

Доверие в медиите и медийно потребление през 2022 г.

13.09.2022 г.

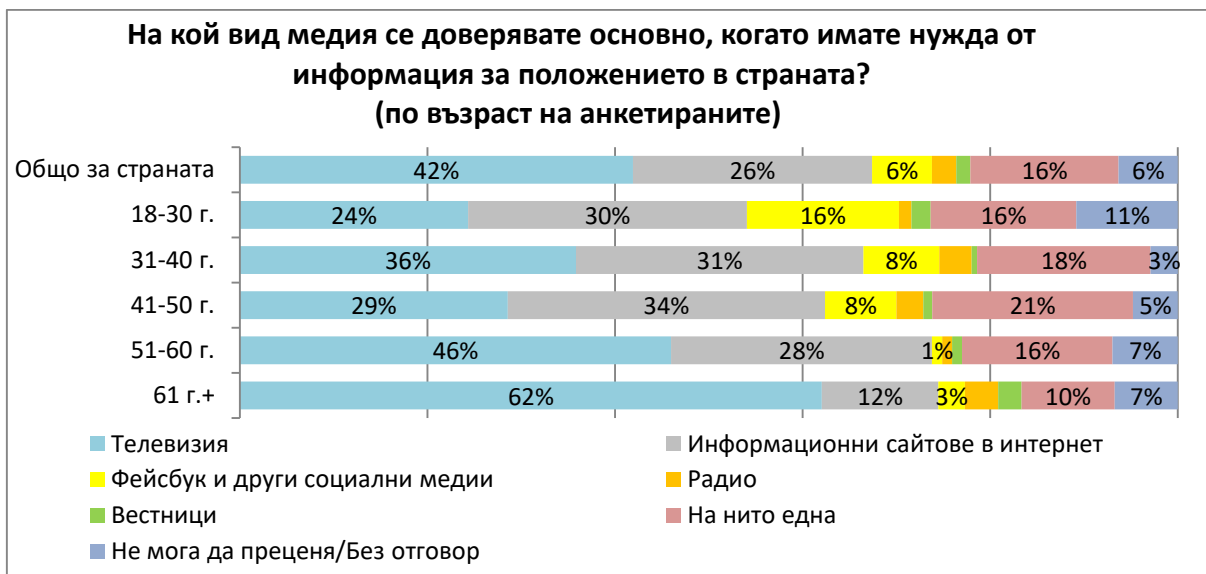
Онлайн медиите и телевизията са основен източник на информация за положението в страната за преобладаващото мнозинство от българските граждани. Радиото и вестниците са основен информационен източник за относително малка група хора. Ежедневно гледат телевизия над 70 процента от българите, а в интернет ежедневно влизат над половината от тях. Всеки пети обаче никога не е влизал в интернет. Това показват данните от изследване, проведено през юни 2022 година по проект на Институт „Отворено общество“ - София

Онлайн медиите, включително социалните медии са основен източник на информация за положението в страната за мнозинството сред хората под 50 години, живеещите в столицата, висшестите и сред привържениците на „Демократична България“ и „Възраждане“. За всички останали основен източник на информация продължава да бъде телевизията.

