46	18	8	5
ΠΛ	21	56	17	5	1
ΠΡ	26	58	10	5	0
ΡΜ	30	49	17	3	1
ΣΝ	14	52	22	10	2
ΣΚ	22	53	17	6	2
ΦΙ	21	57	15	6	2
ΣΔ	23	51	16	7	3

(%), Βάση: n=15 152 – Εάν τουλάχιστον ένας οργανισμός παρακολούθησε ενεργά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Q8)

Ε9_3 Στην ερώτηση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δηλώσατε ότι ακολουθείτε:
 Σε ποιο βαθμό συμφωνείτε με την ακόλουθη δήλωση: Ακολουθώ αυτόν τον τύπο λογαριασμού στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επειδή ...με βοηθούν να καταλάβω τι μπορώ να κάνω σε θέματα

	Συμφωνώ απόλυτα	Τείνουν να συμφωνούν	Τείνουν να διαφωνούν	Διαφωνώ απόλυτα	Δεν ξέρω
ΕΕ των 27	18	47	24	7	3
ΒΕ	13	42	28	10	4
ΒΛ	21	47	26	4	2
ΤΣ	12	46	31	7	2
ΔΑ	17	41	30	8	2
ΓΕ	20	44	25	7	4
ΕΣ	12	38	31	12	5
ΙΡ	22	47	19	8	3
ΕΛ	24	44	25	4	3
ΙΣ	17	40	26	12	4
ΓΑ	13	50	25	7	4
ΥΕ	14	48	25	8	5
ΙΤ	20	53	20	4	2
ΚΥ	18	47	25	5	5
ΛΕ	13	44	30	9	4
ΛΙ	15	46	27	7	2
ΛΞ	7	40	34	11	6
ΟΥ	17	43	27	10	3
ΜΑ	16	48	27	5	3
ΚΧ	14	48	21	11	4
ΑΥ	19	44	24	10	3
ΠΛ	17	53	23	5	1
ΠΡ	20	60	15	4	1
ΡΜ	30	47	19	2	1
ΣΝ	10	47	27	12	4
ΣΚ	17	44	29	7	2
ΦΙ	12	47	27	9	3
ΣΔ	17	41	26	10	5

(%), Βάση: n=15 152 – Εάν τουλάχιστον ένας οργανισμός παρακολούθησε ενεργά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Q8)

Ε9_4 Στην ερώτηση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δηλώσατε ότι ακολουθείτε:
 Σε ποιο βαθμό συμφωνείτε με την ακόλουθη δήλωση: Ακολουθώ αυτόν τον τύπο λογαριασμού στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επειδή ... παρέχουν ενημερώσεις σχετικά με τα τρέχοντα γεγονότα

	Συμφωνώ απόλυτα	Τείνουν να συμφωνούν	Τείνουν να διαφωνούν	Διαφωνώ απόλυτα	Δεν ξέρω
ΕΕ των 27	25	51	17	5	2
ΒΕ	17	49	22	9	2
ΒΛ	32	45	17	5	1
ΤΣ	17	48	25	7	3
ΔΑ	25	46	20	6	1
ΓΕ	31	50	13	4	1
ΕΣ	25	50	15	7	2
ΙΡ	30	49	14	5	1
ΕΛ	27	47	20	3	2
ΙΣ	27	44	20	7	2
ΓΑ	14	57	19	6	3
ΥΕ	21	46	22	8	4
ΙΤ	20	59	16	4	1
ΚΥ	24	53	19	4	1
ΛΕ	27	47	18	6	2
ΛΙ	25	52	16	4	1
ΛΞ	27	55	12	3	1
ΟΥ	26	49	17	5	2
ΜΑ	31	56	9	3	1
ΚΧ	29	49	14	6	2
ΑΥ	28	51	13	4	4
ΠΛ	27	52	15	5	0
ΠΡ	29	57	9	3	1
ΡΜ	39	44	13	2	1
ΣΝ	17	50	20	9	2
ΣΚ	28	51	14	4	2
ΦΙ	22	55	15	6	2
ΣΔ	22	51	17	8	2

(%), Βάση: n=15 152 – Εάν τουλάχιστον ένας οργανισμός παρακολούθησε ενεργά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Q8)

Ε10 Αναφέρατε ότι δεν παρακολουθείτε τα θεσμικά όργανα της ΕΕ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Ποιοι είναι οι κύριοι λόγοι για αυτό; [Πολλαπλές απαντήσεις]

