



Стандартен Евробарометър 76

ОБЩЕСТВЕНОТО МНЕНИЕ В ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ Есен 2011

НАЦИОНАЛЕН ДОКЛАД

БЪЛГАРИЯ

Това изследване е осъществено по поръчка на Европейската комисия, Генерална дирекция Комуникации, и е координирано от нея.

Докладът е изготвен за Представителството на Европейската комисия в България.

Този документ не представя гледната точка на Европейската комисия. Изводите и заключенията, които се съдържат в него, представят мнението единствено на неговите автори.

Стандартен Евробарометър 76 / Есен 2011 – TNS Opinion & Social

Съдържание:

Увод	3
1. Оценки за стратегията „Европа 2020“ като инструмент за излизане от световната икономическа и финансова криза	5
1.1 Обща оценка на посоката на развитие на Европейския съюз	5
1.2 Важност на инициативите на ЕС за възстановяването от икономическата криза.....	6
1.3 Оценка на целите на стратегията „Европа 2020“	8
1.4. Нагласи по отношение на приоритетите на ЕС	10
1.4.1. Европейски приоритети по отношение на трудовата заетост	10
1.4.2. Нагласи към действията на ЕС в борбата с бедността.....	12
1.4.3. Подпомагане на индустрията: приоритети на Европейския съюз	12
1.4.4. Мерки на ЕС за подпомагане на младите хора	13
2. Информираност на населението на Европейския съюз относно европейските въпроси.....	13
2.1. Медийни канали за информиране по европейските въпроси	13
2.2. Оценка на представянето на Европейския съюз от страна на националните медии.....	15
2.3. Оценка на степента на информираност по европейските въпроси.....	16
2.4. Роля на интернет по отношение на информирането с европейските въпроси	17

Този национален доклад за Представителството на Европейската комисия в България е изготвен от Мила Григорова (TNS BBSS).

Увод

Организацията TNS Opinion & Social – консорциум създаден между TNS plc и TNS opinion - провежда изследването ЕВРОБАРОМЕТЪР по поръчка на Генерална дирекция „Комуникации” на Европейската комисия, отдел „Изследвания и политически анализи”.

В настоящия доклад са представени и анализирани резултатите от Евробарометър 76, стандартно издание на изследването Евробарометър, проведено през ноември 2011 г.¹

Изследването Евробарометър се провежда във всички страни-членки на Европейския съюз, в три страни кандидат-членки на Съюза (Хърватска, Турция и Бившата югославска република Македония), както и сред членовете на турската общност в Кипър. Целевата група на изследването е населението на тези държави на възраст 15 и повече години, както и гражданите на ЕС, постоянно пребиваващи в същите държави.

В рамките на Евробарометър 76 са интервюирани 1003 български граждани. Постигнатата ефективна извадка² е представителна за населението на България на възраст 15 и повече години по отношение на гъстотата на населението, разпределението на ниво административна област³, както и по отношение на разпределението по пол и възрастови групи⁴.

Подборът на респондентите е осъществен чрез многостепенна случайна извадка⁵. Използваната методика на интервюиране е персонално интервю в дома на респондента, чрез стандартизиран въпросник на хартиен носител.

Напомняме на читателите, че резултатите от подобни изследвания са приблизения, точността на които зависи от размера на наблюдаваната извадка (или подизвадка) и на наблюдаваните дялове. При извадки от около 1000 интервюта, процентите в генералната съвкупност могат да варират в следните граници:

¹ Интервюта за Евробарометър 76 бяха проведени в България в периода между 5-ти ноември и 14-ти ноември 2011 г.

² Ефективна извадка е извадката формирана от завършените интервюта

³ Регионално деление на ниво NUTS III - 28 административни области

⁴ Възрастови групи: 15-24 г.; 25-39г.; 40-54 г.; 55-64 г.; 65 и повече години.

⁵ Базисната извадка е съставена от гнезда, подбрани на случаен принцип, чиито брой е пропорционален на броя и гъстотата на населението в страната. Броят и разпределението на гнездата във всяка административна област са съобразени с разпределението на населението според типа на населеното място - метрополия / областен център, градска и селска зона. Във всяко от избраните гнезда, отново на случаен принцип, е локализиран стартов адрес. Следващите адреси, посетени от анкетьорите, са определени според стандартните процедури на методиката за движение по „случаен маршрут”. Във всяко посетено домакинство е подбран целеви респондент на случаен принцип (според правилото за „следващия рожден ден”).

Наблюдавани дялове:	10% или 90%	20% или 80%	30% или 70%	40% или 60%	50%
Максимално стандартно отклонение:	± 1.9 пункта	± 2.5 пункта	± 2.7 пункта	± 3.0 пункта	± 3.1 пункта

В доклада са използвани съкращения за наименоването на отделните държави и територии, включени в изследването. При представяне на данни под името EU27 (ЕС27), следва да се има предвид обобщеното обществено мнение на жителите на 27-те страни-членки на Европейския съюз. Под съкращението BG са представени данните за България.