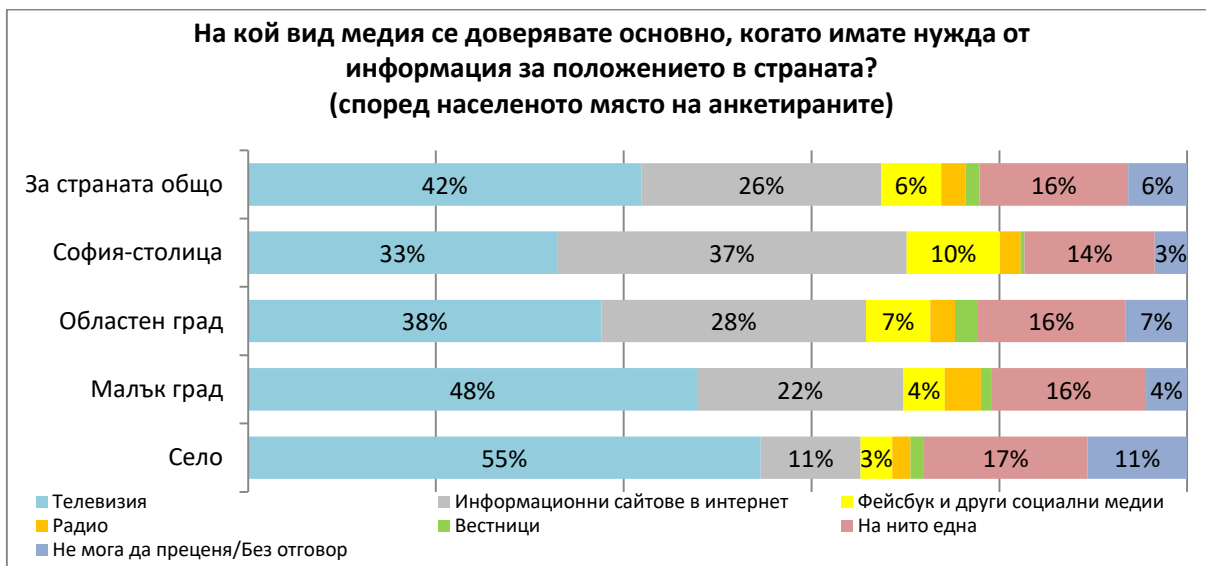
В рамките на национално представително изследване на общественото мнение, проведено на терен в периода 6-16 юни 2022 година по проект на Институт „Отворено общество“ - София, най-голям дял от анкетираните (42%) заявяват, че се доверяват основно на телевизията, когато имат нужда от информация за положението в страната. На информационни сайтове в интернет се доверяват 26% от анкетираните, а на Фейсбук и други социални медии – 6%. На радиото основно се доверяват малко под 3% от запитаните, а на вестници – малко под 2%. Около 16% от анкетираните заявяват, че нямат доверие на никоя медия, а около 6% не могат да преценят.

Телевизията е доминиращият източник на информация за хората над 50 години и особено за тези над 60. При всички останали възрастови групи мнозинството от хората се доверяват основно на базираните в интернет информационни сайтове и социални медии.

Най-малка склонност да се доверяват на медиите изразяват хората на средна възраст, като всеки пети на възраст между 41 и 50 години заявява, че няма доверие на нито една от изброените медии.



Когато имат нужда от информация за положението в страната, мнозинството от живеещите в столицата се доверяват най-вече на информационни сайтове в интернет. За мнозинството от живеещите извън столицата телевизията остава основен източник на информация, като на нея разчитат най-голям дял от хората в селата и малките градове. В областните градове доверието в телевизията и онлайн медиите е на практика изравнено с леко предимство на телевизията.



Образованието на респондентите също оказва влияние върху типа медия, на която се доверяват, когато имат нужда от информация за положението в страната. Над 40% от анкетираните с висше образование заявяват, че основно се доверяват на информационни сайтове в интернет, докато само 29% основно се доверяват на телевизията. Колкото е по-ниско образованието на респондентите, толкова повече нараства делът на тези, които се доверяват основно на телевизията. При хората с основно образование 57% предимно се доверяват на

телевизията, когато имат нужда от информацията за положението в страната, а едва 6% се доверяват на информационни сайтове в интернет. Прави впечатление, че делът на анкетираните, които са склонни да се доверяват на Фейсбук и другите социални медии, когато имат нужда от информация за положението в страната, е приблизително еднакъв (6-7%) сред анкетираните от всички групи по степен на образование.

От къде се информират привържениците на различните политически партии, когато имат нужда от информация за положението в страната?

