



EUROBAROMETRUL STANDARD 100

Utilizarea mass-mediei în Uniunea Europeană

Eurobarometru Report
OCTOMBRIE – NOIEMBRIE 2023

Eurobarometru standard 100 toamna anului 2023 Medias

Acest sondaj a fost solicitat și coordonat de Comisia Europeană, Direcția Generală Comunicare.

Prezentul document nu reprezintă punctul de vedere al Comisiei Europene. Interpretările și opiniile pe care le conține sunt numai cele ale autorilor.

Titlul proiectului	Eurobarometrul standard 100 – Toamna 2023 Utilizarea mass-mediei în Uniunea Europeană
Versiune lingvistică	EN
Mass-media/volumul	PDF/Volume_01
Număr catalog	NA-AO-23-043-EN-N
ISBN	978-92-68-09983-4
ISSN	1977-3927
DOI	10.2775/25739

© Uniunea Europeană, 2023

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

Credit foto: Imagini Getty

Cuprins

Introducere.....	4
I. Utilizarea și încrederea în mass-media.....	9
1. Utilizare în mass-media.....	10
2. Încrederea în mass-media.....	38
II. Nivelul de informare cu privire la chestiunile europene.....	44
III. Surse de informare pentru chestiuni politice și Uniunea Europeană.....	55
1. Chestiuni politice europene.....	56
2. Căutarea activă a informațiilor despre Uniunea Europeană.....	62
IV. Avize privind pluralismul și independența mass-mediei naționale.....	67
1. Pluralism în mass-media națională.....	68
2. Independența mass-mediei naționale.....	72
V. Europeanii și știrile false.....	81
VI. Rețele sociale.....	93
1. Rețele sociale online și informații politice.....	94
Comentarii.....	108



*Europa
Demokratia
Esperanto*

Document elaborat de Pierre Dieumegard pentru [Europa-Democratie-Esperanto](#)

Scopul acestui document „provizoriu” este de a permite unui număr mai mare de persoane din Uniunea Europeană să ia cunoștință de documentele produse de Uniunea Europeană (și finanțate din impozitele lor).

Fără traduceri, oamenii sunt excluși din dezbateri.

Acest document „Eurobarocontor” [a fost doar în franceză, germană și engleză](#), într-un fișier pdf. Din acest fișier inițial, am făcut un fișier odt, pregătit de software-ul Libre Office, pentru traducerea automată în alte limbi. Rezultatele sunt acum [disponibile în toate limbile oficiale](#).

Este de dorit ca administrația UE să preia traducerea documentelor importante. „Documentele importante” nu sunt doar legile și reglementările, ci și informațiile importante necesare pentru a lua împreună decizii în cunoștință de cauză.

Pentru a discuta împreună viitorul nostru comun și pentru a permite traduceri de încredere, limba internațională esperanto ar fi foarte utilă datorită simplității, regularității și exactității sale.

Contactați-ne:

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

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



Introducere

Eurobarometrul standard 100. 2 (EB100) sondajul din toamna anului 2023 a fost efectuat în perioada 23 octombrie și 17 noiembrie 2023 în 37 de țări sau teritorii: cele 27 de state membre ale Uniunii Europene (UE), șapte țări candidate (Albania, Bosnia și Herțegovina, Moldova, Muntenegru, Macedonia de Nord, Serbia și Turkiye), Comunitatea cipriotă turcă din partea țării care nu este controlată de guvernul Republicii Cipru, precum și din¹Kosovo și Regatul Unit.

Raportul complet al sondajului Eurobarometru standard 100 constă în mai multe volume. Primul volum prezintă rezultatele întrebărilor generale privind starea opiniei publice în Uniunea Europeană. Alte patru volume prezintă opiniile europenilor cu privire la următoarele subiecte: utilizarea mass-mediei în Uniunea Europeană, prioritățile Uniunii Europene, cetățenia europeană și opiniile privind invadarea Ucrainei de către Rusia.

Volumul actual al sondajului Eurobarometru standard din toamna anului 2023 se axează pe utilizarea mass-mediei în Uniunea Europeană. Aici analizăm următoarele aspecte:

Utilizarea mass-mediei și încrederea în mass-media – măsura în care diferitele mijloace de comunicare sunt utilizate cel mai mult de către cetățenii europeni. Câtă încredere au europenii în mass-media și în informațiile pe care le oferă?

Nivelul de informare cu privire la chestiunile europene – se simt europenii bine informați cu privire la problemele europene? Consideră ei că cetățenii din țara lor sunt bine informați cu privire la aceste probleme?

Surse de informare pentru chestiuni politice și Uniunea Europeană – care sunt principalele surse de informare utilizate de europeni pentru știri despre chestiuni politice europene și pentru căutarea de informații despre Uniunea Europeană?

Opiniile privind pluralismul și independența mass-mediei naționale – cetățenii europeni consideră că mass-media europeană oferă o pluralitate de opinii și opinii? Sunt aceste mass-media supuse presiunilor politice și comerciale?

Europenii și știrile false – cetățenii Uniunii Europene se confruntă adesea cu știri false sau știri care denaturează realitatea? Sunt în măsură să-l identifice? Consideră că este o problemă în țara lor și pentru democrație în general?

Rețelele sociale – sunt rețelele sociale online o modalitate de a fi la curent cu știrile politice și de a avea un cuvânt de spus în chestiuni politice? Îi pot atrage pe cetățeni interesați de probleme politice? Pot fi de încredere informațiile politice de pe rețelele sociale?

1 Această desemnare nu aduce atingere pozițiilor privind statutul și este conformă cu RCONU 1244/99 și cu Avizul CIJ privind declarația de independență a Kosovo.

Metodologie

Metodologia utilizată este cea a sondajelor Eurobarometru standard efectuate de Direcția Generală Comunicare (Unitatea „monitorizarea mass-mediei și Eurobarometru”)²³. La prezentul raport este anexată o notă tehnică privind interviurile efectuate de institutele membre ale rețelei Kantar. De asemenea, se specifică intervalele de încredere.

În urma Regulamentului general al UE privind protecția datelor ⁴ (RGPD), respondenții au fost întrebați dacă ar fi de acord sau nu să primească întrebări cu privire la aspecte care ar putea fi considerate „sensibile”.

Notă: În acest raport, țările UE sunt menționate prin abrevierea lor oficială. Abrevierile utilizate în prezentul raport corespund:

Belgia	FI	Lituania	LT
Bulgaria	BG	Luxemburg	LU
Cehia	CZ	Ungaria	HU
Danemarca	DK	Malta	MT
Germania	DE	Țările de Jos	NL
Estonia	EE	Austria	AT
Irlanda	IE	Polonia	PL
Grecia	EL	Portugalia	PT
Spania	ES	România	RO
Franța	FR	Slovenia	SI
Croația	HR	Slovacia	SK
Italia	EA	Finlanda	FI
Republica Cipro	CY*	Suedia	SE
Letonia	LV	Macedonia de Nord	MK
Comunitatea cipriotă turcă	CY (de confirmat)	Serbia	RS
Albania	AL	Turcia	TR
Bosnia și Herțegovina	BA	Regatul Unit	UK
Moldova	MD		
Muntenegru	MINE		
Kosovo ⁵	XK		
Uniunea Europeană – media ponderată pentru cei 27 de membri	UE-27		
Statele Uniunii Europene			
BE, FR, IT, LU, DE, AT, ES, PT, ȘI ANUME, NL, FI, EL, EE, SI, CY, MT, SK, LV, LT, HR	Zona euro		
BG, CZ, DK, HU, PL, RO, SE	În afara zonei euro		

Cipru în ansamblu este unul dintre cele 27 de state membre ale Uniunii Europene. Cu toate acestea, acquis-ul comunitar a fost suspendat în partea din țară care nu este controlată de guvernul Republicii Cipro. Din motive practice, numai interviurile efectuate în partea din țară controlată de guvernul Republicii Cipro sunt incluse în categoria „CY” și în media UE-27.

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

³ Tabelele de rezultate sunt anexate. Trebuie remarcat faptul că totalul procentelor indicate în tabelele din prezentul raport poate depăși 100 % atunci când respondentul a putut alege mai multe răspunsuri la aceeași întrebare.

⁴ 2016/679

⁵ Această desemnare nu aduce atingere pozițiilor privind statutul și este conformă cu RCONU 1244/99 și cu Avizul CIJ privind declarația de independență a Kosovo.

Dorim să mulțumim cetățenilor din întreaga Europă care și-au acordat timpul necesar pentru a participa la acest sondaj.

Fără participarea lor activă, acest studiu nu ar fi fost posibil.



I. Utilizarea și încrederea în mass-media

1. Utilizare în mass-media

Televiziunea continuă să fie cea mai frecvent utilizată formă de mass-media.

Televiziunea este de departe cea mai utilizată formă de mass-media, 93 % dintre respondenți (nicio schimbare din iarna 2022-2023) uitându-se la televizor prin intermediul unui televizor sau pe internet cel puțin o dată pe săptămână și aproape opt din zece (79 %, -1 punct procentual) făcând acest lucru zilnic sau aproape zilnic.

Aproape nouă din zece (89 %) se uită la televizor cel puțin o dată pe săptămână. Deși această proporție a rămas neschimbată de la ultima dată când această întrebare a fost adresată în iarna 2022-2023, aceasta este încă semnificativ mai scăzută decât în perioada cuprinsă între toamna anului 2010 (EB74) și toamna anului 2012 (EB78), când 97 % au raportat că se uită la televizor cel puțin o dată pe săptămână.

Ponderele respondenților care se uită la televizor prin internet continuă să crească constant, 38 % spunând că se uită la televizor cel puțin o dată pe săptămână – o creștere de două puncte procentuale față de iarna 2022-2023 și de 22 de puncte procentuale de când această întrebare a fost adresată pentru prima dată în toamna anului 2011 (EB76).

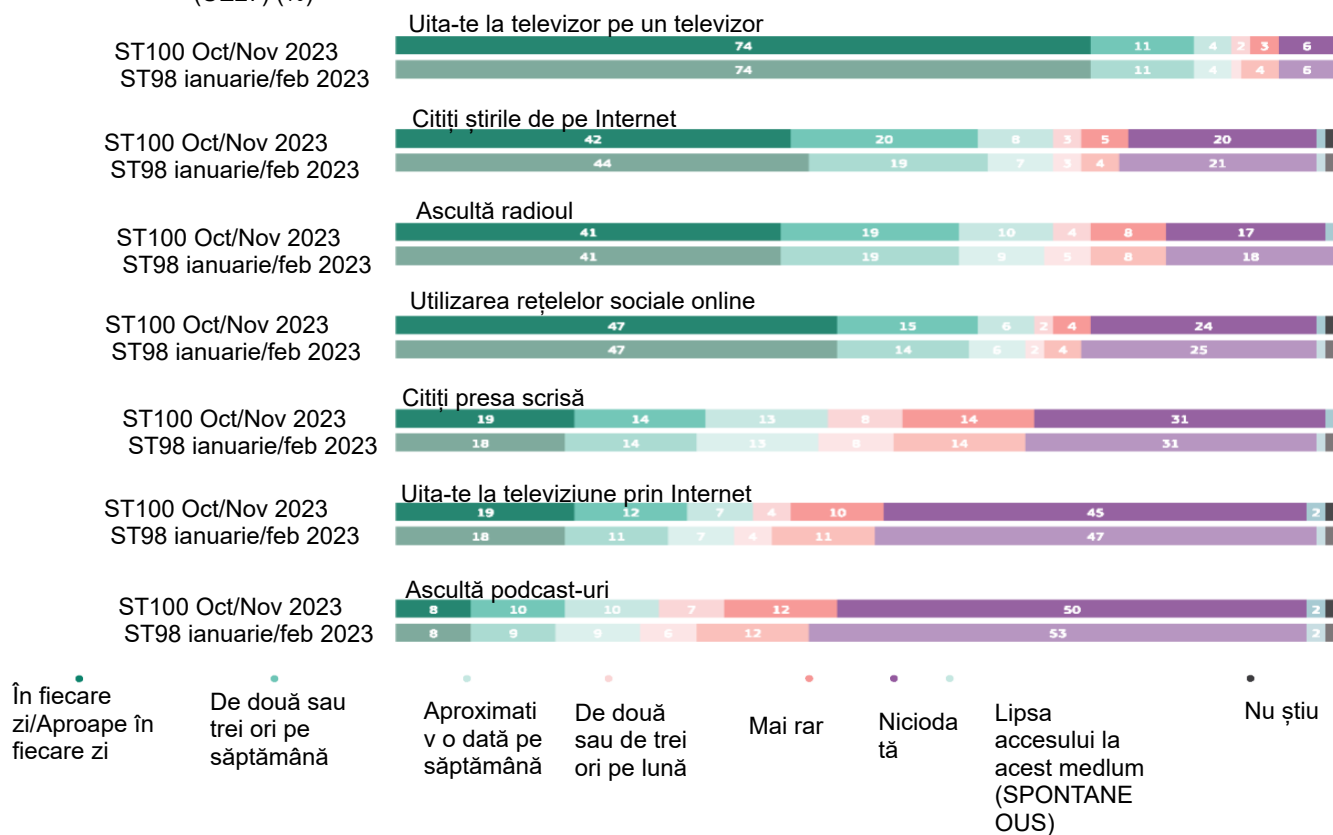
Șapte din zece raportează că ascultă radioul cel puțin o dată pe săptămână. Această proporție a crescut cu un punct procentual începând cu iarna 2022-2023, stopând o scădere lentă, dar continuă, observată începând cu toamna anului 2019 (EB92) (74 %). Cu toate acestea, modelul pe termen lung rămâne unul de scădere a utilizării radio (de la 79 % în toamna anului 2010 la 70 % în sondajul actual).

După o creștere de trei puncte procentuale între iarna 2021-2022 și iarna 2022-2023, proporția celor care citeșc știrile pe internet cel puțin o dată pe săptămână a rămas stabilă în sondajul actual, șapte din zece care raportează acest lucru.

Ponderele respondenților care utilizează rețelele sociale online cel puțin o dată pe săptămână a crescut ușor din iarna 2022-2023 (+ 1 pp) la 68 %. Această proporție a revenit acum la nivelul atins în iarna 2020-21 (EB94), după o creștere constantă a utilizării regulate a rețelelor sociale online (de la 33 % înregistrată în toamna anului 2010).

Eurobarometru standard 100 toamna anului 2023 Medias

QE3. Ai putea să-ți dai seama în ce măsură...?
(UE27) (%)

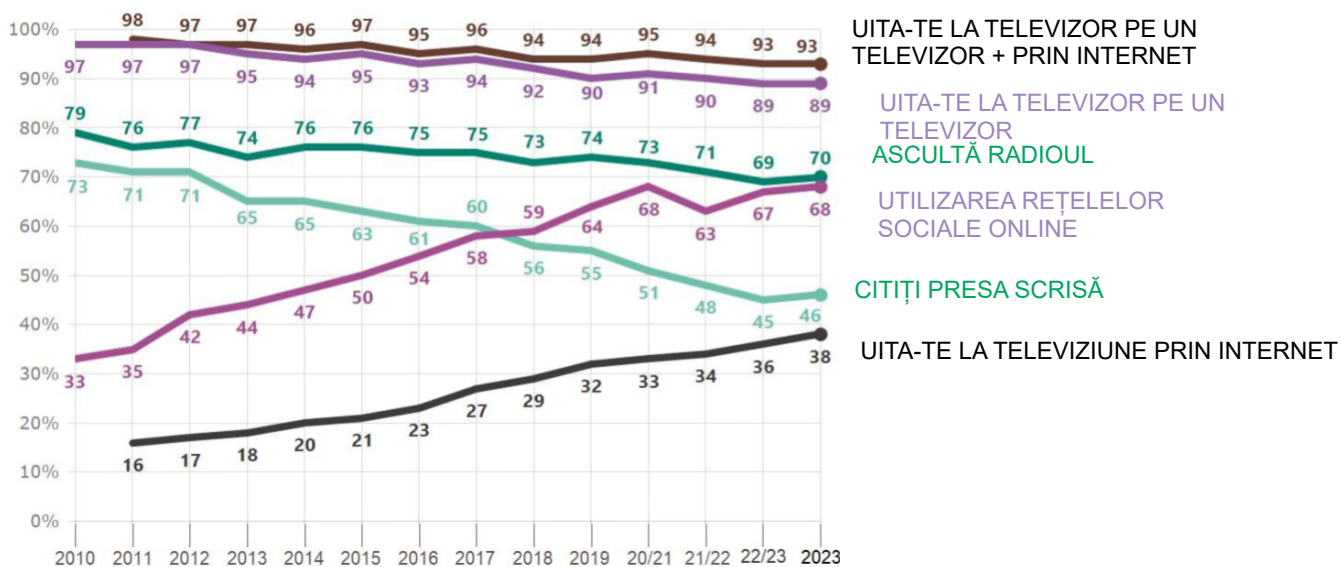


Mai puțin de jumătate (46 %) citesc presa scrisă cel puțin o dată pe săptămână. Aceasta reprezintă o creștere de un punct procentual a acestei ponderi a respondenților începând cu iarna 2022-2023, stopând un declin pe termen lung, aproape continuu, care are loc începând cu toamna anului 2010 (73 %).

În cele din urmă, aproape trei din zece (28 %) ascultă podcasturi cel puțin o dată pe săptămână – o creștere de două puncte procentuale față de iarna 2022-2023 și o creștere cu șase puncte procentuale față de iarna 2021-2022⁶.

QE3 Ai putea spune în ce măsură...?

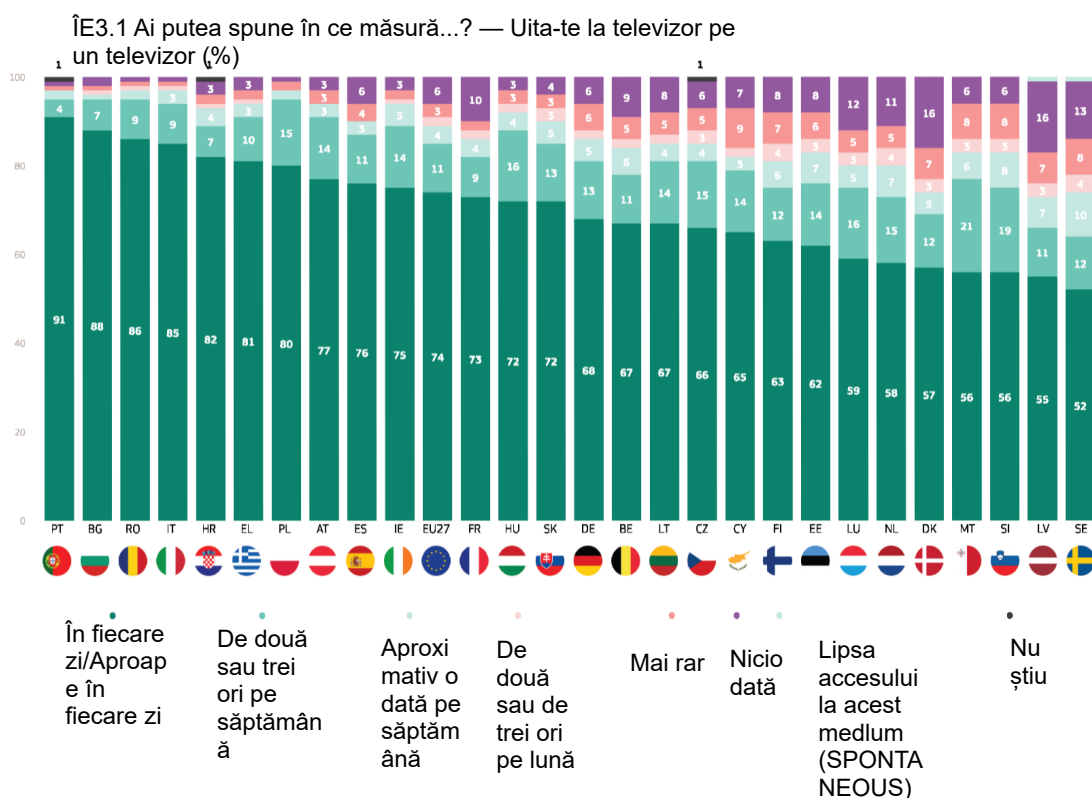
(% – UE – CEL PUȚIN O DATĂ PE SĂPTĂMÂNĂ)



6 QE3. Ai putea să-ți dai seama în ce măsură...? 1) Urmăriți televiziunea pe un televizor; 2) Urmăriți televiziunea prin Internet; 3) Ascultați radioul; 4) Ascultă podcast-urile; 5) Citește presa scrisă; 6) Citește știri pe Internet; 7) Utilizarea rețelilor sociale online.

În întreaga UE, aproape trei sferturi (74 %) se uită la televizor zilnic sau aproape zilnic. Respondenții din Portugalia (91 %), Bulgaria (88 %) și România (86 %) sunt cei mai susceptibili să facă acest lucru. La polul opus, 52 % în Suedia, 55 % în Letonia și 56 % în Malta și Slovenia raportează că se uită la televizor zilnic sau aproape zilnic.

Proporția celor care spun că se uită la televizor zilnic sau aproape zilnic a scăzut în 18 țări din iarna 2022-2023, în special în Cipru (65 %, -14 puncte procentuale), Malta (56 %, -13 pp) și Letonia (55 %, -9 puncte procentuale). În schimb, această pondere a respondenților a crescut în șapte țări, în special în Franța (73 %, + 4 puncte procentuale) și în Spania (76 %, + 3 puncte procentuale). Această cifră a rămas stabilă în Germania (68 %) și Estonia (62 %).



Analiza socio-demografică arată că vizionarea televizorului pe un televizor variază în funcție de grupa de vârstă și nivelul de educație. Cu cât respondenții sunt mai în vârstă, cu atât este mai probabil să se uite la televizor zilnic sau aproape zilnic. De exemplu, 88 % dintre cei cu vârsta de 55 de ani sau peste fac acest lucru, comparativ cu 45 % dintre cei cu vârste cuprinse între 15 și 24 de ani. În plus, respondenții care au încheiat educația cu normă întreagă cu vârsta de 15 ani sau mai mică sunt mai predispuși decât cei care au terminat studiile la vârsta de 20 de ani sau mai mult să se uite la televizor zilnic sau aproape zilnic (91 % față de 69 %).

De asemenea, pot fi observate diferențe între categoriile socio-profesionale, persoanele casnice (84 %) fiind cele mai susceptibile de a fi urmăritori zilnici/aproape zilnici de televiziune pe un televizor, în special în comparație cu managerii (65 %). Respondenții care se consideră ca aparținând clasei muncitoare (81 %) din societate sunt, de asemenea, cei mai susceptibili să se uite la televizor zilnic sau aproape zilnic.

QE3.1 Ai putea spune în ce măsură...? Urmăriți televiziunea pe un televizor (% – UE)

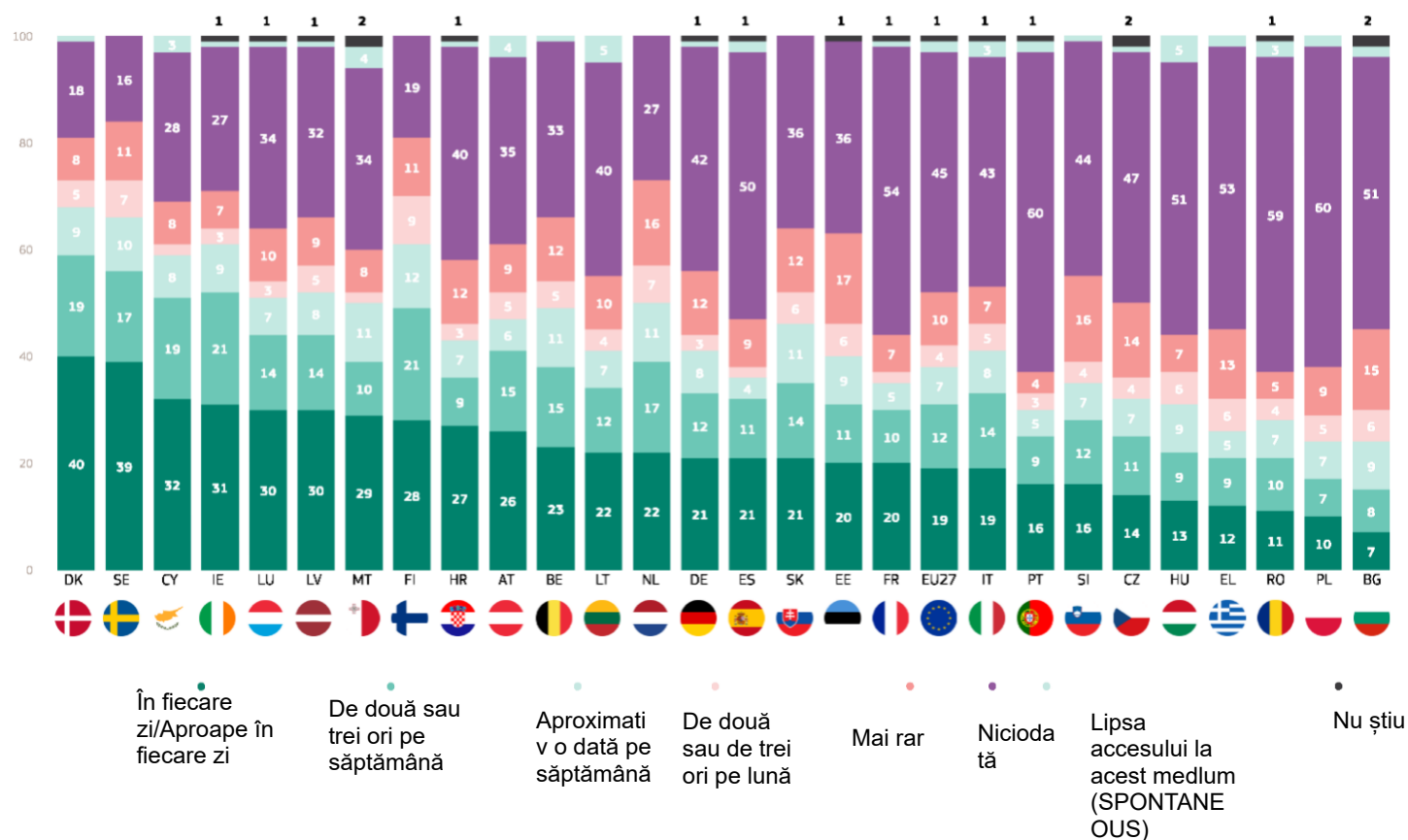
	Zilnic/Aproape de zi cu zi	De două sau trei ori pe săptămână	Aproximativ o dată pe săptămână	De două sau de trei ori pe lună	Mai rar	Niciodată	Lipsa accesului la acest mediu (SPONTANEOUS)	Nu știu	Total Cel puțin o dată pe săptămână
UE-27	74	11	4	2	3	6	0	0	89
Sexul									
Bărbat	73	12	4	2	3	6	0	0	89
Femeie	76	11	4	1	3	5	0	0	91
Vârstă									
15-24	45	20	9	4	9	12	0	1	74
25-39	64	14	5	2	5	10	0	0	83
40-54	75	13	3	2	3	4	0	0	91
55 +	88	6	2	1	1	2	0	0	96
Educație (sfârșitul)									
15—	91	6	1	0	1	1	0	0	98
16-19	81	9	3	1	2	4	0	0	93
20+	69	13	5	2	4	7	0	0	87
Încă mai studiază	43	19	9	4	11	14	0	0	71
Categoria socio-profesională									
Persoane care desfășoară activități independente	72	14	5	1	3	5	0	0	91
Manageri	65	16	4	3	5	7	0	0	85
Alte gulere albe	72	12	5	2	3	5	0	1	89
Lucrători manuali	77	12	4	1	2	4	0	0	93
Persoane de la domiciliu	84	8	1	1	2	4	0	0	93
Șomeri	69	9	4	1	6	11	0	0	82
Pensionat	90	5	1	1	1	2	0	0	96
Studenți	43	19	9	4	11	14	0	0	71
Dificultăți de plată a facturilor									
De cele mai multe ori	73	11	4	1	4	7	0	0	88
Din când în când	76	11	4	1	3	5	0	0	91
Aproape niciodată/niciodată	74	11	4	2	3	6	0	0	89
la în considerare apartenența la									
Clasa muncitoare	81	8	3	1	2	5	0	0	92
Clasa de mijloc inferioară	76	9	4	2	4	5	0	0	89
Clasa de mijloc	73	13	4	2	3	5	0	0	90
Clasa de mijloc superioară	62	15	7	3	6	7	0	0	84
Clasa superioară	71	15	1	4	1	7	0	1	87
Imaginea UE									
Pozitivă	73	12	4	1	4	6	0	0	89
Neutră	75	12	4	2	3	4	0	0	91
Negativă	74	9	4	2	3	8	0	0	87

Eurobarometru standard 100 toamna anului 2023 Medias

Aproape unul din cinci (19 %, + 1 punct procentual din iarna 2022-2023) se uită la televizor zilnic sau aproape zilnic. Această pondere a respondenților variază foarte mult între cele 27 de state membre ale UE, cele mai mari procente fiind înregistrate în Danemarca (40 %), Suedia (39 %) și Cipru (32 %) și cele mai scăzute proporții observate în Bulgaria (7 %), Polonia (10 %) și România (11 %).

În 12 state membre ale UE, respondenții sunt mai predispuși să spună că se uită la televizor în fiecare zi sau aproape în fiecare zi decât în iarna 2022-2023. Cele mai mari creșteri ale acestei proporții se regăsesc în Portugalia (16 %, + 5 puncte procentuale), Estonia (20 %, + 4 pp) și Spania (21 %, + 4 puncte procentuale). Această cifră a scăzut în alte 12 țări, în special în Malta (29 %, -13 pp), Luxemburg (30 %, -7 pp), Letonia (30 %, -5 pp) și România (11 %, -5 pp). Nu s-au înregistrat modificări în Danemarca (40 %), Finlanda (28 %) și Cehia (14 %).

QE3.2. Ai putea să-ți dai seama în ce măsură...? —Vizualizați televiziunea prin intermediul fi'le Internet (96)



Eurobarometru standard 100 toamna anului 2023 Medias

Analiza socio-demografică arată că respondenții mai tineri și cei care au rămas mai mult timp în educație cu normă întreagă au mai multe șanse de a fi zilnic sau aproape zilnic urmăritori de televiziune pe internet. În special, 29 % dintre cei cu vârste cuprinse între 15 și 24 de ani se uită la televizor zilnic sau aproape zilnic, comparativ cu 11 % dintre cei cu vârsta de 55 de ani sau peste. În mod similar, aproape un sfert (24 %) dintre cei care au încheiat educația cu normă întreagă în vârstă de 20 de ani sau mai mult se uită la televizor zilnic sau aproape zilnic, comparativ cu mai puțin de 1 din zece (7 %) care fac acest lucru în rândul celor care au părăsit educația în vârstă de 15 ani sau mai puțin.

QE3.2 Ai putea spune în ce măsură...? Urmăriți televiziunea prin internet (% – UE)

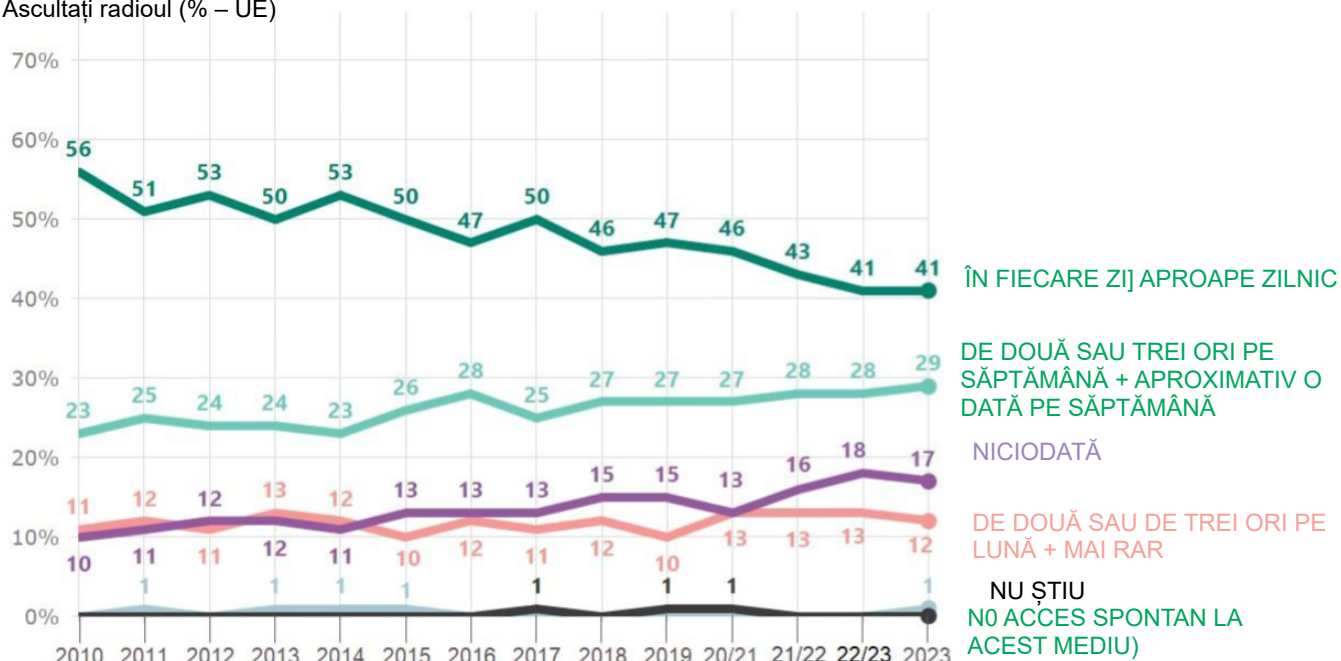
	Zilnic/ Aproape de zi cu zi	De două sau trei ori pe săptăm ână	Aproxim ativ o dată pe săptămă nă	De două sau de trei ori pe lună	Mai rar	Niciodat ă	Lipsa accesului la acest mediu (SPONTANEOUS)	Nu știu	Total Cel puțin o dată pe săptăm ână
UE-27	19	12	7	4	10	45	2	1	38
Sexul									
Bărbat	21	13	8	4	10	42	1	1	42
Femeie	18	11	6	4	9	49	2	1	35
Vârstă									
15-24	29	18	11	5	10	26	0	1	58
25-39	26	16	9	5	13	30	1	0	51
40-54	22	14	8	5	10	40	1	0	44
55 +	11	6	5	3	7	64	3	1	22
Educație (sfârșitul)									
15—	7	3	4	1	5	74	5	1	14
16-19	16	10	6	4	10	51	2	1	32
20+	24	16	9	5	11	34	1	0	49
Încă mai studiază	32	18	12	5	11	21	0	1	62
Categoria socio-profesională									
Persoane care desfășoară activități independente	24	15	8	5	11	36	1	0	47
Manageri	25	19	8	6	12	29	1	0	52
Alte gulere albe	22	15	9	6	12	35	1	0	46
Lucrători manuali	20	12	8	4	9	45	2	0	40
Persoane de la domiciliu	14	8	5	3	7	60	2	1	27
Șomeri	21	9	6	3	10	49	1	1	36
Pensionat	9	5	4	2	7	69	3	1	18
Studenți	32	18	12	5	11	21	0	1	62
Dificultăți de plată a facturilor									
De cele mai multe ori	16	8	6	3	10	53	2	2	30
Din când în când	19	12	8	4	9	46	1	1	39
Aproape niciodată/niciodată	20	12	7	4	10	44	2	1	39
Ia în considerare apartenența la									
Clasa muncitoare	14	7	5	3	7	61	2	1	26
Clasa de mijloc inferioară	18	10	7	4	11	48	1	1	35
Clasa de mijloc	21	14	8	4	10	40	2	1	43
Clasa de mijloc superioară	25	17	10	6	11	30	0	1	52
Clasa superioară	18	12	9	4	9	45	2	1	39
Imaginea UE									

Eurobarometru standard 100 toamna anului 2023 Medias

Pozitivă	22	14	8	5	9	40	1	1	44
Neutră	17	11	7	4	10	48	2	1	35
Negativă	18	9	7	2	10	51	2	1	34

Ascultarea regulată prin radio a rămas, în linii mari, stabilă de la Eurobarometrul standard din iarna 2022-2023. Șapte din zece respondenți ascultă radioul cel puțin o dată pe săptămână (+ 1 punct procentual), inclusiv 41 % (fără schimbare) care fac acest lucru zilnic sau aproape zilnic. În jur de unul din șase spun că nu ascultă niciodată radioul (17 %, -1 pp).