	Ποτέ δεν σκέφτηκα να τους ακολουθή- σω.	Προτιμώ να λαμβάνω πληροφο- ρίες για την ΕΕ από άλλες πηγές	Αποφεύγ- ω να ακολουθώ πολιτικές ή θεσμικές αναφορές γενικά	Δεν εμπιστεύο- μαι πληροφο- ρίες από τα θεσμικά όργανα της ΕΕ	Βρίσκω το περιεχόμε- νό τους ασυμβίβασ- το ή άσχετο με μένα	Δεν ήξερα ότι τα θεσμικά όργανα της ΕΕ διαθέτουν λογαριασ- μούς στα μέσα κοινωνική ς δικτύωση ς	Το περιεχόμε- νό τους είναι πολύ τεχνικό ή τυπικό για να το καταλάβω εύκολα.	Τα θεσμικά όργανα της ΕΕ δεν δημοσιεύ- ουν στη γλώσσα της προτίμησ- ής μου	Άλλα	Κανέ- να από αυτά
ΕΕ των 27	30	24	21	16	15	12	10	5	6	7
ΒΕ	28	24	19	14	16	9	9	4	7	7
ΒΛ	30	17	31	23	8	12	10	9	4	6
ΤΣ	27	22	15	21	19	11	10	7	5	6
ΔΑ	31	22	18	11	12	11	8	4	7	10
ΓΕ	26	30	22	15	15	11	6	4	8	6
ΕΣ	39	20	23	11	16	14	11	8	4	5
ΙΡ	31	20	20	14	11	14	13	4	5	8
ΕΛ	23	28	32	25	16	12	13	8	2	3
ΙΣ	34	22	22	16	16	12	12	5	5	5
ΓΑ	31	22	20	18	16	11	10	2	7	6
ΥΕ	35	17	23	15	14	12	14	4	4	5
ΙΤ	28	24	23	15	15	13	15	6	5	7
ΚΥ	30	26	28	21	13	11	7	3	3	3
ΛΕ	30	15	22	11	18	10	12	5	4	6
ΛΙ	25	25	17	12	14	9	16	6	4	8
ΛΞ	30	25	19	9	11	14	9	5	5	6
ΟΥ	31	21	22	14	15	13	8	6	4	8
ΜΑ	32	19	26	13	17	12	15	6	5	6
ΚΧ	37	22	16	13	14	10	7	3	8	7
ΑΥ	29	29	25	17	13	11	5	4	6	5
ΠΛ	28	25	22	17	14	12	11	5	2	10
ΠΡ	31	25	18	7	12	14	10	3	4	9
ΡΜ	32	17	19	13	12	14	12	9	3	6
ΣΝ	31	20	26	18	15	10	13	6	3	5
ΣΚ	26	21	22	19	10	14	10	8	4	8
ΦΙ	26	29	13	9	17	16	14	6	6	8
ΣΔ	37	23	16	12	15	14	5	4	8	7

(%), Βάση: n=22 171 – Εάν τα θεσμικά όργανα της ΕΕ δεν παρακολουθούσαν ενεργά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Q8)

Ε11 Τι θα σας καθιστούσε πιο πιθανό να παρακολουθείτε τους λογαριασμούς των θεσμικών οργάνων της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ) στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης; Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν. [Πολλαπλές απαντήσεις]

	Κάλυψη θεμάτων που είναι πιο σημαντικά για μένα προσωπικά	Σαφέστερη, πιο κατανόηση γλώσσα	Περιεχόμενο στη μητρική ή μου γλώσσα	Πιο σαγηνευτικές μορφές πληροφοριών (όπως σύντομα βίντεο ή κινούμενα γραφήματα)	Συχνότερες ενημερώσεις σχετικά με τις πολιτικές και τις αποφάσεις της ΕΕ	Αν αυτοί οι λογαριασμοί ήταν πιο ορατοί σε μένα	Συστάσεις ή μετοχές από άλλους λογαριασμούς που εμπιστεύομαι	Άλλα	Τίποτα δεν θα με έκανε να ακολουθήσω αυτούς τους λογαριασμούς	Δεν γνωρίζω
ΕΕ των 27	22	20	15	15	15	14	10	3	32	8
ΒΕ	17	21	12	14	11	12	9	2	39	9
ΒΛ	32	23	27	15	10	13	12	3	25	5
ΤΣ	22	20	21	10	12	14	9	2	30	9
ΔΑ	18	12	12	13	11	13	10	5	33	15
ΓΕ	20	15	10	11	15	10	9	3	43	9
ΕΣ	26	20	25	15	15	14	12	2	29	6
ΙΡ	25	24	5	17	16	21	13	4	23	8
ΕΛ	27	24	21	21	18	16	16	4	23	3
ΙΣ	24	26	16	17	15	16	15	5	25	6
ΓΑ	18	18	11	15	12	15	6	2	43	7
ΥΕ	36	22	26	17	8	12	11	3	24	6
ΙΤ	22	27	16	17	19	15	11	2	21	9
ΚΥ	35	24	22	28	25	29	18	3	16	4
ΛΕ	28	18	21	14	12	14	10	2	23	10
ΛΙ	28	25	32	20	13	15	11	3	15	9
ΛΞ	23	19	15	22	14	24	8	5	24	9
ΟΥ	20	18	27	14	12	15	8	4	29	8
ΜΑ	36	25	13	27	17	23	15	5	18	5
ΚΧ	16	15	11	15	8	14	8	3	43	9
ΑΥ	25	15	12	13	18	11	10	3	36	8
ΠΛ	23	22	22	16	17	16	13	2	22	12
ΠΡ	20	29	18	17	18	17	10	3	22	9
ΡΜ	27	29	26	18	20	18	13	2	16	7
ΣΝ	30	14	18	21	16	13	16	3	25	6
ΣΚ	22	15	19	15	15	16	12	3	28	10
ΦΙ	29	18	19	15	13	19	10	3	22	12
ΣΔ	21	13	10	14	12	22	12	4	25	15

(%), Βάση: n=22 171 – Εάν τα θεσμικά όργανα της ΕΕ δεν παρακολουθούσαν ενεργά τα μέσα κοινωνικής

δικτύωσης (Q8)