На база на данните за електоралните нагласи към месец юни 2022 година привържениците на различните политически партии могат да бъдат разделени на три основни групи според медиите, на които основно се доверяват, когато имат нужда от информация за положението в страната:

Мнозинството от привържениците на БСП (73%), ГЕРБ (52%) и ДПС (50%) основно се доверяват на телевизията, когато имат нужда от информация за положението в страната. На информационни сайтове в интернет се доверяват едва 4% от привържениците на БСП и едва 2% от тези на ДПС. Сред симпатизантите на ГЕРБ този дял е по-висок (около 25%), но остава два пъти по-нисък от заявяващите доверие към телевизията. Към тази група може да се добавят и симпатизантите на „Български възход“ (БВ), 41% от които се доверяват на телевизията и едва 14% на интернет. Може да се допусне, че за мобилизацията и поведението на привържениците на тези партии е от по-голямо значение начинът, по който се представят и интерпретират текущите събития в страната в телевизионните студия, отколкото за привържениците на останалите партии.

На другия полюс са симпатизантите на „Демократична България“ (ДБ) и „Възраждане“. Въпреки че тези две партии стоят на коренно различни политически позиции, характерно за техните симпатизанти е, че когато имат нужда от информация за положението в страната, те основно се доверяват на информационни сайтове в интернет, а не на телевизията. 60% от симпатизантите на ДБ и 46% от тези на „Възраждане“ се доверяват на интернет и едва 24-26% от тях на телевизията.

По средата между двата полюса в доверието към телевизията и интернет като източник на информация за положението в страната са привържениците на „Има такъв народ“ (ИТН) и „Продължаваме промяната“ (ПП), при които се наблюдават сходни дялове на тези, които се доверяват на телевизията (42%) и тези, които предпочитат интернет, вкл. социалните медии (41-42%).

Хората, които заявяват, че нямат доверие на никоя медия представляват най-голям дял сред привържениците на БВ (32%), ДПС (27%) и „Възраждане“ (19%). В същото време те са най-малък дял сред симпатизантите на ДБ (2%), ИТН (6%) и БСП (7%).

Хората, които заявяват, че не са решили за кого ще гласуват са разделени на три приблизително равни групи – малко над една трета от тях се доверяват на телевизията (36%), малко под една трета се доверяват на интернет, вкл. на социалните медии (34%), а останалата около една трета попадат в групата на тези без доверие в медиите или без мнение по въпроса. Профилът на хората, които заявяват, че няма да гласуват е сходен, но с по-висок дял на тези без

доверие в никоя медия, както и на тези, които се доверяват на Фейсбук и другите социални медии.



Кой и колко често гледа телевизия?

Телевизията остава най-популярната медия в страната. Близко 73% от анкетиранияте посочват, че отделят време за гледане на телевизия всеки ден, а 14% няколко пъти в седмицата. Едва 5% заявяват, че изобщо не гледат телевизия. Ежедневно телевизия се гледа най-често в селата (82%), от хората над 60 години (89%), тези с основно образование (80%), както и от симпатизантите на БСП, ГЕРБ и ДПС (81-83%). През последното десетилетие делът на хората, които ежедневно гледат телевизия постепенно спада от 90-91% в периода преди 2018 година до 73% през настоящата година.