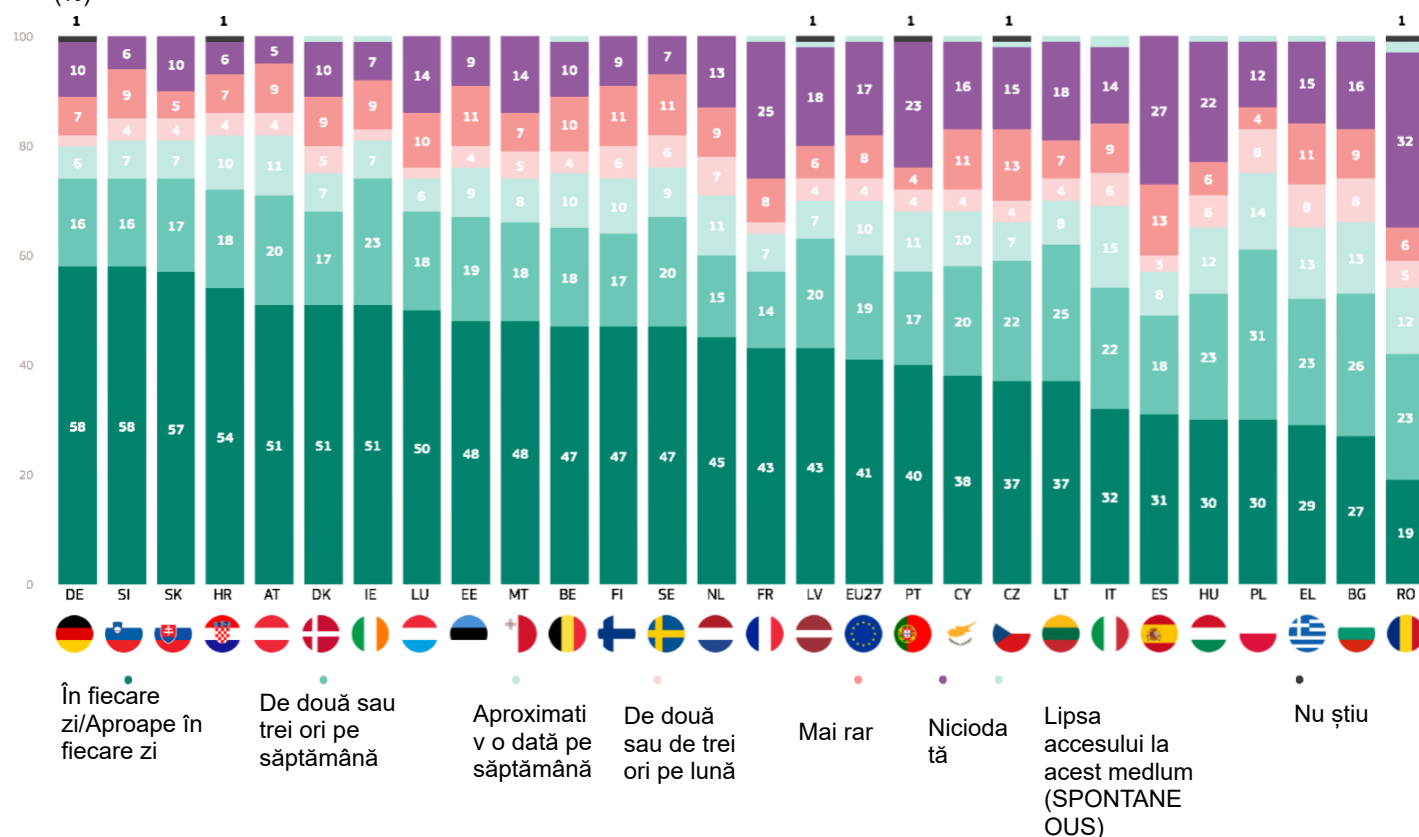
QE3.3 Ai putea spune în ce măsură...?
Ascultați radioul (% – UE)



Proporția respondenților care ascultă radioul în fiecare zi sau aproape în fiecare zi variază de la 58 % în Germania și Slovenia și 57 % în Slovacia la mai puțin de trei din zece în România (19 %), Bulgaria (27 %) și Grecia (29 %).

În 14 state membre ale UE, ponderea respondenților care raportează că ascultă radioul zilnic sau aproape zilnic a scăzut în comparație cu iarna 2022-2023. Cele mai mari scăderi sunt observate în Cipru (38 %, -7 puncte procentuale), Letonia (43 %, -6 pp) și Ungaria (30 %, -6 pp). Ascultarea prin radio a crescut în opt țări, în special în Croația (54 %, + 6 pp) și în Germania (58 %, + 4 pp) și a rămas stabilă în cinci țări: Slovenia (58 %), Slovacia (57 %), Austria (51 %), Luxemburg (50 %) și Franța (43 %).

QE3.3. Ai putea să-ți dai seama în ce măsură..? —Ascultați radio (%)



Ascultarea zilnică sau aproape zilnică a radioului este mai mare în rândul bărbaților (44 %) decât în rândul femeilor (38 %). Această proporție crește, de asemenea, pe măsură ce crește vârsta respondenților, aproape jumătate (48 %) în rândul celor cu vârsta de 55 de ani sau mai mult care ascultă radioul zilnic sau aproape zilnic, comparativ cu doi din zece în rândul celor cu vârste cuprinse între 15 și 24 de ani. Există, de asemenea, diferențe în ceea ce privește nivelul de educație, cei care au terminat învățământul cu normă întreagă în vârstă de 16 ani sau mai mult (44-45 %) fiind mai predispuși să facă acest lucru decât cei care au părăsit vârsta de 15 ani sau mai puțin (37 %). În cele din urmă, procentul respondenților care ascultă la radio zilnic sau aproape zilnic este de 45 % în rândul respondenților care nu au niciodată sau aproape niciodată dificultăți de plată a facturilor, comparativ cu 33-36 % în rândul celor care au dificultăți cel puțin din când în când.

QE3.3 Ai putea spune în ce măsură...? Ascultați radioul (% – UE)

	Zilnic/ Aproape de zi cu zi	De două sau trei ori pe săptăm ână	Aproxim ativ o dată pe săptămâ nă	De două sau de trei ori pe lună	Mai rar	Niciodat ă	Lipsa accesului la acest mediu (SPONTANEOUS)	Nu știu	Total Cel puțin o dată pe săptăm ână
UE-27	41	19	10	4	8	17	1	0	70
Sexul									
Bărbat	44	19	11	4	8	14	0	0	74
Femeie	38	19	9	5	9	19	1	0	66
Vârstă									
15-24	20	16	13	8	15	27	1	0	49
25-39	37	21	11	5	10	16	0	0	69
40-54	44	21	11	4	7	12	1	0	76
55 +	48	18	7	3	7	16	1	0	73
Educație (sfârșitul)									
15—	37	16	8	4	8	24	2	1	61
16-19	44	20	9	4	7	16	0	0	73
20+	45	21	10	4	8	12	0	0	76
Încă mai studiază	20	15	15	8	17	24	0	1	50
Categoria socio- profesională									
Persoane care desfășoară activități independente	50	21	9	4	6	10	0	0	80
Manageri	47	23	10	4	7	9	0	0	80
Alte gulere albe	41	22	11	5	9	12	0	0	74
Lucrători manuali	41	20	10	4	7	17	1	0	71
Persoane de la domiciliu	31	16	10	6	10	25	2	0	57
Șomeri	29	15	10	5	14	26	1	0	54
Pensionat	47	18	7	3	6	18	1	0	72
Studenti	20	15	15	8	17	24	0	1	50
Dificultăți de plată a facturilor									
De cele mai multe ori	36	16	9	4	10	23	1	1	61
Din când în când	33	21	13	5	9	18	1	0	67
Aproape niciodată/niciodată	45	19	8	4	8	15	1	0	72
Ia în considerare apartenența la									
Clasa muncitoare	36	18	9	4	8	24	1	0	63
Clasa de mijloc inferioară	39	20	9	4	10	17	1	0	68
Clasa de mijloc	43	20	10	4	8	14	1	0	73
Clasa de mijloc superioară	46	18	11	5	9	11	0	0	75
Clasa superioară	38	31	10	5	3	10	2	1	79

Eurobarometru standard 100 toamna anului 2023 Medias

Imaginea UE									
Pozitivă	42	20	10	5	8	15	0	0	72
Neutră	39	19	10	4	9	18	1	0	68
Negativă	41	18	9	3	9	19	1	0	68

Eurobarometru standard 100 toamna anului 2023 Medias

Proporția celor care citesc presa scrisă zilnic sau aproape zilnic a rămas, în linii mari, stabilă începând cu iarna 2022-2023 (+ 1 punct procentual). Tendința pe termen lung a consumului zilnic de presă scrisă este totuși una de scădere constantă, de la 38 % în toamna anului 2010 la 19 % în sondajul actual.

Ponderea celor care nu au citit niciodată presa scrisă este din nou la cel mai înalt nivel înregistrat vreodată într-un sondaj Eurobarometru standard (31 %, nicio schimbare față de iarna 2022-2023).

13.5 Ai putea spune în ce măsură...? Citiți presa scrisă: (% – UE)

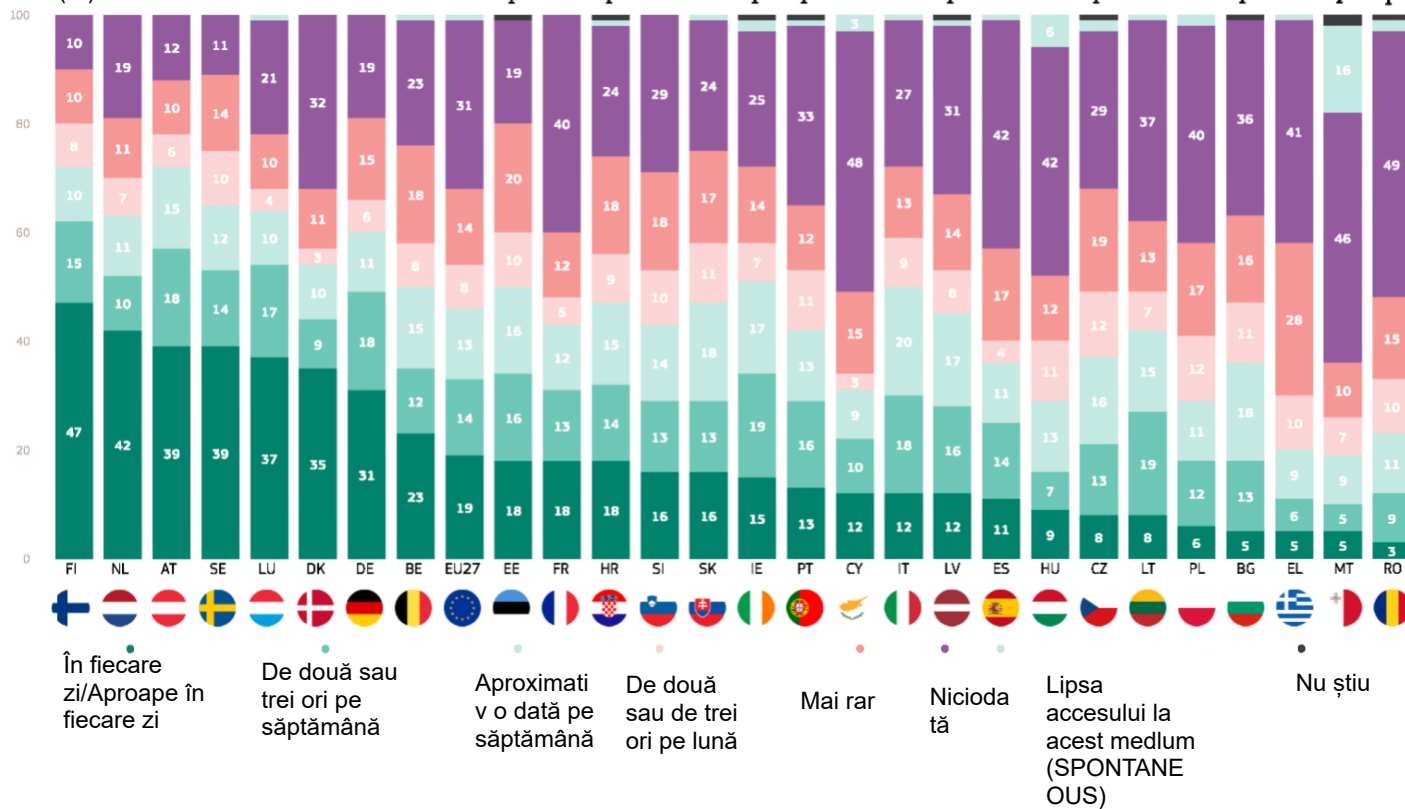


Există o mare variație în ceea ce privește nivelurile consumului zilnic de presă scrisă în statele membre ale UE. Aproximativ patru din zece respondenți sau mai mulți spun că citesc presa scrisă zilnic sau aproape zilnic în Finlanda (47 %), Țările de Jos (42 %) și Austria și Suedia (ambele cu 39 %), în timp ce această proporție scade la unul din douăzeci sau mai puțin în România (3 %) și în Bulgaria, Grecia și Malta (toate 5 %).

Citirea zilnică sau aproape zilnică a presei scrise a scăzut în 14 state membre ale UE începând cu iarna 2022-2023.

O scădere deosebit de mare poate fi observată în Malta (5 %, – 21 de puncte procentuale), în timp ce scăderile cu cinci puncte procentuale sunt înregistrate în Suedia (39 %) și Belgia (23 %). În schimb, această pondere a respondenților a crescut cu trei puncte procentuale sau mai puțin în opt țări, în special în Danemarca (35 %, + 3 puncte procentuale), Germania (31 %, + 3 puncte procentuale) și Portugalia (13 %, + 3 puncte procentuale). Această cifră a rămas neschimbată în Estonia (18 %), Slovacia (16 %), Cehia (8 %), Lituania (8 %) și Grecia (5 %).

QE3.5. Ai putea să-ți dai seama în ce măsură...? —Citește presa scrisă (%)



Analiza socio-demografică evidențiază faptul că respondenții mai în vârstă și cei care au rămas mai mult timp în învățământul cu normă întreagă sunt cei mai susceptibili să citească presa scrisă zilnic sau aproape zilnic. Mai exact, 28 % dintre cei cu vârsta de 55 de ani sau peste (față de 6 % dintre cei cu vârste cuprinse între 15 și 24 de ani) și 25 % dintre cei care au absolvit o educație cu normă întreagă cu vârsta de 20 de ani sau mai mult (față de 17-18 % dintre cei care au plecat mai devreme) spun că fac acest lucru.

Persoanele care desfășoară activități independente și managerii (ambele 23 %) sunt cei mai susceptibili de a fi cititori zilnici sau aproape zilnici ai presei scrise (față de 11 % dintre șomeri), la fel ca și cei care nu au niciodată sau aproape niciodată dificultăți în a-și plăti facturile (23 %, comparativ cu 11 % dintre cei care întâmpină dificultăți mai des). În mod similar, există, de asemenea, o diferență în funcție de clasa socială, cei care se consideră ca aparținând clasei superioare (33 %) sau clasei de mijloc superioare (32 %) a societății fiind mai predispuși să citească presa scrisă zilnic sau aproape zilnic decât cei care se consideră aparținând clasei muncitoare (12 %).

QE3.5 Ai putea spune în ce măsură...? Citiți presa scrisă (% – UE)

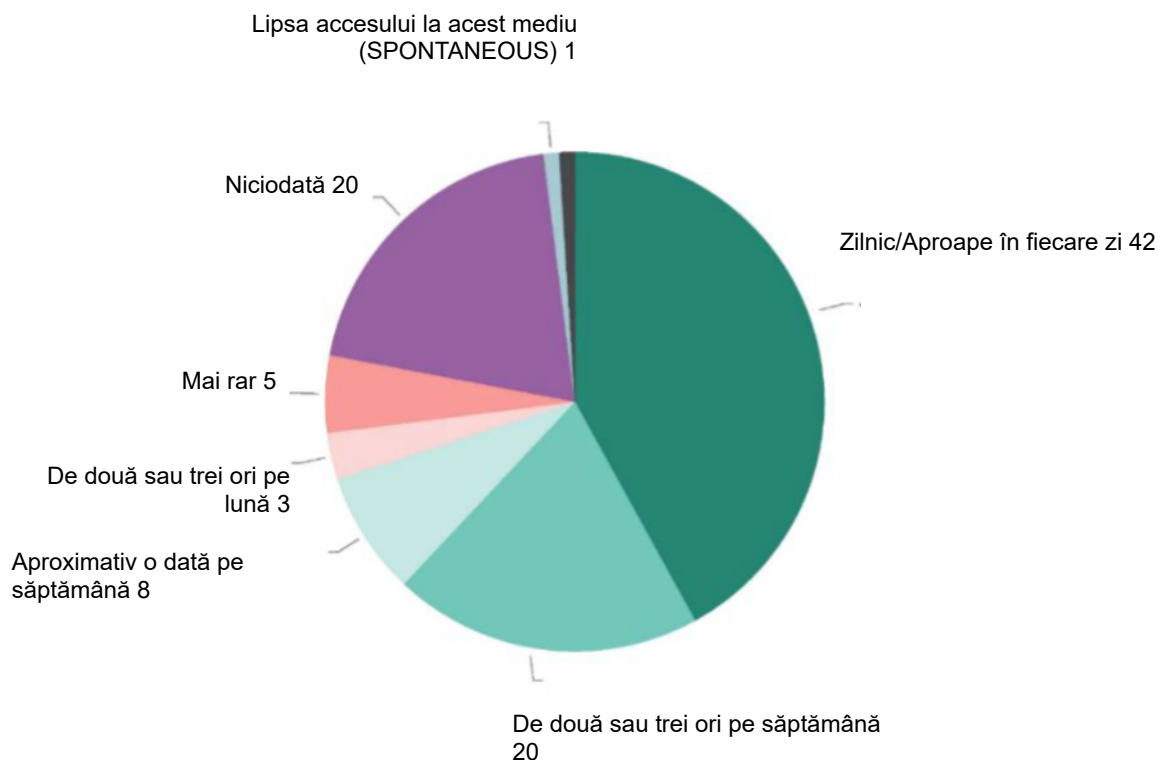
	Zilnic/ Aproape de zi cu zi	De două sau trei ori pe săptămână	Aproxi mativ o dată pe săptăm ână	De două sau de trei ori pe lună	Mai rar	Niciodat ă	Lipsa accesului la acest mediu (SPONTANEOUS)	Nu știu	Total Cel puțin o dată pe săptămână
UE-27	19	14	13	8	14	31	1	0	46
Sexul									
Bărbat	20	15	14	8	14	28	1	0	49
Femeie	17	14	13	7	15	33	1	0	44
Vârstă									
15-24	6	9	11	9	20	43	1	1	26
25-39	12	14	14	9	19	31	1	0	40
40-54	15	16	15	9	16	28	1	0	46
55 +	28	15	12	5	9	29	1	1	55
Educație (sfârșitul)									
15—	18	12	12	6	10	39	2	1	42
16-19	17	16	14	7	13	32	1	0	47
20+	25	15	13	8	15	24	0	0	53
Încă mai studiază	6	10	11	9	24	38	1	1	27
Categoria socio- profesională									
Persoane care desfășoară activități independente	23	15	16	7	14	25	0	0	54
Manageri	23	17	15	8	15	22	0	0	55
Alte gulere albe	15	16	15	10	16	27	0	1	46
Lucrători manuali	12	15	13	8	16	35	1	0	40
Persoane de la domiciliu	13	10	12	7	12	44	2	0	35
Șomeri	11	9	11	9	16	43	0	1	31
Pensionat	31	14	11	5	9	28	1	1	56
Studenti	6	10	11	9	24	38	1	1	27
Dificultăți de plată a facturilor									
De cele mai multe ori	11	15	12	7	15	38	1	1	38
Din când în când	11	14	15	8	17	33	1	1	40
Aproape niciodată/niciodată	23	14	12	7	14	29	1	0	49
Ia în considerare apartenența la									
Clasa muncitoare	12	12	13	7	13	41	1	1	37
Clasa de mijloc inferioară	15	14	13	9	15	33	1	0	42
Clasa de mijloc	21	15	14	7	15	27	1	0	50

Eurobarometru standard 100 toamna anului 2023 Medias

Clasa de mijloc superioară	32	16	11	7	14	20	0	0	59
Clasa superioară	33	18	8	12	13	14	1	1	59
Imaginea UE									
Pozitivă	21	15	14	8	15	27	0	0	50
Neutră	15	15	13	8	14	33	2	0	43
Negativă	18	13	11	7	14	35	1	1	42

Șapte din zece cetățeni europeni (nicio schimbare din iarna 2022-2023) citesc știri pe internet cel puțin o dată pe săptămână, 42 % (-2 puncte procentuale) spunând că o fac zilnic sau aproape zilnic. Unul din cinci (-1 pp) nu a citit niciodată știrile pe Internet.

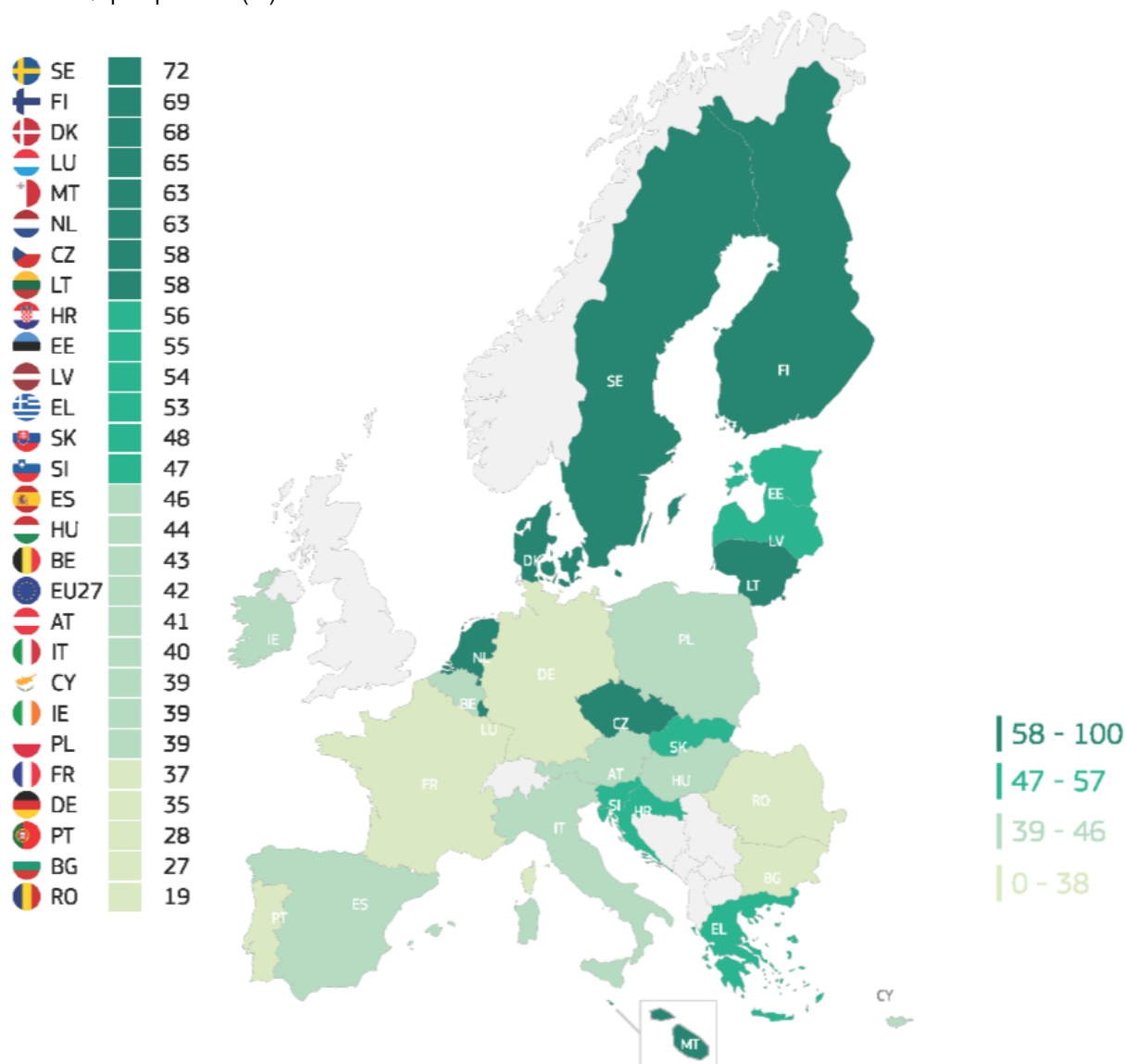
QE3.6. Ai putea să-ți dai seama în ce măsură...? Citiți știrile de pe internet (UE27)(%)



Ponderea respondenților care citesc știri pe internet în fiecare zi sau aproape în fiecare zi variază considerabil de la un stat membru al UE la altul, variind de la mai mult de două treimi în Suedia (72 %), Finlanda (69 %) și Danemarca (68 %) la mai puțin de trei din zece în România (19 %), Bulgaria (27 %) și Portugalia (28 %).

În nouă țări, cel puțin unul din cinci afirmă că nu citește știri pe internet, în special în Portugalia (35 %), România (34 %) și Franța (26 %). În 16 țări, respondenții au mai puține șanse decât în iarna 2022-2023 să citească știri pe internet zilnic sau aproape zilnic, cele mai mari scăderi fiind înregistrate în România (19 %, - 12 puncte procentuale), Bulgaria (27 %, -8 pp), Țările de Jos (63 %, -7 pp), Letonia (54 %, -7 pp) și Cipru (39 %, -7 pp). În schimb, această cifră a crescut în nouă țări, dar numai în Slovacia (48 %, + 4 pp), Austria (41 %, + 4 pp) și Luxemburg (65 %, + 3 puncte procentuale) această cotă a crescut cu cel puțin trei puncte procentuale. Nu s-au înregistrat schimbări în Finlanda (69 %) și Spania (46 %).

QE3.6. Ai putea să-ți dai seama în ce măsură...? —Citește știrile de pe Internet - Zilnic/aproape zilnic (%)



Bărbații (47 %) sunt mai predispuși decât femeile (37 %) să spună că citesc zilnic sau aproape zilnic știri pe internet. În rândul categoriilor de vârstă, această proporție este cea mai scăzută în rândul respondenților în vârstă de 55 de ani sau peste (30 %), comparativ cu 47-52 % în rândul respondenților mai tineri.

Respondenții mai lungi au rămas în educație cu normă întreagă, cu atât este mai probabil ca aceștia să citească știri pe internet zilnic sau aproape zilnic, 58 % dintre cei care au terminat cu vârsta de 20 de ani sau mai mult făcând acest lucru, comparativ cu 16 % dintre cei care au părăsit vârsta de 15 ani sau mai puțin.

Managerii (59 %) și lucrătorii independenți (54 %) sunt cei mai susceptibili să citească știri pe internet în fiecare zi sau aproape în fiecare zi, în special în comparație cu persoanele casnice (30 %). Respondenții care nu au niciodată sau aproape niciodată dificultăți în a-și plăti facturile sunt cei mai susceptibili să citească zilnic sau aproape zilnic știri pe internet (45 %, comparativ cu 35 % dintre cei care au dificultăți mai des), la fel ca și cei care se consideră aparțin clasei de mijloc superioare sau superioare a societății (60-62 %, comparativ cu 31 % dintre cei care se consideră aparțin clasei muncitoare).

QE3.6 Ai putea spune în ce măsură...? Citiți știrile de pe Internet (% – UE)

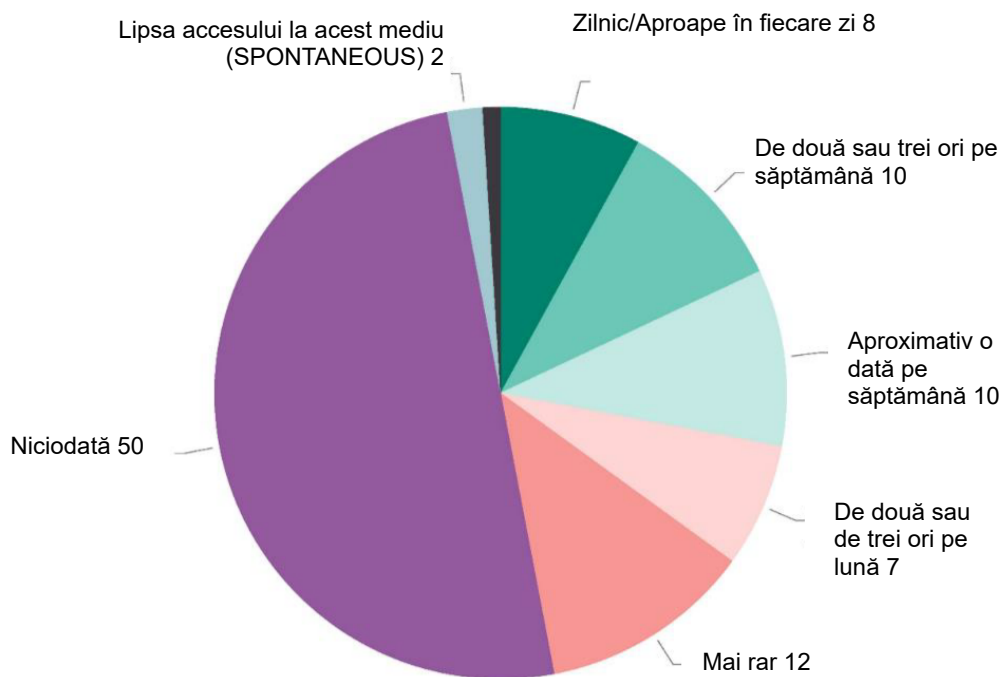
	Zilnic/ Aproape de zi cu zi	De două sau trei ori pe săptămână	Aproxi mativ o dată pe săptămână	De două sau de trei ori pe lună	Mai rar	Nicioda tă	Lipsa accesului la acest mediu (SPONTANEOUS)	Nu știu	Total Cel puțin o dată pe săptămână
UE-27	42	20	8	3	5	20	1	1	70
Sexul									
Bărbat	47	19	8	3	5	17	1	0	74
Femeie	37	20	9	3	5	24	1	1	66
Vârstă									
15-24	47	23	13	4	5	7	0	1	83
25-39	52	23	9	3	5	8	0	0	84
40-54	49	22	9	3	5	12	0	0	80
55 +	30	15	6	3	6	37	2	1	51
Educație (sfârșitul)									
15—	16	13	5	2	5	53	5	1	34
16-19	35	23	9	4	6	22	1	0	67
20+	58	18	8	2	4	10	0	0	84
Încă mai studiază	51	24	11	4	5	5	0	0	86
Categoria socio-profesională									
Persoane care desfășoară activități independente	54	21	7	3	5	10	0	0	82
Manageri	59	20	8	3	4	6	0	0	87
Alte gulere albe	48	24	10	4	5	9	0	0	82
Lucrători manuali	40	24	10	4	6	15	1	0	74
Persoane de la domiciliu	30	18	9	3	6	31	2	1	57
Șomeri	44	17	9	2	6	21	1	0	70
Pensionat	25	13	6	2	5	45	3	1	44
Studenți	51	24	11	4	5	5	0	0	86
Dificultăți de plată a facturilor									
De cele mai multe ori	35	17	7	3	6	29	2	1	59
Din când în când	35	23	10	4	5	21	1	1	68
Aproape niciodată/niciodată	45	19	8	3	5	19	1	0	72
la în considerare apartenența la									
Clasa muncitoare	31	17	8	3	5	33	2	1	56
Clasa de mijloc inferioară	37	21	9	3	5	24	1	0	67
Clasa de mijloc	44	21	9	3	6	16	1	0	74

Eurobarometru standard 100 toamna anului 2023 Medias

Clasa de mijloc superioară	60	16	9	3	4	8	0	0	85
Clasa superioară	62	19	7	2	2	6	0	2	88
Imaginea UE									
Pozitivă	48	20	8	3	4	16	1	0	76
Neutră	35	20	9	4	6	24	1	1	64
Negativă	40	19	8	2	5	24	1	1	67

Ascultarea regulată a podcasturilor este în creștere, această proporție ajungând în prezent la 28 % (+ 2 puncte procentuale începând din iarna 2022-2023 și + 6 puncte procentuale din iarna 2021-2022), inclusiv aproape unul din zece (8 %, nicio schimbare față de iarna 2022-2023) care le ascultă zilnic sau aproape zilnic. Cu toate acestea, jumătate dintre respondenți (50 %, -3 pp) nu ascultă niciodată podcasturi.

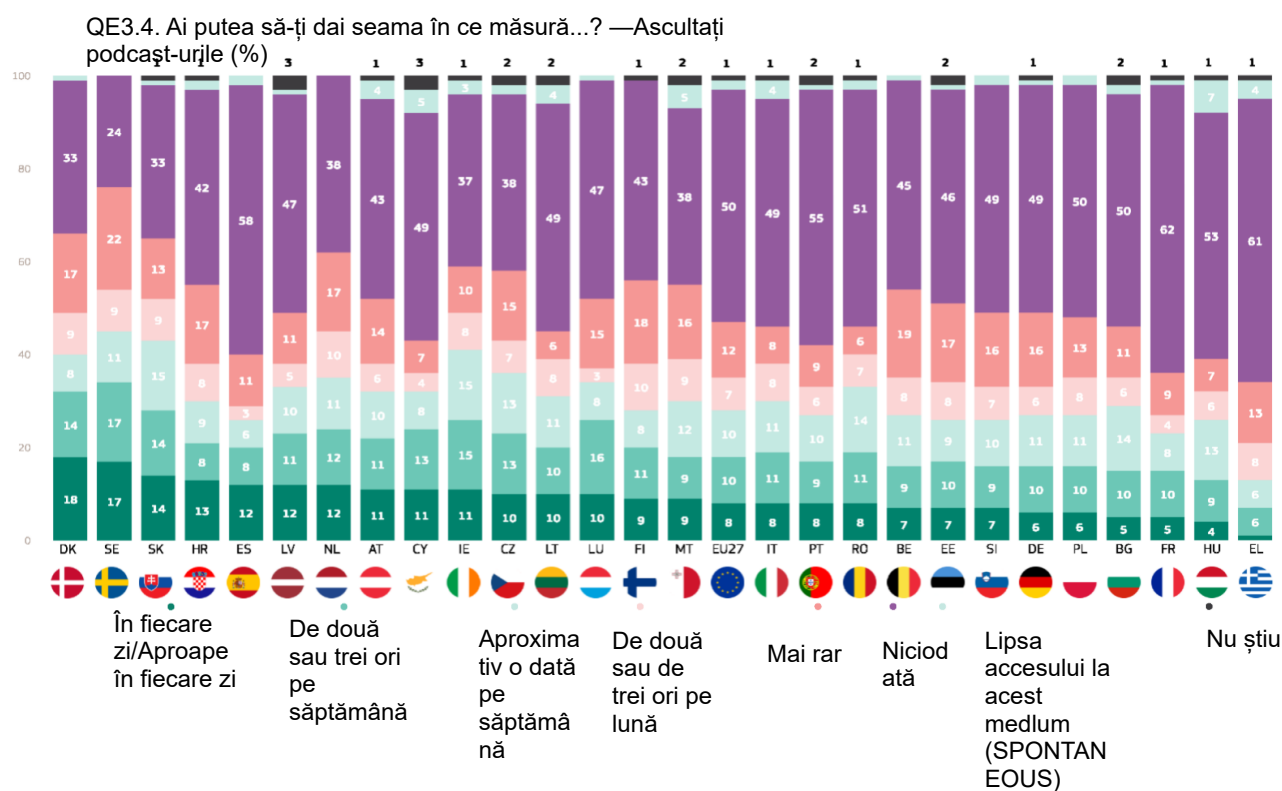
QE3.4. Ai putea să-ți dai seama în ce măsură...? —Ascultați podcasturile (UE27) (%)



În toate statele membre ale UE, mai puțin de unul din cinci ascultă podcasturi în fiecare zi sau aproape în fiecare zi. Este foarte probabil ca respondenții să facă acest lucru în Danemarca (18 %), Suedia (17 %) și Slovacia (14 %). La celălalt capăt al spectrului, unul din douăzeci sau mai puțin ascultă podcasturi zilnic sau aproape zilnic în Grecia (1 %), Ungaria (4 %) și Bulgaria și Franța (ambele 5 %).

Cel puțin jumătate dintre respondenții din opt țări raportează că nu au ascultat niciodată podcasturi, cu cele mai mari procente observate în Franța (62 %), Grecia (61 %) și Spania (58 %).

Începând cu iarna 2022-2023, s-au înregistrat scăderi ale proporției celor care ascultă podcasturi zilnic sau aproape zilnic în 16 state membre ale UE. Din nou, cea mai mare scădere se înregistrează în Malta (9 %, -16 puncte procentuale), în timp ce în Irlanda (11 %, -6 puncte procentuale) și în Ungaria (4 %, -5 puncte procentuale) se observă scăderi cu cel puțin cinci puncte procentuale. Ascultarea podcastului zilnic sau aproape zilnic a crescut în șase țări, în special în Spania (12 %, +5 pp). Această cifră a rămas neschimbată în cinci țări: Suedia (17 %), Luxemburg (10 %), Finlanda (9 %), Estonia (7 %) și Grecia (1 %).



Există o diferență clară de vârstă între respondenții care ascultă podcasturi zilnic sau aproape zilnic, mai mult de unul din zece (13-14 %) oferind acest răspuns în rândul celor cu vârste cuprinse între 15 și 39 de ani, comparativ cu mai puțin de unul din douăzeci (3 %) în rândul celor cu vârsta de 55 de ani sau peste. Această proporție este, de asemenea, cea mai mare în rândul celor care au rămas în învățământul cu normă întreagă până la vârsta de 20 de ani sau mai mult (10 %), comparativ cu cei care au încheiat educația cu vârsta de 15 ani sau mai mică (2 %).

Managerii (12 %) sunt cei mai susceptibili să asculte podcasturi în fiecare zi sau aproape în fiecare zi, în special în comparație cu persoanele casnice (3 %). În cele din urmă, ascultarea zilnică sau aproape zilnică a podcasturilor este mai mare în rândul celor care se considera aparținând clasei de mijloc superioare sau superioare a societății (11-12 %) decât celor care se considera aparținând clasei muncitoare sau clasei de mijloc inferioare (ambele cu 6 %).

