

ИСТРАЖУВАЊЕ на јавното мислење

ПРАКТИКИ И ПЕРЦЕПЦИИ на граѓаните во поглед на информирањето и справувањето со дезинформациите

Институт за комуникациски студии

Институт за комуникациски студии

respublica

Истражување на јавното мислење:

Практиките и перцепциите на граѓаните во поглед на информирањето и справувањето со дезинформациите

март 2025

Содржина

Методологија 4

Вовед 5

Извори на информираност и теми на интерес 7

Перцепции и ставови за известувањето на медиумите 10

Самоперцепција на граѓаните за нивната способност за препознавање и заштита од дезинформации 12

Перцепции во поглед на начинот на комуникацијата на државните институции 18

Споредба на одговори со претходни анкетни истражувања 38

Анекс 1: Социодемографски карактеристики на испитаниците 40

Анекс 2: Анкетен прашалник 41

Методологија

Број на прашања: 14
Примерок: N=1000 (испитаници на возраст над 18 години на територијата на државата)
Период: 5-25 февруари 2025
Статистичка грешка: ±3%

Вовед

Во рамките на овој извештај презентирани се наодите од истражувањето на јавното мислење за практиките и перцепциите на граѓаните во поглед на информирањето и справувањето со дезинформациите. Ова истражување има цел да испита на кој начин граѓаните добиваат информации, кои теми најмногу ги интересираат, како го перципираат известувањето на медиумите, нивните ставови за транспарентноста и отчетноста на државните институции, како и нивните стратегии за справување со дезинформации. Истражувањето е дел од проектот „Користи факти“, кој го реализира Институтот за комуникациски студии во периодот 2022-2025 година, со финансиска поддршка од британската амбасада во Скопје. Проектот има цел да ги зголеми свесноста и отпорноста на јавноста, особено на ранливите категории во Северна Македонија, кон дезинформациите.

Ова е четврто истражување спроведено во рамките на проектот, овозможувајќи компаративна анализа на резултатите во одредени области. Анкетата беше реализирана на репрезентативен примерок од 1.000 полнолетни граѓани од различни региони низ земјата, а спроведувач на истражувањето беше Институтот за демократија „Социетас цивилис“. Податоците беа собрани преку телефонска анкета во периодот од 5 до 25 февруари 2025 година. Важно е да се истакне дека во дел од прашањата испитаниците имаа можност да изберат повеќе од еден одговор, што резултираше со збир на процентите по одредени прашања што надминува 100%.

Истражувањето покажува дека 51% од граѓаните во Северна Македонија се информираат неколку пати во текот на денот, додека 27% го прават тоа еднаш дневно, што упатува на заклучокот дека висок процент од испитаниците секојдневно се информираат на различни теми. Телевизијата, социјалните медиуми и онлајн-порталите остануваат најчести извори на информации, додека помалку од 10% се потпираат на лични контакти за добивање вести.

Теми од најголем интерес за испитаниците се здравството, јавните финансии, образованието, науката и технологијата. Во однос на квалитетот на медиумските содржини, 74% од испитаниците споделуваат мислење дека медиумите пренесуваат само основни или површни информации, без длабинска анализа.

Перцепцијата за доверливоста на медиумите е поделена: 29% од граѓаните се сомневаат во сè што се објавува, ист процент ја проверуваат истата вест во други релевантни медиуми, додека 21% веруваат дека доколку нешто е објавено, тогаш е точно. Многу мал дел проверуваат кој ја издал веста (8%) или се консултираат со експерти (7%). Дополнително, во одговорите на дополнително прашање се утврди дека 80% од испитаниците ретко или воопшто не го проверуваат авторот на веста, а 71% ретко или воопшто не го проверуваат издавачот.

Што се однесува на способноста за препознавање дезинформации, 41% сметаат дека понекогаш успеваат, 29% веруваат дека секогаш можат да ја детектираат вистинитоста на информацијата, додека 11% признаваат дека воопшто не можат да ги разликуваат лажните од вистинитите информации.

Во однос на изворите на дезинформации, 36% од испитаниците сметаат дека политичките партии се главниот извор на ширење дезинформации, 12% ја посочуваат медиумската сфера, а 4% ги наведуваат државните институции.

Овие наоди покажуваат дека граѓаните главно користат дигитални и традиционални медиуми за информирање, но имаат ниска доверба во точноста на објавените информации и ретко преземаат мерки за нивна проверка.

Статистички значајни разлики во поглед на социодемографските карактеристики на испитаниците се појавија главно во однос на возраста и етничката припадност на испитаниците, во поглед на мал број прашања, главно во поглед на изворите на информирање и областите за кои испитаниците се заинтересирани. Поради малиот број одговори на одредени блокови прашања (во делот Перцепции во поглед на начинот на комуникацијата на државните институции), не беше можно да се анализираат разлики во перцепциите и ставовите со оглед на социодемографските карактеристики на испитаниците.

Извори на информираност и теми на интерес

Првиот блок на прашања имаше цел да идентификува колку често граѓаните се информираат за теми од нивен интерес, најчестите извори на информации што ги користат и областите што граѓаните најчесто преферираат да ги следат.

Во рамките на првото прашање, од испитаниците беше побарано да одговорат колку често се информираат за случувањата во земјата и светот, при што фреквенцијата на информирање се движеше од повеќе пати дневно, до никогаш.

Мнозинството испитаници (51%) за случувањата во државата и светот се информираат неколку пати во текот на денот, додека помалку од третина (27%) активно се информираат еднаш дневно. Нешто помал процент (17%) од испитаниците се информираат неколку пати во текот на неделата, додека 5% воопшто не покажуваат интерес за општествените случувања. Во однос на социодемографските карактеристики на испитаниците, статистички значајни разлики се појавија само во поглед на возраста, при што постарите лица од 55 до 64 години (61%) и пензионерите (69%) практикуваат да се информираат неколку пати дневно, додека кај помладите возрасни групи тој процент се движи околу 40%.

Графикон 1. Фреквенција на информирање, во проценти.



На прашањето од каде најчесто ги добиваат информациите за случувањата во земјата и во светот, на испитаниците им беше дадена можност да наведат до три извори на информации. Па така, согласно со одговорите, **речиси две третини од испитаниците како еден од изворите за информирање ја наведуваат телевизијата (72%), потоа социјалните медиуми (55%) и онлајн-порталите (38%).** Само 9% од испитаниците нови информации добиваат од социјалното опкружување, односно од колегите, пријателите и роднините. Во поглед на разликите според социодемографските карактеристики на испитаниците, значајни разлики се појавија во однос на полот, при што жените (76%) почесто од мажите (67%) ги користат телевизиските програми како извор на информации, додека мажите, пак, (43%) почесто ги користат онлајн-медиумите во споредба со жените (32%). Она што е очекувано е дека социјалните медиуми остануваат главен извор на информирање на најмладите граѓани (38%), од 25 до 34 (36%), и кај граѓаните од 35 до 44 години (37%), додека пак кај повозрасните граѓани речиси половина од испитаниците (45,8%) најчесто ги користат телевизиските канали како главен извор на информации.

Графикон 2. Најчести извори на информации, во проценти (повеќекратен избор).



На прашањето кои теми најмногу ги засегнуваат или ги интересираат граѓаните, **здравјето и случувањата во здравствениот сектор се поважни за далеку поголем број граѓани (38%) од случувањата поврзани со јавните финансии (19%), образованието, науката и технологијата (14%) и прашањата околу животната средина и просторното планирање (13%).** Нешто помалку

важни за граѓаните се темите поврзани со земјоделството (9%) и локалните прашања (5%). Во поглед на разликите според социодемографските карактеристики на испитаниците, речиси половина од испитаничките (47%) како најважна тема за информирање го посочуваат здравјето и здравството, по што следуваат случувањата во образованието и науката (17%). Кај мажите, меѓу кои генерално одговорите се пофрагментирани, главниот интерес се здравството (30%), јавните финансии (24%), животната средина (15%) и земјоделството (12%). Од аспект на возраста, најмладата група граѓани од 18 до 24 години најмногу ги интересираат темите поврзани со образованието, науката и технолошкиот развој (28%) и во здравствениот сектор (27%), додека информациите поврзани со јавните финансии се најатрактивни за граѓаните од 35 до 44 години (27%). Возрасните граѓани од 55 до 64 (46%) и мнозинството пензионери (57%) најмногу се интересираат за темите поврзани со здравјето и здравствениот сектор. Во однос на етничката припадност, етничките Македонци (46%) и помалите етнички заедници (46%) најмногу ги интересираат здравјето и здравството. Албанците, пак, во поголема мера (27%) од другите етнички групи покажуваат поголем интерес за тековите во јавните финансии, пензиите и сивата економија од етничките Македонци (17%) и помалите етнички заедници (12%).

Графикон 3. Интерес за информации од специфични области, во проценти.