Ε12 Ποιο συγκεκριμένο είδος περιεχομένου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης θα θεωρούσατε ενδιαφέρον προερχόμενο από θεσμικό όργανο της ΕΕ (όπως το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο); [Πολλαπλές απαντήσεις]

	Τρέχοντα νέα και ενημερώσεις	Ανάλυση τάσεων και μελλοντικές προβλέψεις	Διαδραστικό περιεχόμενο (π.χ. ερωτήσεις και απαντήσεις, επαφές με πολιτικούς ή αξιωματούχους, ζωντανές μεταδόσεις εκδηλώσεων)	Οπτικοακουστικό υλικό (π.χ. βίντεο, εικόνες, ηχογραφήσεις)	Εκπαιδευτικό υλικό σχετικά με τις πολιτικές και τις διαδικασίες	Πίσω από τα παρασκήνια αναλαμπές της θεσμικής λειτουργίας	Ιστορικές πληροφορίες (π.χ. σημαντικά γεγονότα, επετείους)	Διασκεδαστικό περιεχόμενο (π.χ. κουίζ, μιμίδια)	Άλλα	Κανένα από αυτά	Δεν γνωρίζω
ΕΕ των 27	45	23	23	21	21	20	19	14	3	20	6
ΒΕ	41	17	17	14	15	17	16	14	2	27	6
ΒΛ	51	35	24	27	21	27	21	14	5	11	5
ΤΣ	40	22	22	18	17	18	19	15	3	21	7
ΔΑ	40	19	16	14	14	17	19	12	4	23	10
ΓΕ	45	15	20	17	17	22	17	15	4	28	6
ΕΣ	47	29	26	22	26	17	18	17	2	17	5
ΙΡ	51	25	27	18	31	23	26	19	1	14	4
ΕΛ	52	28	33	21	25	19	29	15	2	11	4
ΙΣ	45	24	28	27	23	22	21	16	3	15	4
ΓΑ	37	20	19	19	10	15	15	12	1	30	6
ΥΕ	46	28	26	20	20	20	20	20	2	14	5
ΙΤ	45	27	24	25	32	19	17	11	2	13	5
ΚΥ	62	33	37	24	30	26	33	24	2	7	3
ΛΕ	46	27	20	19	19	13	17	15	2	13	8
ΛΙ	56	28	19	22	17	18	24	16	2	9	7
ΛΞ	56	25	27	28	23	27	25	14	3	14	5
ΟΥ	52	21	29	15	18	26	21	16	4	13	6
ΜΑ	58	28	25	27	31	25	32	26	4	9	2
ΚΧ	41	16	11	13	18	19	13	11	2	29	8
ΑΥ	44	18	23	17	17	25	19	14	2	22	5
ΠΛ	49	32	25	23	23	20	21	16	3	12	8
ΠΡ	52	34	24	29	28	16	24	15	2	10	8
ΡΜ	49	40	35	32	33	27	28	15	2	9	4
ΣΝ	47	34	24	21	18	23	20	19	3	14	5
ΣΚ	46	25	26	21	19	25	18	17	3	13	7
ΦΙ	52	20	23	24	14	27	20	16	2	12	9
ΣΔ	45	18	23	21	23	18	19	12	2	15	10

(%), Βάση: n=26 121 – όλοι οι απαντήσαντες

Ε13 Ακολουθείτε τυχόν επηρεαστές γνώμης ή δημιουργούς περιεχομένου σε κανάλια μέσω κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. YouTube, Instagram ή TikTok κ.λπ.);

	Ναι	Όχι, χρησιμοποιώ τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, αλλά δεν ακολουθώ κανέναν επηρεαστή ή δημιουργό περιεχομένου	Όχι, δεν χρησιμοποιώ τα social media	Δεν γνωρίζω
ΕΕ των 27	37	37	24	3
ΒΕ	31	39	28	2
ΒΛ	46	38	13	3
ΤΣ	43	36	17	3
ΔΑ	38	39	21	2
ΓΕ	32	32	35	1
ΕΣ	38	44	13	5
ΙΡ	49	32	17	2
ΕΛ	37	51	11	2
ΙΣ	42	34	20	4
ΓΑ	31	38	31	1
ΥΕ	31	48	18	3
ΙΤ	35	41	19	5
ΚΥ	50	41	6	2
ΛΕ	41	43	12	4
ΛΙ	35	44	18	2
ΛΞ	42	40	16	1
ΟΥ	47	32	16	5
ΜΑ	51	41	6	1
ΚΧ	31	38	29	1
ΑΥ	35	34	29	2
ΠΛ	38	40	19	3
ΠΡ	43	37	15	5
ΡΜ	47	40	11	2
ΣΝ	40	38	18	4
ΣΚ	40	39	18	3
ΦΙ	44	36	16	4
ΣΔ	43	37	17	2

(%), Βάση: n=26 121 – όλοι οι απαντήσαντες

Ε14 Τι είδους περιεχόμενο από influencers ή δημιουργούς περιεχομένου προτιμάτε; [Πολλαπλές απαντήσεις]