QE3.4 Ai putea spune în ce măsură...? Ascultați podcast-uri (% – UE)

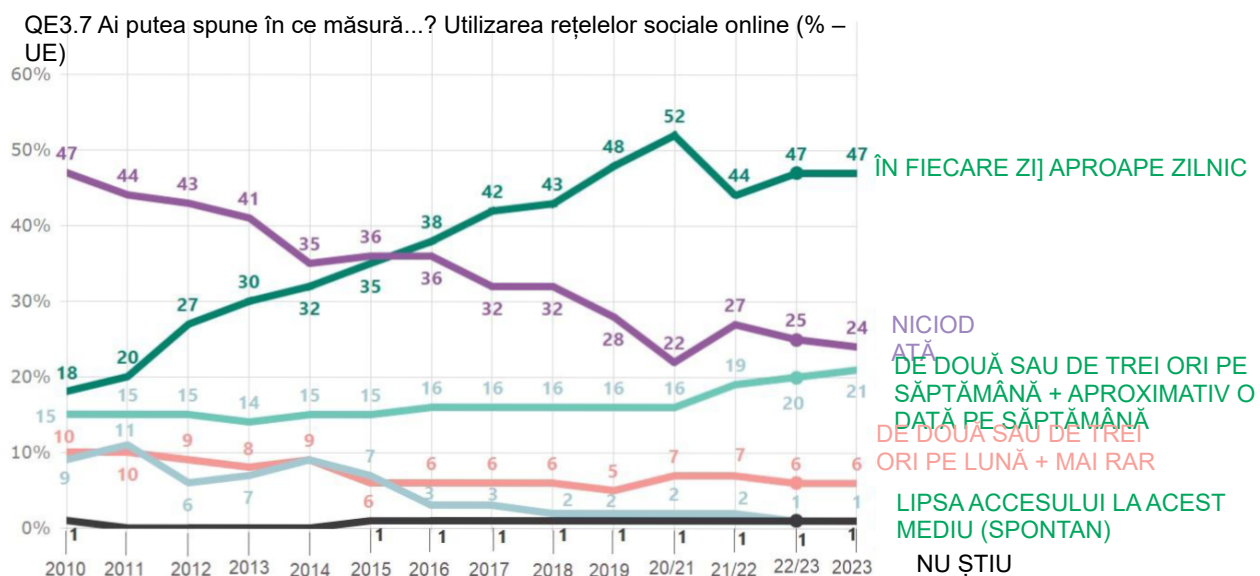
	Zilnic/ Aproape de zi cu zi	De două sau trei ori pe săptămă ună	Aproxim ativ o dată pe săptămă ună	De două sau de trei ori pe lună	Mai rar	Niciodat ă	Lipsa accesului la acest mediu (SPONTANEOUS)	Nu știu	Total Cel puțin o dată pe săptămână
UE-27	8	10	10	7	12	50	2	1	28
Sexul									
Bărbat	9	11	10	7	13	47	2	1	30
Femeie	7	10	10	6	11	53	2	1	27
Vârstă									
15-24	14	18	15	9	13	29	1	1	47
25-39	13	16	14	9	14	33	1	0	43
40-54	7	10	12	8	14	46	2	1	29
55 +	3	5	5	4	9	69	3	2	13
Educație (sfârșitul)									
15—	2	3	3	1	5	79	5	2	8
16-19	6	8	9	6	11	57	2	1	23
20+	10	14	12	9	16	38	1	0	36
Încă mai studiază	17	18	16	9	14	25	0	1	51
Categoria socio-profesională									
Persoane care desfășoară activități independente	9	14	13	8	14	41	1	0	36
Manageri	12	16	14	11	16	30	1	0	42
Alte gulere albe	9	13	14	9	14	39	1	1	36
Lucrători manuali	7	10	10	6	13	51	2	1	27
Persoane de la domiciliu	3	5	9	2	8	68	4	1	17
Șomeri	8	7	8	6	12	57	1	1	23
Pensionat	2	4	4	2	7	75	4	2	10
Studenti	17	18	16	9	14	25	0	1	51
Dificultăți de plată a facturilor									
De cele mai multe ori	7	9	8	6	8	57	3	2	24
Din când în când	7	12	10	6	10	52	2	1	29
Aproape niciodată/niciodată	8	10	10	7	13	49	2	1	28
la în considerare apartenența la									
Clasa muncitoare	6	6	6	4	8	66	2	2	18
Clasa de mijloc inferioară	6	10	10	6	12	54	2	0	26
Clasa de mijloc	8	12	11	7	14	45	2	1	31
Clasa de mijloc	12	15	14	11	14	33	1	0	41

Eurobarometru standard 100 toamna anului 2023 Medias

superioară									
Clasa superioară	11	16	15	10	17	29	1	1	42
Imaginea UE									
Pozitivă	9	12	12	8	13	44	1	1	33
Neutră	6	8	9	6	12	55	3	1	23
Negativă	7	9	7	5	10	57	3	2	23

Utilizarea zilnică a rețelelor sociale online a rămas stabilă din iarna 2022-2023 (47 %, nicio schimbare). Această proporție a înregistrat o scădere bruscă între iarna 2020-2021 și iarna 2021-2022 (de la 52 % la 44 %) înainte de a crește din nou în iarna 2022-2023 (47 %). Cu toate acestea, modelul pe termen lung indică o creștere constantă a utilizării zilnice a rețelelor sociale online începând cu toamna anului 2010 (18 %).

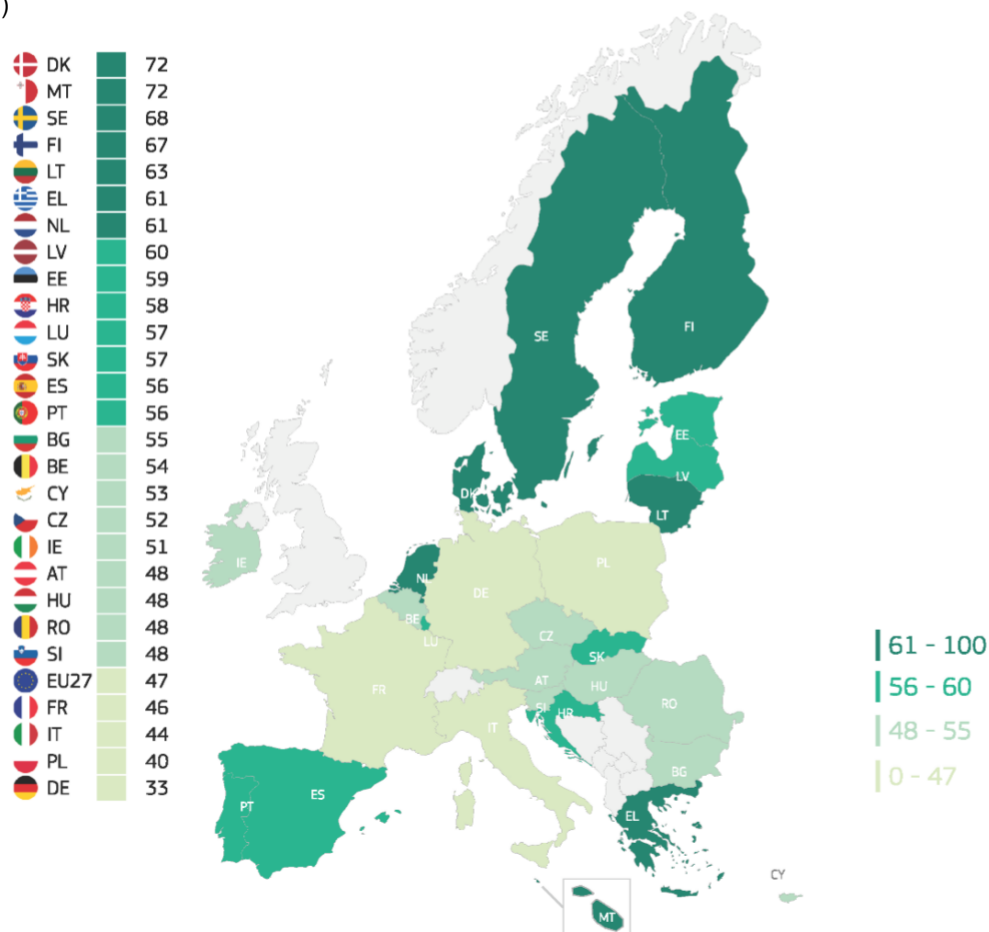
Ponderea respondenților care utilizează rețelele sociale online cel puțin săptămânal a rămas, de asemenea, în general stabilă din iarna 2022-2023 (+ 1 pp) și este în prezent de 68 %, în timp ce aproximativ un sfert (24 %, -1 pp) spun că nu le utilizează niciodată.



În 19 țări, majoritatea folosesc rețelele sociale online în fiecare zi sau aproape în fiecare zi. Acesta este în special cazul respondenților din Danemarca și Malta (ambele 72 %) și Suedia (68 %). În schimb, 33 % în Germania, 40 % în Polonia și 44 % în Italia spun că le folosesc zilnic sau aproape zilnic. Utilizarea zilnică sau aproape zilnică a rețelelor sociale online a crescut în 15 state membre ale UE începând cu iarna 2022-2023.

Se observă creșteri de cel puțin cinci puncte procentuale în Austria (48 %, + 6 pp), Finlanda (67 %, + 5 pp) și Luxemburg (57 %, + 5 pp). La celălalt capăt al scalei, această proporție a scăzut în 11 țări, în special în Cipru (53 %, -11 pp), Ungaria (48 %, -7 pp) și Polonia (40 %, -7 pp). Nu s-a înregistrat nicio schimbare în Italia (44 %).

QE3.7. Ai putea să-ți dai seama în ce măsură...? —Utilizarea rețelelor sociale online – zilnic/aproape zilnic (%)



Datele socio-demografice arată că, cu cât respondenții sunt mai tineri, cu atât este mai probabil ca aceștia să utilizeze rețelele sociale online zilnic sau aproape zilnic. De exemplu, opt din zece dintre cei cu vârste cuprinse între 15 și 24 de ani fac acest lucru, comparativ cu un sfert dintre cei cu vârsta de 55 de ani sau peste.

Respondenții mai lungi au rămas în educație cu normă întreagă, cu atât este mai probabil să fie utilizatori zilnici sau aproape zilnici ai rețelelor sociale online, 53 % dintre cei care dau acest răspuns în rândul celor care au încheiat educația cu normă întreagă în vârstă de 20 de ani sau mai mult, comparativ cu 23 % dintre cei care au părăsit vârsta de 15 ani sau mai puțin.

Persoanele casnice (42 %) sunt cele mai puțin susceptibile de a fi utilizatori zilnici sau aproape zilnici ai rețelelor sociale online, în special în comparație cu șomerii (59 %). În ceea ce privește clasa socială, respondenții care se considera aparținând clasei muncitoare (41 %) din societate sunt cel mai puțin probabil să spună că folosesc rețelele sociale online zilnic sau aproape zilnic, cei care se considera aparținând clasei de mijloc superioare sau superioare (52 % și, respectiv, 57 %) fiind cei mai susceptibili să facă acest lucru.

QE3.7 Ai putea spune în ce măsură...? Utilizarea rețelelor sociale online (% – UE)

	Zilnic/Aproape de zi cu zi	De două sau trei ori pe săptămână	Aproximativ o dată pe săptămână	De două sau de trei ori pe lună	Mai rar	Niciodată	Lipsa accesului la acest mediu (SPONTANEOUS)	Nu știu	Total Cel puțin o dată pe săptămână
UE-27	47	15	6	2	4	24	1	1	68
Sexul									
Bărbat	46	15	8	2	5	23	1	0	69
Femeie	48	14	5	2	4	24	2	1	67
Vârstă									
15-24	80	11	3	1	1	3	0	1	94
25-39	65	16	7	2	4	6	0	0	88
40-54	52	19	8	3	3	14	1	0	79
55 +	25	12	6	2	6	45	3	1	43
Educație (sfârșitul)									
15—	23	8	4	2	4	52	6	1	35
16-19	43	17	8	2	4	24	1	1	68
20+	53	15	7	2	5	17	1	0	75
Încă mai studiază	80	11	3	1	2	3	0	0	94
Categoria socio-profesională									
Persoane care desfășoară activități independente	54	18	7	2	4	15	0	0	79
Manageri	54	18	7	2	5	13	1	0	79
Alte gulere albe	56	19	8	3	4	10	0	0	83
Lucrători manuali	53	17	8	3	4	14	1	0	78
Persoane de la domiciliu	42	12	5	3	4	30	3	1	59
Șomeri	59	12	4	1	4	19	1	0	75
Pensionat	19	10	5	2	5	54	4	1	34
Studenți	80	11	3	1	2	3	0	0	94
Dificultăți de plată a facturilor									
De cele mai multe ori	51	11	4	2	2	27	2	1	66
Din când în când	47	16	8	2	4	21	1	1	71
Aproape niciodată/niciodată	47	14	6	2	5	24	2	0	67
la în considerare apartenența la									
Clasa muncitoare	41	12	4	2	3	35	2	1	57
Clasa de mijloc inferioară	44	15	6	3	4	26	1	1	65
Clasa de mijloc	49	16	7	2	5	19	1	1	72
Clasa de mijloc superioară	57	14	7	3	5	14	0	0	78
Clasa superioară	52	20	7	3	2	14	1	1	79
Imaginea UE									
Pozitivă	52	15	6	2	4	20	1	0	73
Neutră	44	14	7	3	4	26	2	0	65
Negativă	43	15	6	2	4	27	2	1	64

2. Încrederea în mass-media

Majoritatea nu au încredere în mass-media.

Aproape patru din zece (39 %) spun că tind să aibă încredere în mass-media, o creștere de trei puncte procentuale față de ultima dată când această întrebare a fost adresată în primăvara anului 2023 (EB99). Cu toate acestea, majoritatea (57 %, -3 pp) spun că tind să nu aibă încredere în ei⁷.

Există o variație semnificativă între cele 27 de state membre ale UE în ceea ce privește nivelul de încredere în mass-media. În șase țări, majoritatea respondenților spun că tind să aibă încredere în mass-media: Finlanda (72 %), Portugalia (61 %), Suedia (57 %), Austria (56 %) și Danemarca și Țările de Jos (ambele cu 55 %). La capătul opus al scalei, unul din cinci oferă acest răspuns în Grecia, la fel ca aproximativ un sfert în Franța, Malta și Slovenia (toate 26 %). Ponderea respondenților care tind să nu aibă încredere în mass-media este cea mai ridicată în Grecia (79 %), Slovenia (73 %) și Franța (71 %).

Ponderea respondenților care tind să aibă încredere în mass-media a crescut în 14 state membre ale UE în comparație cu iarna 2022-2023. Creșterile nivelului de încredere sunt cele mai notabile în Austria (56 %, + 9 puncte procentuale), Germania (44 %, + 8 pp) și Italia (38 %, + 7 puncte procentuale). În schimb, această cifră a scăzut în 11 țări, în special în Danemarca (55 %, -7 pp), Cehia (38 %, -6 pp) și Belgia (43 %, -5 pp). Nu s-au înregistrat schimbări în Polonia (40 %) și Lituania (39 %).

Încrederea în mass-media este acum punctul de vedere majoritar în Austria.

QA6.1 Câtă încredere aveți în anumite instituții? Pentru fiecare dintre următoarele instituții, aveți tendința de a avea încredere în ea sau nu aveți încredere în ea? Mass-media (%)

	UE-27	AT	DE	EA	EE	RO	SK	BG	ES	FR	HR	HU	MT	IE	SI	LT	PL	CY	LV	NL	PT	SE	EL	LU	FI	II	CZ	DK
Tind să aibă încredere	39	56	44	38	44	44	37	44	30	26	37	31	26	42	26	39	40	27	42	55	61	57	20	37	72	43	38	55
Δ mai/iunie 2023	03	09	08	07	06	06	06	05	03	02	02	02	02	01	01	=	=	02	02	02	02	02	03	03	03	05	06	07
Ai tendința de a nu avea încredere	57	38	52	58	51	52	59	48	68	71	60	67	68	52	73	58	52	69	53	43	37	41	79	59	23	55	58	41
Δ mai/iunie 2023	03	010	08	07	07	07	07	06	02	01	04	03	04	03	03	01	02	=	03	02	02	02	03	06	02	05	04	05
Nu știu	4	5	4	4	4	3	3	7	3	4	1	1	4	4	5	4	6	2	6	2	2	2	1	7	4	2	2	2
Δ mai/iunie 2023	=	01	=	=	01	01	01	01	01	01	02	01	02	02	04	01	02	02	01	=	=	=	=	03	01	=	02	02

7 QA6. Câtă încredere aveți în anumite instituții? Pentru fiecare dintre următoarele instituții, aveți tendința de a avea încredere în ea sau nu aveți încredere în ea? 1) mass-media

Analiza socio-demografică arată că nivelul de încredere în mass-media este ușor mai ridicat în rândul celor mai tineri respondenți cu vârste cuprinse între 15 și 24 de ani (43 %) decât în rândul respondenților mai în vârstă (38-39 %). Respondenții care au încheiat educația cu normă întreagă în vârstă de 20 de ani sau mai mult sunt, de asemenea, cei mai susceptibili să aibă încredere în mass-media (43 %, comparativ cu 35 % în rândul celor care au părăsit educația mai devreme).

Proporția celor care au încredere în mass-media este cea mai mare în rândul managerilor (44 %), în special în comparație cu șomerii (24 %). Nivelurile de încredere sunt, de asemenea, mai răspândite în rândul respondenților care au cele mai puține dificultăți financiare. Mai exact, 43 % dintre cei care nu au niciodată sau aproape niciodată dificultăți în a-și plăti facturile, comparativ cu 26 % dintre cei care au dificultăți de cele mai multe ori.

QA6.1 Câtă încredere aveți în anumite instituții? Pentru fiecare dintre următoarele instituții, aveți tendința de a avea încredere în ea sau nu aveți încredere în ea? Mass-media (% – UE)

	Tind să aibă încredere	Ai tendința de a nu avea încredere	Nu știu
UE-27	39	57	4
Sexul			
Bărbat	39	58	3
Femeie	40	56	4
Vârstă			
15-24	43	54	3
25-39	38	58	4
40-54	38	58	4
55 +	39	57	4
Educație (sfârșitul)			
15—	35	60	5
16-19	35	61	4
20+	43	54	3
Încă mai studiază	49	48	3
Categoria socio-profesională			
Persoane care desfășoară activități independente	41	55	4
Manageri	44	53	3
Alte gulere albe	38	59	3
Lucrători manuali	35	61	4
Persoane de la domiciliu	36	59	5
Șomeri	24	73	3
Pensionat	40	56	4
Studenti	49	48	3
Dificultăți de plată a facturilor			
De cele mai multe ori	26	70	4
Din când în când	35	62	3
Aproape niciodată/niciodată	43	53	4
Ia în considerare apartenența la			
Clasa muncitoare	31	65	4
Clasa de mijloc inferioară	36	61	3
Clasa de mijloc	42	55	3
Clasa de mijloc superioară	51	46	3
Clasa superioară	43	52	5
Imaginea UE			
Pozitivă	55	42	3
Neutră	32	63	5

Eurobarometru standard 100 toamna anului 2023 Medias

Negativă	17	81	2
----------	----	----	---

Majoritatea consideră că mass-media națională oferă informații fiabile, chiar dacă această proporție variază foarte mult de la o țară la alta.

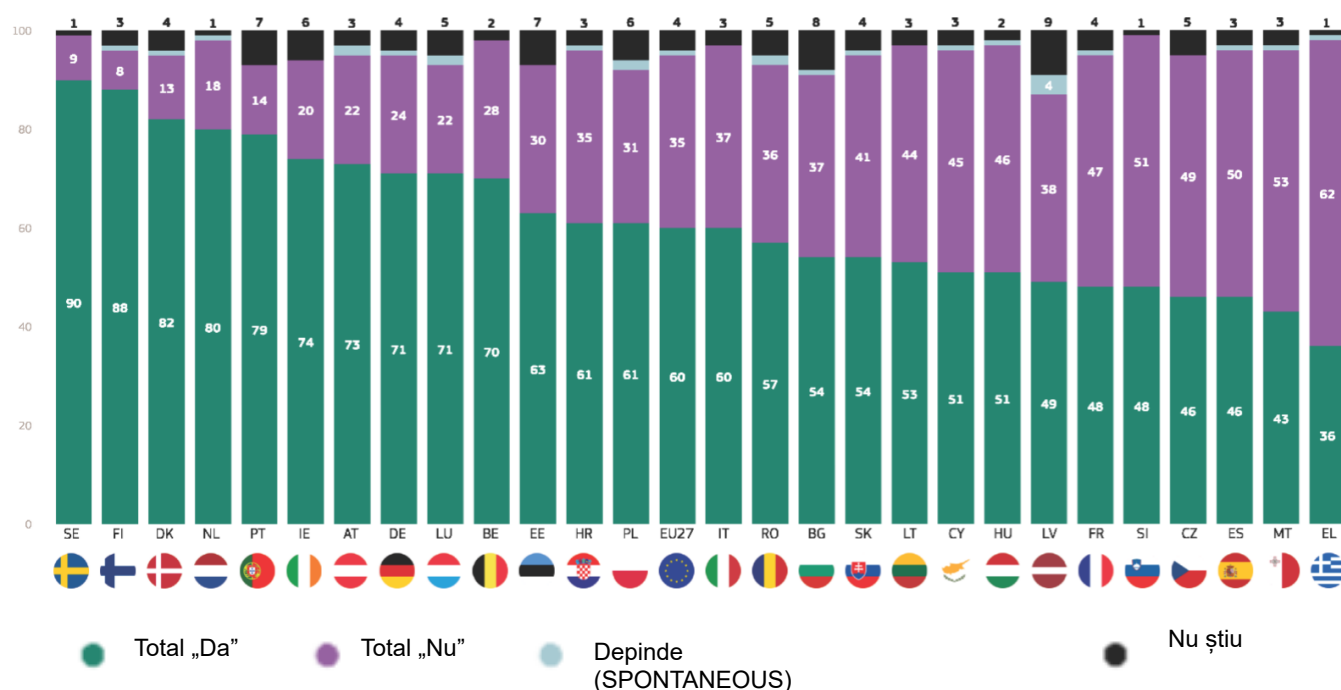
Șase din zece respondenți (+ 1 punct procentual față de iarna 2022-2023) consideră că mass-media națională furnizează informații fiabile, fie „în mod definitiv” (12 %, + 1 pp) sau „într-o anumită măsură” (48 %, nicio modificare). În schimb, mai mult de o treime (35 %, -1 pp) spun contrariul („nu, nu într-adevăr” sau „nu, deloc”) și 4 % (fără schimbare) spun că nu știu⁸.

În 22 de state membre ale UE (față de 21 în iarna 2022-2023), majoritatea spun că mass-media din țara lor furnizează informații fiabile. Această opinie este deosebit de răspândită în Suedia (90 %), Finlanda (88 %) și Danemarca (82 %). În celelalte cinci state membre, este foarte probabil ca respondenții să creadă că mass-media lor națională nu furnizează informații fiabile: Grecia (62 %), Malta (53 %), Slovenia (51 % „nu” față de 48 % „da”), Spania (50 % față de 46 %) și Cehia (49 % față de 46 %).

În 12 state membre ale UE, respondenții sunt mai predispuși decât în iarna 2022-2023 să creadă că mass-media lor națională furnizează informații fiabile. Acest lucru este valabil în special în Slovacia (54 %, + 12 puncte procentuale), Polonia (61 %, + 9 puncte procentuale) și Franța (48 %, + 6 puncte procentuale). Această proporție a scăzut în alte 12 țări, cele mai mari scăderi fiind înregistrate în Malta (43 %, -11 pp), Cipru (51 %, -9 pp) și Letonia (49 %, -8 pp). Această cifră a rămas neschimbată în Irlanda (74 %), Luxemburg (71 %) și Lituania (53 %).

În comparație cu iarna 2022-2023, opinia potrivit căreia mass-media națională furnizează informații fiabile reprezintă în prezent poziția majoritară în Franța, Ungaria și Slovacia. Cu toate acestea, aceasta a devenit, de asemenea, punctul de vedere minoritar în Malta și Spania.

QE7.1. Pentru fiecare dintre următoarele afirmații, vă rugăm să precizați în ce măsură corespunde sau nu situației mass-mediei (NATIONALITY) care furnizează informații fiabile (%)



8 QE7. Pentru fiecare dintre următoarele afirmații, vă rugăm să precizați în ce măsură corespunde sau nu situației mass-mediei (NATIONALITY). 1) (NATIONALITATE) mass-media oferă informații de încredere.

Datele sociodemografice arată că rezultatele sunt coerente în ceea ce privește genul și grupele de vârstă. Mai multe variații pot fi observate în funcție de nivelul de educație, respondenții care au absolvit o educație cu normă întreagă în vârstă de 20 de ani sau mai mult (65 %) fiind mai predispuși decât cei care au lăsat 15 ani sau mai tineri (55 %) să spună că mass-media din țara lor oferă informații fiabile.

La nivelul categoriilor socio-profesionale, managerii (71 %) sunt cei mai susceptibili să spună că mass-media națională furnizează informații fiabile, în special în comparație cu șomerii (45 %). Proportia care dă acest răspuns este, de asemenea, cea mai mare dintre cei care nu au niciodată sau aproape niciodată dificultăți în a-și plăti facturile (64 %, comparativ cu 47 % dintre cei care au dificultăți de cele mai multe ori).

ÎE7.1 Pentru fiecare dintre următoarele afirmații, vă rugăm să precizați în ce măsură corespunde sau nu situației mass-mediei (NATIONALITATE): (Naționalitatea) mass-media furnizează informații fiabile (% – UE)

	Total „Da”	Total „Nu”	Nu știu
UE-27	60	35	4
Sexul			
Bărbat	61	35	3
Femeie	60	35	4
Vârstă			
15-24	60	34	5
25-39	60	36	3
40-54	62	35	3
55 +	61	34	4
Educație (sfârșitul)			
15—	55	37	7
16-19	58	38	3
20+	65	32	2
Încă mai studiază	66	29	4
Categoria socio-profesională			
Persoane care desfășoară activități independente	62	34	3
Manageri	71	27	1
Alte gulere albe	59	36	4
Lucrători manuali	56	39	4
Persoane de la domiciliu	55	36	8
Șomeri	45	51	3
Pensionat	61	34	4
Studenti	66	29	4
Dificultăți de plată a facturilor			
De cele mai multe ori	47	48	4
Din când în când	57	38	4
Aproape niciodată/niciodată	64	32	3
Ia în considerare apartenența la			
Clasa muncitoare	51	41	6
Clasa de mijloc inferioară	57	39	3
Clasa de mijloc	65	32	2
Clasa de mijloc superioară	73	26	1
Clasa superioară	62	34	3
Imaginea UE			
Pozitivă	73	23	3
Neutră	57	37	5
Negativă	39	58	2

II. Nivelul de informare cu privire la chestiunile europene



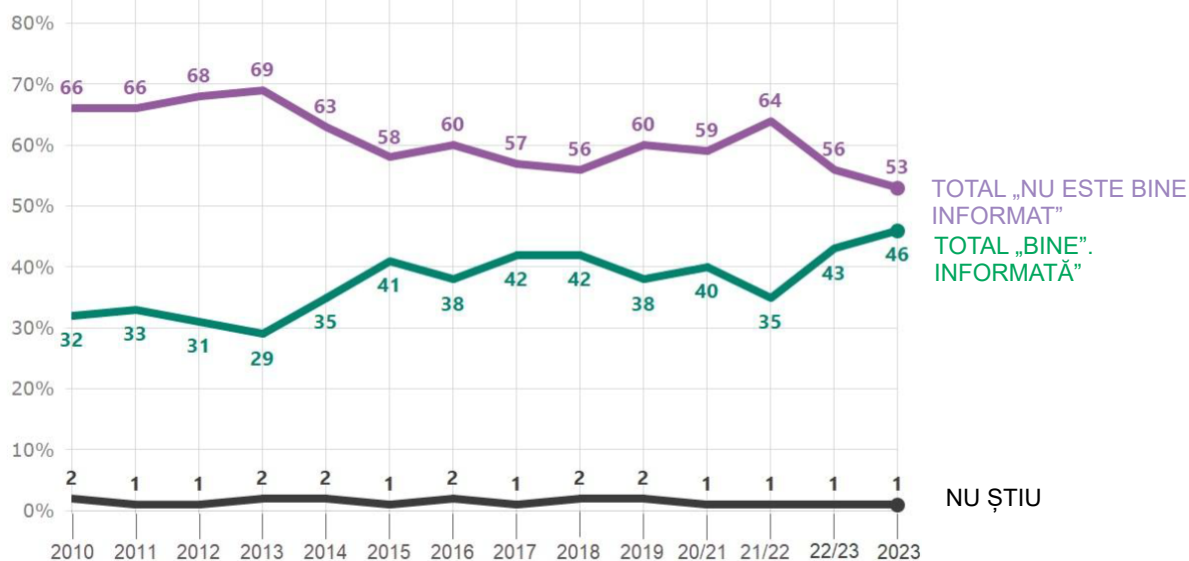
Eurobarometru standard 100 toamna anului 2023 Medias

Ponderea europenilor care se simt bine informați cu privire la chestiunile europene este la cel mai înalt nivel.

După o creștere cu opt puncte procentuale între iarna 2021-2022 și iarna 2022-2023, proporția respondenților care se simt bine informați cu privire la chestiunile europene a crescut cu trei puncte procentuale în cadrul actualului sondaj Eurobarometru standard (46 %) și se află în prezent la cel mai înalt nivel de la începutul seriei în toamna anului 2010⁹.

Deși o majoritate absolută continuă să nu se simtă bine informată (53 %, -3 pp), această proporție este acum la cel mai scăzut nivel înregistrat vreodată.

QE2 Și, în general, în ce măsură considerați că sunteți bine informat sau nu cu privire la chestiunile europene? (% – UE)

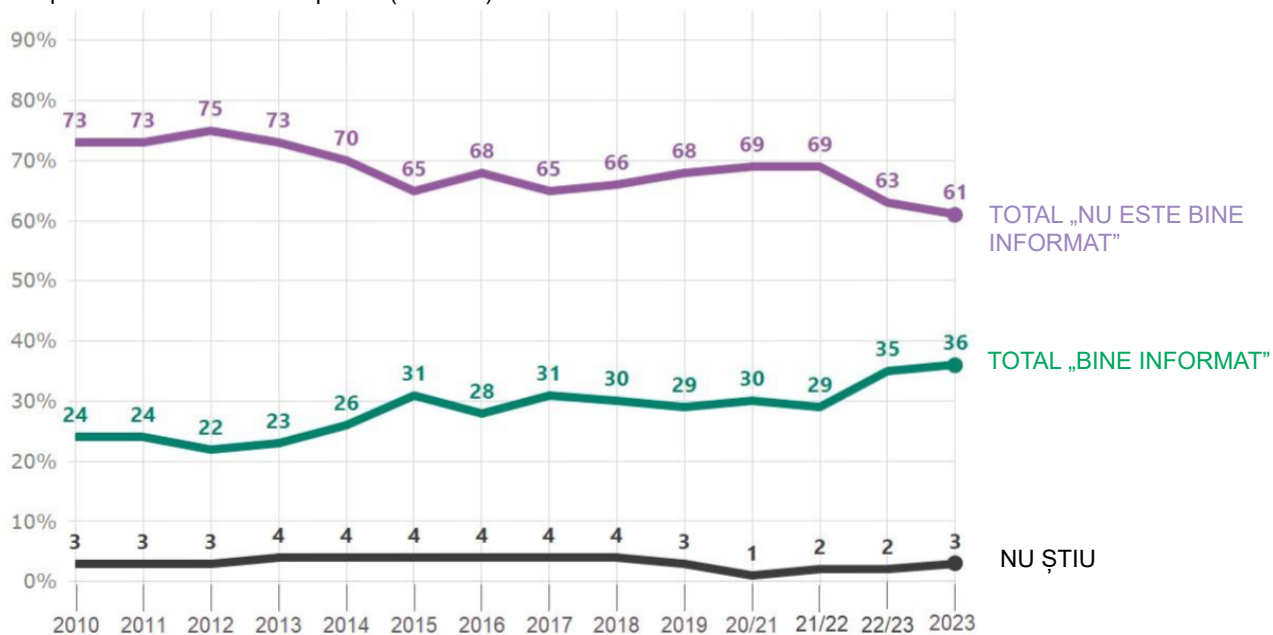


9 QE2. Și, în general, cât de bine informați credeți că sunteți cu privire la chestiunile europene?

Mai mult de o treime consideră că oamenii din țara lor sunt bine informați cu privire la problemele europene (36 %), în timp ce aproximativ șase din zece consideră contrariul (61 %), iar 3 % spun că nu știu¹⁰.

Ponderea respondenților care indică faptul că cetățenii din țara lor sunt bine informați cu privire la chestiunile europene se află la nivelul său record, deoarece această întrebare a fost adresată pentru prima dată în toamna anului 2010 (+ 1 punct procentual din iarna 2022-2023; + 7 puncte procentuale începând cu iarna 2021-2022). În schimb, proporția celor care consideră că oamenii nu sunt bine informați este la cel mai scăzut nivel (-2 puncte procentuale din iarna 2022-2023, -8 puncte procentuale din iarna 2021-2022).

Întrebarea 1 În general, în ce măsură credeți că în țara noastră oamenii sunt bine informați sau nu cu privire la chestiunile europene? (% – E U)

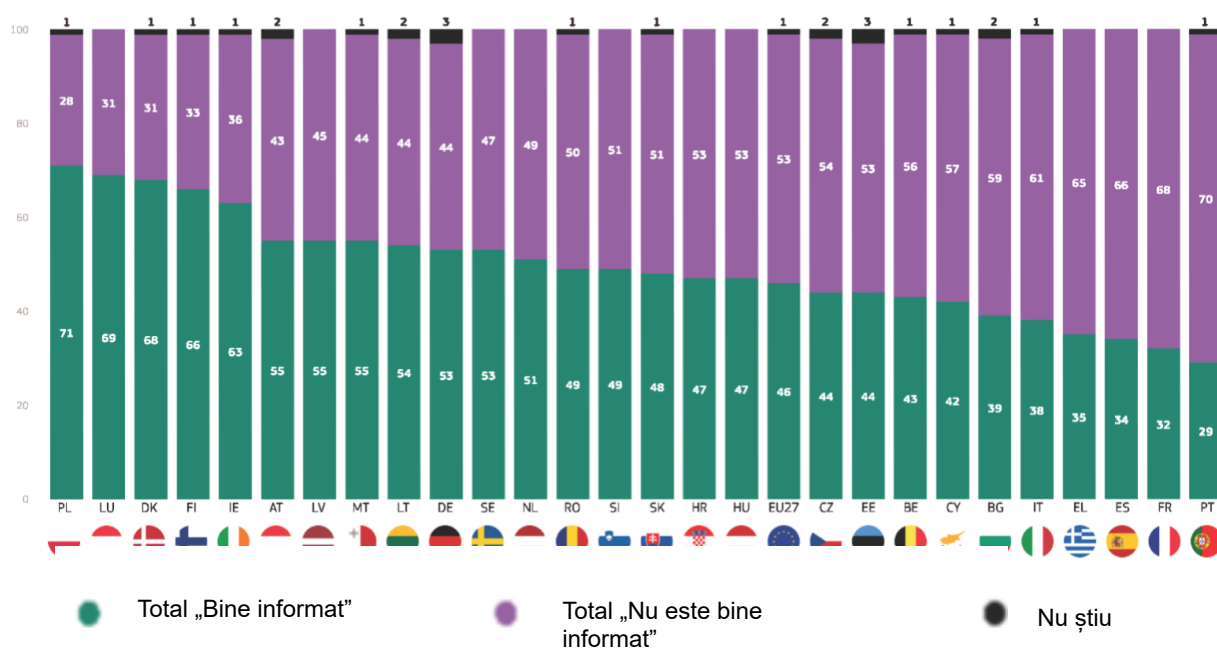


10 QF1(* sau QE1? *). Cât de bine informați credeți că oamenii din (Țara noastră) se referă la chestiuni europene?

Eurobarometru standard 100 toamna anului 2023 Medias

În 12 state membre ale UE (față de nouă în iarna 2022-2023), majoritatea respondenților consideră că sunt bine informați cu privire la chestiunile europene. Cele mai mari proporții care afirmă acest lucru pot fi observate în Polonia (71 %), Luxemburg (69 %) și Danemarca (68 %). La celălalt capăt al spectrului, respondenții sunt cel mai probabil să creadă că nu sunt bine informați în 15 țări. Acest lucru este valabil în special pentru respondenții din Portugalia (70 %), Franța (68 %) și Spania (66 %).

QE2. Și, în general, în ce măsură considerați că sunteți bine informat sau nu cu privire la chestiunile europene? (%)



Eurobarometru standard 100 toamna anului 2023 Medias

În 17 țări, ponderea respondenților care se simt bine informați cu privire la problemele europene a crescut din iarna 2022-2023. Creșteri de peste cinci puncte procentuale sunt înregistrate în Germania (53 %, + 7 pp), Suedia (53 %, + 6 pp) și Slovenia (49 %, + 6 pp). În schimb, această proporție a scăzut în șase țări, în special în Malta (55 %, -12 pp), Portugalia (29 %, -7 pp) și Cipru (42 %, -4 pp) și a rămas stabilă în patru țări: Irlanda (63 %), Lituania (54 %), România (49 %) și Bulgaria (39 %). În comparație cu iarna 2022-2023, starea de bine informată reprezintă în prezent poziția majoritară în Germania, Țările de Jos și Suedia.

