

Стандарден Евробарометар 76

**ЈАВНОТО МИСЛЕЊЕ ВО ЕВРОПСКАТА УНИЈА
Есен 2011**

**НАЦИОНАЛЕН
ИЗВЕШТАЈ**

**ПОРАНЕШНА
ЈУГОСЛОВЕНСКА
РЕПУБЛИКА
МАКЕДОНИЈА**

Ова истражување беше порачано и координирано од Генералниот директорат за комуникации на Европската комисија.

Овој извештај е подготвен за Делегацијата на Европската Унија во поранешна југословенска Република Македонија.

Овој извештај не го претставува гледиштето на Европската комисија.
Толкувањата и мислењата кои се содржани се исклучиво на авторот.

Стандарден Евробарометар 76 / Есен 2011 – TNS Opinion & Social

Вовед

1. Информираност за европските прашања

1.1 Перцепција на информираноста на јавноста за европските прашања

1.2 Самопроценка на личното ниво на информираност за европските прашања

2. Медиумски навики и извори на информирање за европските политички прашања

2.1 Претпочитани медиуми

2.2 Извори на информирање за европските политички прашања

3. Влијание на интернетот врз информираноста за европските политички прашања

3.1 Претпочитани вебстраници за добивање информации за европските политички прашања

3.2 Кредибилитет на вебстраниците како извор на информации

3.3 Проценка на улогата на социјалните мрежи во процесот на информирање за политичките прашања

4. Колку и како се зборува за ЕУ во медиумите

4.1 Дали во медиумите доволно се зборува за ЕУ?

4.2 Дали во медиумите ЕУ се претставува во позитивно или негативно светло?

Технички спецификации

Прашалник

Вовед

Од 5 до 20 ноември 2011 година, конзорциумот TNS Opinion & Social на барање на Европската Комисија и Општата управа за комуникации на Европската Комисија, го спроведе СТАНДАРДНИОТ ЕВРОБАРОМЕТАР 76. Истражувањето беше спроведено во 27-те држави-членки на Европската Унија и во петте земји-кандидати – поранешна југословенска Република Македонија¹, Хрватска, Турција, Исланд, Црна Гора, како и во делот на Кипар кој е под турска управа.

Во поранешната југословенска Република Македонија истражувањето го спроведе TNS BRIMA. Извештајот го напиша директорот на истражувања на TNS BRIMA, Ѓорѓи Кимов.

Истражувањето опфати 31.659 испитаници во 27-те земји-членки на Европската Унија и во земјите-кандидатки за членство во ЕУ.

Анкетарите ги спроведоа интервјуата во домовите на учесниците. Примерокот е репрезентативен за мислењето на граѓаните над 15 години и исто така е показател за ставовите и размислувањата на сите социјални, професионални и возрастни групи на населението во градовите и во руралните средини. Истражувањето во земјава опфати 1.056 испитаници.

Овој извештај ги претставува резултатите од Евробарометарот спроведен во поранешната југословенска Република Македонија. Тој претставува незаменлив извор на информации за перцепцијата на граѓаните за ЕУ.

Низ целиот текст, споменувањето на граѓаните на поранешна југословенска Република Македонија нема никаква етничка конотација. Изразот, пак, Европеец или европски испитаници, се однесува на оние кои се граѓани на која било држава-членка на ЕУ. Кратенката „EU27“ се однесува на средната вредност на податоците за сите 27 земји-членки на Европската Унија.

Во периодот меѓу двата последни извештаи на Стандардниот Евробарометар (ЕВ74 и ЕВ76), на 1 јули 2011, Полска го презеде од Унгарија претседателството со ЕУ.

Настан кој имаше значајно влијание врз политичката клима во домашната јавност во периодот меѓу двата последни Евробарометри е одржувањето на предвремените парламентарни избори во јуни 2011.

Генерално влијание врз вкупната клима во јавното мислење во земјата имаа актуелните проблеми во врска со должничката криза во еврозоната и загриженоста од нејзините импликации врз националната економија.

¹ Привремениот код на ниеден начин не ја прејудуира дефинитивната номенклатура за оваа земја која ќе биде договорена во согласност со заклучоците од преговорите кои се водат во Обединетите Нации.