	Κριτικές (π.χ. προϊόντα, βιβλία, χώροι κ.λπ.)	Σχόλιο για την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα	Πώς να το κάνετε (π.χ. μαθήματ α)	Ενόραση στην καθημεριν ή τους ζωή	Περιεχόμενο κινήτρου	Προώθηση και διαφήμιση εμπορικών προϊόντων	Άλλα	Δεν γνωρίζ ω
ΕΕ των 27	39	38	38	36	31	19	11	1
ΒΕ	34	26	34	42	26	22	6	1
ΒΛ	40	40	48	26	29	19	8	0
ΤΣ	41	38	41	38	33	17	6	1
ΔΑ	35	32	30	41	43	14	10	3
ΓΕ	27	37	37	43	37	12	20	1
ΕΣ	39	34	39	33	34	19	9	1
ΙΡ	44	36	37	39	37	21	7	1
ΕΛ	43	50	31	41	26	28	5	2
ΙΣ	46	43	37	30	31	24	9	1
ΓΑ	29	32	45	42	23	17	14	0
ΥΕ	48	26	46	30	37	13	8	1
ΙΤ	52	43	42	25	25	24	8	1
ΚΥ	42	57	37	46	24	27	6	0
ΛΕ	38	26	49	30	36	7	6	1
ΛΙ	36	40	23	35	30	14	6	2
ΛΞ	45	31	51	36	31	11	15	1
ΟΥ	33	39	31	33	33	17	11	2
ΜΑ	50	37	36	36	37	27	7	1
ΚΧ	31	29	33	40	37	16	13	1
ΑΥ	22	37	35	43	44	19	10	2
ΠΛ	51	44	39	34	30	20	5	2
ΠΡ	38	32	25	39	35	24	11	1
ΡΜ	45	42	32	36	33	27	5	1
ΣΝ	35	36	22	37	42	22	8	1
ΣΚ	40	29	41	36	36	17	8	1
ΦΙ	33	35	34	45	42	16	9	1
ΣΔ	34	38	29	44	39	19	6	1

(%), Βάση: n=10 441 – Εάν ακολουθείτε επηρεαστές γνώμης ή δημιουργούς περιεχομένου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Q13)

Ε15 Ποια από τις παρακάτω μορφές προτιμάτε γενικά για πληροφορίες σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης; [Πολλαπλές απαντήσεις]

	Σύντομες δημοσιεύσεις βάσει κειμένου (π.χ. εικόνες με σύντομο κείμενο, ενημερώσεις κατάστασης)	Σύντομα βίντεο (π.χ. TikTok, Instagram Reels, λιγότερο από 1 λεπτό)	Μεσαίου μήκους βίντεο (π.χ. 1-5 λεπτά)	Μεγαλύτερα βίντεο (π.χ. YouTube, πάνω από 5 λεπτά)	Ιστορίες (π.χ. Instagram Stories)	Μεγαλύτερα άρθρα με βάση το κείμενο (π.χ. άρθρα, αναρτήσεις ιστολογίου)	Ζωντανά ρεύματα ή ζωντανά βίντεο	Podcasts	Ενημερωτικά γραφήματα ή διαγράμματα (κινούμενα ή μη)	Ενημερωτικά δελτία (π.χ. ενημερωτικά δελτία LinkedIn, Substack)	Άλλα	Κανένα από αυτά	Δεν γνωρίζω
ΕΕ των 27	46	41	39	35	26	25	24	24	19	15	2	3	1
ΒΕ	44	40	31	26	24	26	19	17	18	18	2	5	1
ΒΛ	47	33	36	31	18	22	32	26	11	10	6	1	1
ΤΣ	45	39	34	36	27	23	27	33	13	8	2	4	1
ΔΑ	40	37	31	30	20	27	15	25	18	22	4	5	3
ΓΕ	49	42	37	37	28	28	21	24	23	20	5	3	1
ΕΣ	43	37	37	34	19	26	24	18	19	7	2	2	1
ΙΡ	37	51	36	31	31	17	22	27	16	16	1	3	1
ΕΛ	48	40	39	35	23	34	34	19	20	19	1	3	1
ΙΣ	40	46	39	41	26	26	23	30	17	12	3	3	1
ΓΑ	47	42	41	34	29	24	21	18	21	17	1	2	1
ΥΕ	49	39	41	27	21	18	25	24	14	4	2	3	2
ΙΤ	46	43	45	34	28	25	25	19	22	13	2	2	0
ΚΥ	51	52	42	23	26	25	29	38	19	15	2	1	1
ΛΕ	42	35	28	31	14	15	23	13	12	6	1	5	3
ΛΙ	35	27	35	41	15	27	31	19	11	6	1	2	3
ΛΞ	50	48	36	29	34	23	14	27	26	10	3	3	2
ΟΥ	48	34	38	32	17	26	32	29	11	10	3	4	1
ΜΑ	50	48	33	20	28	19	24	27	25	13	2	3	1
ΚΧ	44	33	33	28	18	22	11	19	21	17	3	5	4
ΑΥ	51	46	36	31	25	24	21	19	20	19	2	3	1
ΠΛ	46	39	37	35	28	26	33	26	20	11	1	2	3
ΠΡ	50	37	42	26	28	19	26	21	17	13	2	2	2
ΡΜ	44	48	48	44	23	27	27	38	14	16	3	2	1
ΣΝ	47	38	36	31	21	21	30	14	14	13	2	2	1
ΣΚ	44	34	33	30	21	24	28	30	14	7	1	4	2
ΦΙ	49	39	38	32	25	24	20	22	20	15	3	2	2
ΣΔ	43	37	33	32	27	26	17	21	14	21	2	3	2