QE2 Și, în general, în ce măsură considerați că sunteți bine informat sau nu cu privire la chestiunile europene? (%)

		UE-27	DE	SI	SE	EE	AT	PL	DK	FI	FR	HR	SK	FI	CZ	EL	ES	NL	LV	BG	IE	LT	RO	EA	LU	HU	CY	PT	MT
Total „bine informat”	Octombrie/Nov 2023	46	53	49	53	44	55	71	68	66	32	47	48	43	44	35	34	51	55	39	63	54	49	38	69	47	42	29	55
	Δ mai/iunie 2023	O3	O7	O6	O6	O5	O5	O5	O4	O4	O3	O3	O3	O2	O2	O2	O2	O2	O1	=	=	=	=	Ö2	Ö2	Ö2	Ö4	Ö7	Ö12
Total „nu este bine informat”	Octombrie/Nov 2023	53	44	51	47	53	43	28	31	33	68	53	51	56	54	65	66	49	45	59	36	44	50	61	31	53	57	70	44
	Δ mai/iunie 2023	Ö3	◀9	Ö5	Ö6	Ö7	Ö6	Ö5	Ö5	Ö5	Ö2	Ö3	Ö1	Ö3	Ö1	Ö2	Ö2	Ö2	Ö1	=	=	Ö1	=	O1	O2	O2	O3	O6	O12
Nu știu	Octombrie/Nov 2023	1	3	0	0	3	2	1	1	1	0	0	1	1	2	0	0	0	0	2	1	2	1	1	0	0	1	1	1
	Δ mai/iunie 2023	=	O2	Ö1	=	O2	O1	=	O1	O1	Ö1	=	Ö2	O1	Ö1	=	=	=	=	=	=	O1	=	O1	=	=	O1	O1	=

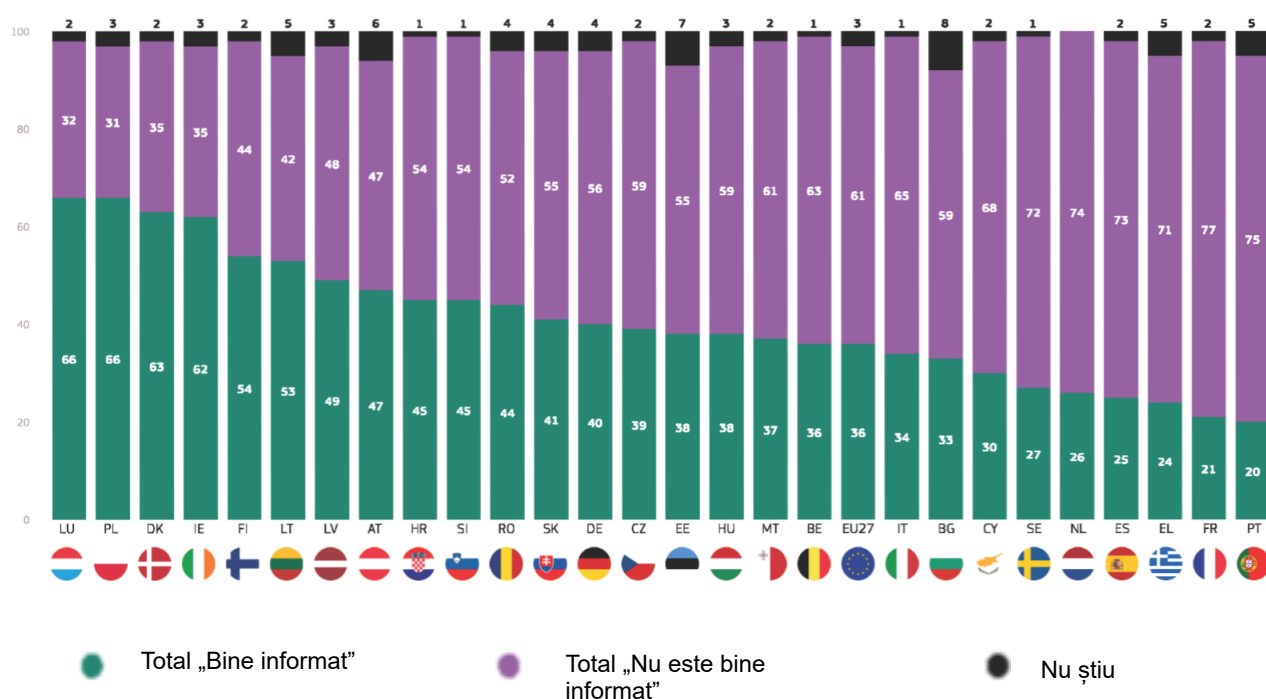
În șapte state membre ale UE (la fel ca în iarna 2022-2023), majoritatea consideră că cetățenii din țara lor sunt bine informați cu privire la chestiunile europene, peste șase din zece indicând acest lucru în Luxemburg și Polonia (ambele cu 66 %), Danemarca (63 %) și Irlanda (62 %).

În 19 state membre ale UE, majoritatea respondenților consideră că cetățenii din țara lor nu sunt bine informați cu privire la chestiunile europene.

Cele mai mari cote care dau acest răspuns se regăsesc în Franța (77 %), Portugalia (75 %) și Țările de Jos (74 %).

Opiniile sunt împărțite în Austria, unde proporții egale spun că oamenii sunt bine informați și nu sunt bine informați (ambele 47 %).

QE1. Per ansamblu, în ce măsură considerați că, în țara noastră, oamenii sunt bine informați sau nu cu privire la chestiunile europene? (%)



Eurobarometru standard 100 toamna anului 2023 Medias

În 15 state membre ale UE, ponderea respondenților care cred că oamenii din țara lor sunt bine informați cu privire la problemele europene a crescut din iarna 2022-2023. Acest lucru este valabil în special în Danemarca (63 %, + 6 puncte procentuale), Slovenia (45 %, + 6 puncte procentuale) și Germania (40 %, + 6 puncte procentuale). În opt țări, respondenții au mai puține șanse decât în iarna 2022-2023 să dea acest răspuns, cu scăderi de peste zece puncte procentuale înregistrate în Malta (37 %, – 21 pp) și în Cipru (30 %, -12 pp). Această cifră a rămas stabilă în patru țări: Letonia (49 %), Ungaria (38 %), Belgia (36 %) și Portugalia (20 %).

În comparație cu iarna 2022-2023, opinia conform căreia cetățenii din țara lor sunt bine informați cu privire la chestiunile europene este acum opinia majoritară a Letoniei. În schimb, aceasta a devenit acum punctul de vedere minoritar în Malta și România, în timp ce opinia a devenit divizată în Austria.

Întrebarea 1 În general, în ce măsură credeți că în țara noastră oamenii sunt bine informați sau nu cu privire la chestiunile europene? (%)

		UE-27	DK	DE	SI	„L”	CZ	EE	HR	AT	FR	NL	SE	ES	LT	SK	FI	FII	LV	HU	—T	BG	IE	EL	EA	LU	RO	CY	MT
Total „bine informat”	Octombrie/Nov 2023	36	63	40	45	66	39	38	45	47	21	26	27	25	53	41	54	36	49	38	20	33	62	24	34	66	44	30	37
	Δ mai/iunie 2023	O1	O6	O6	O6	O5	O4	O4	O4	O4	O3	O3	O2	O1	O1	O1	O1	=	=	=	=	Ö1	Ö1	Ö1	Ö2	Ö3	Ö4	Ö12	[14]21
	Octombrie/Nov 2023	61	35	56	54	31	59	55	54	47	77	74	72	73	42	55	44	63	48	59	75	59	35	71	65	32	52	68	61
Total „nu este bine informat”	Δ mai/iunie 2023	Ö2	Ö6	Ö6	Ö5	Ö6	Ö2	Ö6	Ö4	Ö5	Ö2	Ö2	Ö2	Ö2	Ö3	=	Ö2	O1	Ö1	Ö2	Ö1	Ö1	O1	Ö2	O2	O2	O4	⇒11	⇒22
	Octombrie/Nov 2023	3	2	4	1	3	2	7	1	6	2	0	1	2	5	4	2	1	3	3	5	8	3	5	1	2	4	2	2
	Δ mai/iunie 2023	O1	=	=	Ö1	O1	Ö2	O2	=	O1	Ö1	Ö1	=	O1	O2	Ö1	O1	Ö1	O1	O2	O1	O2	=	O3	=	O1	=	O1	Ö1
Nu știu	Octombrie/Nov 2023	3	2	4	1	3	2	7	1	6	2	0	1	2	5	4	2	1	3	3	5	8	3	5	1	2	4	2	2
	Δ mai/iunie 2023	O1	=	=	Ö1	O1	Ö2	O2	=	O1	Ö1	Ö1	=	O1	O2	Ö1	O1	Ö1	O1	O2	O1	O2	=	O3	=	O1	=	O1	Ö1
	Octombrie/Nov 2023	3	2	4	1	3	2	7	1	6	2	0	1	2	5	4	2	1	3	3	5	8	3	5	1	2	4	2	2

Analiza sociodemografică arată că bărbații (50 %) sunt mai predispuși decât femeile (41 %) să se simtă bine informați cu privire la chestiunile europene. Această proporție este, de asemenea, cea mai mare în rândul respondenților din grupele de vârstă centrală (48 % dintre cei cu vârste cuprinse între 25 și 54 de ani, comparativ cu 43-44 % dintre cei mai tineri și mai în vârstă) și în rândul celor care au rămas mai mult timp în sistemul de învățământ cu normă întreagă (56 % dintre cei care au terminat educația cu vârsta de 20 de ani sau mai mult, comparativ cu 27 % dintre cei care au părăsit vârsta de 15 ani sau mai puțin).

Sentimentul de a fi bine informat cu privire la chestiunile europene este cel mai răspândit în rândul managerilor (59 %) decât în rândul persoanelor casnice (31 %) și al șomerilor (33 %). În plus, există, de asemenea, diferențe în ceea ce privește dificultățile financiare ale respondenților și clasa socială auto-percepută. Mai exact, aproximativ jumătate (51 %) dintre cei care niciodată sau aproape niciodată nu au dificultăți în a-și plăti facturile cred că sunt bine informați, în comparație cu aproximativ un sfert (27 %) dintre cei care au dificultăți de cele mai multe ori. În mod similar, respondenții care se consideră aparțin clasei superioare (75 %) sau clasei de mijloc superioare (65 %) din societate au mai multe șanse să dea acest răspuns decât cei care se consideră ca aparținând clasei muncitoare (31 %).

În cele din urmă, respondenții care au o imagine pozitivă a UE (60 %) au mai multe șanse să creadă că sunt bine informați cu privire la chestiunile europene decât cei care au o imagine neutră (37 %) sau o imagine negativă.

QE2 Și, în general, în ce măsură considerați că sunteți bine informat sau nu cu privire la chestiunile europene? (% – UE)

	Total „Bine informat”	Total „Nu este bine informat”	Nu știu
UE-27	46	53	1
Sexul			
Bărbat	50	49	1
Femeie	41	58	1
Vârstă			
15-24	43	56	1
25-39	48	51	1
40-54	48	51	1
55 +	44	55	1
Educație (sfârșitul)			
15—	27	72	1
16-19	44	55	1
20+	56	43	1
Încă mai studiază	46	53	1
Categoria socio-profesională			
Persoane care desfășoară activități independente	54	45	1
Manageri	59	40	1
Alte gulere albe	51	48	1
Lucrători manuali	41	58	1
Persoane de la domiciliu	31	67	2
Șomeri	33	66	1
Pensionat	42	56	2
Studenți	46	53	1
Dificultăți de plată a facturilor			
De cele mai multe ori	27	72	1
Din când în când	39	60	1
Aproape niciodată/niciodată	51	48	1
Ia în considerare apartenența la			
Clasa muncitoare	31	68	1
Clasa de mijloc inferioară	39	59	2
Clasa de mijloc	51	48	1
Clasa de mijloc superioară	65	35	0
Clasa superioară	75	25	0
Imaginea UE			
Pozitivă	60	40	0
Neutră	37	62	1

Eurobarometru standard 100 toamna anului 2023 Medias

Negativă

31

67

2

Constatările socio-demografice sunt similare atunci când se analizează proporțiile care cred că oamenii din țara lor sunt bine informați cu privire la problemele europene, deși diferențele sunt mai puțin pronunțate și nu există diferențe clare în funcție de gen.

Cei mai în vârstă respondenți cu vârsta de 55 de ani sau peste (34 %) sunt puțin mai puțin probabili decât cei cu vârste cuprinse între 15 și 54 de ani (37-38 %) să spună că persoanele din țara lor sunt bine informate. O diferență mai clară poate fi observată în ceea ce privește nivelul de educație, cu aproape patru din zece (39 %) în rândul celor care au absolvit o educație cu normă întreagă în vârstă de 20 de ani sau mai mult care dau acest răspuns, comparativ cu aproximativ un sfert (27 %) dintre cei care au părăsit vârsta de 15 ani sau mai puțin.

Managerii (42 %) sunt cei mai susceptibili să creadă că oamenii din țara lor sunt bine informați, în special în comparație cu șomerii (25 %). Sentimentul că oamenii dintr-o țară sunt bine informați cu privire la problemele europene este cel mai răspândit în rândul celor care au dificultăți în a-și plăti facturile niciodată/aproape niciodată sau din când în când (34-39 %, comparativ cu 25 % dintre cei care au dificultăți de cele mai multe ori) și printre cei care se consideră ca aparținând clasei superioare a societății (52 %, comparativ cu 28 % dintre cei care se consideră aparțin clasei muncitoare).

În cele din urmă, cei care au o imagine pozitivă a UE (47 %) au mai multe șanse să simtă că cetățenii țării lor sunt bine informați cu privire la chestiunile europene decât cei care au o imagine neutră (33 %) sau o imagine negativă (19 %).

Întrebarea 1 În general, în ce măsură credeți că în țara noastră oamenii sunt bine informați sau nu cu privire la chestiunile europene? (% – UE)

	Total „Bine informat”	Total „Nu este bine informat”	Nu știu
UE-27	36	61	3
Sexul			
Bărbat	37	61	2
Femeie	36	61	3
Vârstă			
15-24	38	59	3
25-39	38	60	2
40-54	37	61	2
55 +	34	63	3
Educație (sfârșitul)			
15—	27	68	5
16-19	36	61	3
20+	39	59	2
Încă mai studiază	39	58	3
Categoria socio-profesională			
Persoane care desfășoară activități independente	38	61	1
Manageri	42	57	1
Alte gulere albe	41	57	2
Lucrători manuali	36	62	2
Persoane de la domiciliu	32	63	5
Șomeri	25	72	3
Pensionat	33	63	4
Studenti	39	58	3
Dificultăți de plată a facturilor			
De cele mai multe ori	25	71	4
Din când în când	34	64	2
Aproape niciodată/niciodată	39	58	3
Ia în considerare apartenența la			
Clasa muncitoare	28	67	5
Clasa de mijloc inferioară	35	62	3
Clasa de mijloc	40	58	2
Clasa de mijloc superioară	42	58	0
Clasa superioară	52	46	2
Imaginea UE			

Eurobarometru standard 100 toamna anului 2023 Medias

Pozitivă	47	51	2
Neutră	33	64	3
Negativă	19	79	2

III. Surse de informare pentru chestiuni politice și Uniunea Europeană



1. Chestiuni politice europene

Europeanii continuă să obțină cea mai mare parte a știrilor lor cu privire la chestiuni politice europene de la canalele de televiziune generaliste și de știri.

Canalele de televiziune generaliste continuă să fie sursa de știri preferată în chestiuni politice europene (57 %, -1 punct procentual din iarna 2022-2023), urmate îndeaproape de canalele de știri de televiziune (53 %, + 2 puncte procentuale)¹¹.

Mai mult de jumătate se bazează pe un mediu bazat pe internet ca sursă principală de știri privind chestiunile politice europene (55 %, + 1 pp).

Patru din zece (nicio schimbare) merg pe site-uri de informare, în timp ce trei din zece (+ 1 pp) primesc știri despre chestiuni politice europene de pe rețelele de socializare online. Mai puțin de unul din zece se bazează pe site-uri web de găzduire video (7 %, fără modificări), podcasturi (7 %, + 1 pp) sau bloguri (3 %, fără modificări).

Printre mass-media tradiționale, radioul este menționat de aproximativ o treime dintre respondenți (34 %, + 1 pp), în timp ce presa scrisă este indicată de aproximativ un sfert (26 %, + 1 pp).

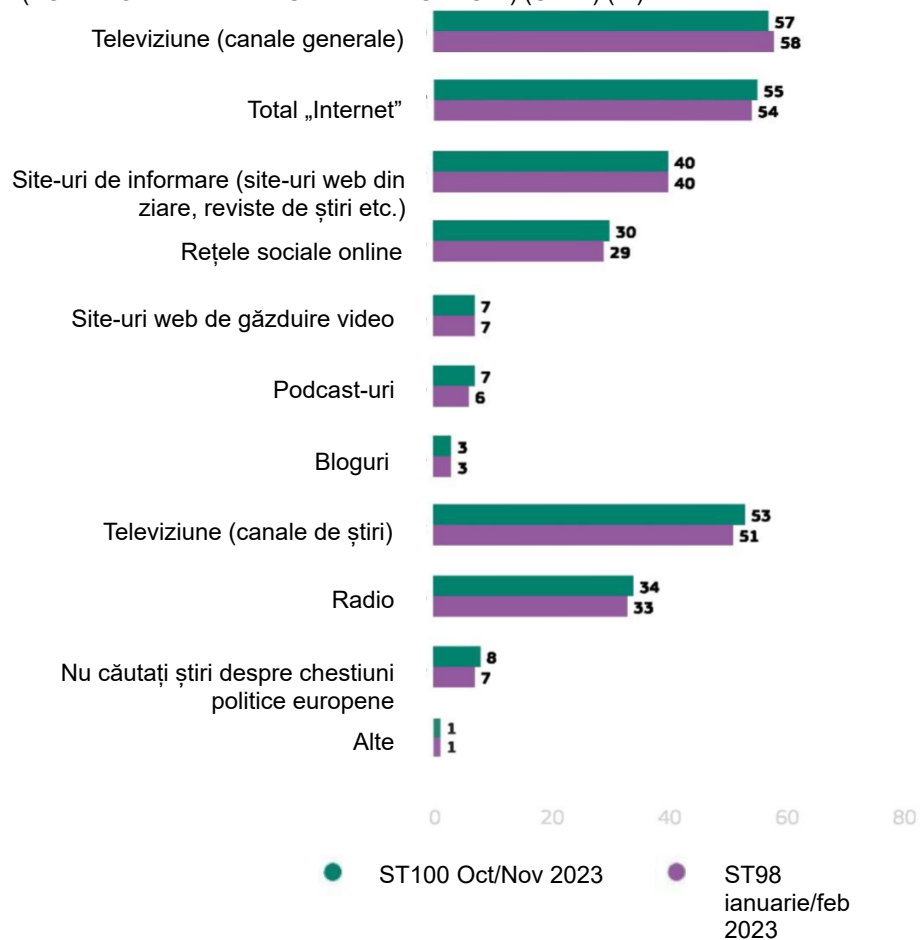
Mai puțin de unul din zece (8 %, + 1 pp) declară că nu caută informații cu privire la chestiunile politice europene¹².

În ansamblu, cu excepția unei ușoare creșteri a proporției celor care menționează canalele de știri de televiziune (+ 2 puncte procentuale), aceste cifre au rămas, în linii mari, stabile începând cu iarna 2022-2023.

11 Totalul „Internetului” combină scorurile pentru elemente: Site-uri de informare (site-uri web din ziare, reviste de știri etc.), rețele sociale online, site-uri web de găzduire video, podcast-uri și bloguri.

12 QE4a. De unde primiți cele mai multe știri despre chestiuni politice europene? În primul rând? QE4b. Și apoi? (MAI MULTE RĂSPUNSURI POSIBILE)

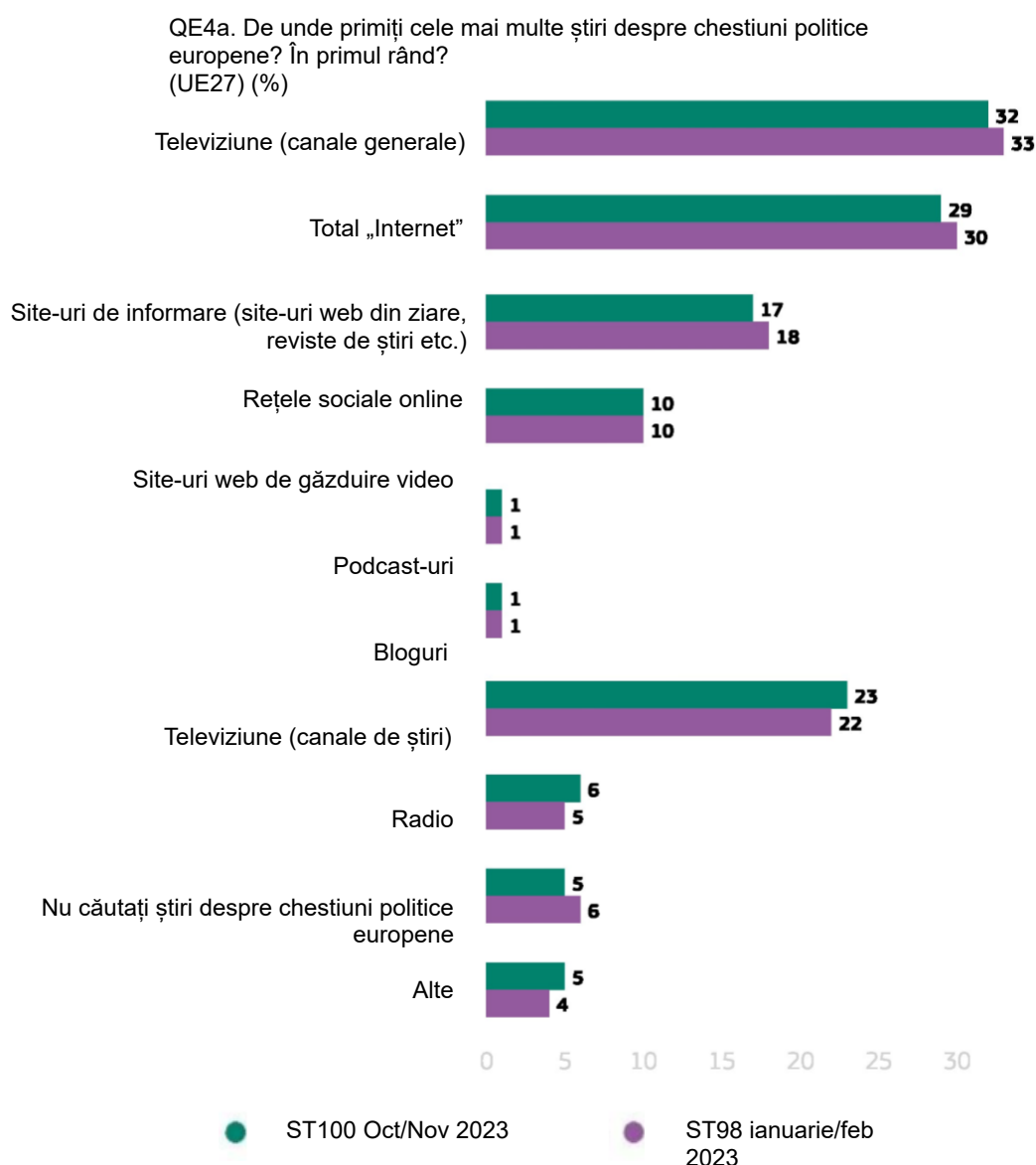
QE4T. De unde primiți cele mai multe știri despre chestiuni politice europene? În primul rând? Și apoi?
(SUNT POSIBILE MAI MULTE RĂSPUNSURI) (UE27) (%)



Clasamentul surselor de știri privind chestiunile politice europene este similar atunci când se analizează doar primul răspuns dat de respondenți. Canalele de televiziune generaliste (32 %, -1 punct procentual din iarna 2022-2023) sunt din nou sursa preferată, urmate de canalele de televiziune de știri (23 %, + 1 pp).

Aproximativ trei din zece (29 %, -1 pp) preferă o sursă bazată pe internet pentru știri privind chestiuni politice europene¹³. În cadrul acestei categorii, 17 % (-1 pp) citează site-uri de informare ca sursă pentru acest tip de conținut, în timp ce unul din zece (fără modificări) menționează rețelele sociale online.

În ceea ce privește mass-media tradițională, 6 % (+ 1 pp) indică presa scrisă ca fiind prima lor alegere pentru a obține știri despre chestiuni politice europene și 5 % (-1 pp) citează radioul.



13 Totalul „Internetului” combină scorurile pentru elemente: Site-uri de informare (site-uri din ziare, reviste de știri etc.), rețele sociale online, site-uri web de găzduire video, podcast-uri și bloguri (nu au existat respondenți care să menționeze blogurile ca fiind prima sursă de știri privind chestiunile politice europene).

Canalele de televiziune generaliste sunt prima sursă de știri despre chestiuni politice europene menționată cel mai frecvent în șapte state membre ale UE. Cele mai mari ponderi ale respondenților care citează acest mediu pot fi observate în Portugalia (83 %), Croația (72 %) și România (70 %). La polul opus, 21 % în Suedia, 35 % în Danemarca și 37 % în Țările de Jos menționează această sursă. Canalele generale sunt una dintre cele trei surse cele mai menționate în 18 țări.

Internetul¹⁴ este una dintre cele trei surse cele mai menționate de respondenți din toate statele membre (cu excepția respondenților din Germania) și este sursa cea mai menționată în 19 țări, printre care Malta (76 %), Țările de Jos (74 %) și Letonia (73 %). Internetul este cel mai puțin menționat în România (38 %), Portugalia (39 %) și Germania (48 %).

Canalele de știri de televiziune se situează în topul surselor de știri pe probleme politice europene din România și printre primele trei din 22 de țări. Respondenții din Portugalia (79 %), România (75 %) și Danemarca (68 %) sunt cei mai susceptibili să citeze această sursă, în timp ce cei din Spania (39 %), Finlanda (42 %) și Cipru (43 %) sunt cei mai puțin susceptibili să facă acest lucru. În 11 state membre ale UE, site-urile de informare se numără printre primele trei surse de știri cele mai utilizate în chestiuni politice europene. Cele mai mari proporții care dau acest răspuns sunt înregistrate în Malta și Finlanda (ambele cu 61 %) și în Cehia și Țările de Jos (ambele cu 59 %). În schimb, site-urile de informare sunt cel mai puțin menționate în România (17 %), Bulgaria (26 %) și Portugalia (27 %).

Radioul este a doua sau a treia cea mai menționată sursă de știri din trei țări. Cel puțin jumătate citează acest lucru în Germania (57 %), Suedia (52 %) și Slovacia (50 %), în timp ce 21 % în Italia și România și 22 % în Malta.

Rețelele sociale online sunt a doua cea mai menționată sursă privind chestiunile politice europene în Cipru (53 %) și a treia cea mai menționată în Malta (48 %). Această sursă este, de asemenea, citată de aproape jumătate dintre respondenții din Letonia (48 %). În schimb, 20 % în Portugalia, 26 % în Germania și 27 % în Franța și Țările de Jos se bazează pe rețelele sociale online ca sursă de știri.

Presa scrisă este cel de-al treilea mediu cel mai frecvent menționat pentru știrile privind chestiunile politice europene din Luxemburg (45 %) (în comun cu canalele de știri de televiziune). Împreună cu cei din Luxemburg, este cel mai probabil ca respondenții să menționeze această sursă în Finlanda (47 %) și Austria (46 %). La capătul opus al spectrului, cele mai scăzute cote care dau acest răspuns se găsesc în Malta (6 %), Polonia (9 %) și Cipru, Ungaria și România (toate 12 %).

În șapte state membre ale UE, mai mult de unul din zece menționează podcasturi, în special în Danemarca și Slovacia (ambele cu 17 %) și în Suedia (14 %). Site-urile de găzduire video sunt citate de aproximativ unul din cinci în Slovacia (21 %) și de cel puțin unul din zece în alte șapte țări, în special în Croația (16 %) și Cehia (14 %). Blogurile sunt menționate de aproape un sfert în Grecia (23 %) și de mai mult de unul din zece în Cipru (13 %).

În cele din urmă, există trei țări în care cel puțin una din zece afirmă că nu caută informații cu privire la chestiunile politice europene: Spania (17 %) și Cipru și Italia (ambele 10 %).

14 Totalul „Internetului” combină scorurile pentru elemente: Site-uri de informare (site-uri web din ziare, reviste de știri etc.), rețele sociale online, site-uri web de găzduire video, podcast-uri și bloguri.

Analiza socio-demografică evidențiază următoarele:

Bărbații sunt mai predispuși decât femeile să obțină cea mai mare parte a știrilor despre chestiuni politice europene de pe site-urile de informare (44 % față de 36 %), radioul (36 % față de 33 %) și presa scrisă (28 % față de 24 %). Femeile sunt mai predispuse decât bărbații să utilizeze canalele de televiziune generaliste (60 % față de 55 %).

Cu cât respondentul este mai în vârstă, cu atât este mai probabil ca acesta să obțină știri politice europene de la canalele de televiziune generaliste sau de știri, presa scrisă sau radio și cu atât este mai puțin probabil ca acestea să le obțină de pe internet, inclusiv site-uri de informare, podcasturi, rețele sociale online, bloguri sau site-uri de găzduire video. De exemplu, 61 % dintre cei cu vârste cuprinse între 15 și 24 de ani primesc acest tip de știri de pe rețelele de socializare online, comparativ cu 13 % dintre cei cu vârsta de 55 de ani sau peste.

Cu cât respondenții au rămas mai mult timp în educație cu normă întreagă, cu atât este mai probabil să menționeze surse de internet, inclusiv site-uri de informare, podcast-uri, rețele sociale online și site-uri de găzduire video, și cu atât este mai puțin probabil să menționeze canalele de televiziune generaliste. De exemplu, 52 % dintre cei care și-au finalizat educația în vârstă de 20 de ani sau mai mult se bazează pe site-uri de informare, comparativ cu 15 % dintre cei care au terminat educația cu vârsta de 15 ani sau mai mică.

Managerii sunt cei mai susceptibili să menționeze site-urile de informare (58 %), radioul (40 %), presa scrisă (30 %) și podcasturile (12 %). Persoanele casnice se bazează cel mai mult pe canalele de televiziune generaliste (64 %) și de știri (60 %), în timp ce este cel mai puțin probabil să citeze surse de internet (38 %), site-uri de informare (24 %), rețele sociale online (23 %), servicii de găzduire video (4 %), podcasturi (3 %) și bloguri (1 %).

Respondenții care nu au niciodată sau aproape niciodată dificultăți de plată a facturilor sunt mai predispuși să obțină cea mai mare parte a știrilor politice europene de pe site-urile de informare (43 %, comparativ cu 33 % dintre cei care au dificultăți de cele mai multe ori), radio (37 %, comparativ cu 28 %) sau presa scrisă (28 %, comparativ cu 19 %).

Este mai probabil ca internetul să fie utilizat de către cei care se consideră ca aparținând clasei superioare (76 %) sau clasei de mijloc superioare (71 %) a societății, comparativ cu cei care se consideră ca aparținând clasei muncitoare (43 %) sau clasei de mijloc inferioare (50 %). Același model se aplică și presei scrise (37 %, comparativ cu 19-24 %). În schimb, canalele de televiziune generaliste sunt utilizate mai mult de respondenții care se consideră ca aparținând clasei muncitoare (61 %) sau clasei de mijloc inferioare (60 %) decât celor care se consideră aparțin clasei superioare sau clasei de mijloc superioare (ambele 45 %).

Eurobarometru standard 100 toamna anului 2023 Medias

QE4T De unde primiți cele mai multe știri despre chestiuni politice europene? În primul rând? Și apoi? (SUNT POSIBILE MAI MULTE RĂSPUNSURI) (% – UE)

	Televiziune (canale generale)	Total „Internet ”	Televiziune (canale de știri)	Site-uri de informare (site-uri web din ziare, reviste de știri etc.)	Radio	Rețele sociale online	Presa scrisă	Nu căutați știri despre chestiuni politice europene	Podcast- uri	Site-uri web de găzduire video	Blogur i	Alte	Nu știu
UE-27	57	55	53	40	34	30	26	8	7	7	3	1	0
Sexul													
Bărbat	55	58	53	44	36	30	28	6	8	8	4	1	0
Femeie	60	52	53	36	33	30	24	9	6	6	3	1	0
Vârsta													
15-24	35	80	34	52	15	61	11	11	15	14	6	1	0
25-39	48	73	48	51	29	42	18	6	11	9	5	1	0
40-54	57	62	55	46	35	30	24	7	7	7	4	1	0
55 +	69	34	60	26	42	13	36	7	3	3	2	1	0
Educație (sfârșitul)													
15—	75	22	57	15	34	13	27	15	1	2	1	1	1
16-19	62	50	55	35	37	28	26	7	4	6	3	1	0
20+	51	67	53	52	37	30	30	4	10	8	4	1	0
Încă mai studiază	33	82	35	57	17	59	11	10	18	16	7	1	0
Categoria socio-profesională													
Persoane care desfășoară activități independente	56	66	54	53	39	33	29	4	9	10	7	1	0
Manageri	48	72	54	58	40	31	30	3	12	8	4	0	0
Alte gulere albe	55	65	54	46	33	35	23	6	8	9	5	1	0
Lucrători manuali	57	60	52	40	32	35	19	8	6	7	3	1	0
Persoane de la domiciliu	64	38	60	24	25	23	20	16	3	4	1	0	0
Șomeri	56	60	42	41	22	36	16	12	7	7	3	1	0
Pensionat	72	26	60	21	43	9	39	8	2	2	1	1	1
Studenti	33	82	35	57	17	59	11	10	18	16	7	1	0
Dificultăți de plată a facturilor													
De cele mai multe ori	60	49	50	33	28	29	19	12	6	8	3	1	0
Din când în când	59	52	54	34	29	32	22	9	6	7	5	1	0
Aproape niciodată/niciodată	56	57	53	43	37	29	28	6	8	7	3	1	0
Ia în considerare apartenența la													
Clasa muncitoare	61	43	53	30	32	25	19	14	5	5	2	1	1
Clasa de mijloc inferioară	60	50	53	33	33	30	24	8	5	7	3	1	0
Clasa de mijloc	57	60	53	44	35	31	28	5	8	8	4	1	0
Clasa de mijloc superioară	45	71	51	55	39	33	37	2	12	9	5	1	0
Clasa superioară	45	76	60	64	36	37	37	2	9	7	9	0	1
Imaginea UE													
Pozitivă	57	61	56	47	36	32	29	4	9	7	3	1	0
Neutră	59	50	52	34	34	28	24	9	6	6	3	0	0
Negativă	53	53	47	36	31	30	22	10	7	8	4	1	1

2. Căutarea activă a informațiilor despre Uniunea Europeană

Majoritatea respondenților se bazează pe mass-media tradițională (televiziune, radio, presă scrisă) atunci când caută informații despre UE, politicile sale și instituțiile sale (52 %, nicio schimbare din iarna 2022-2023), în timp ce aproape jumătate (48 %, + 1 punct procentual) se uită la internet¹⁵.

Dezagregarea elementelor care sunt incluse în categoria combinată a „Internetului”, aproximativ trei din zece (31 %, + 1 pp) menționează site-uri de informare, în timp ce aproape două din zece (19 %, + 1 pp) merg pe rețelele sociale online. Mai puțin de unul din cinci (17 %, nicio schimbare) vizitează site-uri instituționale și oficiale pentru a căuta informații despre UE, politicile sale și instituțiile sale, în timp ce doar 3 % (fără schimbare) se bazează pe bloguri.

Aproape trei din zece (29 %, nicio schimbare) spun că caută astfel de informații prin discuții cu prietenii, rudele sau colegii. Alte surse sunt menționate de una din douăzeci sau mai puțin: cărți, broșuri și broșuri informative (5 %, nicio schimbare), conferințe (online), discuții și întâlniri (4 %, nicio schimbare) și telefon (1 %, nicio schimbare).

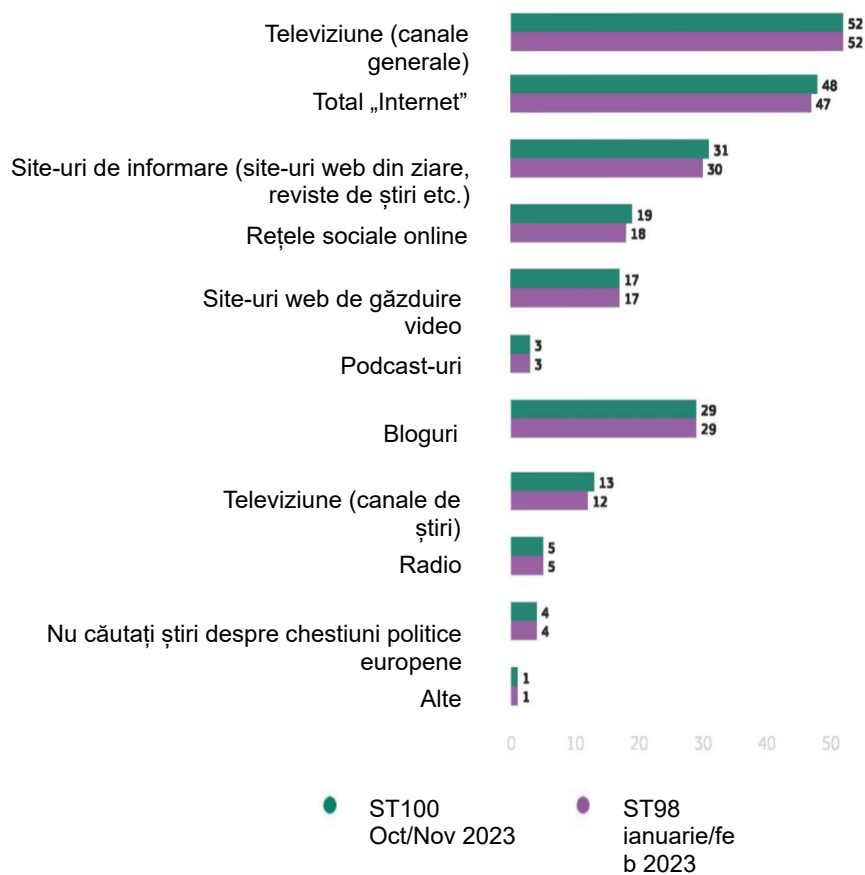
Mai mult de unul din zece (13 %, + 1 pp) declară în mod spontan că nu caută niciodată acest tip de informații sau că nu este interesat de informații despre UE¹⁶.

15 Totalul „Internetului” combină scorurile pentru elemente: Site-uri de informare (site-uri web din ziare, reviste de știri, site-uri web de găzduire video etc.), rețele sociale online, site-uri instituționale și oficiale (site-uri guvernamentale etc.) și bloguri.

16 QE5. Atunci când căutați informații despre UE, politicile sale, instituțiile sale, care dintre următoarele surse utilizați? (MAI MULTE RĂSPUNSURI POSIBILE)

Eurobarometru standard 100 toamna anului 2023 Medias

QE5. Când căutați informații despre UE, politicile sale, instituțiile sale, care dintre următoarele surse utilizați? (SUNT POSIBILE MAI MULTE RĂSPUNSURI) (UE27)(%)



În fiecare stat membru al UE, sursa cea mai menționată atunci când se caută informații despre UE este fie internetul, fie mass-media tradițională. Internetul se situează pe locul cel mai înalt în 16 țări, în timp ce mass-media tradițională este cea mai frecvent menționată sursă din zece țări. În Luxemburg, aceste două surse au cel mai înalt rang comun.