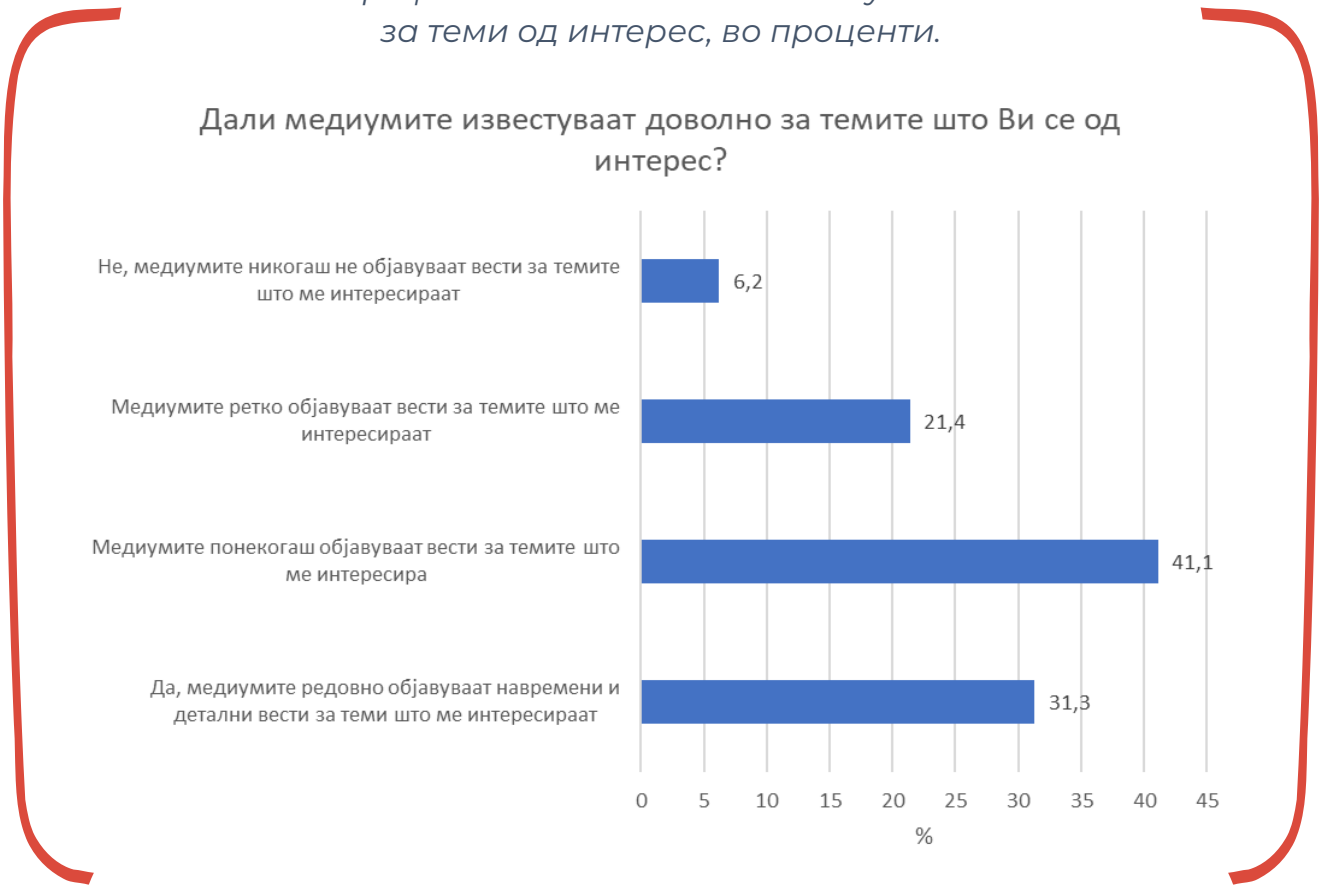


Перцепции и ставови за известувањето на медиумите

Вториот блок прашања се фокусираат на перцепцијата на граѓаните за тоа во колкава мера медиумите известуваат за темите што се од нивен интерес, како и за начинот на кој медиумите ги пренесуваат овие информации.

Повеќето граѓани (41%) веруваат дека медиумите понекогаш објавуваат вести што се од нивен интерес, 31% сметаат дека медиумите редовно и навремено објавуваат детални информации, а нешто помалку, односно 21%, сметаат дека медиумите ретко информираат за темите што се од нивен личен интерес. Шест проценти од испитаниците воопшто не сметаат дека медиумите објавуваат вести за темите што нив ги интересираат. Во поглед на социодемографските карактеристики, статистички значајни разлики се појавија во однос на етничката припадност, при што помалите етнички заедници се далеку позадоволни од интензитетот на известувањето за темите што се од нивен интерес (42%), споредбено со Македонците (34%) и Албанците (18%).

Графикон 4. Ставови за известување за теми од интерес, во проценти.



На прашањето каква е нивната перцепција за тоа колку медиумите длабински анализираат и информираат за темите што се од нивен интерес на основа на што тие би добиле доволно знаење или увид во случувањата, **големо мнозинство од испитаниците (74%) сметаат дека медиумите ги пренесуваат само основните или површни информации за она за што известуваат**. Спротивно на тоа, само 26% од испитаниците се задоволни со начинот на кој медиумите ги пренесуваат информациите. Од етнички аспект, одговорите на испитаниците се речиси еднакви.

Графикон 5. Перцепции за медиумско информирање, во проценти.



Самоперцепција на граѓаните за нивната способност за препознавање и заштита од дезинформации

Третиот блок прашања се фокусираат на тоа како граѓаните ја перципираат својата способност да се справат со дезинформациите во медиумите, начините на кои го проверуваат кредибилитетот и вистинитоста на вестите, но и кого го посочуваат како најголем извор за пласирање дезинформации меѓу јавноста во Северна Македонија.

Првото прашање ги испитува начините на кои граѓаните го проверуваат кредибилитетот на медиумите од кои најчесто се информираат. На прашањето „Како знаете дека на медиумите од кои се информирате може да им се верува?“ испитаниците можеа да изберат еден од три можни одговори. Во поглед на резултатите, **една третина од испитаниците (29%) се сомневаат во сè што објавуваат медиумите. Идентичен процент на граѓани (29%) довербата во добиената информација ја базираат на проверка како истата вест е пренесена од другите релативни медиуми. Нешто помал процент граѓани (21%) тргнуваат со претпоставката дека штом е објавено во јавноста, би требало да е вистинито**. **Мал дел граѓани во процесот на примање информации проверуваат кој ја издал веста (8%) или се советуваат со некој што има поголемо знаење на темата (7%), а само 2% проверуваат дали авторот на веста е наведен во продолжение.** Минимални 4% од испитаниците безрезервно веруваат дека сè што е објавено во медиумите е точно. Од аспект на Албанците, во значителна мера помалку безрезервно веруваат дека тоа што го читаат е веродостојно затоа што е објавено (15%), споредбено со помалите етнички заедници (26%) и Македонците (22%).

Графикон 6. Ставови и практики за проверка на информации од медиумите, во проценти.



На прашањето колку често можат лично да препознаат дали некоја вест е лажна или е дезинформација, **нешто помалку од половина од испитаниците (41%) сметаат дека понекогаш успеваат, додека една третина од граѓаните (29%) се уверени дека секогаш успеваат точно да го детектираат кредибилитетот и вистинитоста на одредена вест.** Нешто помал процент испитаници сметаат дека ретко ги препознаваат таквите вести (19%), а 11% изјавиле дека воопшто не можат да прават дистинкција помеѓу вистинити и лажни вести или дезинформации. Голем дел од Македонците (44%) и помалите етнички заедници (42%) сметаат дека понекогаш успеваат да направат дистинкција помеѓу дезинформација и вистинита вест, додека процентот кај Албанците што го одговориле истото е значително помал, односно 34%.

Графикон 7. Способност за препознавање лажни вести и дезинформации, самооценка, во проценти.



Во однос на тоа колку често се случувало да споделат информации со некого за кои подоцна е утврдено дека се неточни, мнозинството граѓани (52%) сметаат дека се случувало, но не толку често, додека високи 40% се уверени дека информациите што ги споделуваат секогаш се вистинити. Само 8% од испитаниците сметаат дека често се случува да не ги детектираат неточните информации благовремено. Постои значителна разлика во самоувереноста на испитаниците според одредени социодемографски белези во однос на способноста да препознаат лажни вести или дезинформации. Имено, сомневањето во способноста да се разграничат лажните од вистинитите информации е најизразено кај пензионерите, каде што 19% одговориле дека не можат да препознаат погрешни информации. За споредба, во најмладата група (18-24 години) овој процент изнесува само 3%, а кај граѓаните од 25 до 34 години е 4%.

Графикон 8. Зачестеност на споделување лажни вести и дезинформации, самооценка, во проценти.



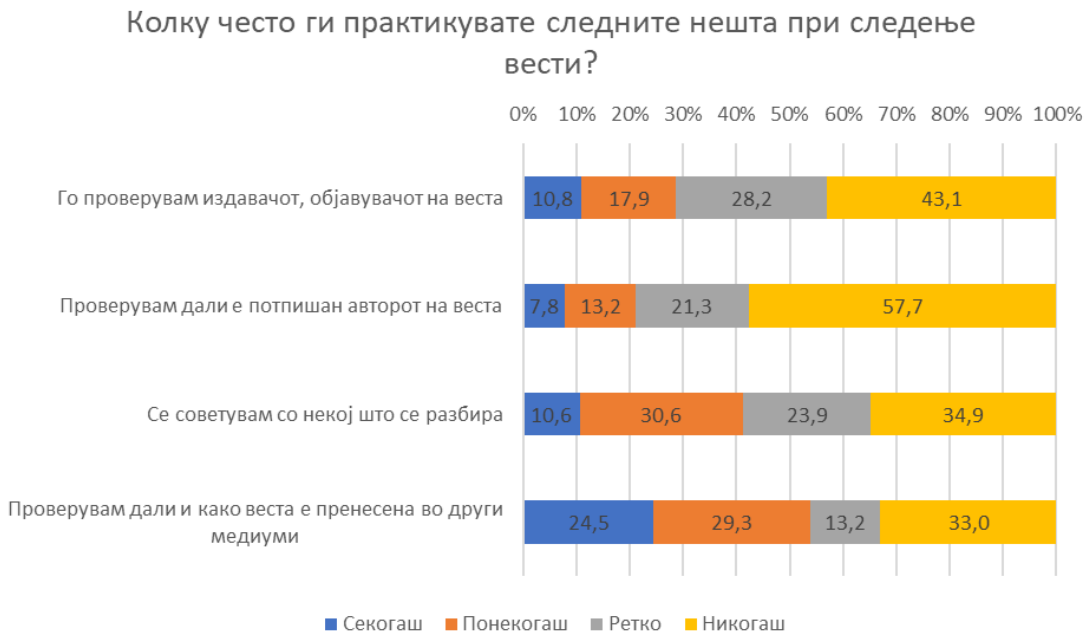
Граѓаните беа прашани и за тоа кој сметаат дека е најголем извор на дезинформации. **Најчестите одговори беа дека во Северна Македонија најголем дел од дезинформациите доаѓаат од политичките партии (36%),** некои сметаат дека тоа се медиумите (12%), додека само 4% сметаат дека извор на дезинформации се државните институции. Речиси половина од испитаниците (47%) сметаат дека сите претходно споменати субјекти се чести извори за ширење дезинформации помеѓу граѓаните. Граѓаните од 55 до 64 години (41%) и речиси половина од пензионерите (45%) како главен извор на дезинформации во државата ги посочуваат политичките партии, додека граѓаните од 35 до 44 години во најголема мера (59%) се уверени дека дезинформации доаѓаат од сите наведени субјекти. Мнозинството граѓани од помалите етнички заедници (55%), како извори на дезинформации ги потенцирале сите наведени субјекти. Македонците во нешто помала мера (48%) ги навеле сите наведени, додека само 40% од Албанците сметаат дека дезинформациите доаѓаат од повеќе извори.