1. Информираност за европските прашања

1.1 Перцепција за информираноста на јавноста за европските прашања

- Во пораст процентот на граѓани кои сметаат дека јавноста е доволно информирана за ЕУ-прашањата

Табела 1

QD1 Во која мера сметате дека луѓето во вашата земја се информирани за ЕУ?	EU 27		МК	
	ЕВ 74.2 ноември 2010	ЕВ 76.3 ноември 2011	ЕВ 74.2 ноември 2010	ЕВ 76.3 ноември 2011
Доволно информирани	24%	24%	32%	43%
Не доволно информирани	73%	73%	60%	51%
Не знае	3%	3%	8%	6%

Во периодот меѓу двете последни истражувања (ноември 2010 - ноември 2011), кај анкетираниите граѓани на државава е забележан пораст од цели 11 процентни поени на оние што сметаат дека домашната јавност е доволно информирана за прашањата поврзани со ЕУ (од 32% на 43%). Истовремено за девет процентни поени се намалил бројот на оние што сметаат дека домашната јавност не е доволно информирана за овие прашања (од 60% на 51%). Интересно е тоа што перцепцијата на граѓаните на земјава за информираноста на домашната јавност за европските прашања е попозитивна од перцепцијата на граѓаните на ЕУ за информираноста на нивната јавност за овие прашања (43% анкетирани во земјава оценуваат дека домашната јавност е доволно информирана, наспроти 24% од анкетираниите во ЕУ).

Резултатите од последниот Евробарометар потврдуваат дека кај европската јавност нема промени во перцепцијата за информираноста на граѓаните во однос на прашањата поврзани со ЕУ. Како и во претходното истражување (ноември 2010), само 24% од анкетираниите сметаат дека граѓаните на ЕУ се доволно информирани, додека високи 73% и натаму сметаат дека тие не се доволно информирани за европските прашања.

Во земјава, перцепцијата дека домашната јавност е доволно информирана за европските прашања е најраспространета помеѓу оние граѓани кои себеси високо се позиционираат на општествена скала (57%), професионалците (55%), оние кои пројавуваат висок интерес за политички прашања (53%) и за политиката на ЕУ (48%), како и кај анкетираниите со многу висок индекс на следење на медиумите² (45%).

Сепак, половина од анкетираниите (51%) сметаат дека домашната јавност не е доволно информирана за прашањата поврзани со ЕУ. Ваквата перцепција е најраспространета помеѓу мануелните работници (62%), оние кои живеат во помалите или средните по големина градови од земјава (59%), оние кои пројавуваат слаб интерес за политиката (57%) и кај анкетираниите кои истакнале дека воопшто не се интересираат за политиката на ЕУ (56%). Исто така,

² Врз основа на дополнителна обработка на сетот на прашања за тоа колку често анкетираниите ги користат медиумите (телевизијата, радиото, печатените медиуми и интернетот) анкетираниите се рангирани во четири категории: многу висок, висок, низок и многу низок индекс на користење на медиумите.

перцепција за недоволна информираност на граѓаните за европските прашања е лоцирана кај оние кои имаат понизок коефициент на користење на медиумите.

1.2 Самопроценка за личното ниво на информираност за европските прашања

- Повеќе граѓани во земјава отколку во ЕУ сметаат дека се доволно информирани за европските прашања

Табела 2

QD2 Во која мера сметате дека Вие сте доволно информирани или не сте информирани за европските прашања?	ЕУ 27		МК	
	ЕВ 74.2 ноември 2010	ЕВ 76.3 ноември 2011	ЕВ 74.2 ноември 2010	ЕВ 76.3 ноември 2011
Доволно информирани	32%	33%	38%	43%
Недоволно информирани	66%	66%	60%	56%
Не знае	2%	1%	2%	1%

Последниот Евробарометар укажува на конзистентна перцепција на европската јавност за личното ниво на информираност во однос на европските прашања. Во споредба со истражувањето од ноември 2010, Евробарометарот од ноември 2011 покажува зголемување од само еден процентен поен на испитаниците кои оценуваат дека се лично доволно информирани за европските прашања (од 32% на 33%). И натаму, две третини (66%) од анкетираниите граѓани на ЕУ проценуваат дека лично не се доволно информирани за прашањата поврзани со Унијата.