Mass-media tradițională (televiziune, radio, presă scrisă) este menționată de aproape șase din zece sau mai mulți în Luxemburg (63 %), Germania (60 %) și Danemarca și Italia (ambele 59 %). Comparativ cu 36 % în Malta și Estonia și 38 % în Cehia și Letonia, care dau acest răspuns. Mass-media tradițională este una dintre cele trei surse cele mai menționate în toate statele membre ale UE.

Internetul¹⁷ este menționat cel mai frecvent în Țările de Jos (76 %), Suedia (74 %) și Finlanda (73 %). La celălalt capăt al scalei, 27 % în România și 31 % în Portugalia caută informații despre UE pe internet. Internetul este una dintre cele trei surse cele mai menționate în fiecare țară.

Site-urile de informare sunt a doua sau a treia cea mai bine clasată sursă din 19 țări. Acestea sunt cele mai menționate în Suedia (53 %), Finlanda (48 %) și Țările de Jos (45 %). În schimb, acestea sunt cel mai puțin citate în România (12 %) și în Bulgaria și Portugalia (ambele cu 18 %).

Mai mult de patru din zece persoane din România (43 %), Grecia și Slovacia (ambele 42 %) și Germania (41 %) declară că au discuții cu rudele, prietenii sau colegii atunci când caută informații despre UE. La capătul opus al scalei, mai puțin de unul din cinci menționează acest lucru în Estonia, Franța și Irlanda (toate 18 %) și în Spania (19 %). Aceasta este a doua sau a treia cea mai menționată sursă din șapte țări.

Rețelele sociale online sunt selectate dintre sursele preferate de informații privind UE cu mai mult de o treime în Cipru (37 %) și în Letonia și Malta (ambele cu 34 %). În schimb, 14 % în Slovenia și Portugalia și 16 % în Franța, Ungaria, Polonia și România le citează. Rețelele sociale online sunt a treia cea mai menționată sursă din Cipru și, împreună cu site-urile de informare, Estonia.

Site-urile instituționale și oficiale sunt a treia sursă menționată cel mai frecvent de respondenții din Țările de Jos (50 %). Cele din Finlanda și Suedia (ambele cu 43 %) se numără, de asemenea, printre cele mai susceptibile de a se baza pe acestea pentru a obține informații cu privire la UE. La celălalt capăt al spectrului, mai puțin de unul din zece menționează aceste site-uri în Portugalia (7 %) și în Bulgaria, Ungaria și România (toate 8 %).

Cel puțin unul din zece în Luxemburg și Suedia (ambele cu 11 %) și în Danemarca și Germania (ambele 10 %) declară că ar căuta informații despre UE în cărți, broșuri și broșuri informative.

Doar în Cipru (10 %) cel puțin unul din zece participă la conferințe, discuții sau întâlniri (online), în timp ce 17 % din Grecia se bazează pe bloguri și mai puțin de unul din douăzeci din toate țările menționează telefonul.

În cele din urmă, cel puțin unul din zece state membre ale UE declară că nu caută niciodată astfel de informații sau nu este interesat, în special în Estonia și Portugalia (ambele cu 27 %) și în Lituania și Spania (ambele cu 22 %).

Analiza sociodemografică ilustrează faptul că bărbații sunt mai predispuși decât femeile să utilizeze internetul atunci când caută informații despre UE (52 % față de 45 %) și, în special, să utilizeze site-uri de informare (34 % față de 27 %) și site-uri instituționale și oficiale (18 % față de 15 %).

Cu cât respondenții sunt mai în vârstă, cu atât este mai probabil să menționeze mass-media tradițională (televiziune, radio sau presă scrisă) (65 % dintre cei cu vârsta de 55 de ani sau peste, comparativ cu 32 % dintre cei cu vârste cuprinse între 15 și 24 de ani), în timp ce inversul este valabil pentru Internet (68 % dintre cei cu vârste cuprinse între 15 și 24 de ani, comparativ cu 31 % dintre cei cu vârsta de 55 de ani sau peste)

¹⁷ Totalul „Internetului” combină scorurile pentru elemente: Site-uri de informare (site-uri web din ziare, reviste de știri, site-uri web de găzduire video etc.), rețele sociale online, site-uri instituționale și oficiale (site-uri guvernamentale etc.) și bloguri.

și în special pentru rețelele sociale online (39 % față de 9 %) și site-urile instituționale și oficiale (23 % față de 11 %).

Cu cât un respondent a rămas mai mult timp în educație cu normă întreagă, cu atât este mai probabil ca aceștia să caute informații despre UE pe internet (63 % dintre cei care au terminat cu vârsta de 20 de ani sau mai mult, comparativ cu 18 % dintre cei care au încheiat vârsta de 15 ani sau mai puțin). Acest lucru este cel mai evident atunci când vine vorba de site-uri de informare, mai mult de patru din zece (43 %) dintre cei care au absolvit educația în vârstă de 20 de ani sau mai mult menționând acest lucru, comparativ cu aproximativ unul din zece (11 %) dintre cei care au părăsit vârsta de 15 ani sau mai puțin. Modelul invers se aplică mass-mediei tradiționale (televiziune, radio sau presă scrisă) (62 % dintre cei care au terminat educația cu vârsta de 15 ani sau mai mică, comparativ cu 52 % dintre cei care au încheiat vârsta de 20 de ani sau mai mult).

Persoanele care desfășoară o activitate independentă (55 %) și persoanele casnice (54 %) se bazează cel mai mult pe televiziune, radio sau presă scrisă, în special în ceea ce privește șomerii (40 %). Managerii sunt cei mai susceptibili de a utiliza internetul (69 %), în special site-urile de informare (47 %) și site-urile instituționale și oficiale (29 %), în timp ce rețelele sociale online sunt utilizate pe scară largă în rândul șomerilor (25 %). Repondenții care nu au niciodată sau aproape niciodată dificultăți de plată a facturilor sunt mai predispuși decât cei care au dificultăți de cele mai multe ori să caute informații despre UE atât în mass-media tradițională (televiziune, radio, presă scrisă) (53 % față de 46 %), cât și în sursele de internet (51 % față de 41 %). Printre acestea din urmă, decalajul este cel mai mare în ceea ce privește site-urile de informare (34 % față de 23 %).

Respondenții care se consideră a face parte din clasa de mijloc superioară sau superioară a societății sunt mai predispuși decât cei care se consideră a face parte din clasa muncitoare să utilizeze internetul atunci când caută informații despre UE (69-71 % față de 35 %). Diferențele sunt cele mai notabile în ceea ce privește site-urile web de informare (46-48 % față de 22 %) și site-urile web instituționale și oficiale (29-34 % față de 9 %).

Eurobarometru standard 100 toamna anului 2023 Medias

QE5 Când căutați informații despre UE, politicile sale, instituțiile sale, care dintre următoarele surse utilizați? (SUNT POSIBILE MAI MULTE RĂSPUNSURI) (% – UE)

	Televiziune (canale generale)	Total „Internet ”	Televiziune (canale de știri)	Site-uri de informare (site-uri web din ziare, reviste de știri etc.)	Radio	Rețele sociale online	Presa scrisă	Nu căutați știri despre chestiuni politice europene	Podcast- uri	Site-uri web de găzduire video	Blogur i	Alte	Nu știu
UE-27	52	48	31	29	19	17	13	5	4	3	1	0	1
Sexul													
Bărbat	52	52	34	28	19	18	12	5	5	3	1	0	1
Femeie	53	45	27	29	19	15	14	5	4	3	1	0	1
Vârsta													
15-24	32	68	39	30	39	23	14	5	6	5	2	0	0
25-39	42	62	40	29	26	22	11	5	5	4	2	0	1
40-54	51	54	34	29	20	19	12	4	5	4	1	0	1
55 +	65	31	21	28	9	11	14	5	3	1	1	0	1
Educație (sfârșitul)													
15—	62	18	11	26	8	3	22	2	2	1	0	0	1
16-19	55	42	25	29	18	12	14	4	4	3	1	0	1
20+	52	63	43	29	19	25	8	7	5	4	1	0	1
Încă mai studiază	32	71	43	30	38	28	12	7	7	5	3	0	0
Categoria socio-profesională													
Persoane care desfășoară activități independente	55	59	39	32	22	20	9	7	7	5	1	0	1
Manageri	51	69	47	31	20	29	6	8	6	4	1	0	1
Alte gulere albe	51	56	34	30	22	19	9	4	6	4	1	0	1
Lucrători manuali	49	48	29	27	21	13	14	3	3	3	1	0	1
Persoane de la domiciliu	54	31	20	28	14	9	24	2	3	1	1	0	0
Șomeri	40	48	26	22	25	14	22	3	2	3	1	0	1
Pensionat	67	26	17	27	6	9	15	6	2	1	1	0	1
Studenti	32	71	43	30	38	28	12	7	7	5	3	0	0
Dificultăți de plată a facturilor													
De cele mai multe ori	46	41	23	28	20	10	21	4	4	3	1	0	1
Din când în când	52	44	25	30	21	14	14	4	5	4	1	0	1
Aproape niciodată/niciodată	53	51	34	28	18	19	11	6	4	2	1	0	1
Ia în considerare apartenența la													
Clasa muncitoare	49	35	22	24	15	9	23	2	2	2	1	0	2
Clasa de mijloc inferioară	52	43	24	29	20	12	14	5	4	3	1	0	1
Clasa de mijloc	54	53	34	30	20	19	9	6	5	3	1	0	1
Clasa de mijloc superioară	52	69	46	31	22	34	5	9	8	5	1	0	0
Clasa superioară	53	71	48	35	25	29	2	8	9	8	1	0	2
Imaginea UE													
Pozitivă	57	56	36	32	21	20	8	6	5	3	1	0	0
Neutră	50	43	26	27	17	14	16	4	4	3	1	0	1
Negativă	47	44	26	26	20	14	17	4	4	3	1	0	1

IV. Avize privind pluralismul și independența mass-mediei naționale



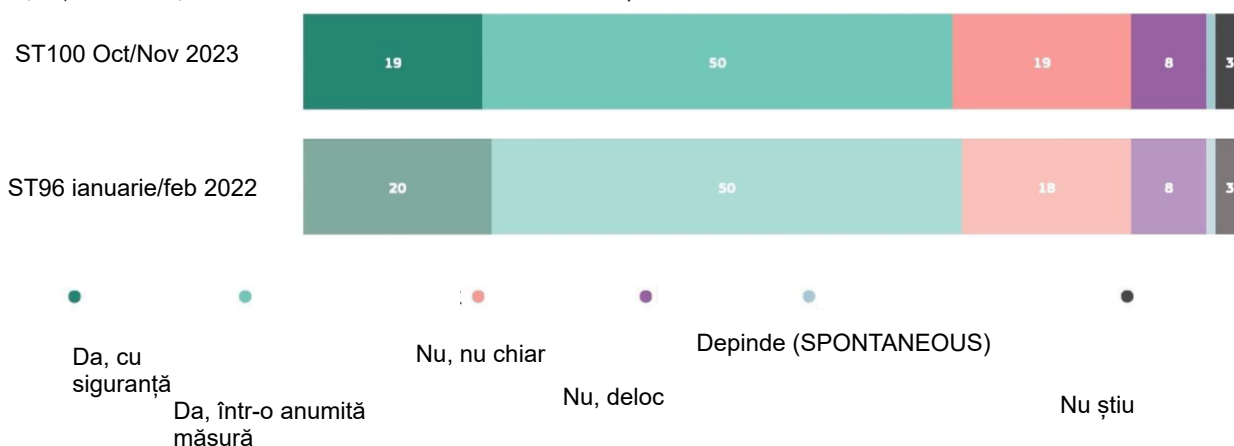
1. Pluralism în mass-media națională

Marea majoritate consideră că mass-media națională oferă o diversitate de opinii și opinii.

Aproape șapte din zece respondenți (69 %, -1 punct procentual din iarna 2021-2022) afirmă că mass-media națională oferă o diversitate de opinii și opinii, aproape unul din cinci (19 %, -1 pp) care consideră că acest lucru este „definit”. În schimb, mai mult de un sfert (27 %, + 1 pp) dau un răspuns negativ, inclusiv mai puțin de unul din zece (8 %, nicio schimbare) care spune „nu, deloc” și 3 % (fără schimbare) spun că nu știu¹⁸.

Aceste cifre au rămas stabile de la ultima întrebare adresată în iarna 2021-2022 (EB96).

QE7. Pentru fiecare dintre următoarele afirmații, vă rugăm să precizați în ce măsură corespunde sau nu situației mass-mediei (NATIONALITY) (UE27) (%)
(Naționalitatea) mass-media oferă o diversitate de opinii și opinii



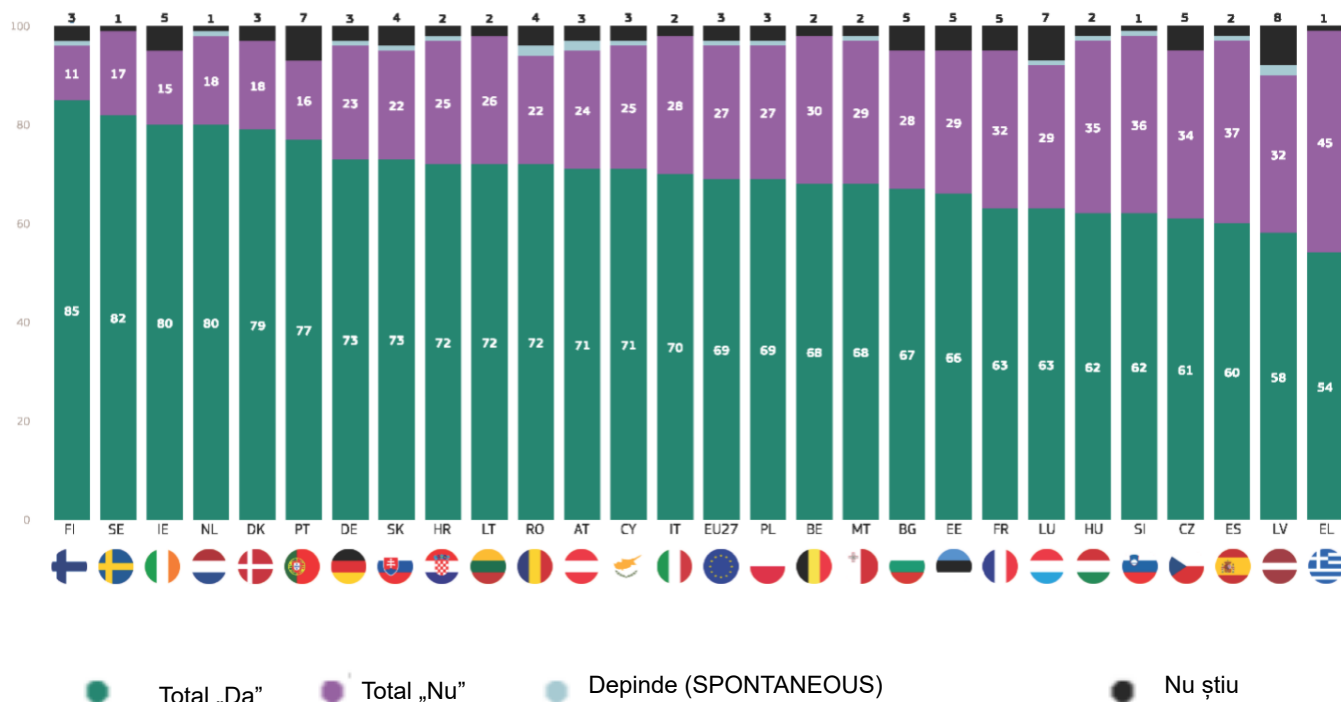
18 QE7. Pentru fiecare dintre următoarele afirmații, vă rugăm să precizați în ce măsură corespunde sau nu situației mass-mediei (NATIONALITY). 2) (NATIONALITATE) mass-media oferă o diversitate de opinii și opinii.

Eurobarometru standard 100 toamna anului 2023 Medias

Majoritatea absolută din toate statele membre ale UE consideră că mass-media națională oferă o diversitate de opinii și opinii. Această proporție variază de la cel puțin opt din zece în Finlanda (85 %), Suedia (82 %) și Irlanda și Țările de Jos (ambele cu 80 %), la șase din zece sau mai puțin în Grecia (54 %), Letonia (58 %) și Spania (60 %).

În 14 țări, respondenții sunt mai predispuși decât în iarna 2021-2022 să creadă că mass-media lor națională oferă o diversitate de opinii și opinii, în special în Polonia (69 %, + 8 puncte procentuale), Slovacia (73 %, + 7 pp) și Slovenia (62 %, + 7 puncte procentuale). Această pondere a respondenților a scăzut în 12 țări, cele mai mari scăderi fiind observate în Estonia (66 %, -13 pp), Cehia (61 %, -13 pp) și Germania (73 %, -7 pp). Nu s-a înregistrat nicio schimbare în Austria (71 %).

QE7.2. Pentru fiecare dintre următoarele afirmații, vă rugăm să precizați în ce măsură corespunde sau nu situației mass-media (NATIONALITY)-(NATIONALITY) mass-media oferă o diversitate de opinii și opinii (%)



Eurobarometru standard 100 toamna anului 2023 Medias

QE7.2 Pentru fiecare dintre următoarele afirmații, vă rugăm să precizați în ce măsură corespunde sau nu situației mijloacelor de informare în masă (NATIONALITY) care oferă o diversitate de opinii și opinii (%)

		UE-27	PL	SI	SK	SE	IE	EL	LV	MT	ES	HR	LT	FI	BG	FI	AT	FR	EA	LU	HU	PT	CY	NL	DK	RO	DE	CZ	EE	
Da, cu siguranță	Octombrie/Nov 2023		19	17	16	17	28	19	12	12	16	13	17	16	12	20	33	29	16	15	13	17	15	21	29	28	27	21	17	14
	Δ mai/iunie 2023	Ö1	O4	O3	O2	O4	Ö4	Ö2	O1	O3	Ö1	=	=	Ö1	Ö1	O3	O2	O1	Ö2	O3	=	Ö5	O2	=	=	=	◀9	Ö4	◀13	
Da, într-o anumită măsură	Octombrie/Nov 2023		50	52	46	56	54	61	42	46	52	47	55	56	56	47	52	42	47	55	50	45	62	50	51	51	45	52	44	52
	Δ mai/iunie 2023	=		O4	O4	O5	O2	O9	O5	O2	=	O3	O2	O2	O2	Ö2	Ö2	Ö2	O1	Ö4	Ö1	O4	Ö4	Ö2	Ö4	Ö5	O2	◀9	=	
Nu, nu chiar	Octombrie/Nov 2023		19	18	22	14	14	12	30	23	23	22	20	21	24	16	9	15	23	20	25	22	15	18	14	13	17	18	23	20
	Δ mai/iunie 2023	O1	Ö2	Ö2	Ö2	Ö1	Ö3	=	Ö5	O1	Ö1	Ö2	=	Ö1	=	Ö3	Ö1	=	O2	Ö1	=	O2	=	O3	=	O6	O6	O2	O3	
Nu, deloc	Octombrie/Nov 2023		8	9	14	8	3	3	15	9	6	15	5	5	6	12	2	9	9	8	4	13	1	7	4	5	5	5	11	9
	Δ mai/iunie 2023	=		Ö5	Ö3	Ö3	Ö4	Ö3	Ö3	Ö3	Ö2	O1	Ö2	=	=	O2	Ö1	=	O1	O1	Ö3	O1	Ö1	O4	Ö2	O2	=	Ö1	O6	O5
Depinde (SPONTANEOUS)	Octombrie/Nov 2023		1	1	1	1	0	0	0	2	1	1	1	0	0	0	1	2	0	0	1	1	0	1	1	0	2	1	0	0
	Δ mai/iunie 2023	=	=	=	Ö1	Ö1	=	=	O2	Ö1	=	O1	Ö1	Ö1	Ö1	O1	=	=	Ö1	O1	=	Ö1	=	O1	=	O1	O1	=	=	
Nu știu	Octombrie/Nov 2023		3	3	1	4	1	5	1	8	2	2	2	2	2	5	3	3	5	2	7	2	7	3	1	3	4	3	5	5
	Δ mai/iunie 2023	=		Ö1	Ö2	Ö1	=	O1	=	O3	Ö1	Ö2	O1	Ö1	O1	Ö2	O2	O1	=	Ö1	O4	=	O1	Ö2	=	O2	Ö2	O1	O5	O5
Total „Da”	Octombrie/Nov 2023		69	69	62	73	82	80	54	58	68	60	72	72	68	67	85	71	63	70	63	62	77	71	80	79	72	73	61	66
	Δ mai/iunie 2023	Ö1	O8	O7	O7	O6	O5	O3	O3	O3	O2	O2	O2	O1	O1	O1	=	Ö1	Ö1	Ö1	Ö1	Ö1	Ö2	Ö2	Ö4	Ö5	Ö7	◀13	◀13	
Total „Nu”	Octombrie/Nov 2023		27	27	36	22	17	15	45	32	29	37	25	26	30	28	11	24	32	28	29	35	16	25	18	18	22	23	34	29
	Δ mai/iunie 2023	O1	Ö7	Ö5	Ö5	Ö5	Ö6	Ö3	Ö8	Ö1	=	Ö4	=	Ö1	O2	Ö4	Ö1	O1	O3	Ö4	O1	O1	O4	O1	O2	O6	O5	O8	O8	

Analiza socio-demografică nu relevă diferențe semnificative în ceea ce privește genul în proporțiile care consideră că mass-media națională oferă o diversitate de opinii și opinii. Cu toate acestea, se mai pot observa următoarele:

Cei mai în vârstă respondenți cu vârsta de 55 de ani sau peste (71 %) sunt cei mai susceptibili să aibă această opinie, în special în comparație cu cei cu vârste cuprinse între 15 și 39 de ani (65 %).

Cei care și-au terminat studiile cu normă întreagă în vârstă de 20 de ani sau mai mult (71 %) sunt puțin mai predispuși decât cei care au părăsit vârsta de 15 ani sau mai devreme (67 %) să creadă că mass-media națională oferă o diversitate de opinii și opinii.

Managerii (73 %) sunt cei mai susceptibili să dea acest răspuns, în special în comparație cu șomerii (55 %).

Cu cât respondenții au mai puține dificultăți financiare, cu atât este mai probabil ca aceștia să spună că mass-media lor națională oferă o diversitate de opinii și opinii. De exemplu, 71 % dintre cei care niciodată sau aproape niciodată nu au dificultăți în a-și plăti facturile spun acest lucru, comparativ cu 60 % dintre cei care au dificultăți în a face acest lucru de cele mai multe ori.

QE7.2 Pentru fiecare dintre următoarele afirmații, vă rugăm să precizați în ce măsură corespunde sau nu situației mass-mediei (NATIONALITATE): (Naționalitatea) mass-media oferă o diversitate de opinii și opinii (% – UE)

	Total „Da”	Total „Nu”	Nu știu
UE-27	69	27	3
Sexul			
Bărbat	69	28	3
Femeie	69	27	3
Vârstă			
15-24	65	30	4
25-39	65	31	3
40-54	69	29	2
55 +	71	24	4
Educație (sfârșitul)			
15—	67	26	6
16-19	68	29	3
20+	71	28	1
Încă mai studiază	68	27	4
Categoria socio-profesională			
Persoane care desfășoară activități independente	71	27	2
Manageri	73	26	1
Alte gulere albe	67	29	3
Lucrători manuali	68	29	3
Persoane de la domiciliu	68	25	7
Șomeri	55	40	3
Pensionat	71	24	4
Studenti	68	27	4
Dificultăți de plată a facturilor			
De cele mai multe ori	60	35	4
Din când în când	67	30	3
Aproape niciodată/niciodată	71	26	3
Ia în considerare apartenența la			
Clasa muncitoare	64	29	6
Clasa de mijloc inferioară	67	30	3
Clasa de mijloc	71	26	2
Clasa de mijloc superioară	75	24	1
Clasa superioară	69	28	2
Imaginea UE			
Pozitivă	78	20	2
Neutră	67	28	4

Negativă

50

46

3

2. Independența mass-mediei naționale

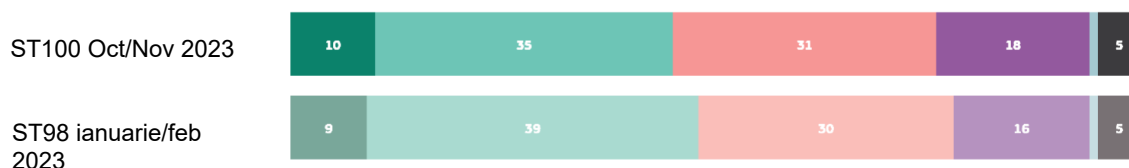
Majoritatea consideră că mass-media națională nu furnizează informații care sunt libere de presiuni comerciale sau politice.

Mai mult de patru din zece respondenți (45 %) spun că mass-media națională oferă informații fără presiuni politice sau comerciale, inclusiv unul din zece care consideră că acest lucru este „definit”. Cu toate acestea, puțin sub jumătate (49 %) consideră că informațiile furnizate de mass-media națională nu sunt libere de acest tip de presiune, aproape unul din cinci (18 %) care spun că acest lucru nu este deloc cazul. Unul din douăzeci spune că nu știe¹⁹.

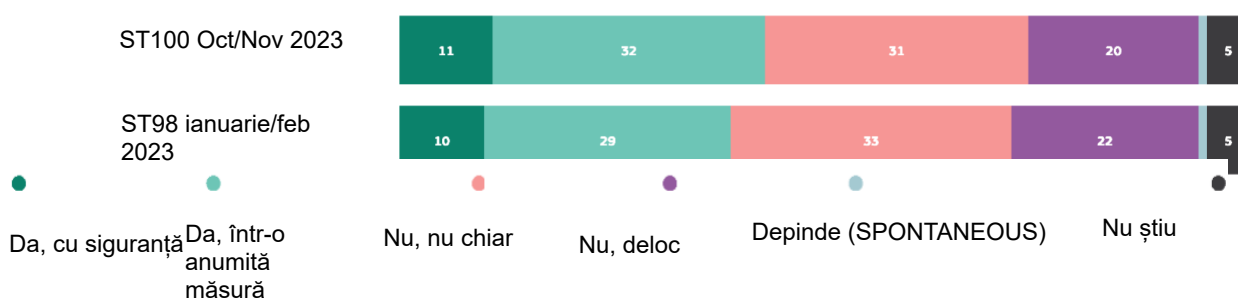
După o creștere cu cinci puncte procentuale între iarna 2021-2022 și iarna 2022-2023, ponderea respondenților care consideră că mass-media lor națională furnizează informații fără presiuni politice sau comerciale a scăzut cu trei puncte procentuale în sondajul actual. În schimb, proporția celor care cred contrariul a crescut cu trei puncte procentuale.

OE7. Pentru fiecare dintre următoarele afirmații, vă rugăm să precizați în ce măsură corespunde sau nu situației mass-mediei (NATIONALITY) (UE27) (%)

(Naționalitatea) mass-media furnizează informații fără presiuni politice sau comerciale



(Naționalitatea) mass-media publică sunt libere de presiuni politice



19 QE7. Pentru fiecare dintre următoarele afirmații, vă rugăm să precizați în ce măsură corespunde sau nu situației mass-mediei (NATIONALITY). 3) (NATIONALITATE) mass-media furnizează informații fără presiuni politice sau comerciale.

Eurobarometru standard 100 toamna anului 2023 Medias

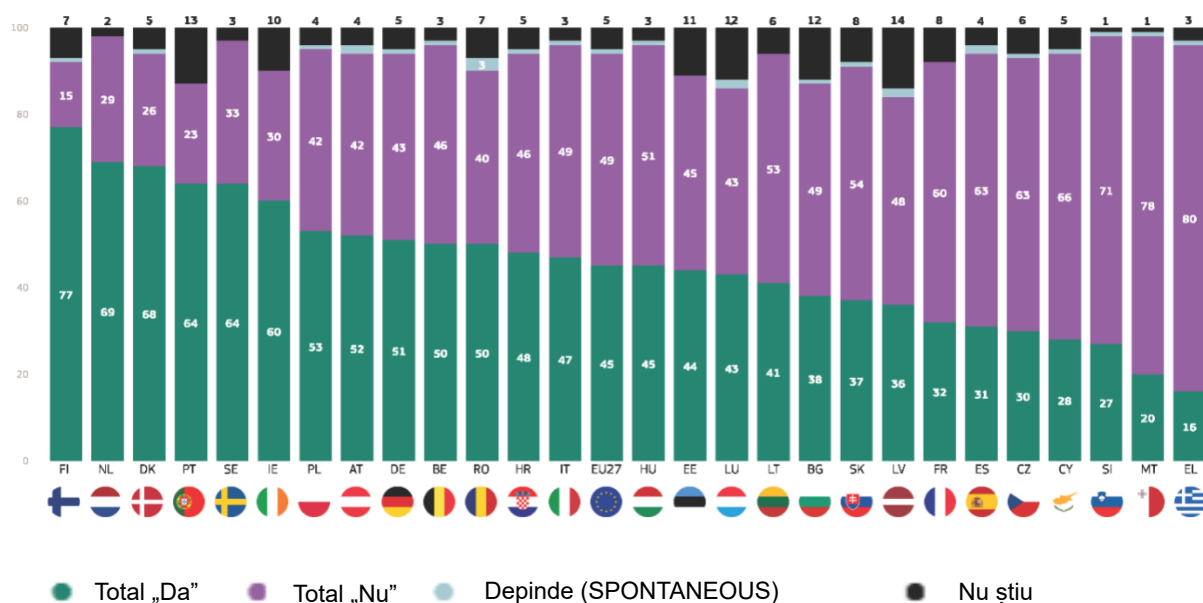
În 12 state membre ale UE, majoritatea respondenților consideră că mass-media din țara lor furnizează informații fără presiuni politice sau comerciale (față de 14 în iarna 2022-2023), în special în Finlanda (77 %), Țările de Jos (69 %) și Danemarca (68 %).

Aceasta este opinia minoritară din 14 țări, respondenții din Grecia (16 %), Malta (20 %) și Slovenia (27 %) fiind cei mai puțin susceptibili de a da un răspuns pozitiv. Opiniile sunt împărțite în Luxemburg (43 % „da” față de 43 % „nu”).

Începând cu iarna 2022-2023, respondenții din 21 din cele 27 de state membre ale UE sunt acum mai puțin susceptibili să creadă că mass-media lor națională furnizează informații fără presiuni politice sau comerciale. Scăderi de cel puțin zece puncte procentuale se înregistrează în Malta (20 %, -20 pp), Luxemburg (43 %, -14 pp), Cipru (28 %, -12 pp), Belgia (50 %, -10 pp) și Letonia (36 %, -10 pp). Această proporție a crescut cu 12 puncte procentuale în Polonia (53 %) și cu trei puncte procentuale în Croația (48 %) și Slovacia (37 %), în timp ce Portugalia a înregistrat o ușoară creștere (64 %, + 1 pp). Această cifră a rămas neschimbată în Ungaria (45 %) și Lituania (41 %).

Opinia că mass-media națională oferă informații fără presiuni politice sau comerciale a devenit acum poziția majoritară în Croația și Polonia. În schimb, aceasta este acum opinia minoritară în Estonia, Italia și Letonia, în timp ce opinia a devenit divizată în Luxemburg.

QE7.3. Pentru fiecare dintre următoarele afirmații, vă rugăm să precizați în ce măsură corespunde sau nu situației mass-mediei (NATIONALITY) care furnizează informații fără presiuni politice sau comerciale (%)



Eurobarometru standard 100 toamna anului 2023 Medias

QE7.3 Pentru fiecare dintre următoarele afirmații, vă rugăm să precizați în ce măsură corespunde sau nu situației mass-mediei (NATIONALITY) care furnizează informații fără presiuni politice sau comerciale (%)

		UE-27	PL	HR	SK	PT	LT	HU	BG	DE	FR	RO	CZ	DK	NL	AT	SE	EE	EL	EA	SI	FI	IE	ES	FII	LV	CY	LU	MT
Total „Da“	Octombrie /Nov 2023	10	14	11	6	9	6	12	9	8	6	14	4	19	19	14	15	8	4	13	5	26	15	5	10	7	5	9	5
	Δ mai/iunie 2023	O1	O3	O2	=	O1	=	O6	O1	O1	O3	O2	Ö1	Ö6	O1	O4	Ö5	O1	O1	O3	Ö1	Ö5	Ö3	Ö2	Ö2	Ö2	=	=	Ö20
Total „Nu“	Octombrie /Nov 2023	35	39	37	31	55	35	33	29	43	26	36	26	49	50	38	49	36	12	34	22	51	45	26	40	29	23	34	15
	Δ mai/iunie 2023	Ö4	O9	O1	O3	=	=	Ö6	Ö2	Ö2	Ö4	Ö4	Ö2	O3	Ö4	Ö7	O2	Ö6	Ö6	Ö8	Ö4	=	Ö5	Ö7	Ö8	Ö8	Ö12	[14] ₄ ¹	=
Da, cu siguranță	Octombrie /Nov 2023	31	28	31	34	18	37	27	28	31	38	27	36	19	22	26	24	29	36	32	37	12	22	31	35	32	34	36	32
	Δ mai/iunie 2023	O1	Ö8	Ö1	O6	O5	O1	Ö1	O1	O2	O2	=	Ö1	O2	O4	O3	O3	O4	Ö4	O1	O4	O2	O5	=	O6	=	O4	⇒11	O6
Da, într-o anumită măsură	Octombrie /Nov 2023	18	14	15	20	5	16	24	21	12	22	13	27	7	7	16	9	16	44	17	34	3	8	32	11	16	32	7	46
	Δ mai/iunie 2023	O2	Ö2	Ö4	◀9	Ö1	Ö2	=	Ö1	Ö1	O1	=	O1	=	=	Ö1	Ö2	O1	O6	O5	O5	=	=	O7	O3	O6	O8	O2	O13
Nu, nu chiar	Octombrie /Nov 2023	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	3	1	1	0	2	0	0	1	1	1	1	0	2	1	2	1	2	1
	Δ mai/iunie 2023	=	Ö2	=	=	Ö1	=	O1	Ö1	=	Ö1	O2	=	O1	Ö1	O1	=	Ö1	O1	=	Ö1	=	Ö1	O2	=	O1	O1	O1	O1
Nu, deloc	Octombrie /Nov 2023	5	4	5	8	13	6	3	12	5	8	7	6	5	2	4	3	11	3	3	1	7	10	4	3	14	5	12	1
	Δ mai/iunie 2023	=	=	O2	=	Ö4	O1	=	O2	=	Ö1	=	O3	=	=	=	O2	O1	O2	Ö1	Ö3	O3	O4	=	O1	O3	Ö1	=	=
Depinde (SPONTANEOUS)	Octombrie /Nov 2023	45	53	48	37	64	41	45	38	51	32	50	30	68	69	52	64	44	16	47	27	77	60	31	50	36	28	43	20
	Δ mai/iunie 2023	Ö3	O12	O3	O3	O1	=	=	Ö1	Ö1	Ö1	Ö2	Ö3	Ö3	Ö3	Ö3	Ö3	Ö5	Ö5	Ö5	Ö5	Ö5	Ö8	◀9	Ö10	Ö10	Ö12	[14] ₄ ¹	Ö20
Nu știu	Octombrie /Nov 2023	49	42	46	54	23	53	51	49	43	60	40	63	26	29	42	33	45	80	49	71	15	30	63	46	48	66	43	78
	Δ mai/iunie 2023	O3	Ö10	Ö5	Ö3	O4	Ö1	Ö1	=	O1	O3	=	=	O2	O4	O2	O1	O5	O2	O6	O9	O2	O5	O7	O9	O6	O12	O13	Ü19

Datele sociodemografice arată că, deși constatările sunt consecvente în funcție de gen și de grupele de vârstă, există diferențe clare în ceea ce privește educația. Respondenții care și-au finalizat studiile cu normă întreagă în vârstă de 20 de ani sau mai mult (47 %) sunt mai predispuși decât cei care au terminat cu vârsta de 15 ani sau mai puțin (40 %) să creadă că mass-media lor națională oferă informații fără presiuni politice sau comerciale.

Majoritatea managerilor (52 %) spun că mass-media națională oferă informații fără presiuni politice sau comerciale, în timp ce aproximativ o treime (34 %) o fac în rândul șomerilor. Respondenții care întâmpină dificultăți în a-și plăti facturile de cele mai multe ori (37 %) au mai puține șanse să dea acest răspuns decât cei care au dificultăți din când în când sau mai rar (45-47 %). În mod similar, cei care se considera aparținând clasei muncitoare (37 %) sunt mai puțin susceptibili să spună acest lucru decât cei care se considera aparținând clasei de mijloc (49 %), clasei de mijloc (55 %) sau clasei superioare (48 %).

QE7.3 Pentru fiecare dintre următoarele afirmații, vă rugăm să precizați în ce măsură corespunde sau nu situației mass-mediei (NATIONALITY): (Naționalitatea) mass-media furnizează informații fără presiuni politice sau comerciale (% – UE)

	Total „Da”	Total „Nu”	Nu știu
UE-27	45	49	5
Sexul			
Bărbat	46	49	4
Femeie	45	48	6
Vârstă			
15-24	46	44	8
25-39	46	48	5
40-54	46	49	4
55 +	44	49	6
Educație (sfârșitul)			
15—	40	49	9
16-19	44	50	5
20+	47	49	3
Încă mai studiază	49	42	7
Categoria socio-profesională			
Persoane care desfășoară activități independente	43	54	3
Manageri	52	45	2
Alte gulere albe	46	49	4
Lucrători manuali	46	48	5
Persoane de la domiciliu	44	46	9
Șomeri	34	58	7
Pensionat	44	49	6
Studenti	49	42	7
Dificultăți de plată a facturilor			
De cele mai multe ori	37	55	6
Din când în când	45	48	6
Aproape niciodată/niciodată	47	47	5
la în considerare apartenența la			
Clasa muncitoare	37	52	9
Clasa de mijloc inferioară	43	51	5
Clasa de mijloc	49	47	3
Clasa de mijloc superioară	55	43	2
Clasa superioară	48	43	8
Imaginea UE			

Eurobarometru standard 100 toamna anului 2023 Medias

Pozitivă	55	40	4
Neutră	43	49	6
Negativă	29	66	4

Majoritatea spun că mass-media publică națională nu este liberă de presiunile politice.