Графикон 9. Извори на дезинформации, во проценти.



Последното прашање од овој блок беше насочено кон идентификување на чекорите што испитаниците ги преземаат за проверка на кредибилитетот на информациите што ги примаат. Во мнозинството случаи, граѓаните во незадоволителна мера ги преземаат потребните чекори за проверка на кредибилитетот на пласирачот на информациите или вестите. **Испитаниците во речиси 80% од случаите ретко или воопшто не го проверуваат авторот на информацијата што ја примаат, а 71% ретко или никогаш не го проверуваат ниту издавачот, односно објавувачот на веста.** Во однос на советувањето со лица што се подобро упатени во темата или проверка на тоа како веста е пренесена и во други медиуми, иако имаме прилично мешовит блок на одговори, преовладува констатацијата дека овие чекори никогаш не се преземаат од страна на испитаниците (35%). Најстарата група граѓани (65+) споредбено со сите други групи граѓани најчесто никогаш не проверуваат кој е авторот на веста (70,3%), никогаш не се советуваат со други лица (47%) и никогаш не проверуваат како истата вест е пренесена во други медиуми (40%)

Графикон 10. Практики за проверка на веродостојноста на вестите, во проценти.



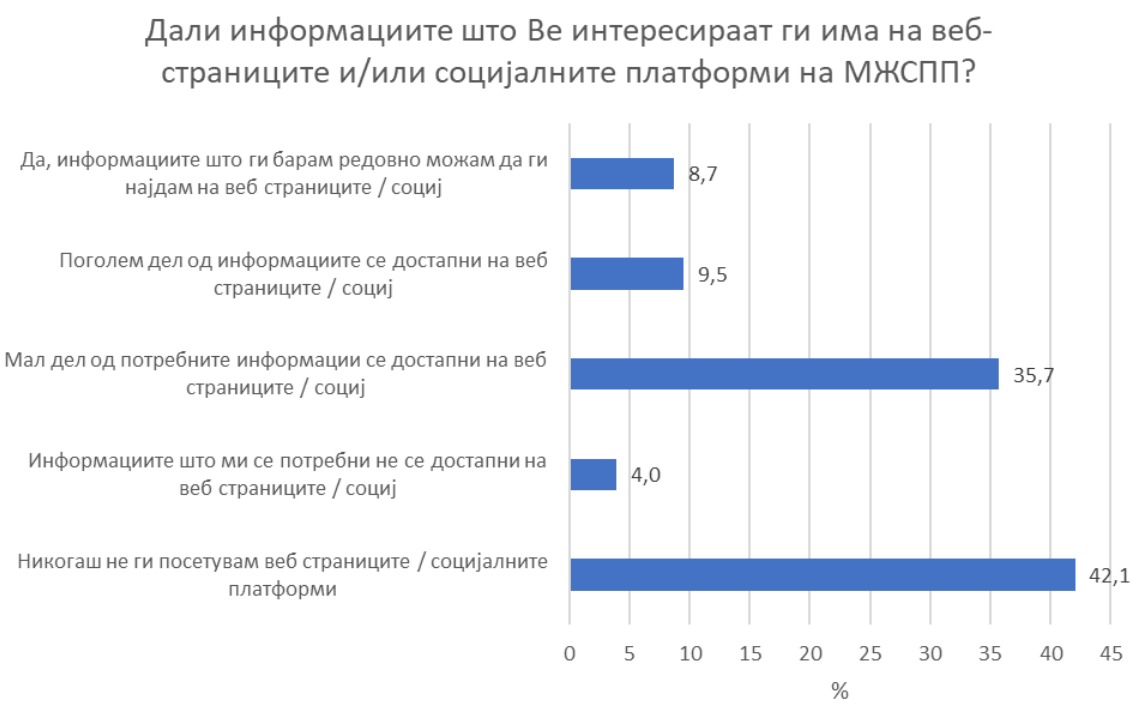
Перцепции во поглед на начинот на комуникацијата на државните институции

Последниот блок прашања се фокусираат на перцепцијата на граѓаните за отвореноста за информирање на јавните институции и колку тие се задоволни од тоа како и со колкав интензитет јавните институции комуницираат со јавноста, особено за темите што се од нивен интерес.

Во поглед на овој блок прашања, институциите што беа вклучени се изведени од одговорите на граѓаните на прашањето 3 од анкетата, односно од темите што се од посебен интерес за информирање за граѓаните. Во овој контекст беа истражувани перцепциите и ставовите на граѓаните во поглед на комуникацијата од страна на следните институции: Министерство за животна средина и просторно планирање (животна средина и урбанистичко планирање), Министерство за образование и наука (образование, наука и технологија), Министерство за здравство (здравство и здравје), Министерство за енергетика, рударство и минерални суровини (енергетика, рударство и минерални суровини), Министерство за финансии (јавни финансии – јавен долг, пензии, сива економија, поддршка на компании), Министерство за земјоделство, шумарство и водостопанство (земјоделство) и Град Скопје (локални теми од градот Скопје). Заради високата дисагрегација на одговорите (за седум институции) споредбата според одвоени социодемографски белези не беше статистички издржана (голем дел од опциите имаа по помалку од 50 одговори) и во текстот што следува се коментира општата дистрибуција на одговорите.

Кога станува збор за тоа колку информациите за теми од животната средина и просторното планирање за кои се заинтересирани испитаниците се достапни на веб-страницата или страниците на социјалните мрежи на Министерството за животна средина и просторно планирање (МЖСПП), значаен дел од испитаниците (42,1%) никогаш не ги посетуваат страниците на надлежната институција за областа животна средина и просторно планирање. Повеќе од една третина од испитаниците сметаат дека мал дел од информациите што ги интересираат се достапни на страниците на МЖСПП, додека помалку од 20% сметаат дека поголем дел или сите информации од интерес можат да ги најдат на страниците на МЖСПП.

Графикон 11. Перцепции за достапноста на информации на веб-страницата и социјалните медиуми на МЖСПП, во проценти.



Кога станува збор за Министерството за образование и наука (МОН) и задоволството на испитаниците во поглед на достапноста на содржините поврзани со образованието, науката и технологијата на веб-страницата и социјалните мрежи на оваа институција, може да се констатира следното: **31% од испитаниците одговориле дека никогаш не ја посетуваат веб-страницата на МОН и социјалните мрежи на институцијата;** само 4% сметаат дека вакви информации не можат да се пронајдат на посочените извори; нешто повеќе од четвртина (27%) сметаат дека мал дел од информациите од интерес можат да ги најдат на веб-страницата и социјалните мрежи на МОН, **додека повеќе од 38% сметаат дека поголем дел или сите информации од областа образование, наука и технологија можат да се најдат на веб-страницата и социјалните мрежи на МОН.**

Графикон 12. Перцепции за достапноста на информациите на веб-страницата и социјалните медиуми на МОН, во проценти.



Во поглед на Министерството за здравство (МЗ), речиси половина од испитаниците заинтересирани за темата здравје и здравство никогаш не ги посетуваат веб-страницата и социјалните медиуми на МЗ; околу 4% од испитаниците сметаат дека вакви информации не се достапни на посочените извори, една четвртина (26%) сметаат дека мал дел од информациите од темата од интерес се достапни на страниците на МЗ, додека нешто повеќе од петтина (21,9%) сметаат дека поголем дел или сите информации може да се најдат на веб-странците на социјалните медиуми на МЗ.

Графикон 13. Перцепции за достапноста на информациите на веб-страницата и социјалните медиуми на МЗ, во проценти.



Во поглед на ставовите околу информирањето од страна на Министерството за енергетика, рударство и минерални суровини (МЕРМС), најголем дел од испитаниците сметаат дека објавува мал дел од информациите од нивен интерес од оваа област. Помалку од третина (29,4%) никогаш не ги посетиле онлајн-страниците на ова министерство, додека 29,5% сметаат дека поголем дел или сите информации од областа може да се најдат на веб-страницата и страниците на социјалните медиуми на МЕРМС. Висок процент од испитаниците што дале одговор на ова прашање сметаат дека мал дел од информациите од областа што ги интересира може да се најдат на веб-страницата и страниците на социјалните медиуми на министерството.

Графикон 14. Перцепции за достапноста на информациите на веб-страницата и социјалните медиуми на МЕРМС, во проценти.