(%), Βάση: n=14 380 – Χρησιμοποιεί μέσα κοινωνικής δικτύωσης και/ή πλατφόρμες βίντεο για πληροφορίες σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα (τέταρτο τρίμηνο)

Ε16 Για βίντεο σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ποιο από τα ακόλουθα είδη περιεχομένου θα προτιμούσατε; Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν. [Πολλαπλές απαντήσεις]

	Βίντεο που διερευνούν σε βάθος τις τρέχουσες υποθέσεις	Συνεντεύξεις με εμπειρογνώμονες (π.χ. ακαδημαϊκούς ή πολιτικούς αναλυτές)	Συνεντεύξεις με καθημερινούς ανθρώπους που επηρεάζονται από το ζήτημα	Συνεντεύξεις με πολιτικούς ή κυβερνητικούς αξιωματούχους	Βίντεο που συνδυάζουν άτομα στην κάμερα με γραφικά, κείμενα ή κινούμενα σχέδια	Ομιλίες πολιτικών	Προσωπικά vlogs ή βίντεο σχολιασμού από δημιουργούς περιεχομένου	Κινούμενα βίντεο χωρίς πραγματικούς ανθρώπους	Άλλα	Κανέ να από αυτά	Δεν γνωρίζω
ΕΕ των 27	47	44	42	34	30	21	19	13	3	5	3
ΒΕ	35	37	35	26	32	17	21	19	3	9	4
ΒΛ	51	54	50	32	28	10	21	10	3	4	2
ΤΣ	41	47	45	37	19	26	20	13	2	6	3
ΔΑ	41	41	42	34	29	20	19	12	5	7	6
ΓΕ	52	39	42	40	28	26	20	14	5	6	2
ΕΣ	48	48	46	33	27	17	21	12	2	6	3
ΙΡ	40	40	49	38	30	19	24	14	3	4	3
ΕΛ	49	49	55	27	32	15	24	17	1	4	1
ΙΣ	49	42	42	31	31	17	24	13	4	4	3
ΓΑ	42	38	33	28	37	18	11	14	2	9	5
ΥΕ	44	48	57	29	27	14	17	8	2	5	3
ΙΤ	54	44	39	28	32	16	14	11	2	3	3
ΚΥ	45	54	54	36	31	15	20	10	3	4	1
ΛΕ	39	37	42	27	14	8	19	7	2	6	6
ΛΙ	56	51	41	35	17	15	18	10	1	2	4
ΛΞ	45	47	45	34	33	21	17	16	3	5	4
ΟΥ	51	50	44	38	20	23	18	9	4	6	3
ΜΑ	37	51	49	37	29	18	19	14	2	5	1
ΚΧ	37	40	36	29	33	15	16	14	2	9	4
ΑΥ	44	41	40	31	28	21	22	13	3	8	3
ΠΛ	44	51	43	43	32	25	21	11	1	4	4
ΠΡ	49	45	45	39	25	21	16	13	2	3	3
ΡΜ	43	52	49	41	28	30	34	13	4	4	2
ΣΝ	48	40	42	30	30	17	18	14	3	8	4
ΣΚ	46	42	47	35	19	19	19	8	1	6	5
ΦΙ	48	47	43	34	25	23	22	11	4	3	7
ΣΔ	36	41	44	43	26	24	24	10	2	5	6

(%), Βάση: n=14 380 – Χρησιμοποιεί μέσα κοινωνικής δικτύωσης και/ή πλατφόρμες βίντεο για πληροφορίες σχετικά με την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα (τέταρτο τρίμηνο)

Ε17 Πόσο συχνά πιστεύετε ότι έχετε εκτεθεί προσωπικά σε παραπληροφόρηση και ψευδείς ειδήσεις τις τελευταίες 7 ημέρες;

	Πολύ συχνά	Συχνά	Μερικές φορές	Σπάνια	Ποτέ	Δεν γνωρίζω
ΕΕ των 27	12	23	31	16	7	10
ΒΕ	11	21	36	14	6	12
ΒΛ	21	27	33	11	3	5
ΤΣ	12	16	31	19	10	12
ΔΑ	10	25	34	15	5	11
ΓΕ	9	17	29	20	11	14
ΕΣ	12	19	32	18	7	12
ΙΡ	20	22	33	12	5	8
ΕΛ	16	26	32	16	4	5
ΙΣ	22	30	28	11	3	6
ΓΑ	8	21	30	19	12	9
ΥΕ	13	25	39	12	3	8
ΙΤ	11	24	35	16	8	7
ΚΥ	16	26	34	13	6	4
ΛΕ	10	21	32	19	6	11
ΛΙ	10	21	39	14	5	11
ΛΞ	16	30	34	13	3	6
ΟΥ	22	35	24	8	2	8
ΜΑ	21	25	34	12	5	4
ΚΧ	8	23	34	17	5	12
ΑΥ	12	21	32	18	6	10
ΠΛ	10	27	32	13	4	13
ΠΡ	14	25	33	14	6	8
ΡΜ	23	32	27	9	3	6
ΣΝ	11	27	36	14	5	7
ΣΚ	10	23	28	17	11	11
ΦΙ	7	18	38	22	6	8
ΣΔ	8	22	40	15	4	10

(%), Βάση: n=26 121 – όλοι οι απαντήσαντες

Ε18 Αισθάνεστε σίγουροι ότι μπορείτε να αναγνωρίσετε την παραπληροφόρηση όταν την αντιμετωπίζετε;