Mai mult de patru din zece respondenți (43 %, + 4 puncte procentuale din iarna 2021-2022) declară că serviciile lor publice naționale nu sunt supuse presiunii politice, aproximativ unul din zece (11 %, + 1 pp) care consideră că acest lucru este „definit”. Cu toate acestea, majoritatea (51 %, -4 pp) cred contrariul, inclusiv unul din cinci (-2 pp) care spune că serviciile publice naționale mass-media „nu sunt deloc” libere de presiuni politice. Unul din douăzeci (fără schimbare) spune că nu știe²⁰.

QE7. Pentru fiecare dintre următoarele afirmații, vă rugăm să precizați în ce măsură corespunde sau nu situației mass-mediei (NATIONALITY) (UE27) (%)

(Naționalitatea) mass-media furnizează informații fără presiuni politice sau comerciale

ST100 Oct/Nov 2023



ST98 ianuarie/feb 2023



(Naționalitatea) mass-media publică sunt libere de presiuni politice

ST100 Oct/Nov 2023



ST98 ianuarie/feb 2023



Da, cu siguranță



Da, într-o anumită măsură



Nu, nu chiar



Nu, deloc



Depinde (SPONTANEOUS)



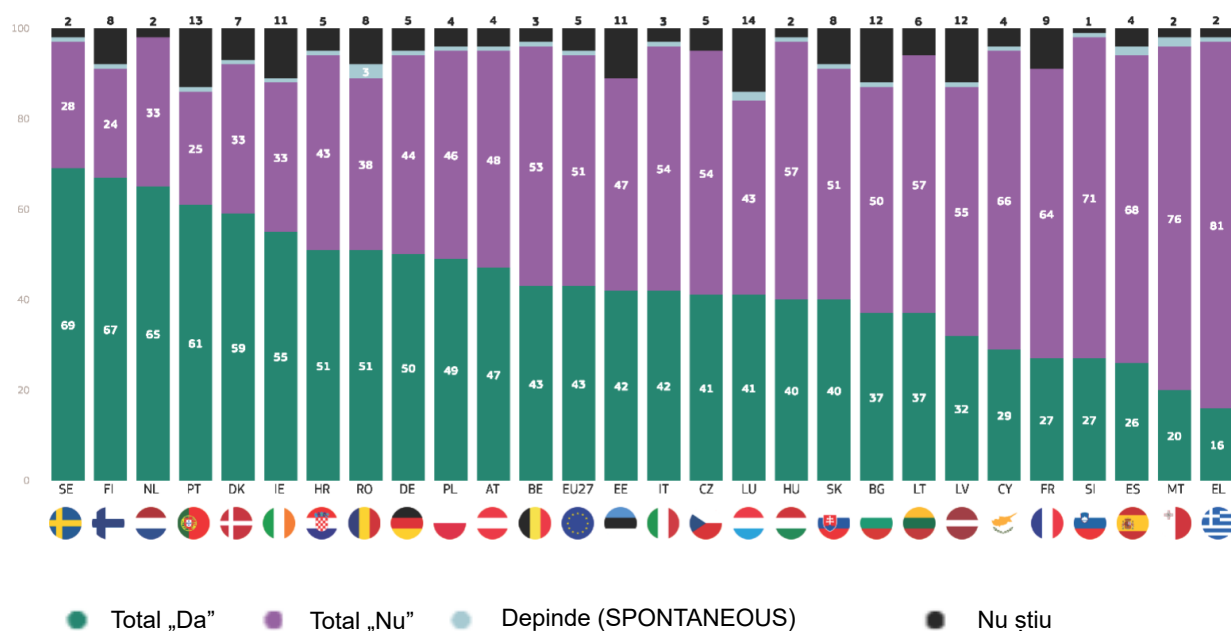
Nu știu

20 QE7. Pentru fiecare dintre următoarele afirmații, vă rugăm să precizați în ce măsură corespunde sau nu situației mass-mediei (NATIONALITY). 4) (NATIONALITATE) mass-media publică sunt libere de presiuni politice.

Eurobarometru standard 100 toamna anului 2023 Medias

În zece țări, majoritatea indică faptul că mass-media publică națională nu este supusă presiunilor politice, în special în Suedia (69 %), Finlanda (67 %) și Țările de Jos (65 %). În schimb, o minoritate consideră acest lucru în celelalte 17 state membre ale UE, cu cele mai mici proporții observate în Grecia (16 %), Malta (20 %) și Spania (26 %).

QE7.4. Pentru fiecare dintre următoarele declarații, vă rugăm să precizați în ce măsură corespunde sau nu situației mass-mediei (NATIONALITY):-(NATIONALITY) mass-media publică sunt libere de presiuni politice (%)



Eurobarometru standard 100 toamna anului 2023 Medias

În 18 state membre ale UE, ponderea respondenților care consideră că mass-media publică națională nu este supusă presiunii politice a crescut din iarna 2021-2022, cele mai mari creșteri fiind înregistrate în Polonia (49 %, + 15 puncte procentuale), Suedia (69 %, + 9 pp) și Bulgaria (37 %, + 9 puncte procentuale). În opt țări, este mai puțin probabil ca respondenții să dea acest răspuns decât în iarna 2021-2022. Acesta este în special cazul respondenților din Estonia (42 %, -21 pp), precum și al respondenților din Danemarca (59 %, -9 pp) și Luxemburg (41 %, -9 pp). Nu s-a înregistrat nicio schimbare în Malta (20 %)

Opinia că mass-media publică națională este liberă de presiuni politice este acum poziția majoritară în Croația și Polonia. În schimb, aceasta este acum opinia minoritară din Estonia și Luxemburg.

QE7.4 Pentru fiecare dintre următoarele afirmații, vă rugăm să precizați în ce măsură corespunde sau nu situației mass-media (NATIONALITY) mass-media (NATIONALITY) mass-media publice sunt libere de presiuni politice (%)

		UE-27 „L”L	BG	SE	HR	CY	LV	LT	FR	NL	AT	ES	EL	EA	FI	FII	DE	IE	HU	MT	—T	SK	SI	RO	CZ	DK	LU	EE	
Total „Da”	Octombrie/ Nov 2023	11	15	9	29	12	6	7	5	4	23	13	4	3	10	22	11	10	13	10	5	8	9	8	14	16	16	9	9
	Δ mai/iunie 2023	O1	O5	O4	O3	Ö2	O3	O2	=	=	=	O2	=	O1	=	O3	O3	Ö2	Ö2	O1	O1	Ö3	=	=	Ö1	=	Ö2	O1	◀13
Total „Nu”	Octombrie/ Nov 2023	32	34	28	40	39	23	25	32	23	42	34	22	13	32	45	32	40	42	30	15	53	31	19	37	25	43	32	33
	Δ mai/iunie 2023	O3	⇒10	O5	O6	O8	O3	O4	O6	O5	O4	O2	O3	O1	O2	Ö1	Ö2	O3	O3	=	Ö1	O2	Ö1	Ö4	Ö4	Ö8	Ö7	Ö10	Ö8
Da, cu siguranță	Octombrie/ Nov 2023	31	28	28	18	29	31	34	37	38	25	31	31	35	33	20	42	31	24	29	29	20	31	30	26	35	24	34	31
	Δ mai/iunie 2023	Ö2	Ö1	Ö4	Ö3	Ö2	Ö4	Ö7	Ö5	Ö2	O3	Ö2	Ö3	Ö8	Ö3	Ö4	O4	Ö1	Ö3	=	◀13	O2	O9	O9	O5	=	O2	O3	O6
Da, într-o anumită măsură	Octombrie/ Nov 2023	20	18	22	10	14	35	21	20	26	8	17	37	46	21	4	11	13	9	28	47	5	20	41	12	19	9	9	16
	Δ mai/iunie 2023	Ö2	[14]1 4	=	Ö6	Ö4	=	Ö6	=	Ö4	Ö5	Ö3	O1	O6	O3	Ö3	Ö6	=	Ö2	Ö1	O13	Ö4	Ö5	=	O1	O3	O2	Ö4	O4
Nu, nu chiar	Octombrie/ Nov 2023	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	3	0	1	2	0
	Δ mai/iunie 2023	=	=	Ö1	=	Ö1	O1	O1	Ö1	=	Ö1	Ö1	O1	=	=	O1	=	=	O1	O1	=	Ö1	Ö2	Ö2	O1	=	O1	O2	=
Nu, deloc	Octombrie/ Nov 2023	5	4	12	2	5	4	12	6	9	2	4	4	2	3	8	3	5	11	2	2	13	8	1	8	5	7	14	11
	Δ mai/iunie 2023	=	=	Ö4	=	O1	Ö3	O6	=	O1	Ö1	O2	Ö2	=	Ö2	O4	O1	=	O3	Ö1	=	O4	Ö1	Ö3	Ö2	O5	O4	O8	⇒11
Depinde (SPONTAN EOUS)	Octombrie/ Nov 2023	43	49	37	69	51	29	32	37	27	65	47	26	16	42	67	43	50	55	40	20	61	40	27	51	41	59	41	42
	Δ mai/iunie 2023	O4	Ü15	O9	O9	O6	O6	O6	O5	O4	O4	O3	O2	O2	O2	O1	O1	O1	O1	=	Ö1	Ö1	Ö4	Ö5	Ö8	◀9	◀9	[14]2 1	
Nu știu	Octombrie/ Nov 2023	51	46	50	28	43	66	55	57	64	33	48	68	81	54	24	53	44	33	57	76	25	51	71	38	54	33	43	47
	Δ mai/iunie 2023	Ö4	◀15	Ö4	◀9	Ö6	Ö4	◀13	Ö5	Ö6	Ö2	Ö5	Ö2	Ö2	=	Ö7	Ö2	Ö1	Ö5	Ö1	=	Ö2	O4	O9	O6	O3	O4	Ö1	⇒10

Analiza socio-demografică nu arată nicio diferență semnificativă în ceea ce privește genul. În rândul categoriilor de vârstă, respondenții mai în vârstă cu vârsta de 55 de ani sau peste (40 %) sunt puțin mai predispuși decât omologii lor mai tineri (43-44 %) să creadă că serviciile lor publice naționale nu sunt supuse presiunilor politice.

Puțin mai pronunțate sunt diferențele în funcție de nivelul de educație, 44 % dintre cei care au terminat învățământul cu normă întreagă în vârstă de 20 de ani sau mai mult care spun că mass-media publică națională nu este supusă presiunii politice, comparativ cu 38 % dintre cei care au încheiat vârsta de 15 ani sau mai puțin.

În ceea ce privește categoriile socio-profesionale, jumătate dintre manageri consideră că mass-media publică națională este liberă de presiuni politice, în timp ce trei din zece fac acest lucru în rândul șomerilor. Respondenții care nu au dificultăți niciodată sau aproape niciodată să își plătească facturile (44 %) sunt cei mai susceptibili să aibă această opinie, în special în comparație cu cei care au dificultăți de cele mai multe ori (34 %). În mod similar, respondenții care se consideră ca aparținând clasei de mijloc superioare (53 %) sau clasei superioare (48 %) din societate sunt cei mai susceptibili să dea acest răspuns, în special în comparație cu cei care se consideră ca aparținând clasei muncitoare (35 %).

QE7.4 Pentru fiecare dintre următoarele afirmații, vă rugăm să precizați în ce măsură corespunde sau nu situației mass-mediei (NATIONALITY): (Naționalitatea) mass-media publică nu este supusă presiunii politice (% – UE

	Total „Da”	Total „Nu”	Nu știu
UE-27	43	51	5
Sexul			
Bărbat	42	53	4
Femeie	43	50	6
Vârstă			
15-24	44	48	7
25-39	44	51	4
40-54	43	52	4
55 +	40	53	6
Educație (sfârșitul)			
15—	38	51	9
16-19	41	53	5
20+	44	52	3
Încă mai studiază	46	46	7
Categoria socio-profesională			
Persoane care desfășoară activități independente	42	54	3
Manageri	50	47	3
Alte gulere albe	42	53	4
Lucrători manuali	42	52	5
Persoane de la domiciliu	42	47	9
Șomeri	30	63	6
Pensionat	40	52	7
Studenți	46	46	7
Dificultăți de plată a facturilor			
De cele mai multe ori	34	59	6
Din când în când	41	52	6
Aproape niciodată/niciodată	44	50	5
Ia în considerare apartenența la			
Clasa muncitoare	35	54	9
Clasa de mijloc inferioară	39	55	5
Clasa de mijloc	45	50	4
Clasa de mijloc superioară	53	44	2
Clasa superioară	48	44	7
Imaginea UE			

Pozitivă	52	43	4
Neutră	39	53	7
Negativă	27	69	3

V. Europeanii și știrile false



Marile majorități sunt de acord că știrile sau informațiile care sunt false sau care denaturează realitatea reprezintă o problemă în țara lor și pentru democrație în general.

Respondenții au fost întrebați în ce măsură au fost de acord sau nu au fost de acord cu patru afirmații despre știri sau informații care denaturează realitatea sau sunt chiar false²¹. În ansamblu, rezultatele au rămas stabile începând cu iarna 2022-2023.

Aproximativ opt din zece (81 %, nicio schimbare din iarna 2022-2023) sunt de acord că existența știrilor sau a informațiilor care denaturează realitatea sau chiar sunt false este o problemă pentru democrație în general, cu aproximativ patru din zece care „sunt total de acord” (38 %, nicio schimbare). Mai mult de unul din zece (13 %, -1 punct procentual) nu este de acord.

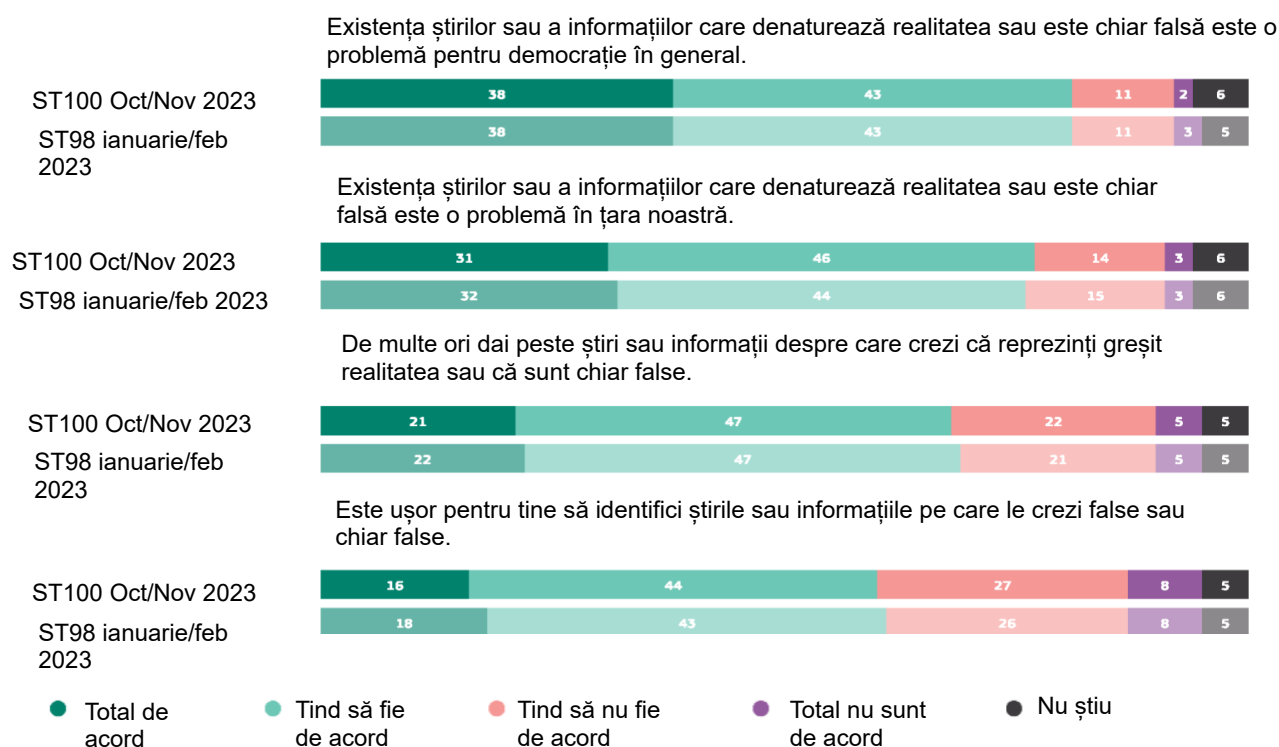
Mai mult de trei sferturi (77 %, + 1 pp) sunt de acord că existența știrilor sau a informațiilor care denaturează realitatea sau chiar sunt false este o problemă în țara lor, inclusiv aproximativ trei din zece (31 %, -1 pp) spunând că „sunt total de acord”. Mai puțin de unul din cinci (17 %, -1 pp) nu este de acord cu această afirmație.

Mai mult de două treimi (68 %, -1 pp) sunt de acord că adesea dau peste știri sau informații pe care le consideră false sau chiar false, inclusiv 21 % (-1 pp) care „sunt total de acord” cu această afirmație. Mai mult de un sfert (27 %, + 1 pp) nu sunt de acord.

Șase din zece (-1 pp) sunt de acord că este ușor pentru ei să identifice știrile sau informațiile pe care le consideră false sau chiar false, cu 16 % (-2 pp) în total de acord cu această afirmație. Mai mult de o treime (35 %, + 1 pp) nu sunt de acord.

21 QE8. Sunteți total de acord, aveți tendința de a fi de acord, aveți tendința de a nu fi de acord sau total de acord cu fiecare dintre următoarele afirmații? De multe ori dai peste știri sau informații despre care crezi că reprezintă greșit realitatea sau că sunt chiar false; 2) Este ușor pentru tine să identifice știrile sau informațiile pe care le crezi false sau chiar false; 3) Existența știrilor sau a informațiilor care denaturează realitatea sau este chiar falsă este o problemă în (Țara noastră); Existența știrilor sau a informațiilor care denaturează realitatea sau este chiar falsă este o problemă pentru democrație în general.

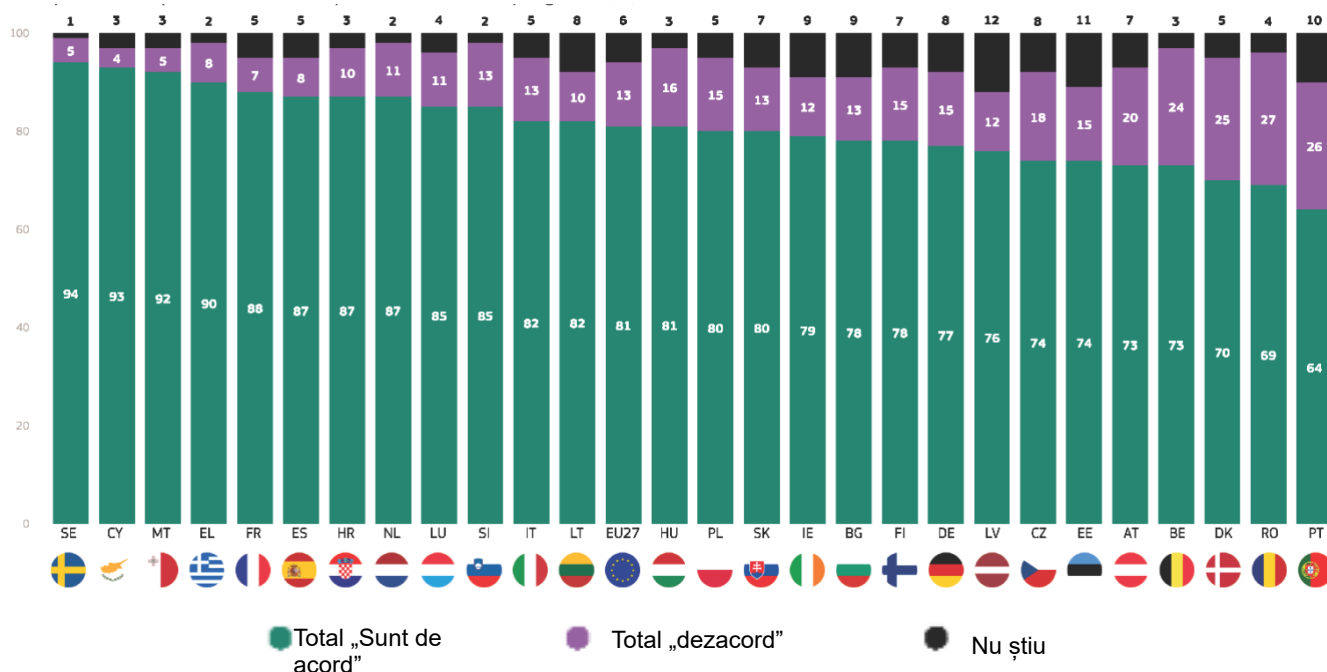
QE8. Sunteți total de acord, aveți tendința de a fi de acord, aveți tendința de a nu fi de acord sau total de acord cu fiecare dintre următoarele afirmații? (UE27) (%)



Mai mult de șase din zece state membre ale UE sunt de acord că existența știrilor sau a informațiilor care denaturează realitatea sau chiar sunt false reprezintă o problemă pentru democrație în general. Cele mai ridicate niveluri de acord pot fi observate în Suedia (94 %), Cipru (93 %) și Malta (92 %), în timp ce cele mai scăzute sunt înregistrate în Portugalia (64 %), România (69 %) și Danemarca (70 %).

În cinci țări, mai mult de jumătate sunt total de acord cu această declarație: Suedia (67 %), Grecia (60 %), Malta (57 %), Cipru (56 %) și Țările de Jos (51 %).

QEB.4. Sunteți total de acord, aveți tendința de a fi de acord, aveți tendința de a nu fi de acord sau total de acord cu fiecare dintre următoarele afirmații? Existența știrilor sau a informațiilor care denaturează realitatea sau este chiar falsă este o problemă pentru democrație în general (%)

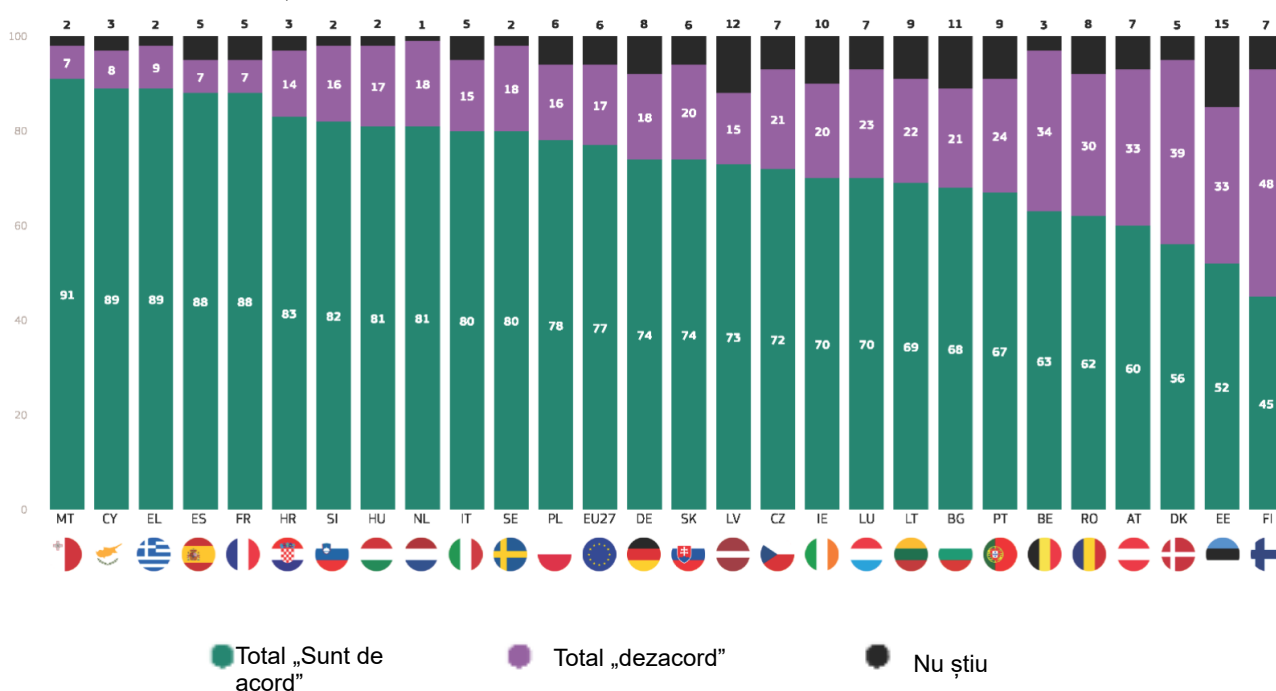


În 13 state membre ale UE, din iarna 2022-2023 s-au înregistrat scăderi în ceea ce privește ponderea respondenților care sunt de acord că existența știrilor sau a informațiilor care denaturează realitatea sau chiar sunt false este o problemă pentru democrație în general. Acest lucru este valabil în special în Bulgaria (78 %, -5 puncte procentuale) și Belgia (73 %, -5 pp), Slovacia (80 %, -4 pp) și Irlanda (79 %, -4 pp). Nivelul acordului a crescut în opt țări, în special în Luxemburg (85 %, + 5 puncte procentuale), România (69 %, + 4 pp), Finlanda (78 %, + 3 puncte procentuale) și Portugalia (64 %, + 3 puncte procentuale). Această cifră a rămas neschimbată în șase țări: Grecia (90 %), Croația (87 %), Slovenia (85 %), Italia (82 %), Polonia (80 %) și Germania (77 %).

În fiecare stat membru al UE, cu excepția Finlandei, majoritatea respondenților sunt de acord că existența știrilor sau a informațiilor care denaturează realitatea sau chiar sunt false este o problemă în țara lor. Cele mai mari proporții care sunt de acord cu această declarație sunt înregistrate în Malta (91 %) și în Cipru și Grecia (ambele 89 %). La capătul opus al spectrului, 45 % în Finlanda, 52 % în Estonia și 56 % în Danemarca sunt de acord cu această afirmație.

Cel puțin jumătate din Grecia (53 %) și Cipru (50 %) sunt „total de acord” că existența știrilor sau a informațiilor care denaturează realitatea sau chiar sunt false este o problemă în țara lor, la fel ca mai mult de patru din zece în Suedia (43 %) și în Spania și Franța (ambele 41 %).

QEB.3. Sunteți total de acord, aveți tendința de a fi de acord, aveți tendința de a nu fi de acord sau total de acord cu fiecare dintre următoarele afirmații? —Existența știrilor sau a informațiilor care denaturează realitatea sau este chiar falsă este o problemă în (Țara noastră) (%)



Eurobarometru standard 100 toamna anului 2023 Medias

În 14 țări, din iarna 2022-2023 s-au înregistrat creșteri ale proporției respondenților care sunt de acord că existența știrilor sau a informațiilor care denaturează realitatea sau chiar sunt false este o problemă pentru țara lor. Cea mai notabilă creștere se înregistrează în Portugalia (67 %, + 15 puncte procentuale), iar evoluțiile pozitive cu cel puțin cinci puncte procentuale sunt observate, de asemenea, în Luxemburg (70 %, + 8 pp), Spania (88 %, + 5 pp) și Slovenia (82 %, + 5 pp). În schimb, nivelurile acordurilor au scăzut în 12 țări, în special în Lituania (69 %, -8 pp), Bulgaria (68 %, -8 pp) și Slovacia (74 %, -6 pp). Nu s-a înregistrat nicio schimbare în Irlanda (70 %).

QE8.3 Sunteți total de acord, aveți tendința de a fi de acord, aveți tendința de a nu fi de acord sau total de acord cu fiecare dintre următoarele afirmații? Existența știrilor sau a informațiilor care denaturează realitatea sau este chiar falsă este o problemă în (Țara noastră) (%)

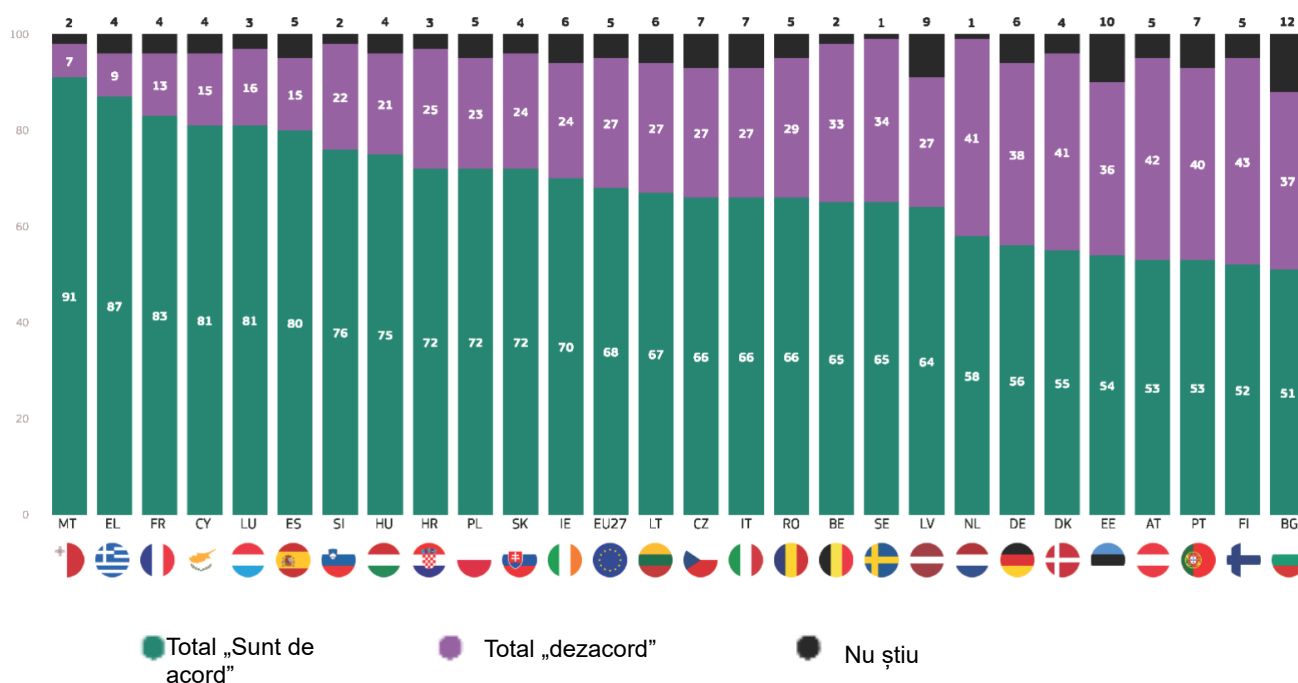
	UE-27	PT	LU	ES	SI	DK	FR	NL	FI	MT	PL	DE	EA	LV	RO	IE	EL	HR	AT	FII	CZ	EE	CY	HU	SE	SK	BG	LT	
Total de acord	Octombrie/Nov 2023	31	11	20	41	39	19	41	38	14	38	25	32	25	26	25	22	53	27	25	16	27	18	50	33	43	26	31	23
	Δ mai/iunie 2023	Ö1	O2	O8	Ö3	Ö4	Ö4	O1	Ö1	O2	Ö8	Ö2	O4	Ö3	=	O4	O1	Ö4	Ö4	Ö5	Ö1	Ö3	Ö2	O3	=	Ö3	Ö6	Ö2	Ö5
Tind să fie de acord	Octombrie/Nov 2023	46	56	50	47	43	37	47	43	31	53	53	42	55	47	37	48	36	56	35	47	45	34	39	48	37	48	37	46
	Δ mai/iunie 2023	O2	O13	=	O8	O9	O7	O2	O4	O1	⇒10	O4	Ö3	O4	O1	Ö3	Ö1	O3	O3	O3	Ö2	=	Ö1	Ö6	Ö3	=	=	Ö6	Ö3
Tind să nu fie de acord	Octombrie/Nov 2023	14	22	20	6	13	30	6	16	35	6	14	15	13	12	26	16	7	13	24	28	16	27	7	14	14	18	17	20
	Δ mai/iunie 2023	Ö1	◀9	Ö6	Ö4	Ö2	Ö2	Ö2	=	=	Ö1	=	Ö1	Ö2	Ö2	Ö2	Ö1	=	O4	O4	O4	O3	Ö1	O3	O3	O2	O7	O4	O4
Total nu sunt de acord	Octombrie/Nov 2023	3	2	3	1	3	9	1	2	13	1	2	3	2	3	4	4	2	1	9	6	5	6	1	3	4	2	4	2
	Δ mai/iunie 2023	=	Ö1	O1	Ö1	Ö1	Ö1	=	Ö1	Ö2	Ö1	Ö1	=	Ö1	=	Ö1	=	=	Ö2	Ö1	=	Ö1	O2	Ö1	O2	=	O1	O2	O1
Nu știu	Octombrie/Nov 2023	6	9	7	5	2	5	5	1	7	2	6	8	5	12	8	10	2	3	7	3	7	15	3	2	2	6	11	9
	Δ mai/iunie 2023	=	Ö5	Ö3	=	Ö2	=	Ö1	Ö2	Ö1	=	Ö1	=	O2	O1	O2	O1	O1	Ö1	Ö1	Ö1	O1	O2	O1	Ö2	O1	Ö2	O2	O3
Total „Sunt de acord”	Octombrie/Nov 2023	77	67	70	88	82	56	88	81	45	91	78	74	80	73	62	70	89	83	60	63	72	52	89	81	80	74	68	69
	Δ mai/iunie 2023	O1	Ü15	O8	O5	O5	O3	O3	O3	O3	O2	O2	O1	O1	O1	=	Ö1	Ö1	Ö2	Ö3	Ö3	Ö3	Ö3	Ö3	Ö3	Ö3	Ö6	Ö8	Ö8
Total „dezacord”	Octombrie/Nov 2023	17	24	23	7	16	39	7	18	48	7	16	18	15	15	30	20	9	14	33	34	21	33	8	17	18	20	21	22
	Δ mai/iunie 2023	Ö1	Ö10	Ö5	Ö5	Ö3	Ö3	Ö2	Ö1	Ö2	Ö2	Ö1	Ö1	Ö3	Ö2	Ö3	Ö1	=	O2	O3	O4	O2	O1	O2	O5	O2	O8	O6	O5

Eurobarometru standard 100 toamna anului 2023 Medias

În toate statele membre ale UE, majoritatea sunt de acord că adesea dau peste știri sau informații pe care le consideră false sau chiar false. Această opinie este larg răspândită în Malta (91 %), Grecia (87 %) și Franța (83 %). În schimb, respondenții din Bulgaria (51 %), Finlanda (52 %) și Austria și Portugalia (ambele cu 53 %) sunt cel mai puțin probabil să fie de acord cu această afirmație.

În cinci țări, cel puțin trei din zece „sunt total de acord” că adesea dau peste știri sau informații pe care le consideră false sau chiar false: Cipru (37 %), Spania (36 %), Grecia și Franța (ambele 34 %) și Slovenia (30 %).

QE8.1. Sunteți total de acord, aveți tendința de a fi de acord, aveți tendința de a nu fi de acord sau total de acord cu fiecare dintre următoarele afirmații? De multe ori dai peste știri sau informații despre care crezi că reprezintă greșit realitatea sau că sunt chiar false (%)



Eurobarometru standard 100 toamna anului 2023 Medias

Proporția respondenților care spun că de multe ori dau peste știri sau informații pe care le consideră eronate sau chiar false a scăzut în 13 state membre ale UE începând cu iarna 2022-2023. Cele mai mari scăderi sunt înregistrate în Irlanda (70 %, -10 puncte procentuale), Bulgaria (51 %, -8 pp), Slovacia (72 %, -6 pp) și Belgia (65 %, -6 pp). Această cifră a crescut în 11 țări și cu cel puțin cinci puncte procentuale în Slovenia (76 %, + 6 puncte procentuale), Țările de Jos (58 %, + 5 pp) și Danemarca (55 %, + 5 pp). Nu s-au înregistrat modificări în Franța (83 %), Lituania (67 %) și Finlanda (52 %).