Запрашани за нивниот став во поглед на достапноста на информациите на веб-страницата и социјалните медиуми на Министерството за финансии (МФ), 37% од испитаниците никогаш не ги посетуваат овие страници за да добијат информации, 6,4% сметаат дека вакви информации не се застапени на овие страници, **30,7% сметаат дека мал дел од информациите од интерес се достапни на страниците на МФ, додека нешто повеќе од една четвртина (25,9%) сметаат дека поголем дел или сите информации за темата од интерес може да се најдат на веб-страницата и социјалните медиуми на МФ.**

Графикон 15. Перцепции за достапноста на информациите на веб-страницата и социјалните медиуми на МФ, во проценти.



Во поглед на информациите застапени на онлајн-страниците на Министерството за земјоделство, шумарство и водостопанство (МЗШВ), речиси половина од испитаниците (48,9%) никогаш не ги посетуваат страниците на оваа институција во потрага по информации на темата. Низок процент - 5,7% од испитаниците, сметаат дека вакви информации не се застапени на страниците и профилите на МЗШВ. Нешто помалку од петтина, 18,2%, сметаат дека мал дел од бараните информации може да се најдат на овие страници, **додека нешто повеќе од четвртина, 27,2%, сметаат дека поголем дел или сите информации може да се најдат на веб-страниците на социјалните медиуми.**

Графикон 16. Перцепции за достапноста на информациите на веб-страницата и социјалните медиуми на МЗШВ, во проценти.



Во поглед на информациите достапни на страниците на Град Скопје, 14,8% од испитаниците сметаат дека потребните информации не може да се најдат на страниците на Град Скопје, **27,8% сметаат дека само мал дел од информациите од интерес можат да ги најдат на овие страници, додека околу четвртина од испитаниците (26%) сметаат дека поголем дел или сите информации можат да ги најдат на веб-страницата и страниците на социјалните медиуми на Град Скопје. Нешто помалку од третина од испитаниците (31,5%) никогаш не бараат информации за локални теми на веб-страницата и социјалните медиуми на Град Скопје.**

Графикон 17. Перцепции за достапноста на информациите на веб-страницата и социјалните медиуми на Град Скопје, во проценти.



Запрашани за неколку карактеристики на информациите споделувани од надлежните институции за темите од интерес, на прашањето дали „информациите што се споделуваат од институцијата“ се редовни/достапни/јасни/разбирливи, испитаниците можеа своето (не)согласување да го изразат на скала од 1 до 5, каде што 1 означува „воопшто не се согласувам“, а 5 – „потполно се согласувам“. **Во поглед на МЖСПП, 43,7% од испитаниците сметаат дека информациите поголем дел од времето или речиси никогаш не се редовни;** 34,1% немаат дефиниран став по прашањето, додека 22,2% делумно или целосно се согласуваат со тврдењето дека информациите од оваа институција се редовни.

Кога станува збор за редовноста на информациите од МОН, околу четвртина од испитаниците, односно 26,1%, делумно или воопшто не се согласуваат со тврдењето дека информациите од оваа институција се редовни. Околу третина, односно 32,4%, немаат дефиниран став по прашањето, додека **41,5% делумно или во целост се согласуваат со тврдењето дека МОН редовно споделува информации.**

Во поглед на редовноста на информирањето од страна на МЗ, 39,1% од испитаниците делумно или целосно не се согласуваат со тврдењето дека МЗ редовно објавува информации. Околу 30% од испитаниците немаат јасно дефиниран став, **а дополнителни 30,2% сметаат дека информациите се објавувани редовно.**

Во поглед на МЕРМС, нешто повеќе од третина не сметаат дека министерството редовно објавува информации (35,3%), 29,4% немаат дефиниран став, **а речиси еднаков процент испитаници (35,3%) сметаат дека ова министерство редовно комуницира релевантни информации со граѓаните.**

Поедначква поделеност во одговорите има и во поглед на ставовите за редовното објавување информации од МЗШВ – 37,5% не се согласуваат дека министерството редовно објавува информации, еднаков процент сметаат дека информации редовно се објавуваат, а 25% немаат дефиниран став.

Кога станува збор за Град Скопје, повеќе од половина од испитаниците не сметаат дека институцијата редовно објавува информации (53,7%), околу петтина - 22,2% немаат дефиниран став, додека околу една четвртина од одговорите (24,1%) сметаат дека информациите редовно се објавуваат.

Графикон 18. Перцепции во однос на редовноста на објавувањето информации од надлежната институција, просечни вредности.



Во поглед на достапноста на информациите, 38,9% од испитаниците не сметаат дека информациите што ги бараат се достапни од страна на МЖСПП; 29,4% немаат дефиниран став, **а 31,7% сметаат дека бараните информации се достапни.**

Нешто повеќе од четвртина од одговорите – 27,5% изразуваат несогласување со **тврдењето дека информациите од МОН се достапни,** 31% немаат дефиниран став за прашањето, а **41,5% сметаат дека потребните информации се достапни.**

Во поглед на МЗ, 36,2% не се согласуваат дека МЗ има достапни информации, една третина немаат дефиниран став за прашањето, **додека 30,7 делумно или во целост се согласуваат со тврдењето дека потребните информации се достапни од МЗ.**

Кога станува збор за МЕРМС, 29,4% не сметаат дека потребните информации се направени достапни од страна на министерството, 23,5% немаат дефиниран став, а **47,1% делумно или во целост се согласуваат со**

тврдењето дека информациите од МЕРМС се достапни.

Околу 40% од испитаниците со интерес на темата финансии сметаат дека информациите од МФ се достапни за граѓаните, третина – 33,3% немаат дефиниран став, а 27,5% имаат позитивно мислење во поглед на достапноста на информации од МФ.

Кога станува збор за МЗШВ, 33% не се согласуваат со ставот дека информациите од министерството се достапни за граѓаните; 23,9% немаат дефиниран став, а **43,2% делумно или во целост сметаат дека информациите од МЗШВ се достапни.**

Повеќе од половина од испитаниците што дале одговор за Град Скопје, 51,9%, не се согласуваат дека институцијата има достапни информации за граѓаните, 25,9% немаат дефиниран став за прашањето, додека 48,1% сметаат дека потребните информации од Град Скопје се достапни.

Графикон 19. Перцепции во однос на достапноста на објавувањето информации од надлежната институција, просечни вредности.



Во поглед на јасноста на комуникациите, 36,5% од испитаниците прашани за МЖСПП не се согласуваат дека информациите од институцијата се јасни, 28,6% немаат дефиниран став за прашањето, **додека 34,9% сметаат дека информациите од МЖСПП се јасни.**

Околу петтина, 20,4% од испитаниците сметаат дека **МОН** не комуницира со јасни информации, додека значително повисок процент – **53,5%** имаат спротивен став – **дека институцијата јасно комуницира со граѓаните**. Околу четвртина од испитаниците што одговарале за оваа институција немаат дефиниран став.

Третина од испитаниците прашани за јасноста на комуникацијата од МЗ не се согласуваат со ставот дека информациите од оваа институција се јасни. Околу 30% сметаат дека министерството објавува информации што се јасни, а дополнителна третина – 35,9% немаат јасен став околу јасноста на комуникацијата.

Околу 23% од испитаниците сметаат дека **МЕРМС** не споделува јасни информации, а значително повисок процент – **41,7%** имаат спротивен став – дека **комуникацијата од министерството е јасна;** 35,3% немаат дефиниран став за прашањето.

Кога станува збор за МФ, 34,9% не сметаат дека институцијата споделува јасни информации со граѓаните, а само 28% се согласуваат со ставот дека информациите од МФ се јасни. Во поглед на оваа институција релативно висок процент испитаници – 37% немаат јасен став.

Околу 30% од испитаниците не сметаат дека информациите од МЗШВ се јасни; речиси еднаков процент немаат дефиниран став, а **38,6% сметаат дека информациите од институцијата се јасни.**

Висок процент од испитаниците прашани за Град Скопје – 46,3% не сметаат дека информациите што ги објавува институцијата се јасни; 29,6% не изразиле јасен став, а 24,1% сметаат дека информациите од Град Скопје се јасни.

Графикон 20. Перцепции во однос на јасноста на објавените информации од надлежната институција, просечни вредности.



Во поглед на разбирливоста на информациите, 38,1% од испитаниците не се согласуваат дека МЖСПП објавува информации разбирливи за граѓаните. Идентичен процент испитаници имаат спротивен став, односно

дека институцијата објавува разбирливи информации. Околу четвртина од испитаниците немаат дефиниран став за прашањето.

Околу петтина од испитаниците – 20,4% сметаат дека МОН не објавува разбирливи информации; меѓутоа, двојно повисок процент испитаници – **54,2% имаат** спротивен **став, дека информациите од МОН се разбирливи.**

34,4% од испитаниците сметаат дека информациите од МЗ не се разбирливи, додека 31,8% имаат спротивен став. Речиси идентичен процент немаат дефиниран став во поглед на разбирливоста на информациите што ги објавува МЗ.

29,4% од испитаниците сметаат дека информациите од **МЕРМС** не се разбирливи, значајно повисоки **47,1% сметаат дека информациите се разбирливи.**

28,6% од испитаниците прашани за **МФ** сметаат дека информациите што министерството ги комуницира до граѓаните се разбирливи, нешто повисоки **34,9%** не го делат овој став, односно не **сметаат дека информациите се разбирливи.**

Релативно високи 40,9% сметаат дека информациите објавени од МЗШВ се разбирливи, значајно пониски 26,1% не го делат овој став. Една третина од испитаниците немаат дефиниран став во поглед на овој аспект на комуникацијата од оваа институција.