Използваните в част от графиките индекси на изданията на изследването Евробарометър отговарят на следната официална класификация:

Индекс:	Издание:	Индекс:	Издание:
Есен 04	Евробарометър 62.0	Есен 08	Евробарометър 70.1
Пролет 05	Евробарометър 63.4	Зима 09	Евробарометър 71.1
Есен 05	Евробарометър 64.2	Пролет 09	Евробарометър 71.2
Пролет 06	Евробарометър 65.2	Пролет 09	Евробарометър 71.3
Есен 06	Евробарометър 66.1	Есен 09	Евробарометър 72.4
Пролет 07	Евробарометър 67.2	Пролет 10	Евробарометър 73.4
Есен 07	Евробарометър 68.1	Есен 10	Евробарометър 74.2
Пролет 08	Евробарометър 69.1	Пролет 11	Евробарометър 75.3
Пролет 08	Евробарометър 69.2	Есен 11	Евробарометър 76.3

Есенното издание на Стандартния Евробарометър за 2011 г. беше проведено малко след изборите за Президент и Вицепрезидент на Републиката и след изборите за местна власт. Управляващата партия ГЕРБ получи значителна подкрепа от гласоподавателите с победата на кандидатите за Президент и Вицепрезидент Росен Плевнелиев и Маргарита Попова и с избирането на кандидат-кметове на партията в половината областни градове на страната.

Въпреки този своеобразен вот на доверие към управляващите, икономиката и трудовият пазар в страната продължават да се намират в криза, а прогнозите за 2012 година на експерти в областта са преобладаващо песимистични. В допълнение към опасенията от задълбочаване на кризисното положение в страната идват и новините за лошото икономическо състояние на съседите, за икономическите затруднения на други държави от Европейския съюз и за възможните негативни последици върху стабилността на европейската икономика като цяло.

Именно затова въпреки относително стабилната политическа обстановка, основният фокус на общественото мнение в страната е по отношение на предотвратяването на по-нататъшно влошаване на икономическата ситуация и мерките за излизане от кризата.

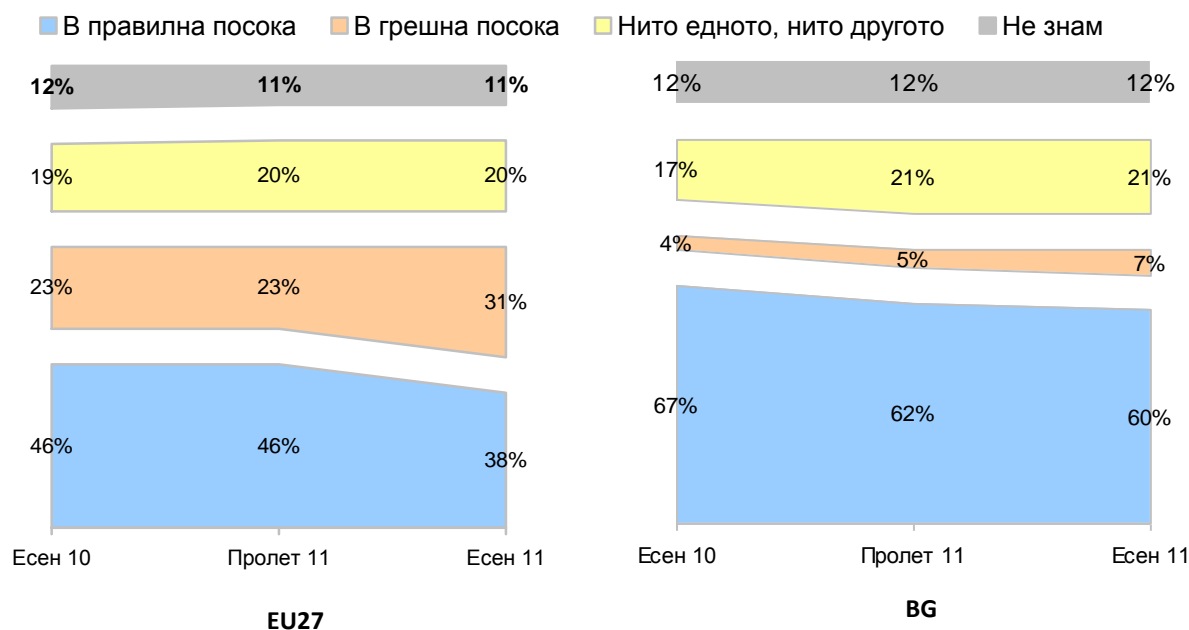
1. Оценки за стратегията „Европа 2020“ като инструмент за излизане от световната икономическа и финансова криза

1.1 Обща оценка на посоката на развитие на Европейския съюз

Над половината от българите са на мнение, че ЕС се движи в правилна посока що се отнася до излизането от кризата. Процентът на положителните оценки (60%) е с над двадесет процентни пункта над измереното в ЕС като цяло (38%). В същото време, почти една трета от европейците като цяло споделят скептични оценки за посоката на развитие на Общността във връзка с икономическата криза. Негативните оценки сред българските граждани са 7% или четири пъти по-малко от средното за ЕС27.

Общественото мнение в България традиционно изразява по-положителни от средните за Общността оценки за институциите и действията на Европейския съюз.

QB10. Сега, когато знаете за приоритетите на ЕС, мислите ли че Европейския съюз се движи в правилна посока или в грешна посока, за да излезе от кризата и да се изправи пред новите световни предизвикателства?



Въпреки преобладаващо положителните оценки на българските граждани за действията на ЕС за излизане от кризата, делът на одобрението и сред българите в частност и сред европейците като цяло е в тенденция на намаляване спрямо есента на 2010 г. Процентът на положителните оценки сред жителите на 27-те страни членки на ЕС през есента на 2011 г. е с 8 процентни пункта по-нисък от измереното в края на 2010 г. Спадът в положителните оценки води до ръст на песимизма („ЕС се движи в грешна посока“) сред европейците като цяло.

Данните за България показват подобна тенденция – намаляване на дела на одобрителните оценки с около 7 процентни пункта спрямо есента на 2010 г. Разликата в нагласите на българите спрямо нагласите на жителите на ЕС като цяло е, че делът на скептичните оценки у нас продължава да е относително нисък – отчитаме ръст на неодобрението само от 3 процентни пункта (от 4% на 7%).