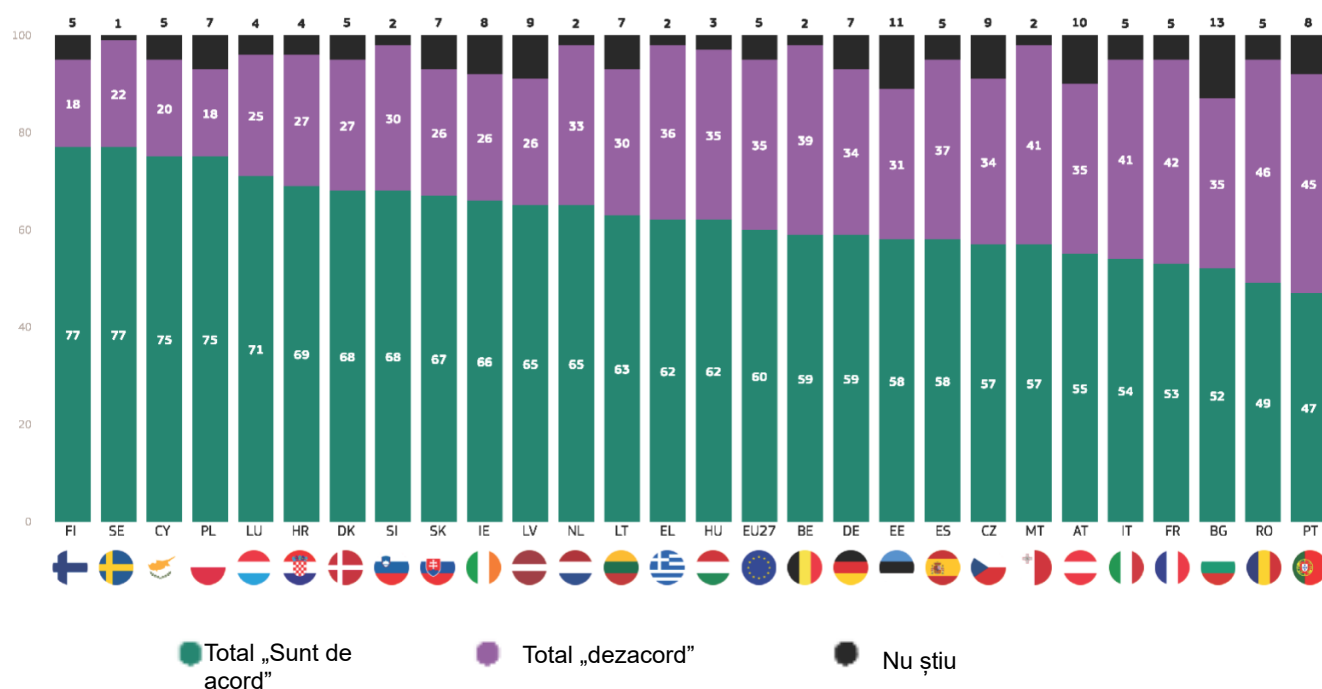
QE8.1 Sunteți total de acord, aveți tendința de a fi de acord, aveți tendința de a nu fi de acord sau total de acord cu fiecare dintre următoarele afirmații? De multe ori dai peste știri sau informații pe care le crezi false sau chiar false (%)

		UE-27	SI	DK	NL	LU	PT	RO	ES	EA	LV	MT	SE	FR	LT	FI	EL	HU	CZ	EE	CY	AT	DE	HR	PL	FII	SK	BG	IE
Total de acord	Octombrie/Nov 2023	21	30	18	16	28	9	22	36	12	14	29	20	34	16	13	34	28	25	15	37	19	14	19	19	14	21	15	20
	Δ mai/iunie 2023	O1	O1	O5	O1	⇒10	=	O2	O2	O1	O4	O12	O6	O1	=	O1	O1	=	O2	=	O1	=	O1	=	O4	O2	O3	O5	O4
Tind să fie de acord	Octombrie/Nov 2023	47	46	37	42	53	44	44	44	54	50	62	45	49	51	39	53	47	41	39	44	34	42	53	53	51	51	36	50
	Δ mai/iunie 2023	=	O7	=	O4	O6	O3	O1	=	O3	O5	O13	O5	O1	=	O1	O1	O2	O5	O3	O2	O3	O3	O4	=	O4	O3	O3	O6
Tind să nu fie de acord	Octombrie/Nov 2023	22	18	30	36	14	36	23	13	21	23	7	25	11	24	36	8	16	22	30	12	32	30	20	21	29	21	27	19
	Δ mai/iunie 2023	O1	O3	O4	O2	O1	O1	O2	=	O4	O1	O1	O2	O2	=	=	O1	O1	O3	O1	O5	O3	O2	O2	O4	O5	O7	O6	O7
Total nu sunt de acord	Octombrie/Nov 2023	5	4	11	5	2	4	6	2	6	4	0	9	2	3	7	1	5	5	6	3	10	8	5	2	4	3	10	5
	Δ mai/iunie 2023	=	O1	O2	O2	O1	O1	O3	O1	=	=	O1	=	=	O1	=	O3	O2	O3	O2	O1	O1	O3	=	=	=	O4	O2	
Nu știu	Octombrie/Nov 2023	5	2	4	1	3	7	5	5	7	9	2	1	4	6	5	4	4	7	10	4	5	6	3	5	2	4	12	6
	Δ mai/iunie 2023	=	O2	O1	O1	O2	O3	O2	O1	O3	=	=	=	O2	=	O1	O3	=	O2	O1	=	O1	O1	O1	=	O1	O1	O2	O1
Total „Sunt de acord”	Octombrie/Nov 2023	68	76	55	58	81	53	66	80	66	64	91	65	83	67	52	87	75	66	54	81	53	56	72	72	65	72	51	70
	Δ mai/iunie 2023	O1	O6	O5	O5	O4	O3	O3	O2	O2	O1	O1	O1	=	=	=	O2	O2	O3	O3	O3	O3	O4	O4	O4	O6	O6	O8	⇒10
Total „dezacord”	Octombrie/Nov 2023	27	22	41	41	16	40	29	15	27	27	7	34	13	27	43	9	21	27	36	15	42	38	25	23	33	24	37	24
	Δ mai/iunie 2023	O1	O4	O6	O4	O2	=	O1	O3	O5	O1	O1	O1	O2	=	O1	O1	O2	O1	O2	O3	O2	O3	O5	O4	O5	O7	⇒10	O9

Majoritatea statelor membre ale UE sunt de acord că este ușor să se identifice știrile sau informațiile care denaturează realitatea sau sunt chiar false. Cel puțin trei sferturi sunt de acord cu această declarație în Finlanda și Suedia (ambele cu 77 %) și în Cipru și Polonia (ambele cu 75 %). În schimb, mai puțin de jumătate sunt de acord în Portugalia (47 %) și România (49 %), la fel ca 52 % în Bulgaria.

Ponderea respondenților care sunt total de acord cu această declarație este cea mai ridicată în Cipru (26 %), Ungaria (25 %) și Slovenia (24 %).

QE8.2. Sunteți total de acord, aveți tendința de a fi de acord, aveți tendința de a nu fi de acord sau total de acord cu fiecare dintre următoarele afirmații? Este ușor pentru tine să identifice știrile sau informațiile pe care le crezi false sau chiar false (%)



Eurobarometru standard 100 toamna anului 2023 Medias

Începând cu iarna 2022-2023, ponderea respondenților care sunt de acord că este ușor să identifice știri sau informații care denaturează realitatea sau chiar sunt false a scăzut în 16 țări. O scădere deosebit de mare a acestei proporții este înregistrată în Malta (57 %, -24 puncte procentuale), cu scăderi cu cel puțin cinci puncte procentuale observate, de asemenea, în Bulgaria (52 %, -6 pp), Belgia (59 %, -5 pp), Franța (53 %, -5 pp) și România (49 %, -5 pp). În opt state membre ale UE, nivelul acordului cu această declarație a crescut, în special în Portugalia (47 %, + 9 puncte procentuale), Polonia (75 %, + 7 pp) și Estonia și Spania (ambele cu 58 %, + 3 puncte procentuale). Această cifră a rămas stabilă în Suedia (77 %), Slovenia (68 %) și Țările de Jos (65 %).

Acordul că este ușor să se identifice știrile sau informațiile care denaturează realitatea sau chiar sunt false este acum punctul de vedere majoritar în Portugalia.

QE8.2 Sunteți total de acord, aveți tendința de a fi de acord, aveți tendința de a nu fi de acord sau total de acord cu fiecare dintre următoarele afirmații? Este ușor pentru tine să identifice știrile sau informațiile pe care le crezi false sau chiar false (%)

		UE-27	PT	PL	EE	ES	EL	FI	LU	SK	NL	SI	SE	DK	DE	LT	HU	CZ	HR	IE	EA	CY	LV	AT	FII	FR	RO	BG	MT	
Total de acord	Octo mbrie/ Nov 2023		16	8	21	16	15	20	21	15	18	16	24	18	17	15	18	25	12	19	23	13	26	18	19	12	13	15	15	18
	Δ mai/iu nie 2023	Ö2	O1	=	O1	Ö5	O1	O1	O5	Ö2	Ö1	Ö1	Ö2	Ö5	Ö1	=	Ö1	=	=	Ö2	Ö2	Ö2	Ö4	Ö5	Ö1	Ö3	Ö3	Ö1	Ö1	
	Octo mbrie/ Nov 2023		44	39	54	42	43	42	56	56	49	49	44	59	51	44	45	37	45	50	43	41	49	47	36	47	40	34	37	39
Tind să fie de acord	Δ mai/iu nie 2023	O1	O8	O7	O2	O8	O1	O1	Ö4	O3	O1	O1	O2	O4	=	Ö1	=	Ö2	Ö2	Ö1	Ö1	Ö1	O1	O1	Ö4	Ö2	Ö2	Ö5	◀23	
	Octo mbrie/ Nov 2023		27	39	16	24	27	30	16	23	20	29	27	18	23	25	26	27	27	19	21	29	16	21	25	35	35	32	27	38
	Δ mai/iu nie 2023	O1	Ö3	Ö5	Ö2	Ö2	=	O1	O2	Ö2	O2	O3	O1	=	O1	Ö1	=	Ö1	Ö1	Ö2	O1	O4	O1	O5	O5	O6	O1	O4	⇒23	
Total nu sunt de acord	Octo mbrie/ Nov 2023		8	6	2	7	10	6	2	2	6	4	3	4	4	9	4	8	7	8	5	12	4	5	10	4	7	14	8	3
	Δ mai/iu nie 2023	=	Ö5	Ö3	=	Ö2	Ö2	Ö1	Ö2	O1	Ö2	Ö1	=	=	Ö2	=	O2	O1	O2	O2	O1	Ö3	=	Ö3	=	O1	O5	O1	O2	
	Octo mbrie/ Nov 2023		5	8	7	11	5	2	5	4	7	2	2	1	5	7	7	3	9	4	8	5	5	9	10	2	5	5	13	2
Nu știu	Δ mai/iu nie 2023	=	Ö1	O1	Ö1	O1	=	Ö2	Ö1	=	=	Ö2	Ö1	O1	O2	O2	Ö1	O2	O1	O3	O1	O2	O2	O2	=	Ö2	Ö1	O1	Ö1	
	Octo mbrie/ Nov 2023		60	47	75	58	58	62	77	71	67	65	68	77	68	59	63	62	57	69	66	54	75	65	55	59	53	49	52	57
	Δ mai/iu nie 2023	Ö1	O9	O7	O3	O3	O2	O2	O1	O1	=	=	=	Ö1	Ö1	Ö1	Ö1	Ö2	Ö2	Ö3	Ö3	Ö3	Ö3	Ö4	Ö5	Ö5	Ö5	Ö6	◀24	
Total „Sunt de acord”	Octo mbrie/ Nov 2023		35	45	18	31	37	36	18	25	26	33	30	22	27	34	30	35	34	27	26	41	20	26	35	39	42	46	35	41
	Δ mai/iu nie 2023	O1	Ö8	Ö8	Ö2	Ö4	Ö2	=	=	Ö1	=	O2	O1	=	Ö1	Ö1	O2	=	O1	=	O2	O1	O1	O2	O5	O7	O6	O5	O25	
	Octo mbrie/ Nov 2023																													
Total „dezacord”	Δ mai/iu nie 2023	O1	Ö8	Ö8	Ö2	Ö4	Ö2	=	=	Ö1	=	O2	O1	=	Ö1	Ö1	O2	=	O1	=	O2	O1	O1	O2	O5	O7	O6	O5	O25	
	Octo mbrie/ Nov 2023																													
	Δ mai/iu nie 2023	O1	Ö8	Ö8	Ö2	Ö4	Ö2	=	=	Ö1	=	O2	O1	=	Ö1	Ö1	O2	=	O1	=	O2	O1	O1	O2	O5	O7	O6	O5	O25	

Analiza socio-demografică evidențiază următoarele modele:

Bărbații (64 %) sunt mai predispuși decât femeile (55 %) să fie de acord că este ușor pentru ei să identifice știrile sau informațiile pe care le consideră false sau chiar false. Diferențele de gen sunt mai puțin pronunțate pentru celelalte declarații.

Respondenții mai în vârstă cu vârsta de 55 de ani sau peste sunt cel mai puțin probabil să fie de acord că este ușor pentru ei să identifice știrile sau informațiile pe care le consideră false sau chiar false (53 %, comparativ cu 63-67 % dintre respondenții mai tineri), că adesea întâlnesc astfel de știri sau informații (62 %, comparativ cu 71-72 %) și că existența unor astfel de știri sau informații reprezintă o problemă în țara lor (74 %, comparativ cu 79-80 %). Tiparele sunt mai puțin clare în ceea ce privește afirmația „existența știrilor sau a informațiilor care denaturează realitatea sau este chiar falsă este o problemă pentru democrație în general”.

Cu cât un respondent a rămas mai mult timp în educație cu normă întreagă, cu atât este mai probabil să fie de acord cu fiecare afirmație despre știri sau informații care denaturează realitatea sau sunt chiar false. Acest lucru este cel mai evident atunci când se observă nivelurile de acord pentru afirmația că „vă este ușor să identificați știri sau informații despre care credeți că reprezintă greșit realitatea sau sunt chiar false” (67 % dintre cei care au părăsit educația în vârstă de 20 de ani sau mai mult, comparativ cu 41 % dintre cei care au terminat vârsta de 15 ani sau mai puțin).

Persoanele casnice sunt cel mai puțin de acord cu fiecare afirmație cu privire la știri sau informații care denaturează realitatea sau sunt chiar false. De exemplu, 47 % dintre persoanele casnice sunt de acord că le este ușor să identifice astfel de știri sau informații, comparativ cu 69 % dintre manageri.

Respondenții care nu au niciodată sau aproape niciodată dificultăți în a-și plăti facturile (61 %) sunt mai predispuși decât cei care au dificultăți de cele mai multe ori (52 %) să spună că este ușor pentru ei să identifice știri sau informații pe care le consideră false sau chiar false.

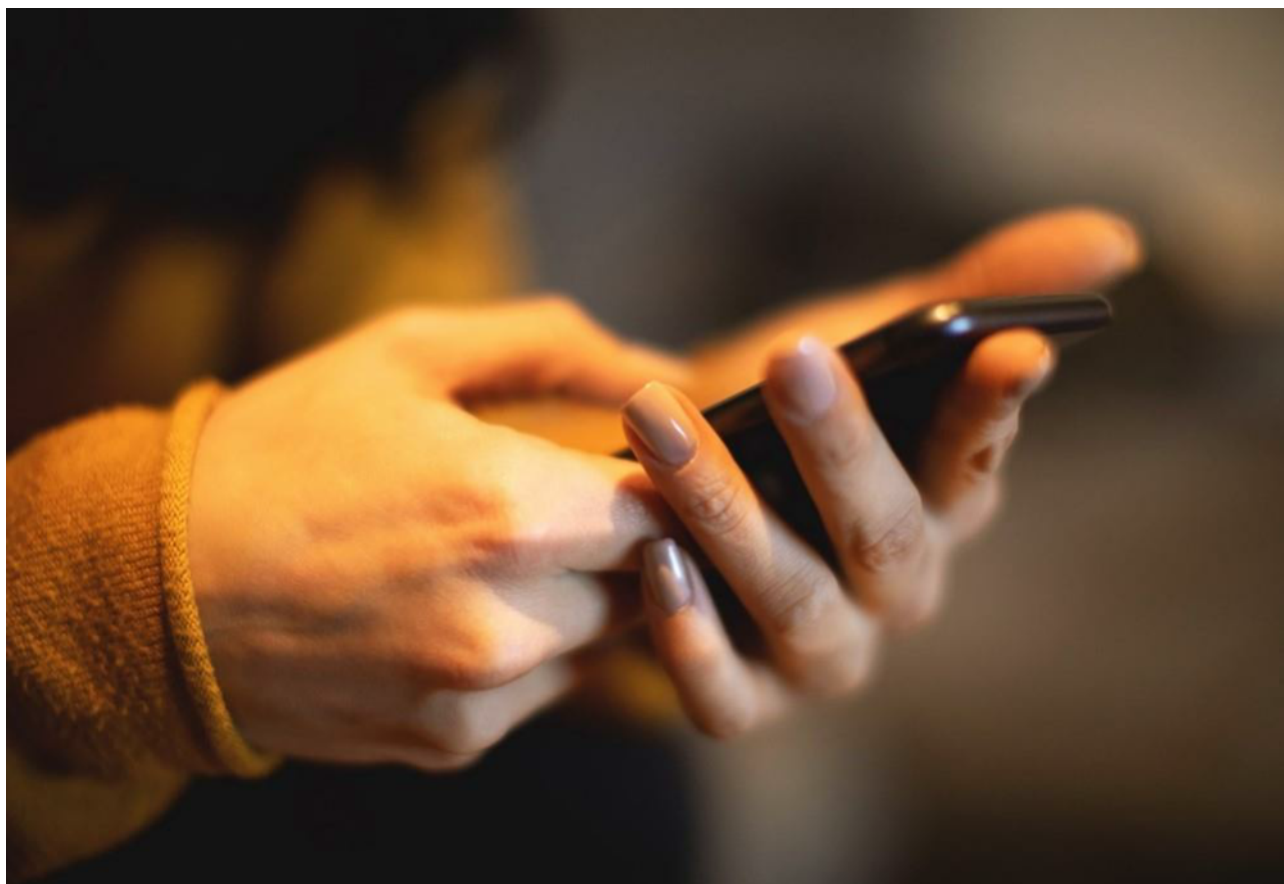
Cu cât este mai mare clasa socială din care respondenții se consideră a aparține, cu atât este mai probabil să fie de acord că este ușor pentru ei să identifice știri sau informații pe care le consideră false sau chiar false (70-77 % dintre cei care se consideră aparțin clasei de mijloc superioare sau superioare, comparativ cu 51 % dintre cei care se consideră aparțin clasei muncitoare). Cei care se considera aparținând clasei muncitoare sunt, de asemenea, cel mai puțin probabil să fie de acord că existența unor astfel de știri sau informații este o problemă pentru democrație în general (76 %, comparativ cu 83-85 % dintre cei care se considera aparținând clasei de mijloc, de mijloc sau superioară). Diferențele sunt mai puțin semnificative pentru celelalte două afirmații.

Eurobarometru standard 100 toamna anului 2023 Medias

QE8.1 Sunteți total de acord, aveți tendința de a fi de acord, aveți tendința de a nu fi de acord sau total de acord cu fiecare dintre următoarele afirmații: De multe ori întâlniți știri sau informații despre care credeți că sunt false sau că sunt chiar false (% – UE)

	Total „Sunt de acord”	Total „dezacord”	Nu știu
UE-27	68	27	5
Sexul			
Bărbat	70	26	4
Femeie	66	28	6
Vârstă			
15-24	71	24	5
25-39	72	24	4
40-54	72	24	4
55 +	62	31	7
Educație (sfârșitul)			
15—	56	31	13
16-19	69	26	5
20+	72	26	2
Încă mai studiază	70	25	5
Categoria socio-profesională			
Persoane care desfășoară activități independente	73	25	2
Manageri	72	26	2
Alte gulere albe	72	24	4
Lucrători manuali	69	26	5
Persoane de la domiciliu	63	28	9
Șomeri	73	20	7
Pensionat	60	32	8
Studenți	70	25	5
Dificultăți de plată a facturilor			
De cele mai multe ori	68	24	8
Din când în când	70	25	5
Aproape niciodată/niciodată	67	28	5
Ia în considerare apartenența la			
Clasa muncitoare	66	24	10
Clasa de mijloc inferioară	67	28	5
Clasa de mijloc	69	27	4
Clasa de mijloc superioară	69	29	2
Clasa superioară	72	26	2
Imaginea UE			
Pozitivă	67	30	3
Neutră	67	27	6
Negativă	74	20	6

VI. Rețele sociale

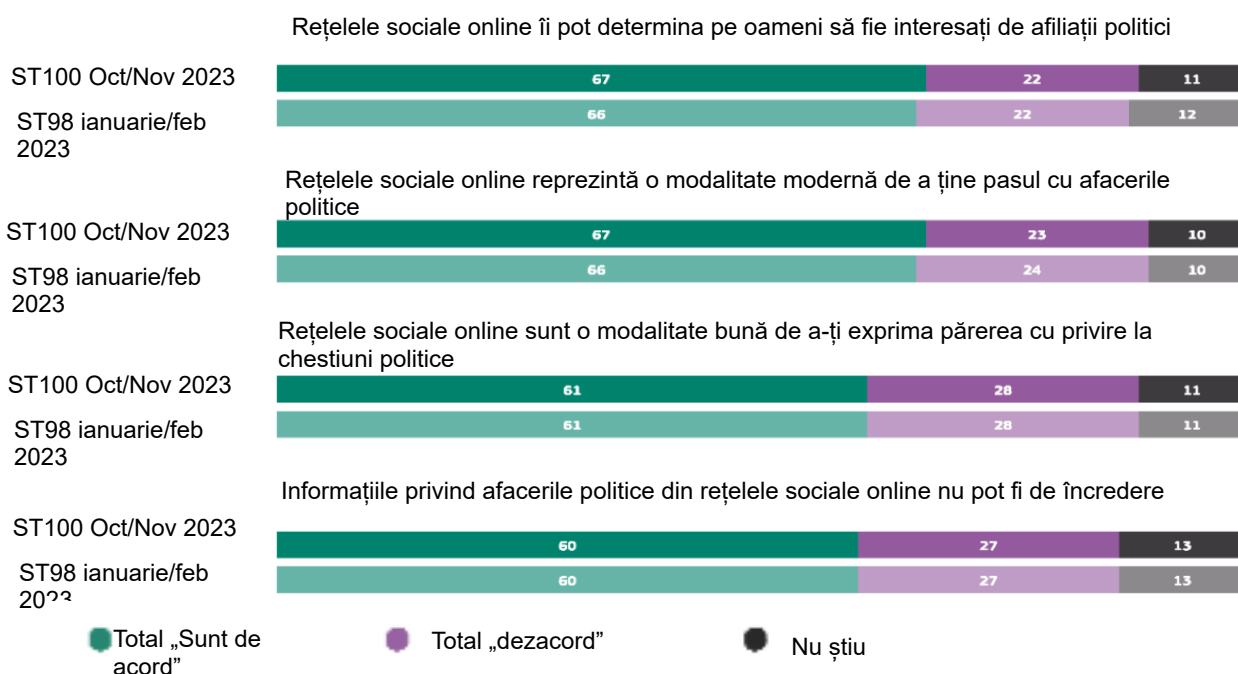


1. Rețele sociale online și informații politice

Majoritatea cetățenilor europeni consideră că rețelele sociale online permit implicarea cetățenilor în afacerile politice, deși majoritatea consideră că informațiile despre chestiuni politice de pe platformele de comunicare socială nu pot fi de încredere.

Respondenții au fost întrebați dacă au fost de acord sau nu au fost de acord cu patru afirmații despre platformele de comunicare socială online²². În general, rezultatele au rămas, în linii mari, stabile începând cu iarna 2022-2023, chiar dacă ar trebui remarcat faptul că proporțiile în acord cu fiecare declarație sunt la nivelurile lor record.

QE6. Indiferent dacă participați sau nu la rețele sociale online (site-uri de rețele sociale, bloguri, site-uri web de găzduire video), vă rugăm să spuneți dacă sunteți total de acord, dacă sunteți de acord, aveți tendința de a nu fi de acord sau nu sunteți total de acord cu fiecare dintre următoarele afirmații (UE27) (%)

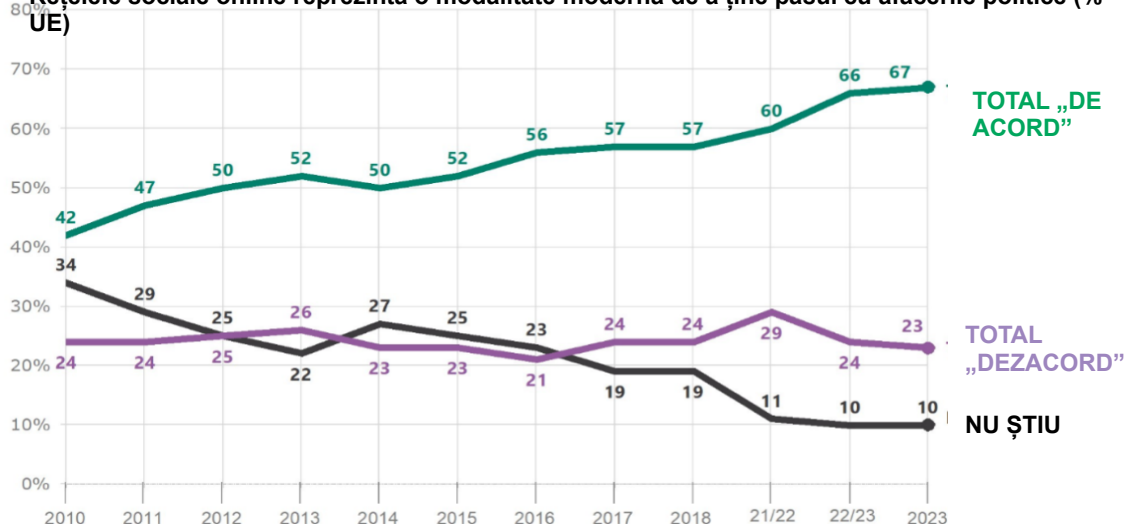


22 QE6. Indiferent dacă participați sau nu la rețele sociale online (site-uri de socializare, bloguri, site-uri de găzduire video), vă rugăm să spuneți dacă sunteți total de acord, dacă sunteți de acord, aveți tendința de a nu fi de acord sau nu sunteți total de acord cu fiecare dintre următoarele afirmații. 1) Rețelele sociale online reprezintă o modalitate modernă de a ține pasul cu afacerile politice; 2) Informarea cu privire la afacerile politice din rețelele sociale online nu poate fi de încredere; 3) rețelele sociale online pot atrage persoane interesate de afacerile politice; 4) Rețelele sociale online sunt o modalitate bună de a-ți exprima părerea cu privire la chestiuni politice.

Aproximativ două treimi sunt de acord că rețelele sociale online reprezintă o modalitate modernă de a ține pasul cu afacerile politice (67 %, + 1 punct procentual din iarna 2022-2023), inclusiv un sfert (+ 1 pp) care sunt total de acord cu declarația. Mai puțin de un sfert (23 %, -1 pp) nu sunt de acord, în timp ce 10 % (fără schimbare) spun că nu știu. Deși aceste cifre au rămas, în linii mari, stabile începând cu iarna 2022-2023, tendința pe termen lung este una dintr-un nivel în creștere de acord cu această declarație începând cu toamna anului 2010 (+ 25 pp), împreună cu o scădere a proporției celor care răspund „nu știu” (-24 pp).

QE6.1 Indiferent dacă participați sau nu la rețele sociale online (site-uri de rețele sociale, bloguri, site-uri de găzduire video), vă rugăm să-mi spuneți dacă sunteți total de acord, dacă sunteți de acord, aveți tendința de a nu fi de acord sau total de acord cu fiecare dintre următoarele afirmații.

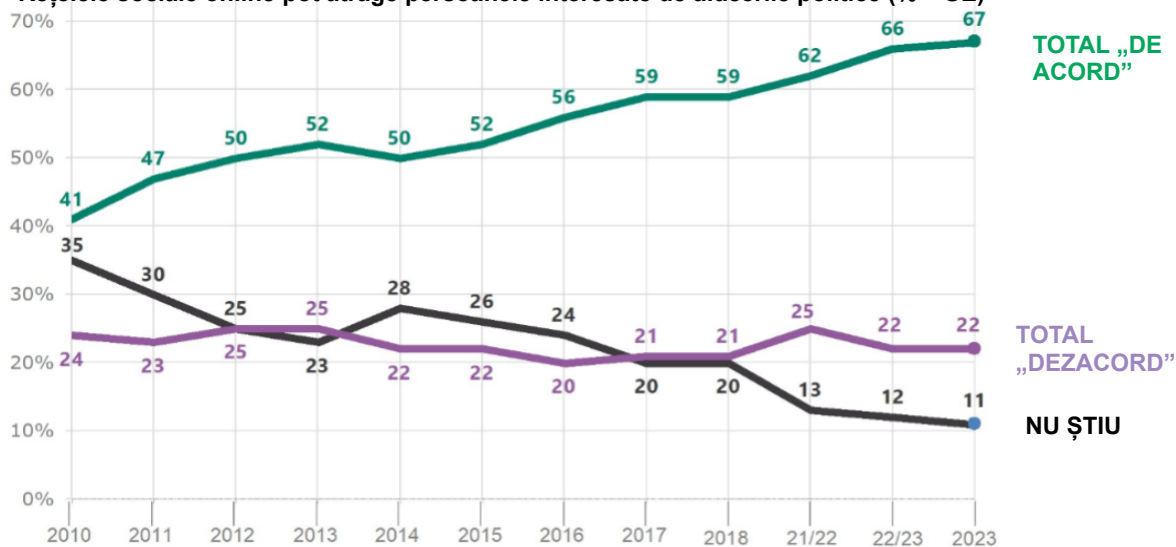
Rețelele sociale online reprezintă o modalitate modernă de a ține pasul cu afacerile politice (% – UE)



Aproximativ două treimi sunt de acord că rețelele sociale online pot atrage persoane interesate de afacerile politice (67 %, + 1 pp începând din iarna 2022-2023), cu 21 % (-1 pp) în total. Puțin peste unul din cinci (22 %, nicio schimbare) nu sunt de acord, în timp ce 11 % (-1 pp) spun că nu știu. Încă o dată, analiza tendinței pe termen lung arată că nivelul de acord cu această afirmație a crescut continuu din toamna anului 2010 (+ 26 pp), în timp ce opusul este valabil pentru ponderea respondenților care spun că nu știu (-24 pp).

QE6.3 Indiferent dacă participați sau nu la rețele sociale online (site-uri de rețele sociale, bloguri, site-uri web de găzduire video), vă rugăm să-mi spuneți dacă sunteți total de acord, dacă sunteți de acord, aveți tendința de a nu fi de acord sau total de acord cu fiecare dintre următoarele afirmații.

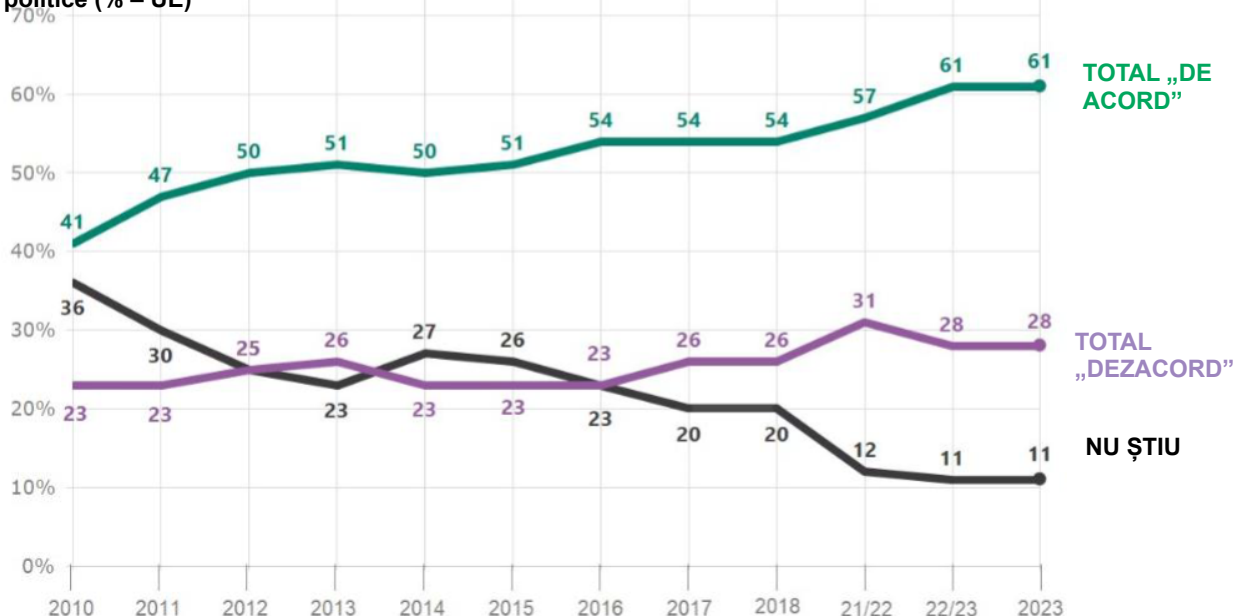
Rețelele sociale online pot atrage persoanele interesate de afacerile politice (% – UE)



Aproximativ șase din zece respondenți sunt de acord că rețelele sociale online reprezintă o modalitate bună de a vă exprima părerea cu privire la chestiuni politice (61 %, nicio schimbare din iarna 2022-2023), inclusiv aproape unul din cinci care „sunt total de acord” (19 %, -1 pp). Mai puțin de trei din zece nu sunt de acord (28 %, nicio schimbare), în timp ce 11 % (fără schimbare) spun că nu știu. Nivelul de acord cu această declarație a crescut cu 20 de puncte procentuale din toamna anului 2010.

QE6.4 Indiferent dacă participați sau nu la rețele sociale online (site-uri de rețele sociale, bloguri, site-uri web de găzduire video), vă rugăm să-mi spuneți dacă sunteți total de acord, dacă sunteți de acord, aveți tendința de a nu fi de acord sau total de acord cu fiecare dintre următoarele afirmații.

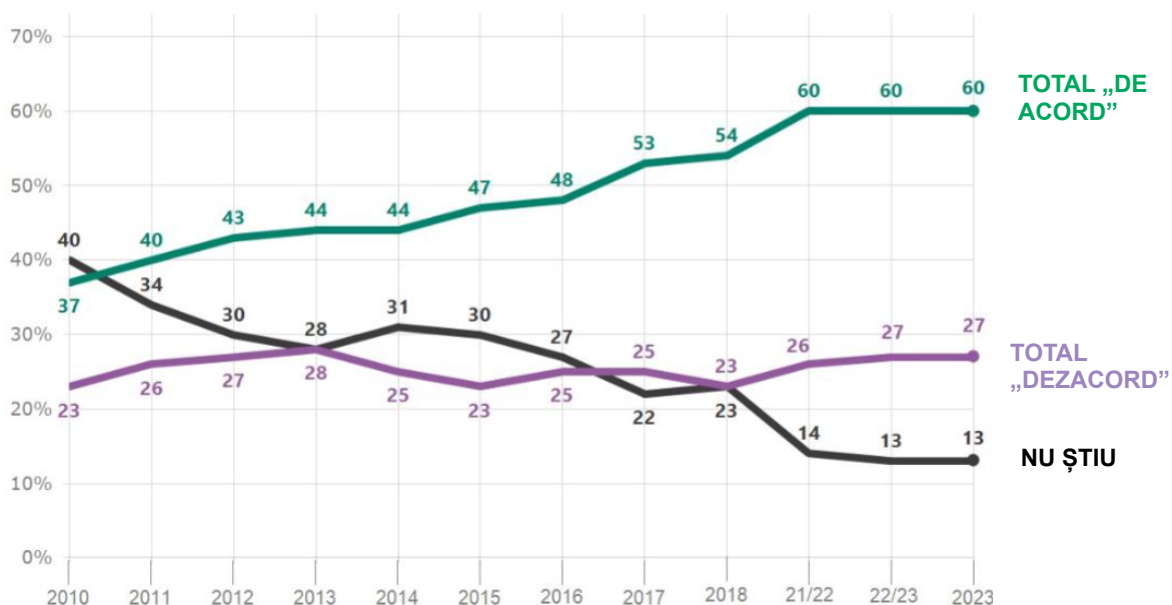
Rețelele sociale online reprezintă o modalitate bună de a vă exprima opinia cu privire la chestiuni politice (% – UE)



În ciuda acestor opinii pozitive privind beneficiile rețelelor sociale online, șase din zece (nicio schimbare din iarna 2022-2023) sunt de acord, de asemenea, că informațiile privind afacerile politice din rețelele sociale online nu pot fi de încredere, cu 21 % (-1 pp care „sunt în totalitate de acord”. Mai mult de un sfert nu sunt de acord cu această afirmație (27 %, nicio schimbare), în timp ce 13 % (fără schimbare) spun că nu știu. Deși acordul cu această declarație a rămas neschimbat din iarna 2021-2022, pe termen mai lung ponderea celor care consideră că informațiile privind afacerile politice din rețelele sociale online nu pot fi de încredere este acum cu 23 de puncte procentuale mai mare decât în toamna anului 2010.

QE6.2 Indiferent dacă participați la rețele sociale online sau nu (site-uri de rețele sociale, bloguri, site-uri de găzduire video), vă rugăm să-mi spuneți dacă sunteți total de acord, sunteți de acord, aveți tendința de a nu fi de acord sau total de acord cu fiecare dintre următoarele afirmații.

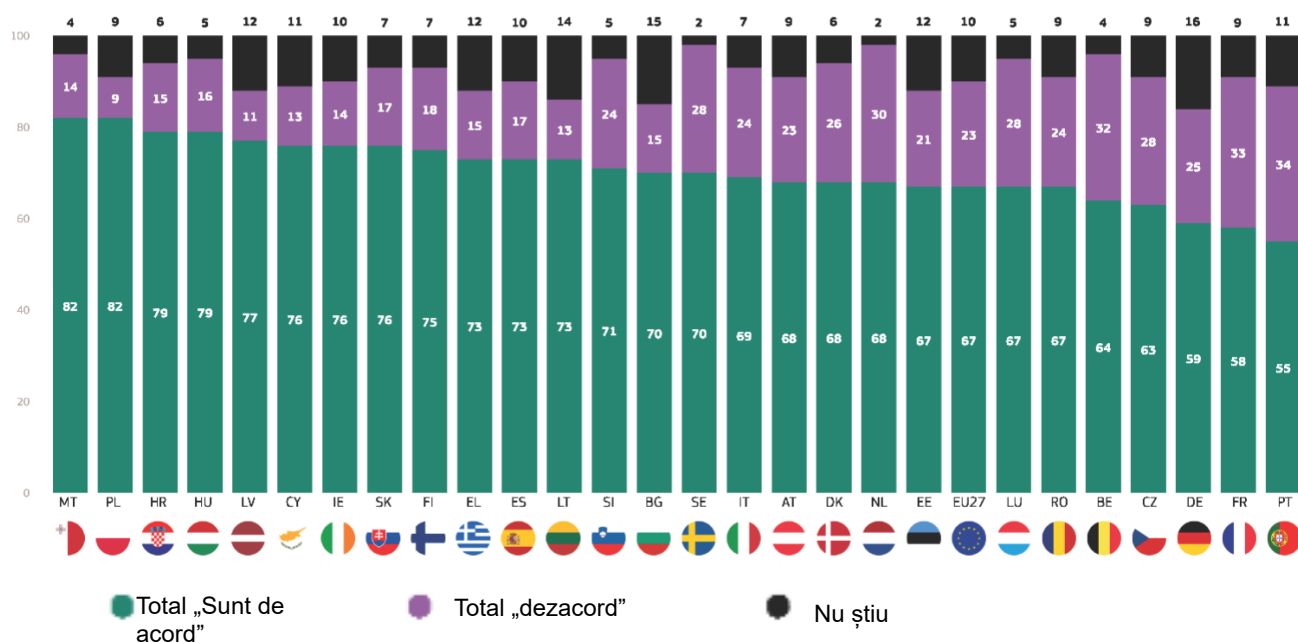
Informațiile privind afacerile politice din rețelele sociale online nu pot fi de încredere (% – UE)



Mai mult de jumătate dintre respondenții din fiecare stat membru al UE sunt de acord că rețelele sociale online reprezintă o modalitate modernă de a ține pasul cu afacerile politice. Nivelurile acordurilor sunt cele mai ridicate în Malta și Polonia (ambele cu 82 %) și în Croația și Ungaria (ambele cu 79 %), în timp ce cele mai scăzute sunt în Portugalia (55 %), Franța (58 %) și Germania (59 %).