	Πολύ σίγουρος/-η	Κάπως σίγουρος/-η	Δεν έχει μεγάλη αυτοπεποίθη ση	Καθόλου σίγουρος	Δεν γνωρίζω
ΕΕ των 27	12	49	26	6	6
ΒΕ	9	51	27	7	6
ΒΛ	15	53	25	4	3
ΤΣ	17	39	24	12	8
ΔΑ	11	42	34	8	5
ΓΕ	13	49	25	6	8
ΕΣ	10	47	33	8	3
ΙΡ	20	52	19	5	4
ΕΛ	15	43	34	6	2
ΙΣ	15	50	25	5	4
ΓΑ	13	53	22	5	8
ΥΕ	10	57	24	5	3
ΙΤ	10	51	29	6	4
ΚΥ	15	50	30	4	1
ΛΕ	11	47	32	6	5
ΛΙ	12	47	29	6	7
ΛΞ	14	55	24	4	3
ΟΥ	14	49	24	9	4
ΜΑ	22	62	11	3	2
ΚΧ	11	50	28	5	6
ΑΥ	12	52	22	5	9
ΠΛ	8	41	38	7	6
ΠΡ	9	54	27	6	3
ΡΜ	18	49	25	4	4
ΣΝ	8	49	34	6	3
ΣΚ	13	52	24	6	5
ΦΙ	12	55	23	6	5
ΣΔ	13	54	22	8	4

(%), Βάση: n=26 121 – όλοι οι απαντήσαντες

Ε19 Όταν δεν είστε σίγουροι αν μια πληροφορία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι παραπληροφόρηση, τι κάνετε συνήθως; Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν. [Πολλαπλές απαντήσεις]

	Διασταυρώστε το με άλλες πηγές πληροφοριών για να δείτε αν λένε το ίδιο πράγμα	Δείτε ποιος το δημοσίευσε για να ελέγξετε αν προέρχεται από αξιόπιστη / δυσδιάκριτη πηγή	Ελέγξτε αν είναι πρόσφατα νέα και όχι μια παλιά ιστορία που μοιράστηκε ξανά	Ελέγξτε τα σχόλια για να δείτε τι λένε οι άλλοι για αυτό	Ελέγξτε αν οι εικόνες ή τα βίντεο φαίνονται πραγματικά ή ψεύτικα	Προσέξτε για ορθογραφικά ή γραμματικά λάθη	Ρώτα τους ανθρώπους που εμπιστεύεσαι τι σκέφτονται	Χρήση εργαλείου ελέγχου γεγονότων ή ιστοτόπου	Δεν κάνω τίποτα για να επαληθεύσω τις πληροφορίες	Δεν γνωρίζω
ΕΕ των 27	49	40	34	29	25	24	18	14	10	4
ΒΕ	45	37	30	25	24	28	16	14	14	5
ΒΛ	52	40	38	37	24	16	22	19	6	3
ΤΣ	29	35	33	30	20	23	22	22	15	3
ΔΑ	41	41	34	32	28	29	16	19	11	7
ΓΕ	46	39	36	23	27	30	17	13	12	4
ΕΣ	50	47	37	36	27	32	21	21	11	3
ΙΡ	42	38	36	34	31	27	20	23	10	4
ΕΛ	64	50	38	45	30	17	25	20	5	2
ΙΣ	53	40	35	28	22	16	21	16	9	2
ΓΑ	47	36	28	27	22	24	14	10	13	4
ΥΕ	46	45	33	40	21	19	24	18	11	2
ΙΤ	53	42	32	28	24	19	19	12	6	2
ΚΥ	67	60	41	50	32	13	25	17	3	1
ΛΕ	44	37	24	36	19	26	16	14	13	5
ΛΙ	43	44	35	39	21	37	15	12	10	3
ΛΞ	65	51	43	36	33	33	23	15	6	1
ΟΥ	48	46	39	37	24	34	15	13	8	3
ΜΑ	58	55	43	38	29	19	18	24	5	1
ΚΧ	49	42	34	25	23	27	14	19	13	6
ΑΥ	45	39	36	21	27	29	21	13	10	5
ΠΛ	47	39	36	39	25	18	19	14	8	4
ΠΡ	53	42	36	34	30	31	18	21	8	2
ΡΜ	57	43	38	36	32	27	19	22	5	2
ΣΝ	42	46	33	34	28	18	24	20	11	2
ΣΚ	41	41	26	32	23	22	20	17	10	4
ΦΙ	51	45	31	32	30	21	14	12	9	8
ΣΔ	49	48	38	30	30	22	21	15	9	5

(%), Βάση: n=26 121 – όλοι οι απαντήσαντες

Ε20 Πόσο σημαντικό είναι για εσάς το γεγονός ότι (ΧΩΡΑ) είναι κράτος μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης; Χρησιμοποιήστε μια κλίμακα από το 1 έως το 10 όπου το 1 σημαίνει «καθόλου σημαντικό» και το 10 σημαίνει «εξαιρετικά σημαντικό».