Отчитаме значително по-висок от средното за страната дял на одобрителните оценки за посоката на развитие на ЕС сред българите с висше образование (72%) и сред все още учащите (66%), сред жителите на големите градове (66%), както и сред българите самооценяващи социалния си статус като среден (67%) и над средния (90%).

Делът на негативните оценки за посоката на развитие на ЕС по отношение на кризата е по-висок сред българите с ниска степен на заинтересованост по политическите теми (12%), сред често изпитващите затруднения в покриването на сметките и разходите на домакинството (10%).

1.2 Важност на инициативите на ЕС за възстановяването от икономическата криза

Всички тествани в проучването инициативи на Европейския съюз за излизане от кризата получават оценка „Важен”⁶ от над половината от запитаните и в България и в Европейския съюз като цяло.

Модернизирането на пазарите на труда с оглед повишаването на трудовата заетост е инициативата на ЕС, която българите оценяват като най-важна за успешно преодоляване на финансовата и икономическата криза. 87% от българските граждани над 15 години са на мнение, че тази инициатива е от решаващо значение за излизането от кризата.

Съкращенията на работни места, стесненото предлагане на работни места, повишени изисквания на работодателите при наемане на персонал бяха последици от финансовата и икономическата криза, които не подминаха нито България, нито повечето от страните от Общността. Именно затова, мерките в помощ на повишаването на трудовата заетост са най-важният според българите приоритет на ЕС за излизане от кризата и подготовка за следващото десетилетие.

⁶ Оценки 7-10 по десетобална скала, където 1 означава „Изобщо не е важна”, а 10 означава „Много важна”. Данните в графиката са сумата от процентите на респондентите отговорили с оценки 7-10.

Тази инициатива за разширяване на възможностите за професионална реализация получава по-високи от средното за страната оценки на важност от българите между 15-24 години (91%), работещите на мениджърски позиции (93%) и самооценяващите социалния си статус като висок (94%).

Стимулирането на по-природносьобразна икономика, подпомагането на конкурентноспособността на индустрията в ЕС и на интеграцията на бедните и социално изолираните като активни играчи в обществото са три европейски инициативи получили равна оценка и второ място в класацията на българското общество по индикатора важност. 86% от анкетираните в страната поставят оценка „Важен” на тези три мерки.

QB1. Моля, кажете ми, за всяка от следните инициативи, доколко важна или не смятате, че е тя, за да може ЕС да излезе от настоящата финансова и икономическа криза и да се подготви за следващото десетилетие.
(% казали, че инициативата е важна (7-10))



Подкрепата за по-екологична индустрия и икономика е относително по-висока сред българите на високи позиции в професионалната йерархия и социалната стълбица – българите на ръководни постове, самонаетите, както и оценяващите материалния си статус като среден или над средния.

Подпомагането на конкурентноспособността на индустрията на ЕС е относително по-важно за българите с висше образование (90%), учащите (91%) и жителите на големите градове (91%). Мерките за включване на бедните и социално изолираните получават по-високи дялове на оценки „Важен” от жителите на малките и средните градове (90%), от учащите (92%), както и от българите с висок социален статус (по самооценка).

Общественото мнение в България и в ЕС като цяло клони да подрежда приоритетите на Европейския съюз за излизане от кризата по сходен начин, като на ниво ЕС на преден план излиза подпомагането на бедните и социално изолираните и даването им на възможност да играят активна роля в обществото. Инициативите за подкрепа на научно-развойната и изследователската дейност и за стимулирането на електронната търговия чрез подсилване на свръхбързия интернет в България получават относително по-ниска степен на важност според населението на страната ни, а и сред населението на страните-членки като цяло.

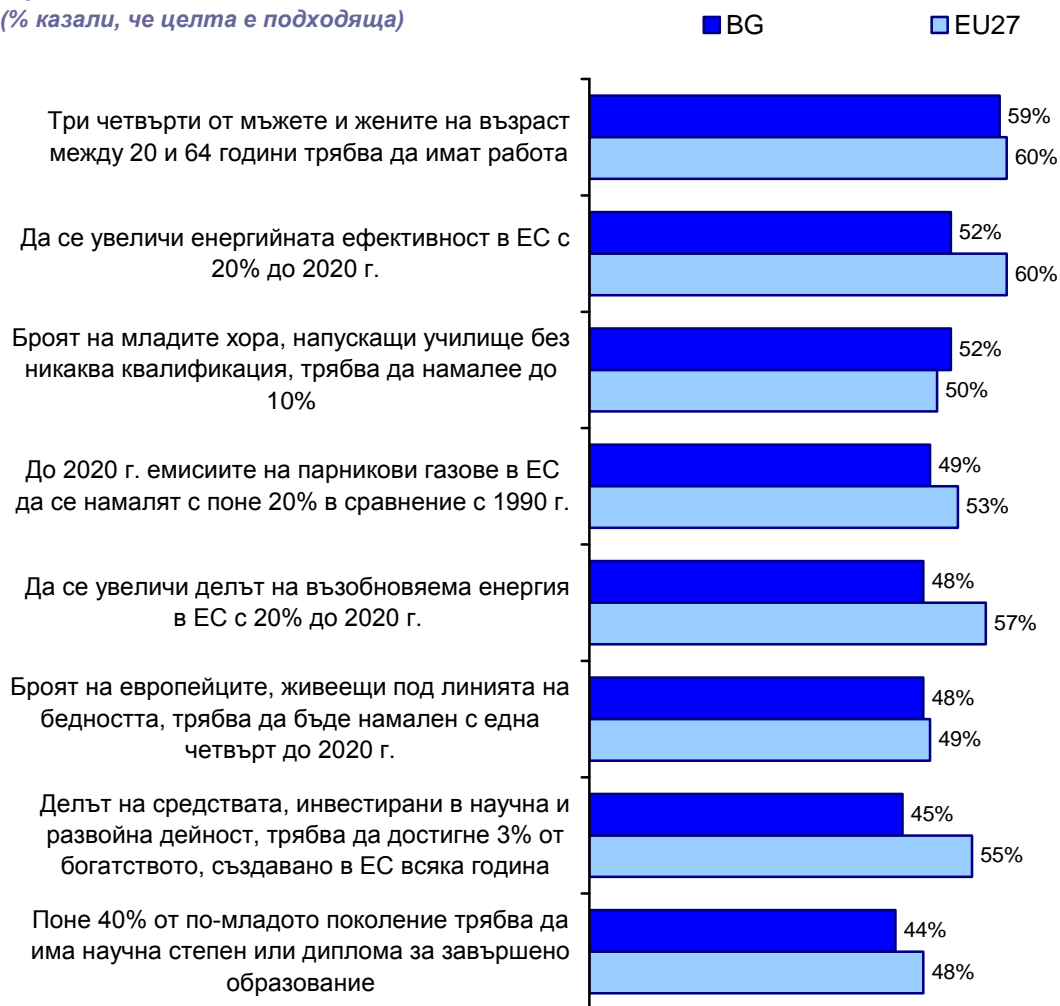
1.3 Оценка на целите на стратегията „Европа 2020”