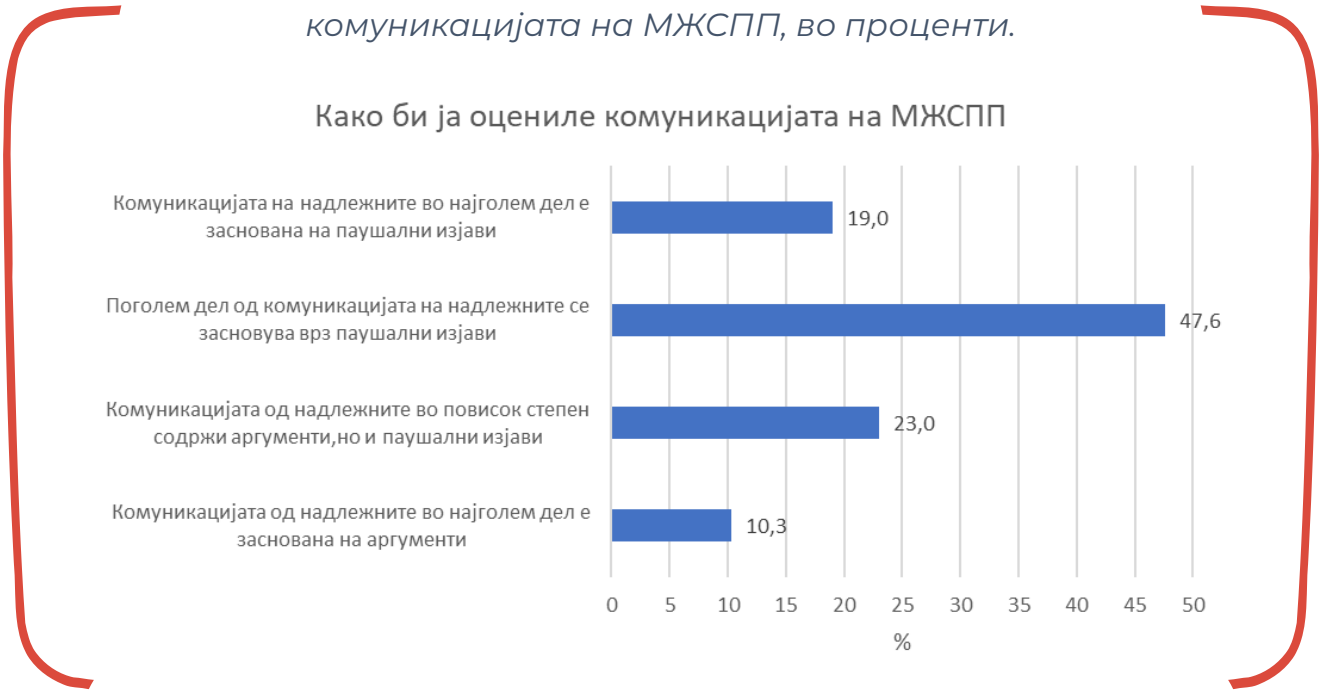
Околу една четвртина од испитаниците што се заинтересирани за локални теми сметаат дека **Град Скопје** објавува разбирливи информации до граѓаните. Како и во поглед на другите аспекти на комуникацијата од страна на оваа институција, значителен процент од испитаниците, **51,9%, сметаат дека информациите не се разбирливи.**

Графикон 21. Перцепции во однос на разбирливоста на објавените информации од надлежната институција, просечни вредности.



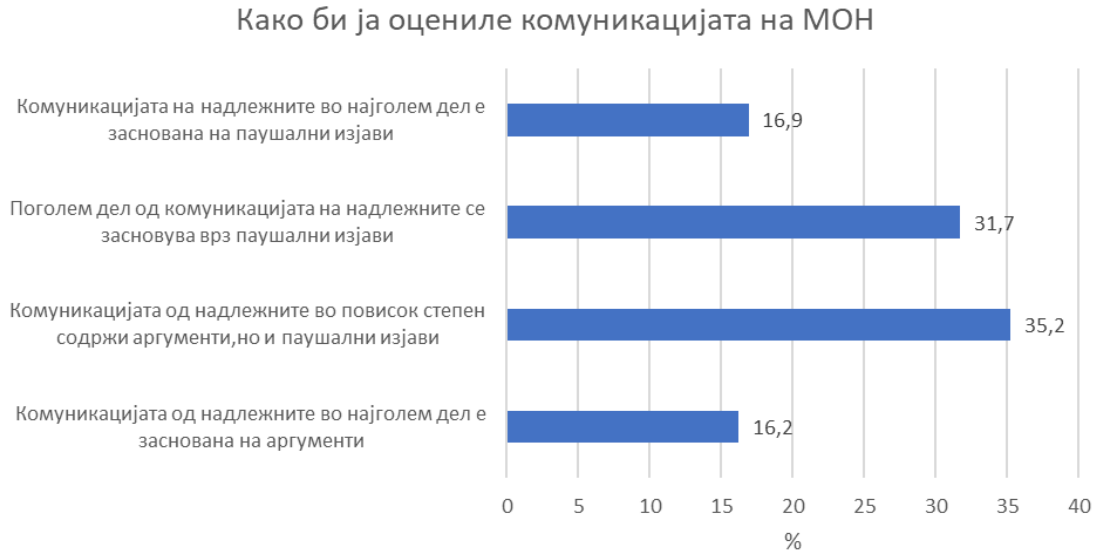
Запрашани за карактеристиките на комуникацијата на надлежните институции за темите од интерес, испитаниците најзаинтересирани за теми од областа на животната средина во значаен процент, **47,6%, сметаат дека комуникацијата на МЖСПП во најголем дел се засновува на паушални изјави;** 19% сметаат дека комуникацијата во најголем дел е заснована врз паушални изјави; 23% сметаат дека комуникацијата содржи паушални изјави, но и аргументи, додека само 10,3% од испитаниците сметаат дека комуникацијата ма МЖСПП е заснована врз аргументи.

Графикон 22. Перцепции за аргументираноста на комуникацијата на МЖСПП, во проценти.



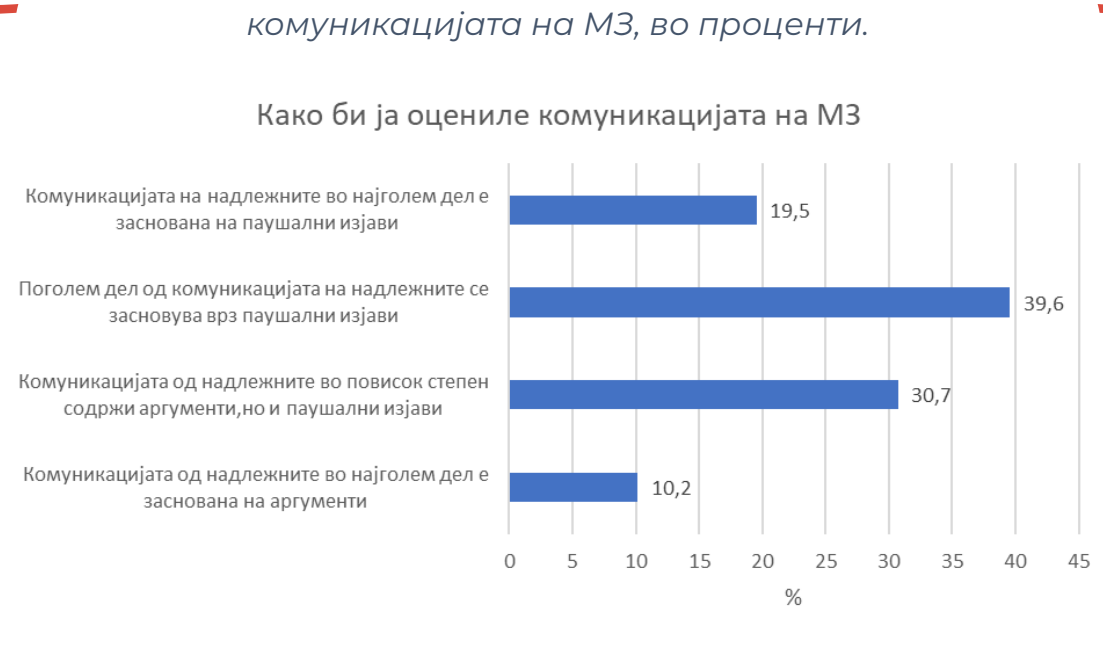
Кога станува збор за комуникацијата од страна на **МОН**, испитаниците заинтересирани за темите образование, наука и технологија, во висок процент - **48,6% сметаат дека комуникацијата на ова министерство во целост или во значаен дел е заснована на паушални изјави;** 35,2% сметаат дека комуникацијата на МОН содржи и паушални изјави и аргументи, додека 16,2% сметаат дека комуникацијата на МОН се засновува на аргументи.

Графикон 23. Перцепции за аргументираноста на комуникацијата на МОН, во проценти.