Кај домашната јавност останува тенденцијата да го оценува личното ниво на информираност за европските прашања повисоко отколку анкетираниите граѓани на Унијата (МК 43%; ЕУ 33%). Последниот Евробарометар покажува покачување од пет процентни поени на анкетираниите во земјава кои оценуваат дека се лично доволно информирани за прашањата поврзани со Унијата (од 38% на 43%). За сметка на тоа, за четири процентни поени се намалил бројот на анкетираниите кои личното ниво на информираност за европските прашања го оценуваат како недоволно (од 60% на 56%).

Анализата на одговорите, од аспект на полот, покажува дека половина од анкетираниите од машки пол (51%) го оценуваат личното ниво на информираност за европските прашања како добро наспроти само третина (35%) од женските испитаници кои оценуваат дека се добро информирани за прашањата поврзани со ЕУ.

Социодемографската анализа натаму покажува дека најголем процент од испитаниците кои личното ниво на информираност за европските прашања го оцениле како добро и' припаѓаат на возрасната група од 40 до 54 години (50%). Речиси две третини (61%) се со високо образование, 64% се професионалци и 62% се позиционираат себеси високо на социјалната скала. Најголем дел од овие испитаници пројавуваат силен интерес за политички теми (72%) и се интересираат за политиката на ЕУ (53%). Кај повеќе од 70% од овие анкетирани доминира силна тенденција да ги убедуваат другите луѓе во нивните ставови. Анализата на одговорите покажува и дека кај 53% од анкетираниите постои висок интерес за користење на медиуми, при што речиси две третини од нив секој ден ги читаат печатените медиуми (65%).

Од оние граѓани на државава кои своето лично ниво на познавање на европските прашања го оценуваат како недоволно, повеќе од две третини (67%)

се со основно образование, 73% се домаќинки, 66% имаат проблеми со плаќање на сметките и 68% се позиционираат себеси ниско на социјалната скала.

2. Медиумски навики и извори на информирање за европските политички прашања

2.1 Претпочитани медиуми

• Се' позначајна е улогата на интернетот и социјалните мрежи во информирањето за европските политички прашања

Табела 3

QD3 Најмалку еднаш неделно ...	EU 27		МК	
	ЕВ 74.2 ноември 2010	ЕВ76.3 ноември 2011	ЕВ74.2 ноември 2010	ЕВ 76.3 ноември 2011
Гледа телевизија на телевизор или гледа телевизија на интернет	97%	98%	97%	99%
Слуша радио	79%	76%	37%	39%
Чита печатени медиуми	73%	71%	56%	51%
Користи интернет	63%	64%	42%	50%
Користи онлајн социјални мрежи	33%	35%	28%	36%

Во одговорите на прашањето колку редовно граѓаните користат одредени медиуми, воочливо е дека навиките на редовните корисници на медиумите (користат одреден медиум најмалку еднаш неделно) во земјава се совпаѓаат со просекот во европските земји кога станува збор за телевизијата (во 2010 и во ЕУ и во земјава ја користеле 97%, а во 2011, 98% во ЕУ и 99% во земјава). Во однос на слушаноста на радиото, кај домашната јавност има благо зголемување во однос на претходната година од два процентни поени. Резултатите покажуваат дека во земјава значително помалку се слуша радио во однос на просекот во европските земји (во 2010, 79% во ЕУ и 37% во земјава, а во 2011 година оваа разлика е намалена на 76% наспрема 39%). Слична е структурата на податоците и во однос на редовните читатели на печатените медиуми. Во однос на граѓаните во земјава, жителите на ЕУ за 20 процентни поени повеќе во 2010 и за 17 во 2011 редовно користеле печатени медиуми за информирање.

Од друга страна, истражувањето во 2011 година покажува зголемување од осум процентни поени на граѓаните во земјава кои користат интернет и социјални мрежи во однос на 2010 (интернет 42%: 50%; социјални мрежи 28%: 36%). Овие промени во медиумските навики придонесуваат сликата за користењето на интернетот во земјава да добие тенденција на изедначување со просекот во ЕУ (63%; 64%), а во однос на користењето на социјалните мрежи сликата во 2011 година е речиси идентична во ЕУ (35%) и во земјава (36%).