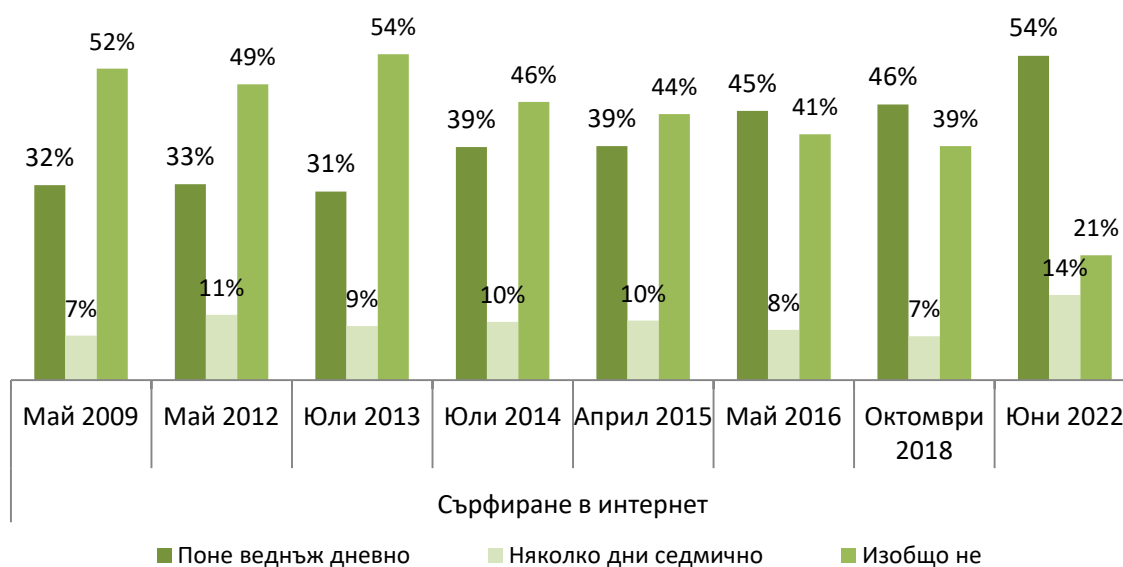
Колко често отделяте време за гледане на телевизия?



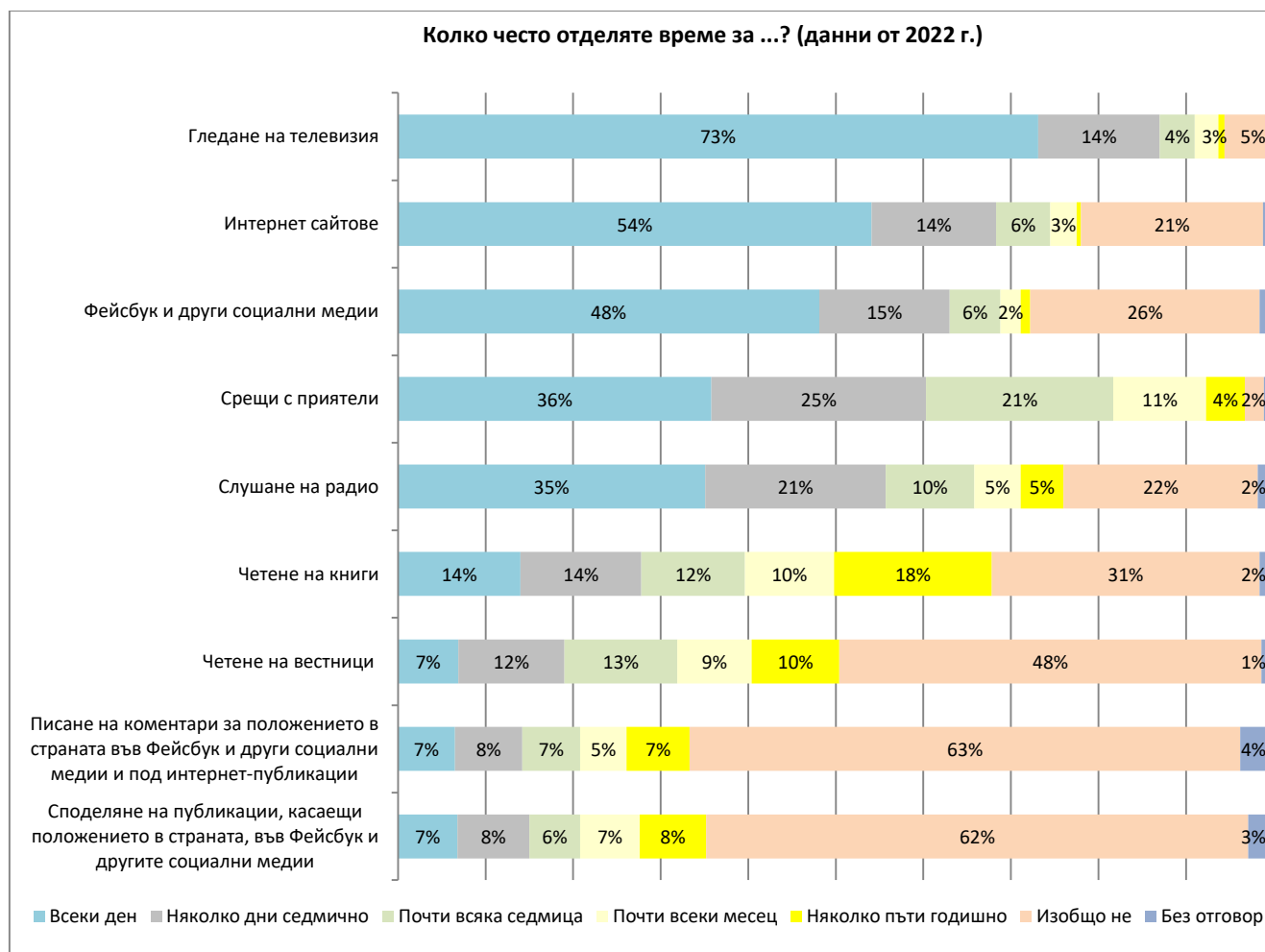
Кой и колко често прекарва време в интернет?