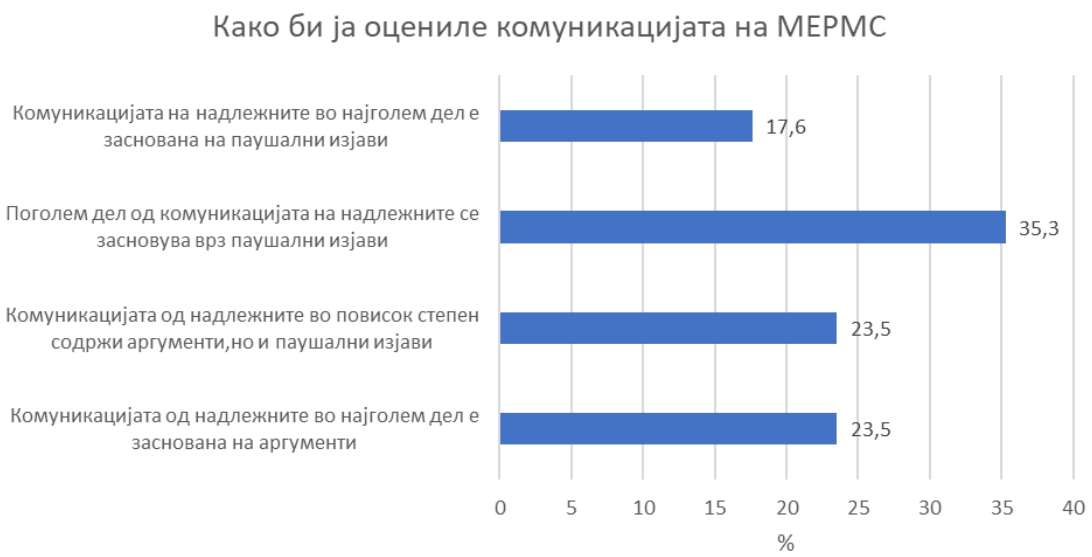
Во поглед на МЗ, речиси две третини од испитаниците, односно 59,1%, сметаат дека комуникацијата на ова министерство во целост или во значаен дел се засновува на паушални изјави. Помалку од третина од испитаниците - 30,7%, сметаат дека оваа комуникација вклучува и аргументи и паушални изјави, додека само 10,2% од испитаниците сметаат дека МЗ на темата здравство и здравје комуницира со аргументи.

Графикон 24. Перцепции за аргументираноста на комуникацијата на МЗ, во проценти.



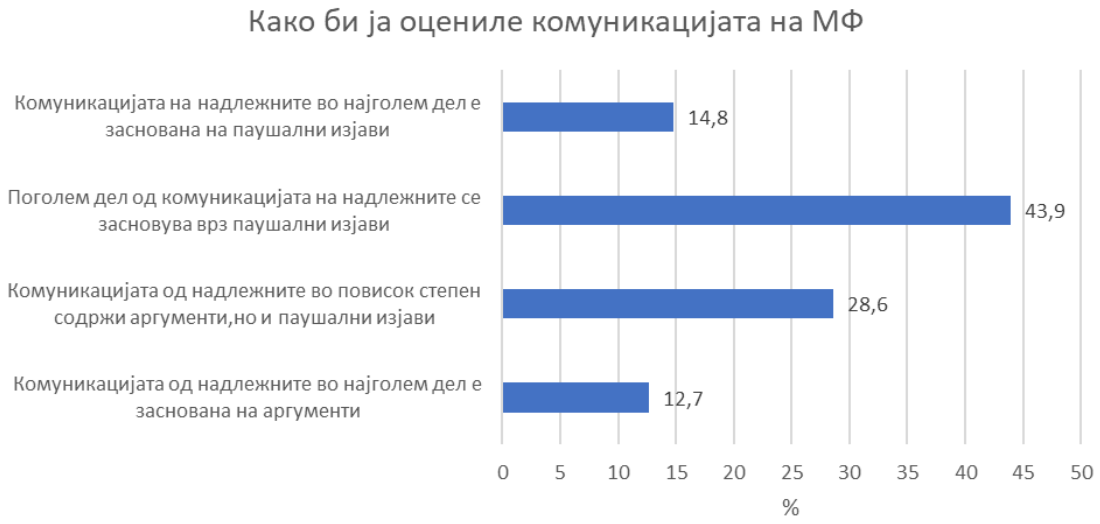
Во поглед на МЕРМС, околу половина од испитаниците – 52,9% сметаат дека комуникацијата на ова министерство во целост или во значаен дел се засновува на паушални изјави; околу четвртина од одговорите – 23,5% изјавуваат дека во комуникацијата се содржани и аргументи и паушални изјави, додека релативно високи 23,5% сметаат дека МЕРМС во најголем дел со граѓаните комуницира со аргументи.

Графикон 25. Перцепции за аргументираноста на комуникацијата на МЕРМС, во проценти.



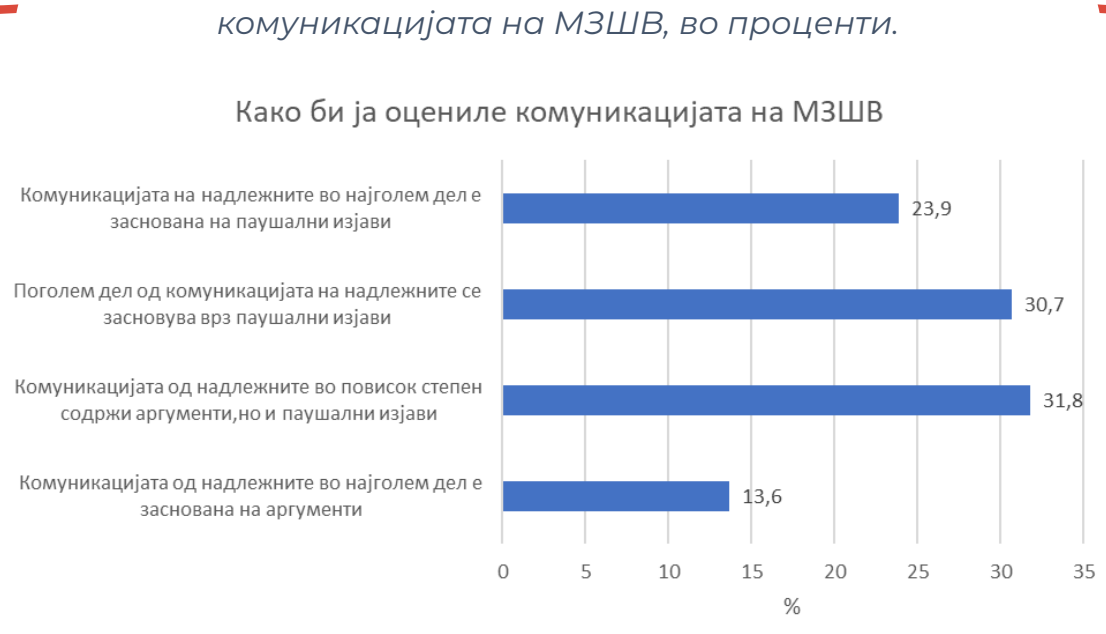
Повеќе од половина од испитаниците заинтересирани за темата финансии – **58,7%, сметаат дека МФ поголем или најголем дел од комуникацијата ја засновува на паушални изјави;** 28,6% сметаат дека покрај паушални изјави, МФ во комуникацијата се служи и со аргументи, додека 12,7% сметаат дека МФ комуницира со аргументи.

Графикон 26. Перцепции за аргументираноста на комуникацијата на МФ, во проценти.



Повеќе од половина – **54,4% од испитаниците заинтересирани за темата земјоделство сметаат дека МЗШВ делумно или најчесто во комуникацијата користи паушални изјави;** нешто помалку од третина од испитаниците 31,8% сметаат дека покрај паушалните изјави, министерството користи и аргументи, додека 13,6% сметаат дека МЗШВ во комуникацијата најчесто се служи со аргументи.

Графикон 27. Перцепции за аргументираноста на комуникацијата на МЗШВ, во проценти.



Во споредба со сите испитувани институции, Град Скопје има најлош скор во поглед на квалитетот на комуникацијата, според оценките на испитаниците што се најзаинтересирани за локални теми. Имено, **високи 79,6% од испитаниците сметаат дека во значаен или најголем дел комуникацијата од Град Скопје е заснована на паушални изјави,** 16,7% сметаат дека покрај паушалните изјави се користат и аргументи, додека само 3,7% сметаат дека во комуникацијата Град Скопје главно се служи со аргументи.

Графикон 28. Перцепции за аргументираноста на комуникацијата на Град Скопје, во проценти.



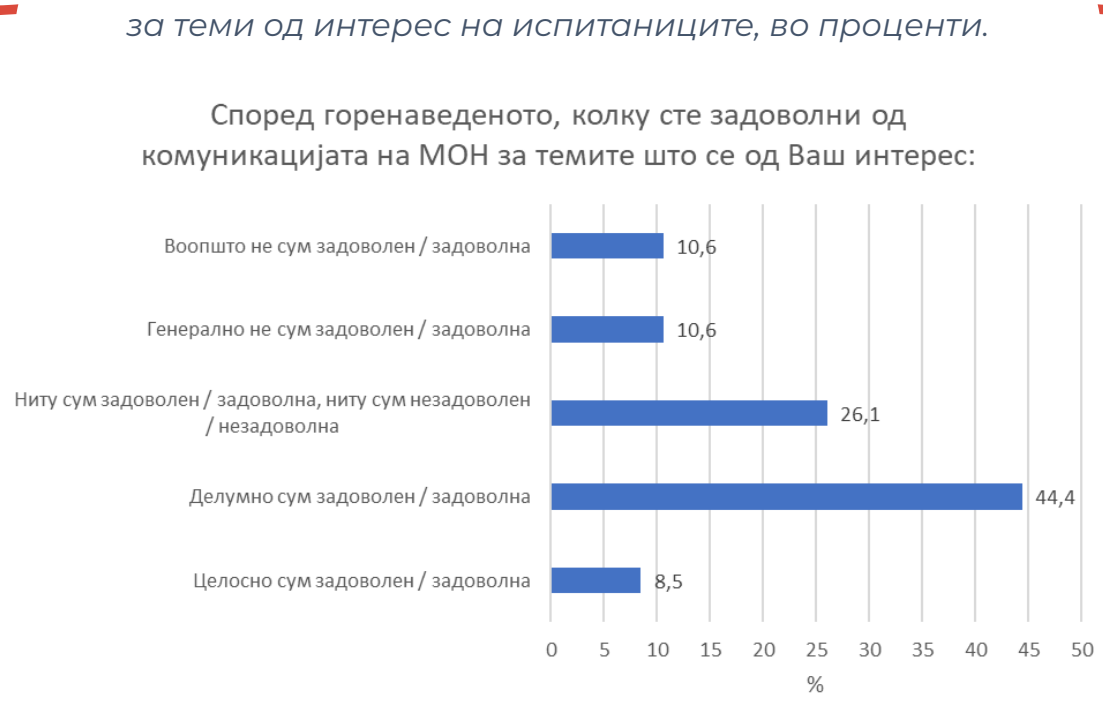
Запрашани колку се задоволни од комуникацијата на надлежните институции за областите од интерес на испитаниците, учесниците во анкетата имаа можност своите одговори да ги дадат на скала од 1 до 5, каде што 1 означува „воопшто не сум задоволен/а“, а 5 – „целосно сум задоволен/а“. Испитаниците заинтересирани за областа животна средина и просторно планирање одговараа за задоволството од комуникацијата на МЖСПП. Во поглед на оваа институција, **31% од испитаниците изјавиле дека генерално или воопшто не се задоволни од комуникацијата на МЖСПП**. Околу една четвртина од испитаниците – 27,8% немаат дефиниран став за ова прашање, додека 41,2% се делумно или целосно задоволни од комуникацијата на оваа институција.