	1 – Καθόλου σημαντικό	2	3	4	5	6	7	8	9	10 - Εξαιρετικά σημαντικό	Δεν γνωρίζω
ΕΕ των 27	7	2	3	3	9	7	11	16	12	27	3
ΒΕ	6	2	2	2	10	7	13	19	12	21	5
ΒΛ	11	4	3	5	11	6	10	12	9	28	1
ΤΣ	15	4	5	5	15	9	8	12	8	17	4
ΔΑ	8	2	3	5	6	7	13	17	13	22	4
ΓΕ	8	2	4	3	7	5	10	16	11	30	4
ΕΣ	6	2	3	2	7	6	8	12	12	40	2
ΙΡ	7	2	2	4	7	8	10	14	12	32	4
ΕΛ	8	2	4	4	10	9	11	16	13	23	2
ΙΣ	5	1	2	3	9	7	13	19	18	22	2
ΓΑ	8	2	4	5	13	8	11	15	10	19	4
ΥΕ	8	2	3	4	9	9	12	16	12	23	2
ΙΤ	8	2	3	2	8	9	12	16	11	27	2
ΚΥ	5	1	3	4	10	8	12	15	13	29	1
ΛΕ	6	2	3	3	10	8	8	14	14	29	3
ΛΙ	4	1	2	2	6	7	7	10	14	44	3
ΛΞ	4	1	0	2	7	4	6	12	13	47	3
ΟΥ	5	2	2	3	9	8	8	11	8	41	3
ΜΑ	6	2	2	2	8	6	12	15	14	32	1
ΚΧ	8	2	3	3	6	8	15	20	14	17	4
ΑΥ	13	2	4	5	10	8	9	14	8	25	3
ΠΛ	5	1	4	3	7	7	9	14	12	35	3
ΠΡ	2	1	1	2	5	7	9	18	16	39	1
ΡΜ	4	1	2	1	6	4	6	9	13	52	2
ΣΝ	8	3	4	3	10	8	12	17	13	20	1
ΣΚ	9	3	4	4	11	8	8	9	9	33	2
ΦΙ	5	3	2	2	7	7	10	21	18	21	4
ΣΔ	9	2	3	3	10	8	13	18	11	20	4

(%), Βάση: n=26 121 – όλοι οι απαντήσαντες

E21 Ποια από τις ακόλουθες δηλώσεις σχετικά με την Ευρωπαϊκή Ένωση προσεγγίζει περισσότερο τη γνώμη σας;

	Είμαι υπέρ της Ευρωπαϊκής Ένωσης και του τρόπου με τον οποίο λειτουργεί επί του παρόντος	Είμαι μάλλον υπέρ της Ευρωπαϊκής Ένωσης, αλλά όχι του τρόπου με τον οποίο λειτουργεί επί του παρόντος	Είμαι μάλλον επιφυλακτικός απέναντι στην Ευρωπαϊκή Ένωση, αλλά θα μπορούσα να αλλάξω γνώμη εάν αλλάξει πραγματικά ο τρόπος λειτουργίας της	Αντιτίθεμαι στην ιδέα της Ευρωπαϊκής Ένωσης εν γένει	Δεν γνωρίζω
ΕΕ των 27	27	37	21	8	6
ΒΕ	21	37	25	8	9
ΒΛ	23	35	26	12	4
ΤΣ	15	32	32	14	8
ΔΑ	33	31	19	9	8
ΓΕ	30	37	19	8	6
ΕΣ	33	38	18	6	4
ΙΡ	38	27	17	8	10
ΕΛ	17	43	29	7	4
ΙΣ	28	42	18	5	7
ΓΑ	20	40	22	10	7
ΥΕ	24	38	25	8	5
ΙΤ	21	42	23	10	4
ΚΥ	16	50	25	5	5
ΛΕ	31	29	23	8	9
ΛΙ	33	36	18	7	7
ΛΞ	29	48	14	3	7
ΟΥ	39	23	23	6	8
ΜΑ	34	37	18	5	5
ΚΧ	28	33	19	10	10
ΑΥ	19	38	25	12	6
ΠΛ	34	31	23	7	5
ΠΡ	43	36	11	4	6
ΡΜ	39	34	17	4	5
ΣΝ	17	39	31	7	5
ΣΚ	27	35	22	9	6
ΦΙ	33	31	20	8	9
ΣΔ	29	33	20	10	8

(%), Βάση: n=26 121 – όλοι οι απαντήσαντες

Ε22 Ποιο από τα παρακάτω εμπιστεύεστε περισσότερο; [Πολλαπλές απαντήσεις]