Од анкетираниите во земјава кои се изјасниле дека барем еднаш неделно користат интернет, поголем процент се помлади луѓе, од машки пол (54% во однос на 44% припаднички на женскиот пол), студенти (94%), од вработените со повисок процент се јавуваат менаџерите (90%), оние кои себеси се позиционираат високо на социјалната скала (79%), анкетираниите со висок интерес за политичките прашања (58%) и т.н. опинион лидери - лица кои често влијаат на мислењата на своите пријатели, роднини или колеги за работите за кои се убедени дека се точни (61%). Анализата на резултатите покажува

очигледно совпаѓање на профилот на граѓаните кои редовно ги користат социјалните мрежи со профилот на граѓаните кои редовно користат интернет.

2.2 Извори на информирање за европските политички прашања

- Во земјава интернетот станува се' поважен извор на информирање за европските политички прашања

Табела 4

QD5a,b Каде ги добивате повеќето вести за европските политички прашања?	EU 27		МК	
	ЕВ 74.2 ноември 2010	ЕВ 76.3 ноември 2011	ЕВ 74.2 ноември 2010	ЕВ 76.3 ноември 2011
Телевизија	81%	79%	90%	84%
Печат	49%	47%	39%	31%
Радио	34%	35%	13%	12%
Интернет	26%	26%	26%	29%
Друго	2%	1%	4%	7%
Вие не барате вести за европските политички прашања	7%	10%	7%	12%
Не знае	1%	1%	0%	1%

Граѓаните и во земјава и во Унијата, како најчесто користен извор за информирање за европските политички прашања ја истакнуваат телевизијата. Меѓутоа користењето на телевизијата како извор за информирање има тенденција на опаѓање во текот на минатата година - за два процентни поени во ЕУ (81%; 79%) и за шест во земјава (90%; 84%). Користењето на печатените медиуми како извор за информирање за европските политички прашања исто така бележи опаѓање во 2011 во однос на 2010 година и тоа за осум процентни поени кај домашната јавност (39%; 31%) и за само два во Унијата (49%; 47%).

Слушањето радио се разликува кај домашната и европската јавност и тоа кај европската јавност радиото е повеќе слушано за 23 процентни поени во 2011 (35%;12%) и за 21 во 2010 (34%; 13%).

Поголемото користење интернет како медиум за информирање во земјава е видливо и во 2011 година; во однос на 2010 година е зголемено за три процентни поени (26%; 29%), додека во европските земји не е забележана разлика (26%; 26%).

Бројот на граѓаните кои се изјасниле дека не се заинтересирани за ваквите прашања во земјава се зголемил за пет процентни поени во однос на 2010 година (од 7% на 12%).

Типичен профил на респондентите кои како медиум за информирање за европските политички прашања ги користат печатените медиуми е повозрасен вработен маж, со повисоко образование, кој има тенденција со своите ставови да влијае на мислењата на своите пријатели и роднини.

Типичен корисник на интернетот како извор за информирање за европските прашања е маж (31%), на возраст од 15 до 24 години (53%), студент (61%), кој покажува висок интерес за политика (42%), редовно користи социјални мрежи (68%) и има висок индекс на користење на медиуми (67%).

3. Влијание на интернетот врз информираноста за европските прашања

3.1 Претпочитани вебстраници за добивање информации за европските политички прашања

- Корисниците на интернет во земјите опфатени со Евробарометарот ги препочитаат информативните вебстраници

Последниот Евробарометар покажува дека кај граѓаните кои го користат интернетот за добивање информации за европските политички прашања најпреферирани се информативните вебстраници (на весници, списанија за вести итн.) и тоа кај 59% од домашните испитаници и кај 72% од оние во земјите-членки на ЕУ.