Графикон 29. Задоволство од комуникацијата на МЖСПП за теми од интерес на испитаниците, во проценти.



Кога станува збор за МОН, околу една петтина од испитаниците – 21,2% изјавиле дека генерално или воопшто не се задоволни од комуникацијата на МОН, една четвртина – 26,2% немаат дефиниран став, додека **повеќе од половина од испитаниците – 52,9% се делумно или целосно задоволни од комуникацијата на МОН за темите од нивен интерес**.

Графикон 30. Задоволство од комуникацијата на МОН за теми од интерес на испитаниците, во проценти.



Во поглед на задоволството од комуникацијата на МЗ, околу четвртина од испитаниците – 26,6% генерално или воопшто не се задоволни од комуникацијата на институцијата, околу третина од испитаниците – 32% немаат дефиниран став за ова прашање, додека **41,4% од испитаниците се делумно или целосно задоволни од комуникацијата**.

Графикон 31. Задоволство од комуникацијата на МЗ за теми од интерес на испитаниците, во проценти.



Кога станува збор за МЕРМС, повеќе од третина од испитаниците – 25,3% генерално или воопшто не се задоволни од комуникацијата на МЕРМС, мал процент од испитаниците – 5,9% немаат дефиниран став за ова прашање, додека **високи 58,8% се делумно или целосно задоволни од комуникацијата на министерството за прашањата од интерес**.

Графикон 32. Задоволство од комуникацијата на МЕРМС за теми од интерес на испитаниците, во проценти.



Во поглед на комуникацијата од МФ, нешто помалку од третина од испитаниците–**31,2%генералноиливоопштонесезадоволниодкомуникацијата** на МФ; уште една третина – 32,8% немаат дефиниран став за прашањето, **а 36% се делумно или целосно задоволни од комуникацијата на МФ**.

Графикон 33. Задоволство од комуникацијата на МФ за теми од интерес на испитаниците, во проценти.



Споредба на одговорите со претходни анкетни истражувања

Одговорите на учесниците за одреден блок прашања може да ги споредиме со одговорите собрани во рамките на анкетните истражувања од 2024 и 2022 година. Ова пред сè се однесува на прашањата за преферираните медиуми за информирање, практиките на проверка на веродостојноста на информациите споделени од страна на медиумите, перцепцијата за комуникацијата на институциите, како и справувањето со дезинформациите. Заради методолошка јасност, дел од прашањата во годинашниов прашалник беа модификувани и за нив споредбата може да се направи само посредно.

Во поглед на прашањето колку често се информираат за случувањата во светот (споредба со анкетно истражување реализирано во 2022 година), се забележува **поголема зачестеност на информирањето на испитаниците во 2025 година – во 2022 година 71% од испитаниците секојдневно се информирале, наспроти 78% во 2025 година**. Исто така, **процентот на испитаниците што воопшто не се интересираат за вести е намален од 14% во 2022, на 5% во 2025 година**.

Во поглед на изворите на информирање, **се забележува нешто повисок процент на информирање од ТВ во 2025 (71%), наспроти 65% во 2022 и 67% во 2024 година и зголемено информирање преку онлајн-портали, од 24% во 2022, на 37,5% во 2025 година**.

На прашањето „Како знаете дека на медиумите од кои се информирате може да им се верува“, се забележува значајна разлика со истражувањето во 2022 година во поглед на сомнежот во сите содржини објавени од медиумите, кој во 2022 го изразиле 54% од испитаниците во 2022 и значајно пониски 29% од испитаниците во 2025 година. **Притоа, не се забележува зголемување на практиките на проверка на авторот/изворот или советување со поинформирано лице за веродостојноста и точноста на информациите.** Споредбата на одговорите со циклусот на истражување во 2024 го потврдува овој тренд – помал процент испитаници применуваат каква било проверка на точноста и веродостојноста на вестите што ги читаат.

Кога станува збор за препознавање дезинформации, нема генерални значајни разлики во поглед на самоперцепцијата на испитаниците **од аспект на нивните капацитети да препознаат погрешна или лажна информација меѓу циклусите на истражување, односно висок процент сметаат дека имаат капацитет да препознаат ваква информација.** Кога станува збор за инстанците на споделување лажни информации, во истражувањето реализирано во 2025 година **има повисок процент испитаници (40%) што**

сметаат дека никогаш не им се случило да споделат неточна информација (во 2022 година овој процент изнесува 33%).

На прашањето кој најмногу шири дезинформации во Македонија, има значајни разлики во одговорите на испитаниците во 2022 и 2025 година. Имено, во истражувањето реализирано во 2025 година паднат е процентот на испитаниците што сметаат дека медиумите или политичките партии издвоено се виновни за ширењето дезинформации во државата. Сепак, процентот на испитаниците во 2025 година (47%) што сметаат дека и медиумите и политичките партии и државните институции ја делат одговорноста за ширењето дезинформации е значајно повисок од оној во 2022 година (13%).

Во поглед на прашањето дали медиумите известуваат доволно за темите од интерес на испитаниците, нема значајни разлики во одговорите на испитаниците во истражувањата реализирани во 2024 и 2025 година, односно **поголем дел сметаат дека медиумите понекогаш или редовно известуваат за теми од нивен интерес.** Дополнително, не се забележани разлики во одговорите во двата циклуси на истражување во поглед на тоа како медиумите информираат за овие теми – **испитаниците доминантно сметаат дека медиумите пренесуваат само површни информации**.

Анекс 1: Социодемографски карактеристики на испитаниците

ПОЛ	**Машко**	49,0%
	Женско	51,0**%**
ВОЗРАСТ	18-24	7,1%
	25-34	13,9%
	35-44	18,5%
	45-54	19,6%
	55-64	19,0%
	65+	21,9%
ЕТНИЧКА ПРИПАДНОСТ	Македонец	67,9%
	Албанец	22,8%
	Друга	9,3%
РАБОТЕН СТАТУС	Вработен/а со полно работно време	52,4%
	Вработен/а со половина работно време	0,5%
	Невработен/а	12,5%
	Ученик/студент	2,3%
	Пензионер/ка	28,2%
	Домаќин/ка	4,1%
РЕГИОН	Вардарски	8,0%
	Источен	9,0%
	Југозападен	8,30%
	Југоисточен	9,60%
	Пелагониски	12,0%
	Полошки	13,1%
	Североисточен	8,0%
	Скопски	32,0%
МЕСТО НА ЖИВЕЕЊЕ	Град	67,4%
	Село	32,6%
ОБРАЗОВАНИЕ	Без образование / незавршено основно образование	1,4%
	Завршено основно образование	12,0%
	Завршено средно образование	58,7%
	Завршен факултет/виша школа	25,1%
	Завршени постдипломски студии, докторат или специјализација	2,8%

Анекс 2: Анкетен прашалник

1. НАВИКИ НА ГРАЃАНИТЕ ЗА ИНФОРМИРАЊЕТО

1. Колку често се информирате за случувањата во земјата и во светот?
а. Еднаш дневно
б. Повеќе пати дневно
в. Неколку пати во неделата
г. Воопшто не се интересирам
д. Не знае/нема одговор

2. Од каде најчесто добивате информации за случувањата во земјата и во светот? (повеќекратен избор, најмногу 3)
а. ТВ
б. Онлајн-портали (веб-страници)
в. Весник
г. Радио
д. Социјални медиуми
ѓ. Тиме.мк и слични портали (агрегатори на вести)
е. Колеги, пријатели, роднини
ж. Друго_____

3. Изберете една од следните области што најмногу Ве засегнува или интересира?
а. Животна средина и урбанистичко планирање
б. Образование, наука и технологија
в. Здравство и здравје
г. Енергетика, рударство и минерални суровини
д. Јавни финансии (јавен долг, пензии, сива економија, поддршка на компании)
ѓ. Земјоделство
е. Локални теми од Град Скопје

2. ДОВЕРБАТА И ИЗВЕСТУВАЊЕТО ВО МЕДИУМИТЕ

4. Дали медиумите известуваат доволно за темите од Ваш интерес?
а. Да, медиумите редовно објавуваат навремени и детални вести за темите што ме интересираат
б. Медиумите понекогаш објавуваат вести за темите што ме интересираат
в. Медиумите ретко објавуваат вести за темите што ме интересираат
г. Не, медиумите никогаш не објавуваат вести за темите што ме интересираат