В интернет ежедневно прекарват време 54% от респондентите, а около 15% по няколко пъти в седмицата. Никога не отделят време за интернет 21% от анкетираните. През последното десетилетие делът на хората, които ежедневно прекарват време в интернет нараства от 31-33% в периода 2009-2013 година до 54% през юни 2022 година. В същото време делът на тези, които заявяват, че изобщо не влизат в интернет намалява над два пъти от 49-54% в периода 2009-2013 година до 21% през юни 2022 година.

Колко често отделяте време за сърфиране в интернет?



Значително повече от средното за страната ежедневно време в интернет прекарват живеещите в София (62%) и областните градове (64%), младите до 30 години (70%), висшестите (74%), учещите (80%), както и привържениците на „Демократична България“ (89%) и отчасти тези на „Възраждане“ (67%). Според изследваните характеристики най-голям дял от анкетираните заявяват, че изобщо не прекарват време в интернет сред живеещите в селата (43%), възрастните над 60 години (51%), тези с основно образование (57%), безработните (40%), ромите (58%), както и симпатизантите на БСП (49%) и тези на ДПС (42%).



Кой прекарва време и пише коментари във Фейсбук и другите социалните медии?

Ежедневно време за Фейсбук и другите социални медии отделят 48% от анкетираните, а други 15% правят това по няколко пъти в седмицата. Никога не отделят време за подобна дейност 26% от запитаните. В сравнение със средното за страната ежедневно в социалните медии влизат значително по-голям дял от хората живеещи в областен град (58%), тези до 30 години (69%), както и учещите (69%). По-голям дял от жените (55%) отделят време за социални медии ежедневно в сравнение с мъжете (41%).

Всеки пети български граждани (21%) съобщава, че поне веднъж седмично пише коментар или споделя публикация за положението в страната във Фейсбук или друга социална медия. Близко 7% казват, че правят това ежедневно, а 63% - никога. Сред симпатизантите на различните политически сили най-активни в социалните медии са тези на „Демократична България“ и „Възраждане“, всеки трети от които поне веднъж седмично споделя във Фейсбук или други социални медии публикации, касаещи положението в страната.

Радио, вестници, книги и приятели.