Табела 5

QD7 На интернет, кои од следните вебстраници ги користите за да добиете вести за европски политички прашања?	EU 27	MK
	ЕВ 76.3 ноември 2011	ЕВ 76.3 ноември 2011
Вебстраници на институции и официјални вебстраници	34%	20%
Информативни вебстраници	72%	59%
Онлајн социјални мрежи	19%	34%
Блогови	9%	13%
Видео хостинг сајтови	6%	5%
Друго	2%	1%
Ниедно	7%	4%
Не знае	2%	2%

Кај домашната јавност, социјалните мрежи се на второ место на листата на најкористени извори на информации за овие прашања (34%), за разлика од земјите-членки на ЕУ, каде на второ место се вебстраниците на институциите и официјалните страници (34%). Високото котирање на социјалните мрежи како ресурс за информирање во земјава можеби е резултат на новата пракса на владините институции да се приближуваат до јавноста преку овие мрежи за директна комуникација со граѓаните.

Анкетираните граѓани во земјава во помал број ги користат официјалните страници за информирање за европски политички прашања (20%), за разлика од граѓаните на земјите-членки на ЕУ (34%).

Блоговите, видео хостинг и другите интернет страници помалку се користат за информирање за европски политички прашања, и од домашната јавност и од граѓаните од земјите-членки на ЕУ.

3.2 Кредибилитет на вебстраниците како извор на информации

- Значителен дел од корисниците на интернет и во земјава и во Унијата оценуваат дека не постои разлика во кредибилитетот меѓу официјалните и другите вебстраници

Анализата на одговорите на граѓани во земјава кои користат интернет, во однос на довербата во вебстраниците како извор на информации, покажува дека најголем број од нив (28%) сметаат дека не постои разлика во кредибилитетот на

информациите понудени на официјалните, институциски и останатите вебстраници, за разлика од земјите во ЕУ, каде најголем број од анкетираниите сметаат дека институциските вебстраници се покредибилни во однос на останатите (38%).

Табела 6

QD8 Која од следниве изјави е поблиску до Вашето мислење?	EU 27		МК	
	ЕВ 76.3 ноември 2011	ЕВ 76.3 ноември 2011	ЕВ 76.3 ноември 2011	ЕВ 76.3 ноември 2011
Имате повеќе доверба во вебстраниците на институциите и официјалните вебстраници отколку со други вебстраници	38%	25%	38%	25%
Имате помалку доверба во вебстраниците на институциите и официјалните вебстраници отколку во други вебстраници	17%	22%	17%	22%
Вие не правите разлика помеѓу вебстраниците на институциите и официјалните вебстраници и други вебстраници	22%	28%	22%	28%
Вие не верувате во она што е на интернет	9%	5%	9%	5%
Не знае	14%	20%	14%	20%

Сепак и во земјава е поголем бројот на оние кои сметаат дека на официјалните, институциски вебстраници може повеќе да им се верува во однос на другите страници (25%) од оние кои сметаат дека ним може помалку да им се верува (22%). Во земјава секој петти граѓанин не знае дали постои разлика во веродостојноста на информациите понудени на официјалните институциски вебстраници од оние на другите страници (20%). Ваков одговор дале 14% од граѓаните во земјите од ЕУ. И таму и во земјава, мал е бројот на оние кои не веруваат во информациите понудени на интернет воопшто (9% во ЕУ; 5% во земјава).

3.3 Проценка на улогата на социјалните мрежи во процесот на информирање за политичките прашања

- Во земјава рапидно зголемена позитивната перцепција на социјалните мрежи

Табела 7

QD13 Без оглед дали земате или не земате учество во социјалните мрежи, кажете ми да ли се согласувате или не со:	Се согласува				Не се согласува				Не знае			
	ЕВ 74.2 ноември 2010		ЕВ 76.3 ноември 2011		ЕВ 74.2 ноември 2010		ЕВ 76.3 ноември 2011		ЕВ 74.2 ноември 2010		ЕВ 76.3 ноември 2011	
	EU27	МК	EU27	МК	EU27	МК	EU27	МК	EU27	МК	EU27	МК
Интернет соц. мрежи се модерен начин да се биде во чекор со политички случувања	42%	38%	47%	58%	24%	14%	24%	16%	34%	48%	29%	26%
На инфор. за пол. прашања од онлајн соц. мрежи не може да им се верува	37%	30%	40%	40%	23%	17%	26%	27%	40%	53%	34%	33%
Онлајн социјалните мрежи може да ги заинтересраат луѓето за политички прашања	41%	35%	47%	51%	24%	15%	23%	19%	35%	50%	30%	30%
Онлајн соц. мрежи се добар начин да го кажете вашето мислење за политички прашања	41%	35%	47%	52%	23%	13%	23%	17%	36%	52%	30%	31%

Во текот на минатата година во земјава рапидно се зголемила позитивната перцепција на социјалните мрежи како алатки за информирање за политички прашања. Тренд на зголемување, но со значително послаб интензитет, има и во земјите на Унијата.

