



Starea Națiunii

Construirea unui instrument inovator pentru
fundamentarea politicilor publice (SIPOCA 11)

RAPORT EXECUTIV

Percepțiile românilor privind mass media în România

BAROMETRU DE OPINIE ÎN DOMENIUL GUVERNARE. CAPITAL SOCIAL

Raport executiv

Acest raport este realizat ca parte a analizei barometrelor de opinie realizate în cadrul proiectului “Starea Națiunii. Construirea unui instrument inovator pentru fundamentarea politicilor publice”. Raportul de față se referă la domeniul Guvernanță și capital social și la sistemul de indicatori aferent acestuia. Barometrul de opinie Percepțiile românilor privind mass media în România elaborat în luna februarie 2018 își propune să măsoare atitudinea românilor față de mass media în România. Barometrul vizează evaluarea încrederii românilor în instituțiile publice, obiceiurile de consum, încrederea în mass media, precum și o investigație a percepțiilor despre fenomenul fake news și a eventualelor măsuri/comportamente de evitare a știrilor false. Cercetarea a inclus și testarea apariției efectului celei de-a treia persoane cu privire la influența știrilor false, urmărindu-se în ce măsură cetățenii subestimează influența conținutului media la nivelul propriei persoane și supraestimează acest efect când vine vorba de ceilalți.

Cercetarea a fost realizată pe un eșantion reprezentativ la nivel național de 1000 de respondenți (+18 ani) din România cu marjă de eroare de +/- 3.2%. Eșantionul a fost de tip stratificat bistadial cu selecție probabilistă a gospodăriilor (aleatoriu simplu) și a persoanelor (metoda “cea mai tânără persoană din gospodărie”). Cercetarea a fost realizată în sistem CATI, în perioada 1 – 30 martie 2018.

Principalele rezultate arată că mass media se află printre instituțiile investite cu un nivel ridicat de încredere, alături de armată și biserică. Televiziunea este principala sursă de informare (82,2% dintre respondenți se uită la TV zilnic), urmată de Internet, acesta fiind utilizat mai mult de tineri și de persoane cu educație superioară. Cea mai populară rețea socială printre români este Facebook (64,9% din respondenți accesează Facebook zilnic), utilizată atât pentru informare/știri (43,3% citesc știri pe Facebook), cât și pentru relaxare și relaționare cu ceilalți.

Utilizatorii distribuie informația de pe Facebook și reacționează la conținuturile postate pe Facebook când sursa este percepută ca fiind una de încredere, subiectul este unul vizibil pe agenda publică, iar informația este percepută a fi în acord cu viziunile lor preexistente.

Mediul online este investit cu mai puțină încredere decât media tradițională. Respondenții au încredere mai mult în sursele tradiționale precum radioul, statisticile oficiale, televiziunile de știri, agențiile de presă. Cetățenii semnalează în număr ridicat prezența informațiilor false în media (24,5% dintre respondenți au declarat că întâlnesc săptămânal informații incorecte în media, iar 20,8% zilnic).

Media tradițională au fost menționate mai des ca fiind sursa acestor informații spre deosebire de mediul online (52,5% dintre cei care afirmă că au întâlnit informații false au indicat televiziunea ca sursă, iar 25,9%, ziarele în format online și rețelele sociale). Deși confrunțați cu informații false, românii se bazează mai mult pe propria intuiție și pe reputația jurnaliștilor, fiind mai puțin implicați în verificarea informațiilor sau în acțiuni de control a veridicității conținuturilor media. Mai mult, aceștia subapreciază influența dezinformării asupra propriei persoane și o supraapreciază când vine vorba de ceilalți, fiind astfel prezent efectul celei de-a treia persoane.

BAROMETRU DE OPINIE ÎN DOMENIUL GUVERNARE. CAPITAL SOCIAL

Datele din acest raport reprezintă numai o parte din datele obținute din barometrul de opinie media. Limitele cercetării sunt cele inerente unei cercetări cantitative, problemele identificate trebuind analizate în profunzime prin cercetări calitative ulterioare.

Ca recomandări pentru politici publice, acestea ar trebui să vizeze îmbunătățirea imaginii instituțiilor media, creșterea nivelului de conștientizare cu privire la fenomenul fake news, propunerea de măsuri care să ajute la recunoașterea și evitarea știrilor false.



WWW.STAREA-NATIUNII.RO



INFO@STAREA-NATIUNII.RO