5. Како медиумите информираат за овие теми:
а. Пренесуваат само површни информации од кои не може да се добие доволно знаење/увид за темата
б. Подлабински информираат и анализираат и даваат целосни информации што се во корист на граѓаните

3. САМОПЕРЦЕПЦИЈАТА НА ГРАЃАНИТЕ ЗА НИВНАТА СПОСОБНОСТ ЗА ПРЕПОЗНАВАЊЕ И ЗАШТИТА ОД ДЕЗИНФОРМАЦИИ

6. Како знаете дека на медиумите од кои се информирате може да им се верува?
а. Претпоставувам дека тоа што го читам е веродостојно затоа што е објавено
б. Не се сомневам бидејќи сè што е објавено во медиумите е точно
в. Го проверувам издавачот на веста
г. Проверувам дали е потпишан авторот на текстот
д. Се советувам со некој што се разбира
ѓ. Се сомневам во сè што се објавува
е. Проверувам дали и како е пренесена веста во други медиуми

7. Дали сметате дека вие лично можете да препознаете кога некоја вест е лажна или е дезинформација?
а. Да, секогаш
б. Понекогаш
в. Ретко
г. Не можам
д. Не знам/нема одговор

8. Колку често Ви се случувало да споделите информации за кои подоцна сте откриле дека се неточни?
а. Често
б. Понекогаш
в. Воопшто
г. Не знам/нема одговор

9. Кој најмногу шири дезинформации во Македонија?
а. Медиумите
б. Политичките партии
в. Државните институции
г. Сите наведени
д. Друго_____
ѓ. Не знам/нема одговор

10. Колку често ги практикувате следните нешта при следењето вести?

	Секогаш	Понекогаш	Ретко	Никогаш
Го проверувам издавачот, објавувачот на веста				
Проверувам дали е потпишан авторот на веста				
Се советувам со некој што се разбира				
Проверувам дали и како веста е пренесена во други медиуми				

4. ДОВЕРБАТА ВО ЈАВНИТЕ ИНСТИТУЦИИ

Според изборот на Прашање 3 од погоре, следните прашања се поставуваат за институцијата што ја покрива избраната тема

а. Животна средина и урбанистичко планирање - Министерство за животна средина и просторно планирање
б. Образование, наука и технологија – Министерство за образование и наука
в. Здравство и здравје – Министерство за здравство
г. Енергетика, рударство и минерални суровини – Министерство за енергетика, рударство и минерални суровини

д. Јавни финансии (јавен долг, пензии, сива економија, поддршка на компании) – Министерство за финансии

ѓ. Земјоделство – Министерство за земјоделство, шумарство и водостопанство

е. Локални теми од Град Скопје – Град Скопје

Во едно од погорните прашања наведовте дека една од областите што најмногу Ве засегнуваат или интересираат е _____

11. Дали информациите што Ве интересираат ги има на веб-страниците и/или социјалните платформи на (институцијата според избор на прашање бр. 3)?

1. Да, информациите што ги барам редовно можам да ги најдам на веб-страниците/социјалните платформи на надлежните
2. Поголем дел од информациите се достапни на веб-страниците/социјалните платформи на надлежните
3. Мал дел од потребните информации се достапни на веб-страниците/социјалните платформи на надлежните
4. Информациите што ми се потребни не се достапни на веб-страниците/социјалните платформи на надлежните
5. Никогаш не ги посетувам веб-страниците/социјалните платформи на надлежните

12. Информациите што се споделуваат од (институцијата според избор на прашање бр. 3) се:

	Потполно се согласувам	Се согласувам	Ниту се согласувам, ниту не се согласувам	Не се согласувам	Воопшто не се согласувам
Редовни					
Достапни					
Јасни					
Разбирливи					

13. Како би ја оцениле комуникацијата на (институцијата според избор на прашање бр. 3)

1. Комуникацијата од надлежните во најголем дел е заснована на аргументи
2. Комуникацијата од надлежните во повисок степен содржи аргументи, но има и паушални изјави
3. Поголем дел од комуникацијата на надлежните се засновува врз паушални изјави, а многу помалку врз аргументи
4. Комуникацијата на надлежните во најголем дел е заснована на паушални изјави

14. Според горенаведеното, колку сте задоволни од комуникацијата на (институцијата според избор на прашање бр. 3) за темите што се од Ваш интерес:

1. Целосно сум задоволен/задоволна
2. Делумно сум задоволен/задоволна
3. Ниту сум задоволен/задоволна, ниту сум незадоволен/незадоволна
4. Генерално не сум задоволен/задоволна
5. Воопшто не сум задоволен/задоволна

ДЕМОГРАФСКИ ПОДАТОЦИ

Пол:
1. машки
2. женски

Возраст: _____

Етничка припадност:
1. Македонец/Македонка
2. Албанец/Албанка
3. Друга _____

Работен статус:
1. Вработен/а со полно работно време
2. Вработен/а со пола работно време
3. Невработен/а
4. Ученик/студент
5. Пензионер/ка
6. Домаќин/ка

Населено место: _____

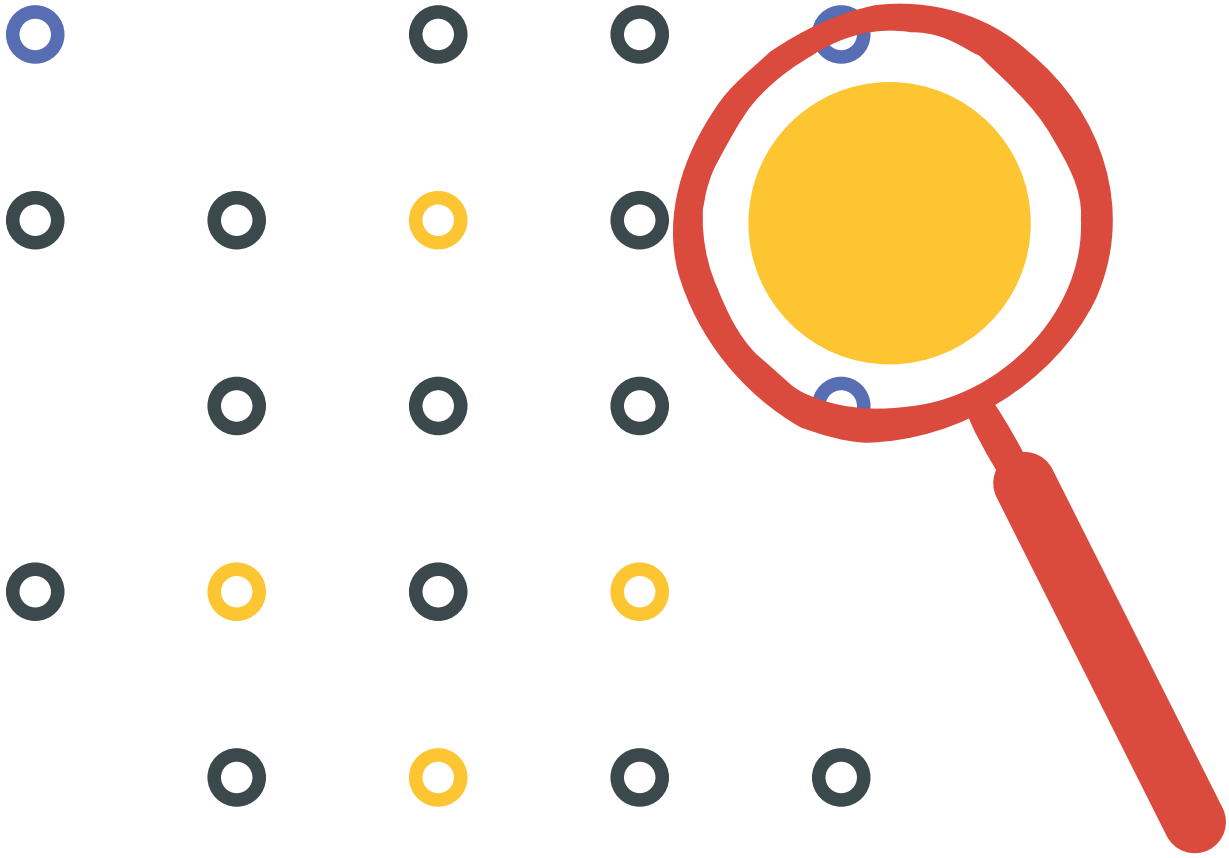
Општина: _____

Највисоко завршено образование:
1. Без образование/незавршено основно образование
2. Завршено основно образование
3. Завршено средно образование
4. Завршено факултет/ виша школа
5. Завршено постдипломски студии, докторат или специјализација

Вкупен месечен приход во домаќинството:
1. До 18.000 денари
2. Од 18.001 до 30.000 денари
3. Од 30.001 до 42.000 денари
4. Од 42.001 до 60.000 денари
5. Од 60.001 до 75.000 денари
6. Над 75.001 денари
7. Не знае/ Нема одговор

Брачен статус:
1. Не е во брак
2. Во брак
3. Вдовец/вдовица – разведен/разведена

Број на членови во домаќинството: _____



Институт за комуникациски студии

www.iks.edu.mk
info@iks.edu.mk

НЕ ВЕРУВАЈ ПРОВЕРУВАЈ! #користифакти

British Embassy Skopje

UK International Development
Partnership | Progress | Prosperity

Овој производ е подготвен во рамките на проектот „Употреба на новинарство засновано на факти за подигање на свеста и спротивставување на дезинформациите во медиумскиот простор во Северна Македонија“ финансиран од Владата на Обединето Кралство, со поддршка на британската амбасада во Скопје. Мислењата и ставовите наведени во оваа содржина не ги одразуваат секогаш мислењата и ставовите на британската влада.