Во домашната јавност најмногу се зголемила позитивната евалуација на социјалните мрежи како модерен начин да се биде во чекор со политичките

случувања, и тоа за 20 процентни поени (38%; 58%); во ЕУ зголемувањето е за пет процентни поени (42%; 47%).

Втор по распространетост е ставот за социјалните мрежи како добар начин да се каже сопственото мислење за политички прашања – со него во земјава се согласуваат за 17 процентни поени повеќе граѓани во однос на претходното истражување (35%; 52%), а во ЕУ зголемувањето е за шест процентни поени (41%; 47%)

Следува оценката дека онлајн социјалните мрежи може да ги заинтересираат луѓето за политички прашања. Бројот на граѓани во земјава кои тоа го сметаат се зголемил за 16 процентни поени (35%; 51%), во ЕУ за шест (41%; 46%).

Со тврдењето дека на информациите на социјалните мрежи за политички прашања не може да им се верува не се согласуваат 10 процентни поени повеќе граѓани во однос на претходното истражување (17%; 27%), а во ЕУ нивниот број се зголемил за три процентни поени (23%; 26%).

4. Колку и како се зборува за ЕУ во медиумите

4.1 Дали во медиумите доволно се зборува за ЕУ?

- Значително поголем број граѓани во земјава отколку во ЕУ сметаат дека медиумите нудат премногу информации за Унијата

Табела 8

QD10. Општо земајќи предвид, дали сметате дека во домашните медиуми...се зборува премногу, доволно или премалку за ЕУ?	Премногу				Доволно				Премалку				Не знае			
	ЕВ 74.2 ноември 2010		ЕВ 76.3 ноември 2011		ЕВ 74.2 ноември 2010		ЕВ 76.3 ноември 2011		ЕВ 74.2 ноември 2010		ЕВ 76.3 ноември 2011		ЕВ 74.2 ноември 2010		ЕВ 76.3 ноември 2011	
	ЕУ27	МК	ЕУ27	МК	ЕУ27	МК	ЕУ27	МК	ЕУ27	МК	ЕУ27	МК	ЕУ27	МК	ЕУ27	МК
Телевизија	7%	37%	11%	44%	50%	47%	54%	39%	35%	10%	28%	12%	8%	6%	7%	5%
Радио	4%	12%	6%	16%	43%	32%	48%	28%	33%	12%	26%	14%	20%	44%	20%	42%
Печат	7%	22%	10%	26%	53%	44%	55%	39%	23%	9%	19%	9%	17%	25%	16%	26%
Веб сајтови	4%	10%	5%	16%	38%	26%	41%	27%	14%	7%	12%	4%	44%	57%	42%	53%

Телевизија. Постои значителна разлика во начинот на кој домашната и европската јавност го перцепираат квантитетот на информации поврзани со ЕУ кои ги презентира телевизијата. Четири пати повеќе анкетирани граѓани во земјава отколку во ЕУ ја делат перцепцијата дека телевизијата како медиум нуди премногу информации поврзани со Унијата (44% наспрема 11%). Во периодот меѓу двете последни истражувања, во земјава пораснал бројот на анкетирани кои оценуваат дека телевизијата нуди премногу информации поврзани со ЕУ (од 37% на 44%). Истовремено, се намалува бројот на граѓани кои сметаат дека телевизијата нуди доволно информации за ЕУ (од 47% на 39%), додека процентот на граѓани кои сметаат дека премалку се зборува за ЕУ бележи благ раст (од 10% на 12%).