Всички основни цели на стратегията „Европа 2020”, наблюдавани в рамките на проучването са оценени като адекватни (нито твърде скромни, нито твърде амбициозни) от около и над половината граждани на България и на Европейския съюз като цяло.

Осигуряването на висока трудова заетост (три четвърти от мъжете и жените на възраст между 20 и 64 години да имат работа) е целта на стратегията „Европа 2020”, която се ползва с най-висока степен на обществено одобрение (целта не е нито твърде амбициозна, нито твърде скромна, а такава каквато трябва да бъде) сред българските граждани. Това е още едно потвърждение на важността, която населението у нас, а и в Европа като цяло отдава на борбата с безработицата и ниското предлагане на работни места.

QB2. Моля кажете ми за всяка от следните цели, които трябва да бъдат постигнати от Европейския съюз до 2020 г., смятате ли, че те са твърде амбициозни, такива, каквито трябва да бъдат (подходящи) или са твърде скромни?

(% казали, че целта е подходяща)



Въпреки високото ниво на обществено одобрение на целта за осигуряване на заетост на три четвърти от хората в активна трудова възраст, регистрираме спад в дела на оценките на българите, че целта е такава, каквата трябва да бъде. За сметка на това, от есента на 2010 г. насам дялът на мненията сред българите, че целта е твърде амбициозна се намира във възходяща тенденция. В края на 2010 г. осигуряването на работни места за три четвърти от хората между 20 и 64 години в ЕС е било оценено като твърде амбициозна инициатива от 17% от българите, а днес на това мнение са 23% - с шест процентни пункта повече. За сравнение, данните по показателя на ниво ЕС27 са без значителни промени спрямо предишни периоди на изследване. Възможното обяснение за по-високия дял на песимистично настроените българи е повишаващото се ниво на безпокойство по отношение на заетостта, повлияно от продължаващите вече няколко години сериозни проблеми с намирането и задържането на работни места в страната.

Втората по дял на положителните оценки сред българите цел на стратегията е увеличаването на енергийната ефективност в ЕС с 20% до 2020 г – целта е оценена като адекватна от 52% от българите. Повишаването на енергийната ефективност изразяваща се главно в инвестиции и усилия за намаляване на потреблението на енергия става все по-актуална тема за българите в последните години – чрез санирането на жилища и офиси, оборудване с по-енергийно ефективни уреди за домакинствата.

Със същото ниво на одобрение (52% - целта е такава, каквато трябва да бъде) сред българите е целта на „Европа 2020“ за намаляване на дела на младите хора, които отпадат от образователната система без никаква квалификация до 10%.

Българите изразяват значително по-различни нагласи от тези на европейците като цяло по няколко от целите на стратегията. Първата от тях е достигането на дял на възобновяемата енергия в ЕС от 20% до 2020 г. 57% от гражданите на ЕС оценяват тази цел като достатъчно, но реалистично амбициозна. Българите обаче са малко по-скептични в това отношение – по-малко от половината (48%) определят целта като адекватна, а над една четвърт (26%) от сънародниците ни я намират като твърде амбициозна.

Другата цел от стратегията, по която наблюдаваме значителна разлика в нагласите на българите спрямо средното за ЕС са инвестициите в научна и развойна дейност. Достигането на инвестициите в научна и развойна дейност до 3% от богатството на ЕС на годишна база е оценявано като адекватна цел от 55% от европейците като цяло и от 45% от българите. Основната причина за по-ниския дял оценки сред българите на стратегията като адекватна е фактът, че над една четвърт от запитаните у нас не могат да дадат оценка за стратегията.