	Φίλοι και οικογένεια	Επιστήμονες	Καθηγητές σχολείων / καθεγηγητές πανεπιστημίου	Δημοσιογράφοι	Δημόσιοι οργανισμοί	ΜΚΟ	Μέσα ενημέρωσης	Ιδιωτικές εταιρείες	Πολιτικοί	Influencers / δημιουργοί περιεχομένου	Άλλα	Δεν γνωρίζω
ΕΕ των 27	45	45	17	13	13	11	10	6	5	4	3	10
ΒΕ	36	45	19	18	9	8	14	6	4	5	2	8
ΒΛ	41	38	19	14	13	12	16	4	4	7	6	12
ΤΣ	53	37	10	8	10	10	9	6	5	7	4	8
ΔΑ	44	42	14	11	13	6	11	8	8	2	2	7
ΓΕ	48	44	9	13	16	8	10	6	5	4	3	12
ΕΣ	50	52	14	11	17	6	13	5	5	4	2	6
ΙΡ	53	35	19	17	14	7	11	5	7	6	2	6
ΕΛ	52	46	26	6	9	5	3	4	5	7	3	10
ΙΣ	51	54	19	11	11	13	12	6	4	5	2	6
ΓΑ	42	41	19	12	11	14	8	7	4	3	2	13
ΥΕ	54	43	14	8	7	18	6	3	2	3	3	9
ΙΤ	38	52	21	11	15	13	6	7	5	3	3	11
ΚΥ	50	48	18	7	5	5	7	3	1	4	3	17
ΛΕ	47	30	9	12	14	5	13	4	3	4	2	11
ΛΙ	40	42	11	11	14	9	16	4	2	4	3	12
ΛΞ	46	52	16	19	21	9	10	3	3	1	2	7
ΟΥ	49	35	14	8	6	22	7	3	3	6	4	12
ΜΑ	45	32	21	19	11	22	10	4	7	4	3	7
ΚΧ	42	45	13	22	11	6	11	4	6	3	3	9
ΑΥ	44	41	17	11	18	6	11	4	5	5	2	11
ΠΛ	41	41	19	16	10	12	11	6	4	4	2	13
ΠΡ	48	44	24	17	11	13	20	4	2	3	2	6
ΡΜ	46	43	20	15	10	10	11	7	4	5	3	9
ΣΝ	53	43	15	7	10	4	7	7	2	4	3	12
ΣΚ	37	37	13	13	13	9	13	5	6	4	4	14
ΦΙ	48	47	14	9	20	11	12	3	5	5	3	5
ΣΔ	48	46	15	15	24	10	11	5	9	3	2	5

(%), Βάση: n=26 121 – όλοι οι απαντήσαντες

E23 Ορισμένοι παρακολουθούν τι συμβαίνει στην πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης, είτε διεξάγονται εκλογές είτε όχι. Άλλοι δεν ενδιαφέρονται τόσο. Θα λέγατε ότι παρακολουθείτε τι συμβαίνει στην πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης;

	Τις περισσότερες φορές	Από καιρό σε καιρό	Σπάνια	Ποτέ ή σχεδόν ποτέ	Δεν γνωρίζω
ΕΕ των 27	22	44	21	11	2
ΒΕ	18	42	24	15	2
ΒΛ	23	42	24	10	2
ΤΣ	20	37	27	13	3
ΔΑ	18	46	23	10	2
ΓΕ	27	45	17	10	1
ΕΣ	12	44	30	14	1
ΙΡ	19	43	25	11	2
ΕΛ	25	43	22	9	1
ΙΣ	22	47	19	11	1
ΓΑ	17	40	24	17	2
ΥΕ	7	44	32	17	1
ΙΤ	27	44	17	10	2
ΚΥ	23	42	22	12	1
ΛΕ	10	39	33	15	2
ΛΙ	8	47	28	13	4
ΛΞ	23	44	21	10	2
ΟΥ	17	36	33	12	3
ΜΑ	18	46	22	13	1
ΚΧ	17	44	22	16	1
ΑΥ	24	44	20	11	1
ΠΛ	21	48	21	7	2
ΠΡ	23	51	17	7	2
ΡΜ	23	48	21	5	2
ΣΝ	14	37	31	17	1
ΣΚ	16	41	29	11	3
ΦΙ	10	50	26	12	2
ΣΔ	13	44	27	14	2

(%), Βάση: n=26 121 – όλοι οι απαντήσαντες

Το παρόν Έκτακτο Ευρωβαρόμετρο παρέχει μια επισκόπηση της στάσης των Ευρωπαίων πολιτών απέναντι στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Εξετάζει τις στάσεις απέναντι σε βασικά θέματα, όπως: συνήθειες πληροφόρησης και πηγές για την κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα· πρότυπα χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και προτιμήσεις για πληροφορίες σχετικά με την επικαιρότητα· έκθεση και αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης και εμπιστοσύνη στους αγγελιοφόρους· συνεργασία με επηρεαστές γνώμης και δημιουργούς περιεχομένου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης· κοινό και προτιμήσεις για θεσμικούς λογαριασμούς και πολιτικό περιεχόμενο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης· προτιμώμενες μορφές και τύποι περιεχομένου για πολιτικό περιεχόμενο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης· στάση απέναντι στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

Εξ ονόματος της Γενικής Διεύθυνσης Επικοινωνίας του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου, η Ipsos European Public Affairs πραγματοποίησε συνέντευξη με αντιπροσωπευτικό δείγμα πολιτών της ΕΕ, ηλικίας 15 ετών και άνω, σε καθένα από τα 27 κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ). Από τις 11 έως τις 18 Ιουνίου 2025, πραγματοποιήθηκαν 26 121 συνεντεύξεις μέσω διαδικτυακής συνέντευξης με τη βοήθεια υπολογιστή (CAWI), με τη χρήση διαδικτυακών πάνελ της Ipsos και του δικτύου συνεργατών της.



ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΗ ΤΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗΣ ΤΗΣ ΔΗΜΟΣΙΑΣ ΓΝΩΜΟΔΟΤΗΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ΓΕΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟ

europa.eu/eurwabarometro

ΑΡΙΘΜΟΣ ΚΑΤΑΛΟΓΟΥ: QA-01-25-214-EL-N

ISBN: 978-92-848-3056-5

DOI: 10.2861/0248877

© Ευρωπαϊκή Ένωση, 2025