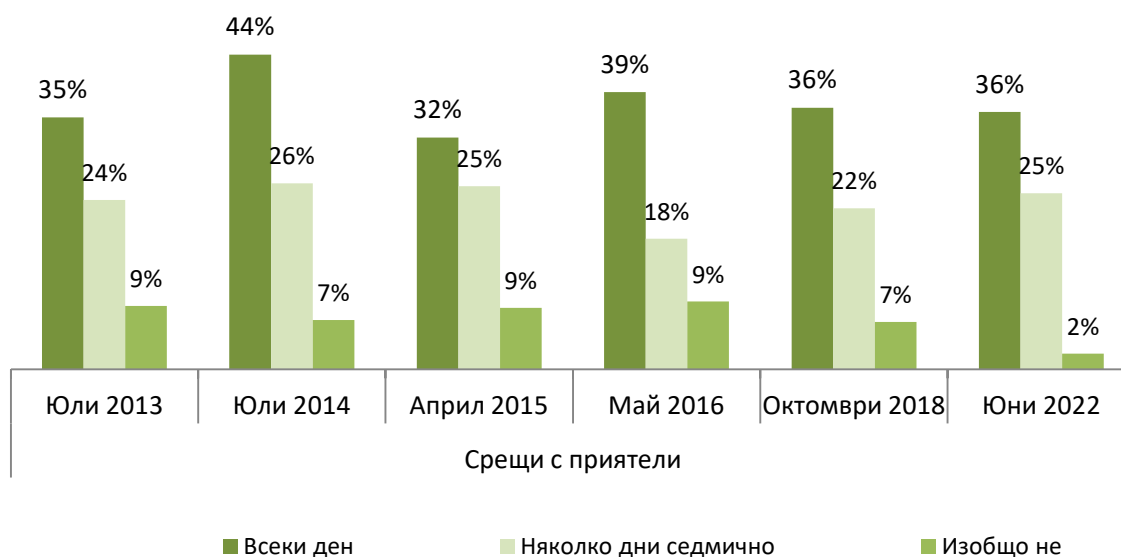
Ежедневно време за слушане на радио отделят 35% от анкетираните, а други 21% правят това няколко пъти седмично. Близко 22% заявяват, че никога не слушат радио. Сравнително по-често от средното за страната ежедневно отделят време за слушане на радио живеещите в малък град (42%), както и симпатизантите на ГЕРБ (43%) и ИТН (48%).

Вестници всеки ден четат 7% от анкетираните, а други 12% правят това няколко пъти седмично. Близко половината от анкетираните (48%) заявяват, че никога не четат вестници.

Ежедневно книги четат 14% от анкетираните, а други 14% правят това няколко пъти седмично. Близко всеки трети от анкетираните (31%) заявява, че никога не отделя време за четене на книги.

За срещи с приятели ежедневно отделят време 36% от анкетираните, а други 25% правят това по няколко пъти седмично. Хората, които заявяват, че никога не отделят време за среща с приятели са едва 2%. Нагласите към отделянето на време за срещи с приятели се оказват относително устойчиви във времето. В рамките на последното десетилетие сравнително сходен дял анкетираните с малки отклонения през различните години заявяват, че отделят време за среща с приятели. От 2016 година насам се регистрира известен спад в дела на хората, които заявяват, че никога не отделят време за среща с приятели.

Колко често отделяте време за срещи с приятели?



Цитираните в настоящата публикация данните за 2022 г. са от национално представително изследване на общественото мнение, проведено сред пълнолетното население на страната през периода 6-16 юни 2022 година по метода на пряко стандартизирано интервю с таблети по домовете на респондентите. Респондентите са подбрани чрез двустепенна стратифицирана извадка по регион и тип населено място с квота по признаците пол, възраст и образование. Проведени са 1000 ефективни интервюта. Максимално допустима грешка при 95% гаранционна вероятност: +/-3,1% при 50-процентен дял. Изследването на терен е проведено и финансиране по проект на Институт „Отворено общество“ – София от Алфа Рисърч. Данните са анализирани и настоящата публикация е подготвена от екип на Институт „Отворено общество“ – София в състав: Георги Стойчев, редактор; д-р Драгомира Белчева, автор и статистическа обработка на данни; д-р Петя Брайнова, статистическа обработка на данни; Милен Минчев, графики и визуализация. Цитираните в публикацията данни за предходни години са от национално представителни проучвания, провеждани от Институт „Отворено общество“ - София. Данните от тези проучвания са предоставени за свободен достъп на интернет страницата www.opendata.bg.