1.4. Нагласи по отношение на приоритетите на ЕС

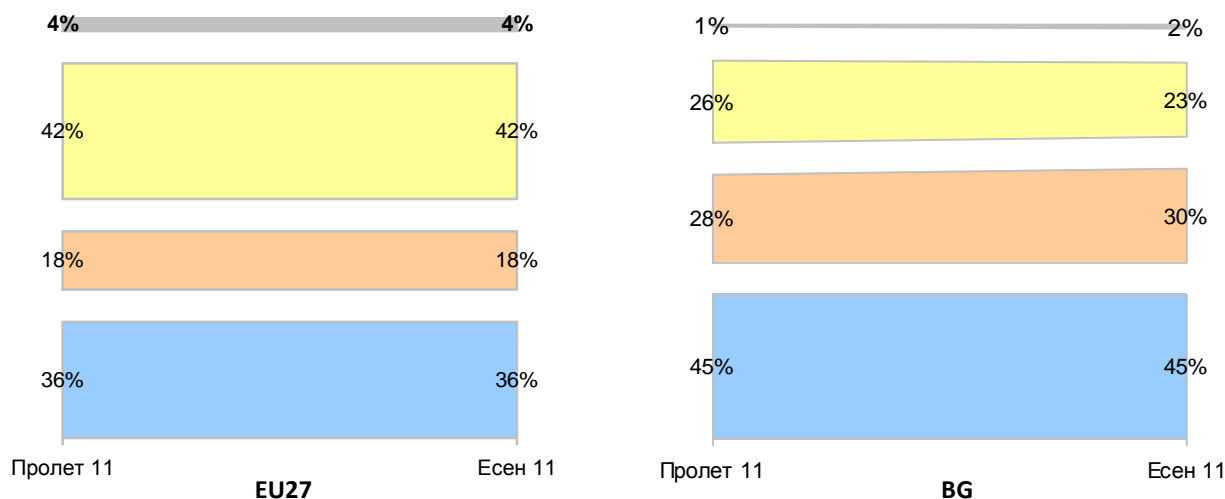
В настоящата глава са представени мненията на българските граждани и жителите на ЕС27 по отношение на необходимите приоритетни действия от страна на Европейския съюз по няколко от сферите с голямо обществено значение в страната и в Европейския съюз като цяло – трудовата заетост, бедността, индустрията и младите хора.

1.4.1. Европейски приоритети по отношение на трудовата заетост

Подпомагането на адаптацията на хората към новите условия на работа и възможните промени в кариерата получава най-висока подкрепа сред българите що се отнася до необходимите мерки от страна на ЕС по отношение на трудовата заетост. Приоритетът е подкрепен от 45% от българските граждани.

QВ8а. Мислейки за трудова заетост и умения, кое смятате, че трябва да бъде приоритет на ЕС? На първо място?

- Не знам
- Да насърчи възможностите за образование и обучение за всички в работна възраст ("обучение през целия живот")
- Да защити правата на хората да живеят и работят в друга страна от ЕС
- Да помогне на хората да се адаптират към новите условия на работа и възможните промени в кариерата



Нагласите на европейците като цяло по този въпрос са по-различни от мненията на българите. 42% от жителите на ЕС като цяло поставят акцент на важността на развиването на т.нар. „обучение през целия живот” - насърчаването на възможностите за образование и обучение за всички в работна възраст.

Нагласите по въпроса и в България и в ЕС като цял остават без значителни промени спрямо пролетта на 2011 г.

Подпомагането на адаптацията на хората към новите условия на работа е по-силно подкрепено от българите над 40-годишна възраст, неползващите интернет – т.е. именно хората застрашени в по-голяма степен от безработица и липса на възможности за реализация поради липса на умения и опит в работата в новите условия – които изискват езикова и компютърна грамотност и познания в ползването на интернет.

Приоритетът подкрепен от европейците като цяло – насърчаването на „обучението през целия живот” – намира по-голяма популярност сред по-младите българи – 25-39 годишните, учащите и завършилите висше образование, българите на ръководни постове в трудовата йерархия и самооценяващите социалния си статус като среден или висок.

1.4.2. Нагласи към действията на ЕС в борбата с бедността

Осигуряването на по-устойчива система за социална закрила и пенсионна система и по-добър достъп до системата на здравеопазването трябва да е основен приоритет на Европейския съюз що се отнася до борбата с бедността, заявяват 46% от българите⁷. Въпреки че е най-предпочитан приоритет, подкрепата за този вид мерки у нас е по-ниска в сравнение с пролетта на 2011 (53%). За сметка на това отчитаме ръст в дела на българите (от 28% на 31%), които биха заложили на иновативно образование, обучение и възможности за работа на най-заstraшените – т.е. на мерките, целящи по-скоро „изваждане” на бедните от бедността чрез заетост и образование, а не просто на поддържането им чрез социално подпомагане.

Общественото мнение в Европа изразява нагласи подобни на тези на българите – европейците изразяват най-висока степен на подкрепа за осигуряването на устойчива система за социална закрила (40%), следвана от осигуряването на обучение и работа за бедните (31%). Мненията в ЕС като цяло са без промени спрямо пролетта на 2011.

Мерките за осигуряването на устойчива система за социална закрила, пенсионна система и по-добър достъп до здравеопазването са подкрепени в по-голяма степен от българите над 55-годишна възраст (54%) и от пенсионерите (56%).

Най-младите (15-25 г.), учащите, самонаетите, българите на мениджърски позиции, както и редовните интернет потребители се обявяват за мерките, които биха помогнали на бедните да се преборят с бедността и зависимостта от системата социалното подпомагане и да заемат активна роля в обществото – чрез образование, обучение и осигуряване на възможности за работа.

1.4.3. Подпомагане на индустрията: приоритети на Европейския съюз

Реформите на регулацията с оглед улесняването на започването на бизнес трябва да са основната насока на действия от страна на Европейския съюз що се отнася до индустрията. Тази нагласа споделят 40% от българските граждани⁸.

Приоритетът целящ по-лесно създаване на бизнес е по-силно подкрепен от българите във възрастовите групи 15-24 г. и 40-54 г., самонаетите, безработните, учащите.