În 13 state membre ale UE, ponderea respondenților care sunt de acord că rețelele sociale online reprezintă o modalitate modernă de a ține pasul cu afacerile politice a crescut din iarna 2022-2023. Cele mai mari creșteri sunt înregistrate în Luxemburg (67 %, + 7 puncte procentuale), Franța (58 %, + 7 pp), Slovenia (71 %, + 5 pp), Austria (68 %, + 5 pp) și România (67 %, + 5 pp). În schimb, nivelul acordului cu această declarație a scăzut în 12 țări, în special în Malta (82 %, -9 pp), Danemarca (68 %, -7 pp) și Cipru (76 %, -5 pp). Această cifră a rămas stabilă în Spania (73 %) și Portugalia (55 %).

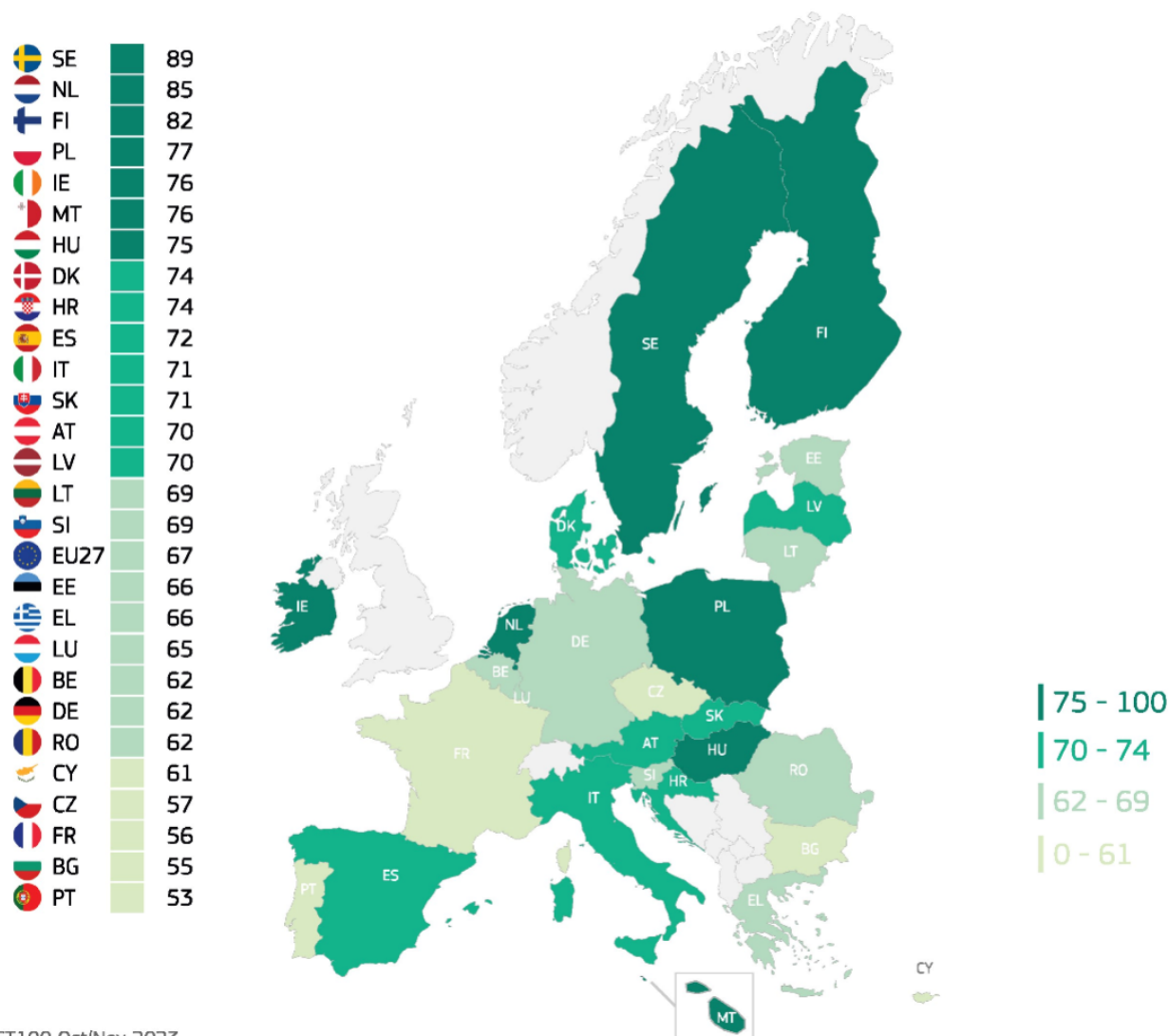
QE6.1. Indiferent dacă participați la rețele sociale online sau nu (site-uri de rețele sociale, bloguri, site-uri de găzduire video). vă rugăm să spuneți dacă sunteți total de acord, tind să fie de acord, tind să nu fie de acord sau total de acord cu fiecare dintre următoarele afirmații:- rețelele sociale online sunt o modalitate modernă de a ține pasul cu afacerile politice (%)



Majoritatea respondenților din toate statele membre ale UE sunt de acord că rețelele sociale online pot atrage persoane interesate de afacerile politice. Această opinie este cea mai răspândită în Suedia (89 %), Țările de Jos (85 %) și Finlanda (82 %). În schimb, respondenții din Portugalia (53 %), Bulgaria (55 %) și Franța (56 %) sunt cel mai puțin de acord cu această afirmație.

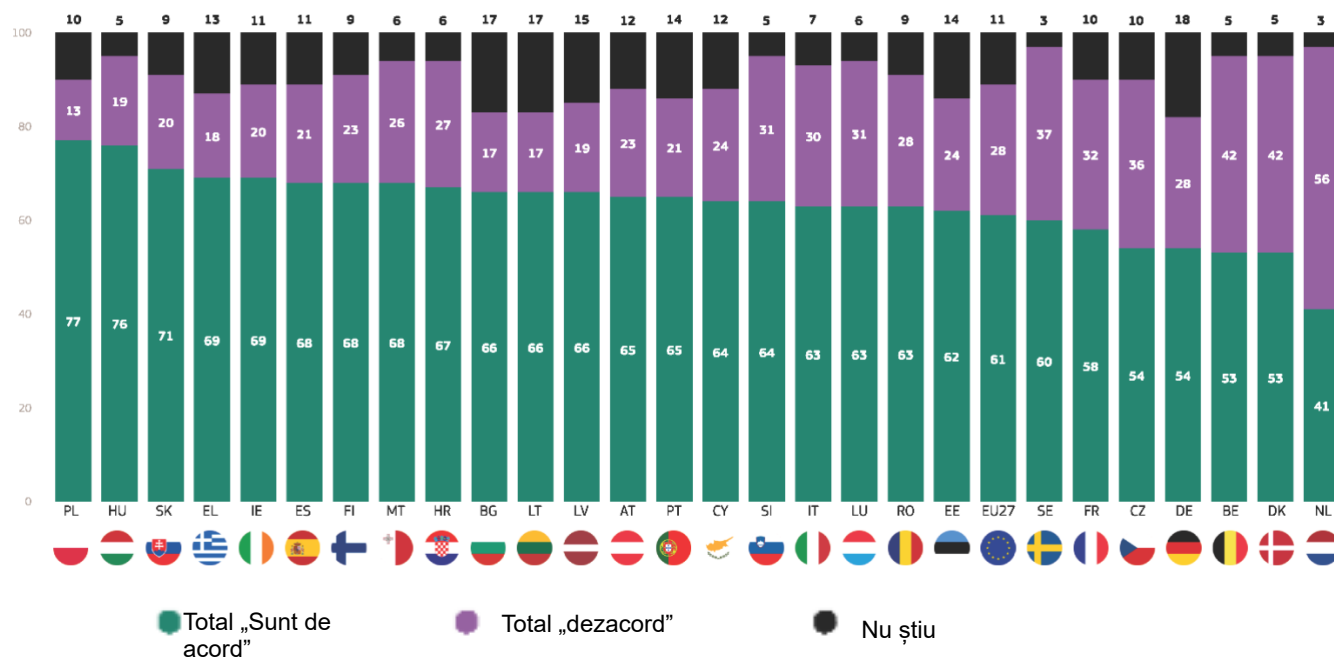
În 13 țări, respondenții sunt mai predispuși decât în iarna 2022-2023 să fie de acord că rețelele sociale online pot atrage persoane interesate de afacerile politice. Acest lucru este valabil în special pentru respondenții din Austria (70 %, + 8 puncte procentuale), Franța (56 %, + 7 pp), Luxemburg (65 %, + 5 pp) și România (62 %, + 5 pp). Nivelurile acordurilor au scăzut în zece țări, în special în Malta (76 %, -9 pp), Cipru (61 %, -9 pp) și Belgia (62 %, -6 pp). Nu s-au înregistrat schimbări în Polonia (77 %), Ungaria (75 %), Spania (72 %) și Lituania (69 %).

QE6.3. Indiferent dacă participați sau nu la rețele sociale online (site-uri de socializare, bloguri, site-uri de găzduire video), vă rugăm să spuneți dacă sunteți total de acord, dacă sunteți de acord, aveți tendința de a nu fi de acord sau nu sunteți total de acord cu fiecare dintre următoarele afirmații: Rețelele sociale online îi pot atrage pe oameni interesați de afacerile politice – Total „Sunt de acord” (%)



În toate statele membre, cu excepția Țărilor de Jos, majoritatea este de acord că rețelele sociale online reprezintă o modalitate bună de a vă exprima opinia cu privire la chestiuni politice. Peste șapte din zece sunt de acord cu această declarație în Polonia (77 %), Ungaria (76 %) și Slovacia (71 %). La capătul opus al scalei, aproximativ patru din zece persoane împărtășesc această opinie în Țările de Jos (41 %), la fel ca 53 % în Belgia și Danemarca. Acordul cu privire la faptul că rețelele sociale online reprezintă o modalitate bună de a vă exprima opinia cu privire la chestiuni politice a crescut în 13 state membre ale UE începând cu iarna 2022-2023, cele mai mari creșteri fiind înregistrate în Portugalia (65 %, + 14 puncte procentuale), Austria (65 %, + 8 pp) și România (63 %, + 8 puncte procentuale). Scăderile sunt observate în zece țări, cele mai notabile fiind observate în Cipru (64 %, -8 pp), Malta (68 %, -7 puncte procentuale) și Italia (63 %, -5 pp). Această proporție a rămas neschimbată în patru țări: Ungaria (76 %), Finlanda (68 %), Lituania (66 %) și Țările de Jos (41 %).

QE6.4. Indiferent dacă participați la rețele sociale online sau nu (site-uri de rețele sociale, bloguri, site-uri de găzduire video). Vă rugăm să spuneți dacă sunteți total de acord, aveți tendința de a fi de acord, aveți tendința de a nu fi de acord sau nu sunteți total de acord cu fiecare dintre următoarele afirmații: - rețelele sociale online sunt o modalitate bună de a vă exprima părerea cu privire la chestiuni politice (%)



Eurobarometru standard 100 toamna anului 2023 Medias

QE6.3 Indiferent dacă participați sau nu la rețele sociale online (site-uri de rețele sociale, bloguri, site-uri web de găzduire video), vă rugăm să spuneți dacă sunteți total de acord, dacă sunteți de acord, aveți tendința de a nu fi de acord sau total de acord cu fiecare dintre următoarele afirmații rețelele sociale online pot atrage persoanele interesate de afacerile politice (%)

		UE-27	AT	FR	LU	RO	EL	HR	LV	NL	FI	PT	SK	EE	SE	ES	LT	HU	PL	BG	CZ	SI	IE	EA	DE	DK	FII	CY	MT
Total „Sunt de acord”	Octombrie /Nov 2023	67	70	56	65	62	66	74	70	85	82	53	71	66	89	72	69	75	77	55	57	69	76	71	62	74	62	61	76
	Δ mai/iunie 2023	O1	O8	O7	O5	O5	O4	O4	O4	O4	O4	O3	O2	O1	O1	=	=	=	=	Ö1	Ö1	Ö1	Ö2	Ö2	Ö3	Ö5	Ö6	◀9	◀9
Total „dezacord”	Octombrie /Nov 2023	22	20	34	27	28	22	20	14	13	10	34	20	18	9	17	14	19	13	26	30	25	13	22	21	18	33	27	18
	Δ mai/iunie 2023	=	Ö5	O1	Ö2	Ö2	Ö6	Ö2	Ö3	Ö3	Ö1	O3	O2	O3	O1	Ö1	Ö2	O1	O2	O1	Ö1	O4	O1	O1	O1	O3	O5	O7	O7
Nu știu	Octombrie /Nov 2023	11	10	10	8	10	12	6	16	2	8	13	9	16	2	11	17	6	10	19	13	6	11	7	17	8	5	12	6
	Δ mai/iunie 2023	Ö1	Ö3	Ö8	Ö3	Ö3	O2	Ö2	Ö1	Ö1	Ö3	Ö6	Ö4	Ö4	Ö2	O1	O2	Ö1	Ö2	=	O2	Ö3	O1	O1	O2	O2	O1	O2	O2

QE6.1 Indiferent dacă participați la rețele sociale online sau nu (site-uri de rețele sociale, bloguri, site-uri de găzduire video), vă rugăm să spuneți dacă sunteți total de acord, dacă sunteți de acord, aveți tendința de a nu fi de acord sau total de acord cu fiecare dintre următoarele afirmații Rețelele sociale online sunt o modalitate modernă de a ține pasul cu afacerile politice (%)

		UE-27	FR	LU	AT	RO	SI	LV	PL	NL	CZ	HR	LT	FI	SE	ES	PT	FII	EE	EL	HU	SK	DE	EA	BG	IE	CY	DK	MT
Total „Sunt de acord”	Octombrie /Nov 2023	67	58	67	68	67	71	77	82	68	63	79	73	75	70	73	55	64	67	73	79	76	59	69	70	76	76	68	82
	Δ mai/iunie 2023	O1	O7	O7	O5	O5	O5	O3	O3	O2	O1	O1	O1	O1	O1	=	=	Ö1	Ö1	Ö1	Ö1	Ö1	Ö2	Ö2	Ö3	Ö3	Ö5	Ö7	◀9
Total „dezacord”	Octombrie /Nov 2023	23	33	28	23	24	24	11	9	30	28	15	13	18	28	17	34	32	21	15	16	17	25	24	15	14	13	26	14
	Δ mai/iunie 2023	Ö1	Ö4	Ö3	Ö2	Ö4	Ö1	Ö2	Ö1	Ö2	Ö1	=	Ö1	O1	=	Ö1	O5	O1	O4	Ö4	O2	O2	O1	Ö1	O2	O1	O2	O4	O9
Nu știu	Octombrie /Nov 2023	10	9	5	9	9	5	12	9	2	9	6	14	7	2	10	11	4	12	12	5	7	16	7	15	10	11	6	4
	Δ mai/iunie 2023	=	Ö3	Ö4	Ö3	Ö1	Ö4	Ö1	Ö2	=	=	Ö1	=	Ö2	Ö1	O1	Ö5	=	Ö3	O5	Ö1	Ö1	O1	O3	O1	O2	O3	O3	=

QE6.4 Indiferent dacă participați sau nu la rețele sociale online (site-uri de rețele sociale, bloguri, site-uri de găzduire video), vă rugăm să spuneți dacă sunteți total de acord, dacă sunteți de acord, aveți tendința de a nu fi de acord sau total de acord cu fiecare dintre următoarele afirmații Rețelele sociale online sunt o modalitate bună de a vă exprima părerea cu privire la chestiuni politice (%)

		UE-27	PT	AT	RO	EE	LU	FR	SI	SK	ES	HR	LV	PL	SE	LT	HU	NL	FI	EL	BG	CZ	IE	DE	FII	DK	EA	MT	CY
Total „Sunt de acord”	Octombrie /Nov 2023	61	65	65	63	62	63	58	64	71	68	67	66	77	60	66	76	41	68	69	66	54	69	54	53	53	63	68	64
	Δ mai/iunie 2023	=	⇒14	O8	O8	O6	O6	O5	O4	O4	O3	O3	O2	O2	O1	=	=	=	=	Ö1	Ö2	Ö2	Ö2	Ö3	Ö4	Ö4	Ö5	Ö7	Ö8
Total „dezacord”	Octombrie /Nov 2023	28	21	23	28	24	31	32	31	20	21	27	19	13	37	17	19	56	23	18	17	36	20	28	42	42	30	26	24
	Δ mai/iunie 2023	=	Ö8	Ö7	Ö6	O1	Ö1	O2	O1	Ö1	Ö4	Ö1	Ö2	Ö1	=	Ö1	O2	=	O1	Ö3	O2	O1	O1	=	O3	O4	O2	O5	O5
Nu știu	Octombrie /Nov 2023	11	14	12	9	14	6	10	5	9	11	6	15	10	3	17	5	3	9	13	17	10	11	18	5	5	7	6	12
	Δ mai/iunie 2023	=	Ö6	Ö1	Ö2	Ö7	Ö5	Ö7	Ö5	Ö3	O1	Ö2	=	Ö1	Ö1	O1	Ö2	=	Ö1	O4	=	O1	O1	O3	O1	=	O3	O2	O3

QE6.2 Indiferent dacă participați sau nu la rețele sociale online (site-uri de rețele sociale, bloguri, site-uri de găzduire video), vă rugăm să spuneți dacă sunteți total de acord, dacă sunteți de acord, aveți tendința de a nu fi de acord sau total de acord cu fiecare dintre următoarele declarații Informațiile privind afacerile politice din rețelele sociale online nu pot fi de încredere (%)

		UE-27	PT	LU	SK	FR	LV	LT	FI	PL	SI	SE	DK	HR	NL	ES	EA	AT	RO	CZ	DE	EE	CY	FII	MT	HU	BG	EL	IE
Total	Octombrie	60	67	70	62	66	62	64	65	61	70	79	65	60	63	68	60	52	55	52	52	54	69	64	81	69	44	51	61

Eurobarometru standard 100 toamna anului 2023 Medias

„Sunt de acord”	/Nov 2023 Δ mai/iunie 2023	=	O8	O4	O4	O3	O3	O3	O3	O2	O2	O2	O1	O1	O1	=	=	=	=	Ö1	Ö1	Ö1	Ö1	Ö2	Ö2	Ö3	Ö5	Ö5	Ö10
Total „dezacord”	Octombrie /Nov 2023	27	17	22	26	24	23	18	24	26	24	18	27	33	31	18	32	34	34	34	27	27	19	31	13	22	36	34	27
	Δ mai/iunie 2023	=	O1	=	O2	O4	Ö1	Ö4	Ö3	Ö2	O1	Ö2	Ö3	O1	Ö1	Ö3	Ö1	O1	O2	=	Ö2	O2	=	O2	O1	O3	O5	O3	⇒10
Nu știu	Octombrie /Nov 2023	13	16	8	12	10	15	18	11	13	6	3	8	7	6	14	8	14	11	14	21	19	12	5	6	9	20	15	12
	Δ mai/iunie 2023	=	◀9	Ö4	Ö6	Ö7	Ö2	O1	=	=	Ö3	=	O2	Ö2	=	O3	O1	Ö1	Ö2	O1	O3	Ö1	O1	=	O1	=	=	O2	=

Eurobarometru standard 100 toamna anului 2023 Medias

Respondenții care spun că utilizează rețelele sociale online cel puțin o dată pe săptămână au mai multe șanse să fie de acord cu cele patru afirmații decât europenii în ansamblu:

Opt din zece respondenți care utilizează rețelele sociale online cel puțin o dată pe săptămână sunt de acord că rețelele sociale online sunt o modalitate modernă de a ține pasul cu afacerile politice, comparativ cu 67 % dintre toți respondenții – o diferență de 13 puncte procentuale.

Aproximativ opt din zece dintre cei care utilizează rețelele sociale online cel puțin o dată pe săptămână (78 %) spun că rețelele sociale online pot atrage persoane interesate de afacerile politice, în comparație cu 67 % dintre europeni în general – o diferență de 11 puncte procentuale.

Aproape trei sferturi (74 %) dintre cei care utilizează rețelele sociale online cel puțin o dată pe săptămână consideră că rețelele sociale online sunt o modalitate bună de a vă exprima opinia cu privire la chestiuni politice, în comparație cu 61 % din totalul europenilor – o diferență de 13 puncte procentuale.

În rândul respondenților care utilizează rețelele sociale online cel puțin o dată pe săptămână, 65 % sunt de acord că informațiile despre afacerile politice din rețelele de socializare online nu pot fi de încredere, comparativ cu 60 % din toți respondenții – o diferență de cinci puncte procentuale.

			UE-27	FI	BG	CZ	DK	DE	EE	IE	EL	ES	FR	HR	EA	CY	LV	LT	LU	HU	MT	NL	AT	PL	PT	RO	SI	SK	FI	SE
Rețelele sociale online sunt o modalitate bună de a-ți exprima părerea cu privire la chestiuni politice	Total „Sunt de acord”	Octombrie/Nov 2023	67	64	70	63	68	59	67	76	73	73	58	79	69	76	77	73	67	79	82	68	68	82	55	67	71	76	75	70
	Δ	mai/iunie 2023	O1	Ö1	Ö3	O1	Ö7	Ö2	Ö1	Ö3	Ö1	=	O7	O1	Ö2	Ö5	O3	O1	O7	Ö1	◀9	O2	O5	O3	=	O5	O5	Ö1	O1	O1
	Total „deza cord”	Octombrie/Nov 2023	23	32	15	28	26	25	21	14	15	17	33	15	24	13	11	13	28	16	14	30	23	9	34	24	24	17	18	28
	Δ	mai/iunie 2023	Ö1	O1	O2	Ö1	O4	O1	O4	O1	Ö4	Ö1	Ö4	=	Ö1	O2	Ö2	Ö1	Ö3	O2	O9	Ö2	Ö2	Ö1	O5	Ö4	Ö1	O2	O1	=
	Nu știu	Octombrie/Nov 2023	10	4	15	9	6	16	12	10	12	10	9	6	7	11	12	14	5	5	4	2	9	9	11	9	5	7	7	2
	Δ	mai/iunie 2023	=	=	O1	=	O3	O1	Ö3	O2	O5	O1	Ö3	Ö1	O3	O3	Ö1	=	Ö4	Ö1	=	=	Ö3	Ö2	Ö5	Ö1	Ö4	Ö1	Ö2	Ö1
Rețelele sociale online îi pot atrage pe oameni interesați de afacerile politice	Total „Sunt de acord”	Octombrie/Nov 2023	60	64	44	52	65	52	54	61	51	68	66	60	60	69	62	64	70	69	81	63	52	61	67	55	70	62	65	79
	Δ	mai/iunie 2023	=	Ö2	Ö5	Ö1	O1	Ö1	Ö1	Ö10	Ö5	=	O3	O1	=	Ö1	O3	O3	O4	Ö3	Ö2	O1	=	O2	O8	=	O2	O4	O3	O2
	Total „deza cord”	Octombrie/Nov 2023	27	31	36	34	27	27	27	27	34	18	24	33	32	19	23	18	22	22	13	31	34	26	17	34	24	26	24	18
	Δ	mai/iunie 2023	=	O2	O5	=	Ö3	Ö2	O2	⇒10	O3	Ö3	O4	O1	Ö1	=	Ö1	Ö4	=	O3	O1	Ö1	O1	Ö2	O1	O2	O1	O2	Ö3	Ö2
	Nu știu	Octombrie/Nov 2023	13	5	20	14	8	21	19	12	15	14	10	7	8	12	15	18	8	9	6	6	14	13	16	11	6	12	11	3
	Δ	mai/iunie 2023	=	=	=	O1	O2	O3	Ö1	=	O2	O3	Ö7	Ö2	O1	O1	Ö2	O1	Ö4	=	O1	=	Ö1	=	◀9	Ö2	Ö3	Ö6	=	=
Informațiile privind afacerile politice din rețelele sociale online nu pot fi de încredere	Total „Sunt de acord”	Octombrie/Nov 2023	67	62	55	57	74	62	66	76	66	72	56	74	71	61	70	69	65	75	76	85	70	77	53	62	69	71	82	89
	Δ	mai/iunie 2023	O1	Ö6	Ö1	Ö1	Ö5	Ö3	O1	Ö2	O4	=	O7	O4	Ö2	◀9	O4	=	O5	=	◀9	O4	O8	=	O3	O5	Ö1	O2	O4	O1
	Total „deza cord”	Octombrie/Nov 2023	22	33	26	30	18	21	18	13	22	17	34	20	22	27	14	14	27	19	18	13	20	13	34	28	25	20	10	9
	Δ	mai/iunie 2023	=	O5	O1	Ö1	O3	O1	O3	O1	Ö6	Ö1	O1	Ö2	O1	O7	Ö3	Ö2	Ö2	O1	O7	Ö3	Ö5	O2	O3	Ö2	O4	O2	Ö1	O1
	Nu știu	Octombrie/Nov 2023	11	5	19	13	8	17	16	11	12	11	10	6	7	12	16	17	8	6	6	2	10	10	13	10	6	9	8	2
	Δ	mai/iunie 2023	Ö1	O1	=	O2	O2	O2	Ö4	O1	O2	O1	Ö8	Ö2	O1	O2	Ö1	O2	Ö3	Ö1	O2	Ö1	Ö3	Ö2	Ö6	Ö3	Ö3	Ö4	Ö3	Ö2
Rețelele sociale online	Total „Sunt de acord”	Octombrie/Nov 2023	61	53	66	54	53	54	62	69	69	68	58	67	63	64	66	66	63	76	68	41	65	77	65	63	64	71	68	60

Eurobarometru standard 100 toamna anului 2023 Medias

reprezintă o modalitate modernă de a ține pasul cu afacerile politice	acord	Δ mai/iunie 2023	=	Ö4	Ö2	Ö2	Ö4	Ö3	O6	Ö2	Ö1	O3	O5	O3	Ö5	Ö8	O2	=	O6	=	Ö7	=	O8	O2	⇒14	O8	O4	O4	=	O1
	Total „deza cord”	Octombrie/Nov 2023	28	42	17	36	42	28	24	20	18	21	32	27	30	24	19	17	31	19	26	56	23	13	21	28	31	20	23	37
		Δ mai/iunie 2023	=	O3	O2	O1	O4	=	O1	O1	Ö3	Ö4	O2	Ö1	O2	O5	Ö2	Ö1	Ö1	O2	O5	=	Ö7	Ö1	Ö8	Ö6	O1	Ö1	O1	=
		Octombrie/Nov 2023	11	5	17	10	5	18	14	11	13	11	10	6	7	12	15	17	6	5	6	3	12	10	14	9	5	9	9	3
	Nu știu	Δ mai/iunie 2023	=	O1	=	O1	=	O3	Ö7	O1	O4	O1	Ö7	Ö2	O3	O3	=	O1	Ö5	Ö2	O2	=	Ö1	Ö1	Ö6	Ö2	Ö5	Ö3	Ö1	Ö1

Analiza socio-demografică arată că respondenții în vârstă de 55 de ani sau peste sunt mai puțin susceptibili decât omologii lor mai tineri să fie de acord cu afirmațiile de pe rețelele de socializare online. De exemplu, 51 % dintre cei cu vârsta de 55 de ani sau mai mult sunt de acord că rețelele sociale online reprezintă o modalitate modernă de a ține pasul cu afacerile politice, comparativ cu 85 % dintre cei cu vârste cuprinse între 15 și 24 de ani. Singura excepție este de acord cu afirmația că „informațiile privind afacerile politice din rețelele sociale online nu pot fi de încredere” – în acest caz, respondenții din cohortele de vârstă centrală (25-54) (65-66 %) au mai multe șanse să fie de acord decât respondenții mai tineri (58 %) și mai în vârstă (56 %).

Variațiile în acord pot fi, de asemenea, observate în funcție de nivelurile de educație, cei care au încheiat educația cu normă întreagă în vârstă de 16 ani sau mai mult fiind mai susceptibili de a fi de acord cu fiecare declarație decât cei care au părăsit educația mai devreme. De exemplu, respondenții care au terminat educația în vârstă de 16 ani sau mai mult (66-73 %) sunt mai susceptibili de a fi de acord că rețelele sociale online pot atrage persoane interesate de afacerile politice decât cei care au încheiat educația cu vârsta de 15 ani sau mai mică (46 %).

Observând rezultatele pe categorii socio-profesionale, respondenții pensionați sunt cel mai puțin de acord cu fiecare afirmație privind rețelele sociale online. Acest lucru este valabil în special pentru a fi de acord cu afirmația potrivit căreia rețelele de socializare online pot atrage persoanele interesate de afacerile politice (48 % dintre retirees, comparativ cu 76 % dintre manageri și alți lucrători cu guler alb).

Respondenții care întâmpină dificultăți în a-și plăti facturile din când în când sau mai rar sunt mai predispuși decât cei care au dificultăți de cele mai multe ori să fie de acord că informațiile privind afacerile politice din rețelele de socializare online nu pot fi de încredere (61 %, comparativ cu 55 %) și că rețelele sociale online pot atrage persoanele interesate de afacerile politice (67-68 %, comparativ cu 59 %). În mod similar, cu cât este mai mare clasa socială din care respondenții consideră că aparțin, cu atât este mai probabil ca aceștia să fie de acord că informațiile despre afacerile politice din rețelele sociale online nu pot fi de încredere (65-72 % dintre cei care se consideră aparțin clasei de mijloc sau superioară superioară, comparativ cu 53 % dintre cei care se consideră aparțin clasei muncitoare) și că rețelele sociale online pot atrage persoane interesate de afacerile politice (76-80 %, comparativ cu 57 %). Modelele în ceea ce privește dificultățile financiare ale respondenților și clasa socială autopercepută sunt mai puțin clare pentru celelalte două afirmații.

Eurobarometru standard 100 toamna anului 2023 Medias

QE6 Indiferent dacă participați la rețele sociale online sau nu (site-uri de rețele sociale, bloguri, site-uri de găzduire video), vă rugăm să spuneți dacă sunteți total de acord, aveți tendința de a fi de acord, aveți tendința de a nu fi de acord sau total de acord cu fiecare dintre următoarele afirmații. (% – „total de acord”)

	Rețelele sociale online reprezintă o modalitate modernă de a ține pasul cu afacerile politice	Informațiile privind afacerile politice din rețelele sociale online nu pot fi de încredere	Rețelele sociale online îi pot atrage pe oameni interesați de afacerile politice	Rețelele sociale online sunt o modalitate bună de a-ți exprima părerea cu privire la chestiuni politice
UE-27	67	60	67	61
Sexul				
Bărbat	68	62	69	63
Femeie	67	59	66	61
Vârsta				
15-24	85	58	83	78
25-39	79	65	78	73
40-54	73	66	73	66
55 +	51	56	53	48
Educație (sfârșitul)				
15—	45	47	46	43
16-19	68	61	66	63
20+	70	66	73	63
Încă mai studiază	86	59	85	77
Categoria socio-profesională				
Persoane care desfășoară activități independente	76	66	75	67
Manageri	72	67	76	66
Alte gulere albe	76	66	76	70
Lucrători manuali	73	64	71	69
Persoane de la domiciliu	59	52	56	55
Șomeri	70	59	67	67
Pensionat	45	52	48	42
Studenți	86	59	85	77
Dificultăți de plată a facturilor				
De cele mai multe ori	64	55	59	61
Din când în când	71	61	67	64
Aproape niciodată/niciodată	66	61	68	61
Ia în considerare apartenența la				
Clasa muncitoare	60	53	57	55
Clasa de mijloc inferioară	66	61	65	63
Clasa de mijloc	71	63	72	65
Clasa de mijloc superioară	68	65	76	61
Clasa superioară	71	72	80	69
Imaginea UE				
Pozitivă	72	64	73	66
Neutră	65	58	64	59
Negativă	60	57	60	57

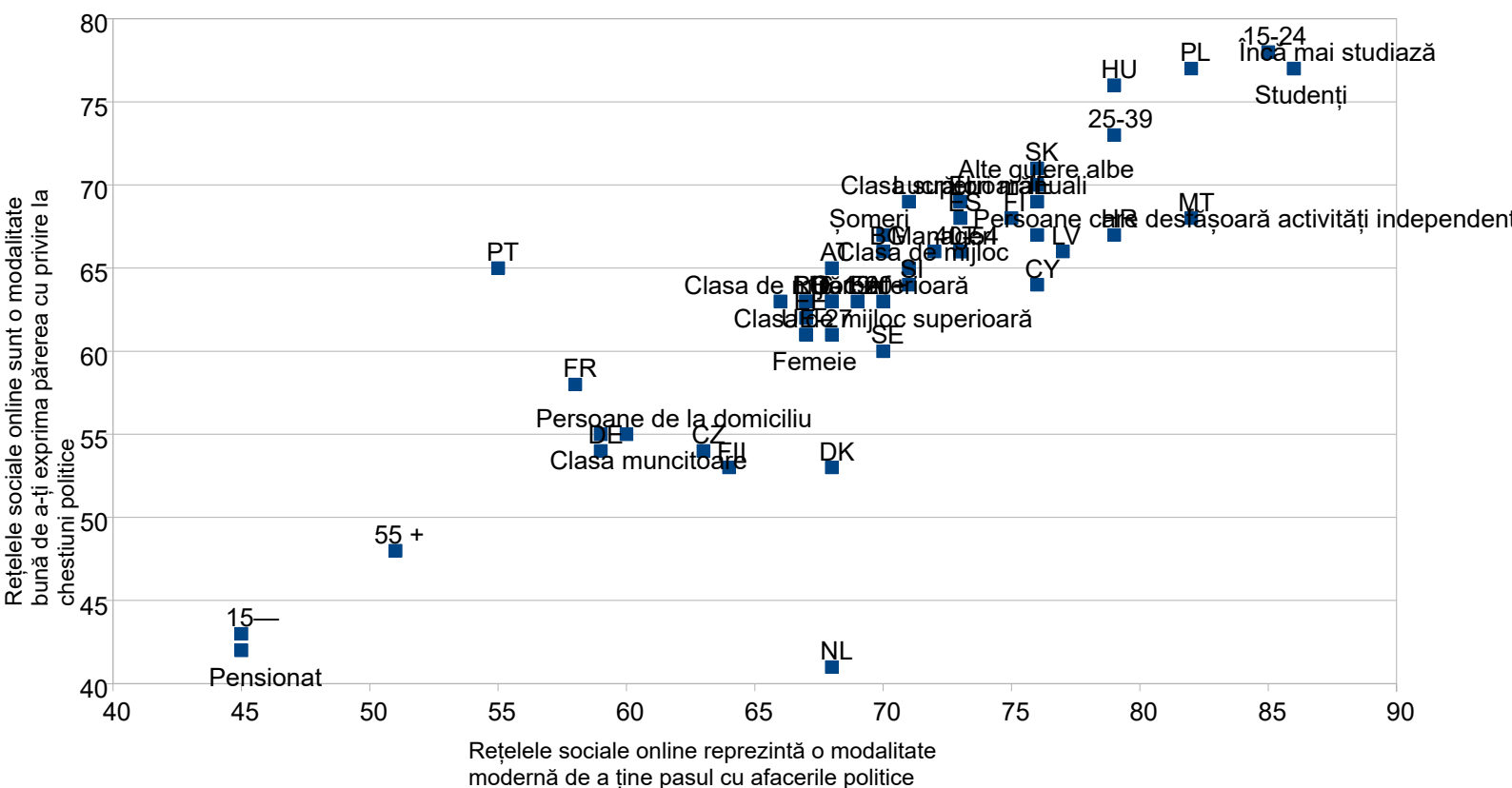
Comentarii

(Pierre Dieumegard)

Încă o dată, acest document Eurobarometru nu a fost corectat în mod corespunzător înainte de publicare. Partea VI (Rețele sociale) conține o singură subsecțiune, contrar bunelor practici de scriere din toate țările și limbile. Lipsește o subsecțiune?

Din 2010, presa scrisă a fost citită din ce în ce mai puțin, în timp ce rețelele sociale sunt folosite din ce în ce mai mult, mai mult decât presa scrisă. Deși radioul și televiziunea scad ușor, ele sunt încă utilizate de majoritatea respondenților (întrebarea QE3).

proporția celor care cred că rețelele sociale nu sunt o modalitate bună de a afla despre afacerile politice rămâne constantă, la aproximativ un sfert dintre respondenți. Pe de altă parte, proporția celor care cred că este o cale bună este în creștere, în detrimentul celor care nu au nicio opinie (QE6).



Vârsta este principalul factor care explică opiniile cu privire la utilitatea rețelelor sociale în politică, dar opiniile variază foarte mult de la o țară la alta (întrebarea QE6). Polii în ansamblu se comportă în același mod ca și cei cu vârste cuprinse între 15 și 24 de ani în ansamblu.