Радио. Последниот Евробарометар го потврдува трендот на зголемување на бројот на граѓаните во земјава кои сметаат дека радиото како медиум премногу зборува за ЕУ (од 12% на 16%). Истовремено, се намалува процентот на граѓани кои сметаат дека радиото нуди доволно информации поврзани со ЕУ (од 32% на 28%) и благо се зголемува процентот на оние кои чувствуваат потреба од повеќе информации на радио поврзани со ЕУ (од 12% на 14%).

Печат. Структурата на одговорите на прашањето дали во печатот премногу, доволно или премалку се зборува за ЕУ укажува дека и кај европската и кај домашната јавност доминираат граѓаните кои сметаат дека во печатот доволно се зборува на оваа тема (55%; 39%). Сепак и во однос на печатот како медиум се забележува тенденцијата европската јавност во поголем процент да е задоволна со количеството на информации за ЕУ во споредба со домашната јавност.

Вебстраници. Истражувањето бележи зголемување на бројот на граѓани кои сметаат дека на вебсајтовите премногу се зборува за ЕУ (од 10% на 16%). Сепак и кај европската и кај домашната јавност доминира перцепцијата дека вебстраниците нудат доволно информации за европските прашања, иако тој став во ЕУ го делат 14 процентни поени повеќе анкетирани отколку во земјава (41% наспрема 27%).

4.2 Дали во медиумите ЕУ се претставува во позитивно или негативно светло?

- **Најновиот Евробарометар покажува тренд на зголемување на оценките во домашната јавност дека медиумите објективно ја претставуваат ЕУ**

Табела 9

QD10. Дали сметате дека домашните медиуми ја претставуваат ЕУ многу позитивно, објективно или многу негативно?	Многу позитивно				Објективно				Многу негативно				Не знае			
	ЕВ 74.2 ноември 2010		ЕВ 76.3 ноември 2011		ЕВ 74.2 ноември 2010		ЕВ 76.3 ноември 2011		ЕВ 74.2 ноември 2010		ЕВ 76.3 ноември 2011		ЕВ 74.2 ноември 2010		ЕВ 76.3 ноември 2011	
	ЕУ27	МК	ЕУ27	МК	ЕУ27	МК	ЕУ27	МК	ЕУ27	МК	ЕУ27	МК	ЕУ27	МК	ЕУ27	МК
Телевизија	16%	47%	16%	42%	55%	37%	55%	42%	12%	5%	14%	9%	17%	11%	15%	7%
Радио	10%	24%	10%	21%	53%	24%	53%	30%	8%	5%	10%	5%	29%	47%	27%	44%
Печат	11%	33%	11%	28%	52%	33%	52%	36%	12%	5%	14%	6%	25%	29%	23%	30%
Веб сајтови	6%	18%	6%	19%	38%	22%	38%	25%	6%	3%	7%	2%	50%	57%	49%	54%

Во претпоследното истражување беше видлива избалансираноста меѓу бројот на анкетирани во земјава кои оцениле дека медиумите многу позитивно ја претставуваат ЕУ и бројот на оние кои сметале дека медиумите тоа го прават објективно. Во истражувањето во ноември 2010 година, еднаков број граѓани (24%) оцениле дека радиото ја претставува ЕУ премногу позитивно и дека тоа го прави објективно. Оценките за печатот биле 33% премногу позитивно и 33% објективно. За вебстраниците, односот меѓу оние кои се одлучиле за 'премногу позитивно' и оние за 'објективно' бил 18% наспрема 22%. Единствено кај телевизијата доминирала оценката 'премногу позитивно' (47%) во однос на 'објективно' (37%). Во ноември 2011 година се изедначува бројот на граѓани кои оцениле дека телевизиите премногу позитивно ја претставуваат ЕУ (42%) со оние кои сметаат дека претставувањето е објективно (42%). За печатените медиуми, се зголемил бројот на анкетирани кои сметале дека претставувањето на ЕУ е објективно (од 33% на 36%) за сметка на процентот на оние кои сметале дека тоа е премногу позитивно (од 33% на 28%). Разликата кај радио станиците меѓу оние кои мислат дека премногу позитивно ја претставуваат ЕУ и оние кои сметаат дека тоа го прават објективно е девет процентни поени (21% наспрема 30%), а кај вебстраниците тој сооднос е 19% наспрема 25%.