Европейското обществено мнение изразява предпочитания относно мерките за индустрията подобни на нагласите у нас – на първо място в класацията на приоритетите сред гражданите на всички страни-членки е опростяването на правилата за започването на малък и среден бизнес. По-голяма разлика в мненията на българите и европейците е по-високата подкрепа на европейците за разпространението на зелената икономика – 31% от европейските граждани са на мнение, че това е най-важният приоритет на ЕС за индустрията. Понятието „зелена

⁷ Въпрос QB9a. Мислейки за бедността, кое смятате, че трябва да бъде приоритет на ЕС?

⁸ Въпрос QB7a. Мислейки за индустрията, кое смятате, че трябва да бъде приоритет на ЕС?

икономика” засега има по-слаба популярност в българското общество, което обяснява по-ниската подкрепа на българите (21% спрямо 31% сред ЕС27) за приоритетни действия в тази насока.

1.4.4. Мерки на ЕС за подпомагане на младите хора

Повишаването на общото качество на всички образователни нива, както и осигуряването на трудова заетост на повече млади хора са два от приоритетите на ЕС по отношение на младите хора, които получават подкрепа от почти равни дялове от българите⁹. Подобряването на качеството на образованието е топ приоритет според 45% от българите, а наемането на повече млади хора на работа е споменато от 40% от сънародниците ни.

Докато мненията у нас са раздвоени, общественото мнение в Европейския съюз има ясно изградена представа за това какво трябва да се направи в помощ на младите хора. 51% от жителите на ЕС като цяло са категорични, че наемането на повече млади хора трябва да е най-важната цел на Общността.

Повишаването на качеството на образованието е от по-голямо значение за все още учащите българи (57% при средно за страната 45%), българите с висше образование (55%), заетите на ръководни постове (63%) и ползващите интернет всекидневно (53%), докато осигуряването на работни места младите хора е от първостепенно значение по-скоро за живеещите в селата (52%), българите над 55-годишна възраст (44%), безработните (52%).

2. Информираност на населението на Европейския съюз относно европейските въпроси

2.1. Медийни канали за информиране по европейските въпроси

Телевизията е основен канал за информиране на населението на Европейския съюз и на България в частност – независимо дали става въпрос за информиране за национални¹⁰ или европейски¹¹ политически въпроси. Над 80% от населението на страната получава необходимата информация за политическите въпроси главно от телевизионните канали.

⁹ Въпрос QB4a. Мислейки за младите хора, кое смятате, че трябва да бъде приоритет на ЕС?

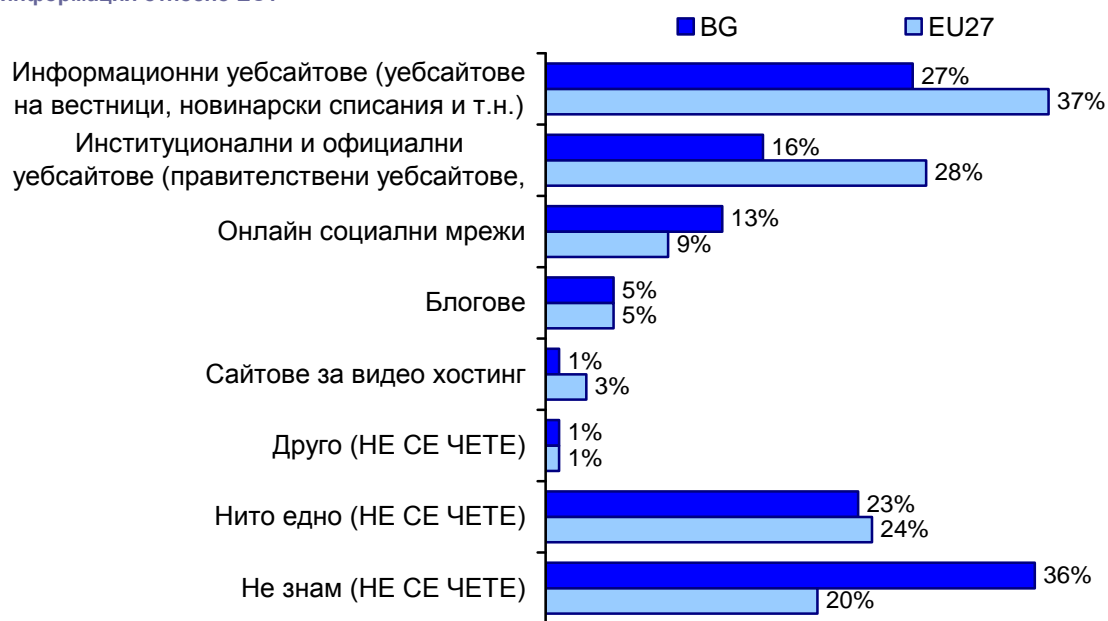
¹⁰ Въпрос QD4a. Откъде научавате повечето новини за националните политически въпроси?

¹¹ Въпрос QD5a. От къде научавате повечето новини за европейските политически въпроси?

Вторият най-често използван канал за получаване на информация за политически въпроси у нас е интернет – 5% от българите четат за политическите въпроси (национални или европейски) основно от световната мрежа. Процентът ползващи интернет като основен източник на новини за политически въпроси в Европейския съюз като цяло е 11%. Интернет като основен източник на европейски политически новини е по-силно предпочетен от най-младите българи (15-24 г. – 13%), учащите (13%) и висшистите (9%).

Когато става въпрос за интернет източници на информация относно ЕС, новинарските информационни уеб-сайтове са страниците, които интернет потребителите и у нас и в Европа като цяло оценяват като най-ползени. Втори по популярност са институционалните и официалните уебсайтове – оценени като полезни от 16% от българите и 28% от европейците. Различните социално-демографски групи не проявяват различни предпочитания към интернет източниците на информация относно ЕС.

