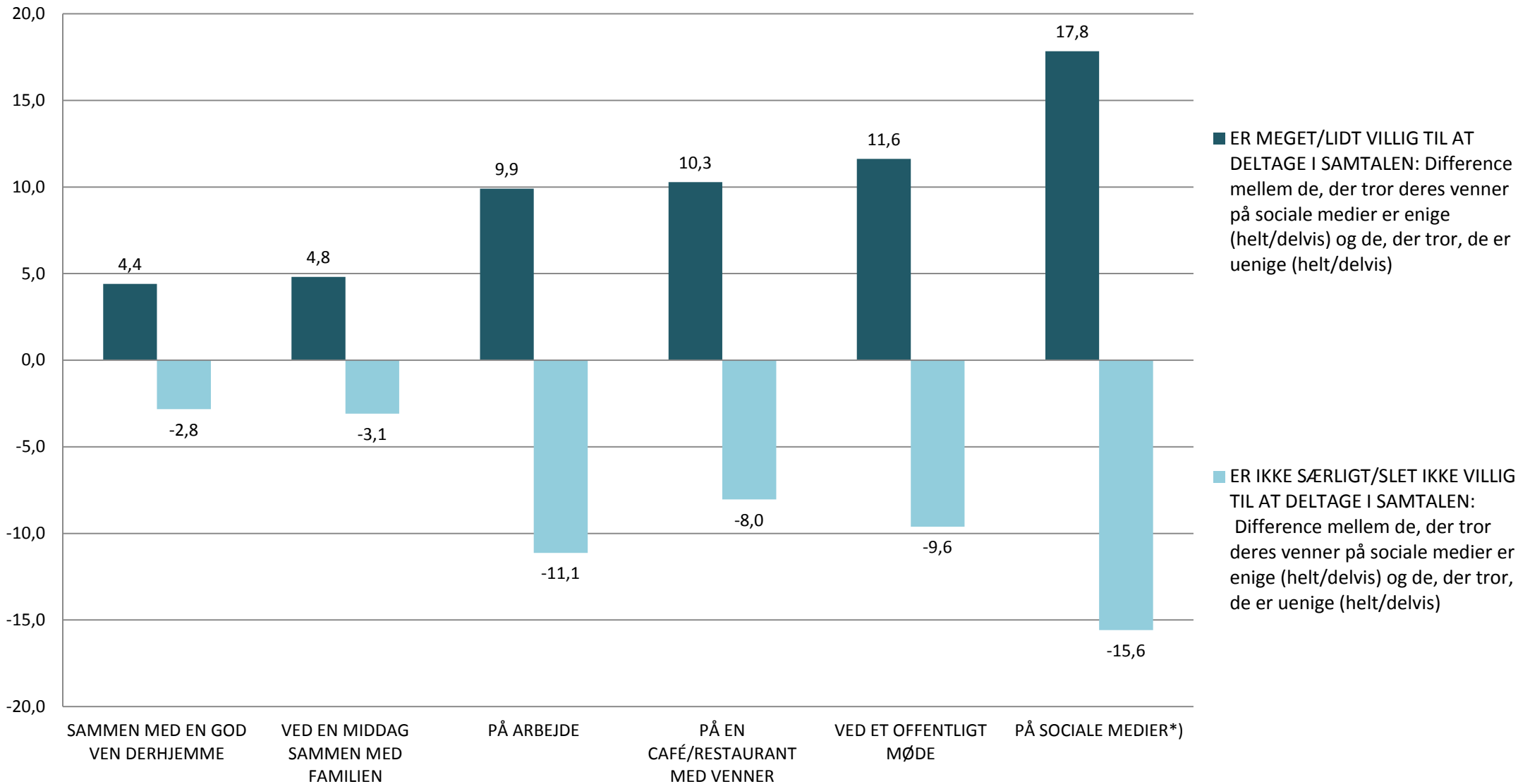


Forskel i andel, der har lyst til at deltage i samtalen om et politisk emne i forskellige sammenhænge, mellem de, der tror deres venner/følgere på de sociale medier\*) er enige i deres holdning, og de der tror, deres venner/følgere er uenige i deres holdning.  
**Forskel i procentpoint**



**Kilde:** Index Danmark/Gallup 1H2015 - Kulturstyrelsens egne spørgsmål  
 Data bearbejdet af Kulturstyrelsen

**Univers:** Den danske befolkning i alderen 12 år og derover med profil på et socialt medie (Facebook, Google+, LinkedIn, Twitter, Instagram, Pinterest, Snapchat, Tumblr, Vimeo), (76,7 % af hele befolkningen 12 år +)  
**Stikprøve:** 8.284 respondenter, \*) F.eks. Facebook, Twitter mm.

Forskel i andel, der har lyst til at deltage i samtalen om et politisk emne i forskellige sammenhænge, mellem de, der tror deres venner/følgere på de sociale medier\*) er enige i deres holdning, og de der tror, deres venner/følgere er uenige i deres holdning. Forskel i procentpoint

	ER MEGET/LIDT VILLIG TIL AT DELTAGE I SAMTALEN: Difference mellem de, der tror deres venner på sociale medier er <u>enige</u> (helt/delvis) og de, der tror, de er <u>uenige</u> (helt/delvis)	ER IKKE SÆRLIGT/SLET IKKE VILLIG TIL AT DELTAGE I SAMTALEN: Difference mellem de, der tror deres venner på sociale medier er enige (helt/delvis) og de, der tror, de er uenige (helt/delvis)
SAMMEN MED EN GOD VEN DERHJEMME	4,40	-2,83
VED EN MIDDAG SAMMEN MED FAMILIEN	4,81	-3,09
PÅ ARBEJDE	9,90	-11,12
PÅ EN CAFÉ/RESTAURANT MED VENNER	10,28	-8,03
VED ET OFFENTLIGT MØDE	11,62	-9,62
PÅ SOCIALE MEDIER*)	17,84	-15,58

**Kilde:** Index Danmark/Gallup 1H2015 - Kulturstyrelsens egne spørgsmål

**Univers:** Den danske befolkning i alderen 12 år og derover med profil på et socialt medie (Facebook, Google+, LinkedIn, Twitter, Instagram, Pinterest, Snapchat, Tumblr, Vimeo), (76,7 % af hele befolkningen 12 år +)

**Stikprøve:** 8.284 respondenter

Data bearbejdet af Kulturstyrelsen