QD12. На кои от изброените уебсайтове би Ви било полезно да намирате информация относно ЕС?



Макар и традиционен и утвърден вид медиа, пресата е основен предпочитан информационен източник за едва 1% от българските граждани. За сравнение, процентът в Европа е десетократно по-висок – около 11-12% от европейците разчитат именно на пресата за получаване на съответно европейските и националните политически новини.

2.2. Оценка на представянето на Европейския съюз от страна на националните медии

Мнозинството от българските граждани е на мнението, че телевизията, радиото и пресата в страната говорят достатъчно за въпросите на ЕС¹². Телевизията е оценявана най-положително – 63% от българите и 54% от европейските граждани като цяло са на мнение, че националните телевизионни канали отделят достатъчно внимание на европейската тематика. Относително високият процент положителни оценки що се отнася до телевизията до известна степен се дължи и на факта, че телевизията е най-широко използваната медия в България и в Европа.

Що се отнася до другите медии, около половината от българските граждани смятат, че българските радиостанции и печатни медии говорят достатъчно за проблемите на ЕС. Малко над една десета от анкетиранияте у нас са на мнение, че тези две медии говорят за ЕС по-малко, отколкото трябва – 16% определят вниманието на радиата към ЕС като твърде малко, а 12% определят мястото на европейските въпроси в пресата като недостатъчно.

Над 60% от българите не могат да дадат оценка доколко достатъчно е отразяването на европейските въпроси в интернет (вероятно дължащо се на относително по-малкия дял на българите ползващи тази медия), а 31% са на мнение, че отделеното място на въпросите отнасящи се до Общността в онлайн медиите е достатъчно.

Оценките на населението на страната по отношение на обективността на представяне на новините и въпросите на ЕС са предимно положителни.¹³ 61% от българите смятат, че българската телевизия отразява новините свързани с Европейския съюз обективно. Пренебрежителен дял от населението на страната (1%) са на мнение, че телевизията в България отразява европейските новини и събития твърде негативно.

Регистрираме преобладаващо положителни оценки за обективността и на българското радио и българската преса по отношение на представянето на ЕС – 48% от населението на страната са на мнение, че радиостанциите у нас отразяват събитията и новините относно ЕС достатъчно обективно. 52% от анкетиранияте у нас пък са на мнение, че пресата в страната е обективна що се отнася до въпросите на Европейския съюз.

Данните за оценките на представянето на Европейския съюз и сред българите в частност и сред европейските граждани като цяло са без значителна промяна спрямо есента на 2010.

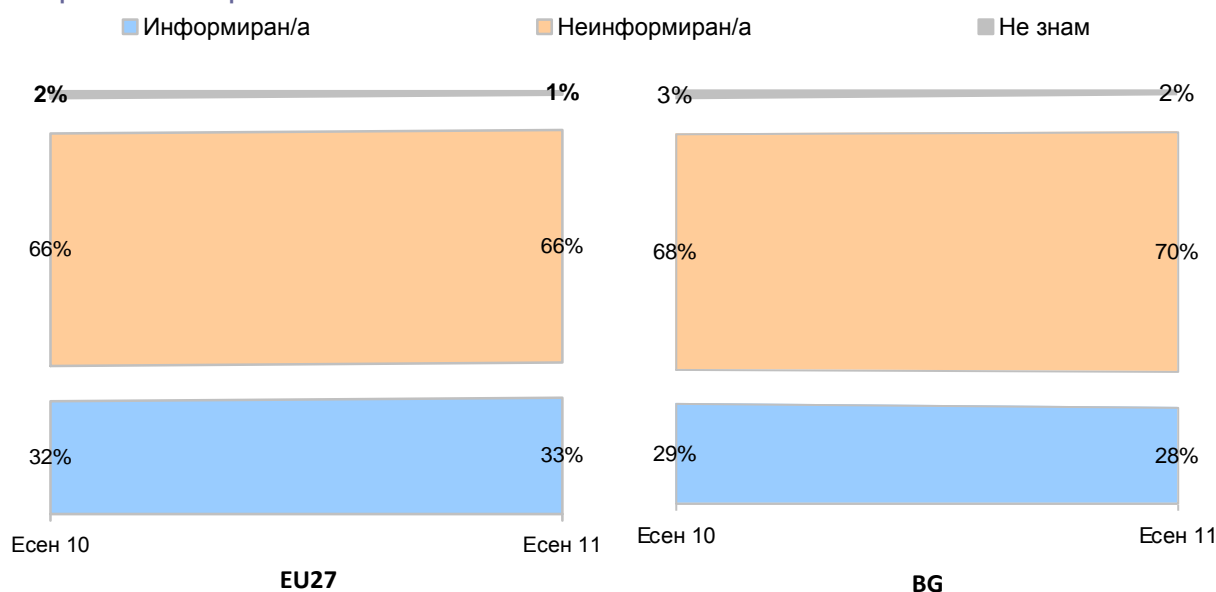
¹² Въпрос QD10. Като цяло, смятате ли, че българската/ите говори/ят твърде много, достатъчно или твърде малко за Европейския съюз?

¹³ Въпрос QD11. Смятате ли, че българската/ите ... представя/т Европейския съюз твърде позитивно, обективно или твърде негативно?

2.3. Оценка на степента на информираност по европейските въпроси

28% от българските граждани се смятат за информирани по европейските въпроси. Нивото на самооценявана информираност сред българите е малко по-ниско, но близко до средното за Европа (33%). Данните са без особени промени спрямо есента на 2010 г.

QD2. И като цяло, доколко смятате, че Вие сте добре информиран/а или не относно европейските въпроси?



Относително по-информираните (по самооценка) по европейските въпроси социално-демографски групи са българите на възраст 25-54 години, висшистите (44% информирани), жителите на големите градове (35%), самонаетите, заетите на ръководни постове, както и квалифицираните служители. Сред по-добре информираните са и редовните потребители на интернет – 43% и българите със среден и над средния социален статус (по самооценка).

Друг индикатор за измерване на информираността с въпросите на ЕС освен самооценката е оценката за запознатостта на населението на страната като цяло¹⁴. 18% от българските граждани са на мнение, че населението на България е информирано по европейските въпроси. Подобно на самооценката, средните оценки на българите за информираността на населението са малко по-ниски от средното за Европа – 24%. Данните и по този индикатор остават стабилни спрямо края на 2010 г.

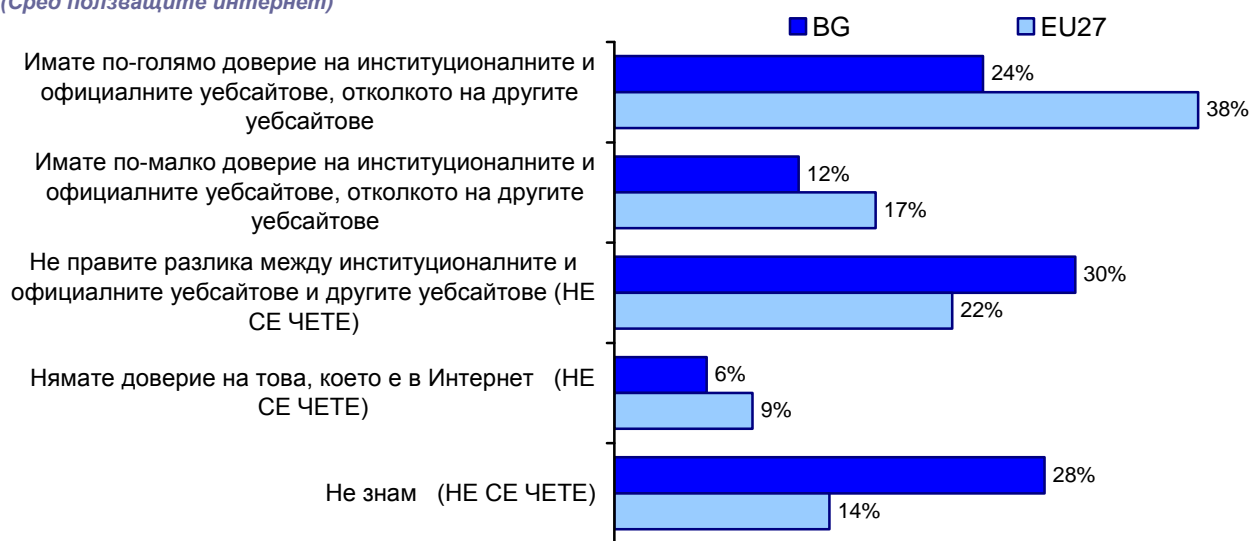
¹⁴ QD1. Като цяло, доколко смятате, че хората в България са добре информирани или не относно европейските въпроси?

2.4. Роля на интернет по отношение на информирането с европейските въпроси

Както беше споменато по-горе, интернет е вторият по популярност източник на информация по национални и европейски политически въпроси. 5% от българите и 11% от европейците¹⁵ разчитат основно на виртуалната мрежа, за да се информират за най-актуалните новини и събития от националния и европейския контекст.

23% от българите и 30% от европейците като цяло заявяват, че интернет е един от източниците които ползват за информиране с Европейския съюз, неговите политики и институции¹⁶. Процентът ползващи интернет за информиране с въпроси от европейско естество е стабилен спрямо есента на 2010 – и сред българите и сред европейците като цяло.

QD8. Кое от следните две твърдения относно Интернет е по-близо до Вашето мнение?
(Сред ползващите интернет)



Що се отнася до доверието на интернет потребителите в различните типове интернет страници, институционалните и официални уебсайтове са предпочитан и по-надежден източник на информация отколкото обикновените неофициални страници според 24% от българите. Доверието на европейците към институционалните и официалните сайтове е значително по-високо от средното за България. На противоположното мнение – с по-голямо доверие в неофициалните, отколкото в официалните страници – са 12% от българите и 17% от европейците.

В обобщение, населението на страната продължава да изразява одобрително отношение към планираните мерки на Европейския съюз за излизане от икономическата и финансова криза, както и към целите на стратегията „Европа 2020” и към Европейския съюз като цяло. С оглед на продължаващата криза и опасенията от задълбочаване на затрудненията през 2012, както и дългосрочната тенденция на застаряване на населението, фокусът на общественото внимание в България и в ЕС като цяло е насочен главно към борбата с безработицата, осигуряването на трудова реализация за

¹⁵ Според данните от въпрос QD5a.

¹⁶ „Въпрос QD9. Кои от следните източници използвате, когато търсите информация за Европейския съюз, неговите политики и институции?”

Процентът споменали «Интернет» е по-висок от процента в данните на въпрос qd5a, тъй като във въпрос qd9 респондентите могат да дават повече от един отговор.

младите, както и борбата с бедността и социалната изолация. Интернет навлиза все повече в живота на българите и европейците и става все по-активна страна в информирането на населението за ставащото в Общността. Въпреки това, традиционните медии, особено телевизията продължават да имат водеща роля що се отнася до получаването на навременна информация за актуалните събития в Европа и страната.