

COVID-19 पोल

सोशल मीडिया पर भरोसे में बड़ी गिरावट

टीम C-Voter ने समाचार चैनलों, समाचार पत्रों और सोशल मीडिया सहित सभी मीडिया स्रोतों में रखे गए भरोसेमंद भारतीयों के स्तर का पता लगाने के लिए कई सर्वेक्षण किए।

2020 में, 2018 की तुलना में, भारतीयों के सोशल मीडिया में भरोसे में सबसे अधिक गिरावट आई है, इसके बाद समाचार पत्रों और टीवी समाचार चैनलों पर भरोसे में गिरावट आई है।

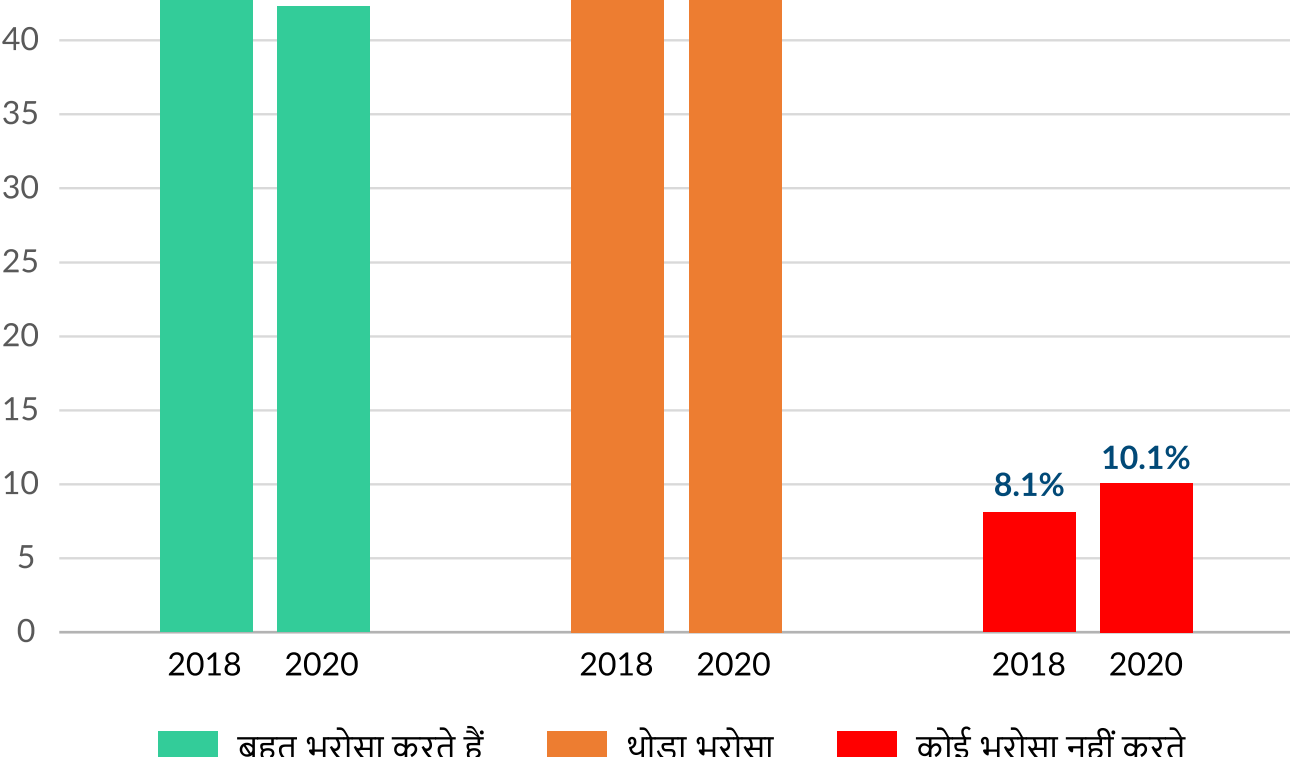
टीम पोलस्ट्रेट ने भारत में जनसांख्यिकी के विभिन्न मीडिया स्रोतों में विश्वास में इस बदलाव का विश्लेषण किया है।



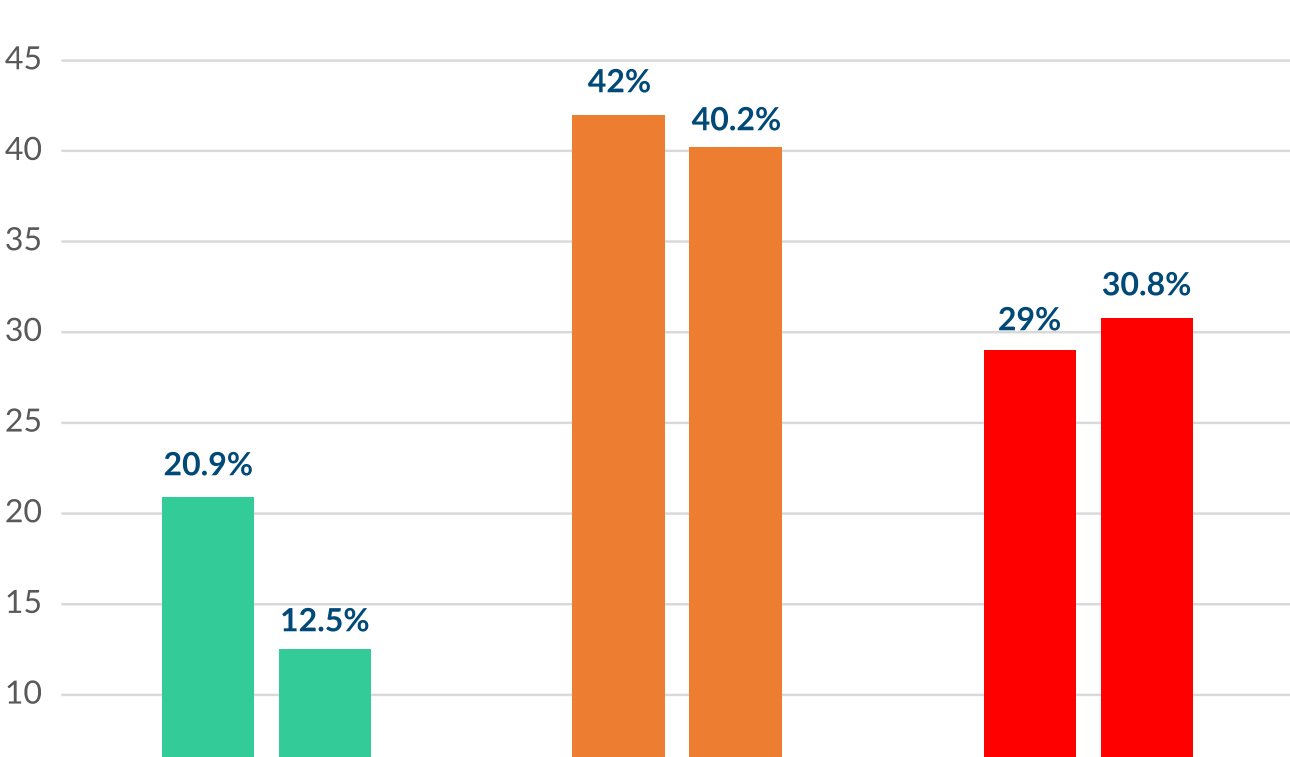
प्रश्न:

आप निम्नलिखित संस्थानों पर कितना भरोसा करते हैं? क्या आप **अखबार / टीवी न्यूज़ चैनल / सोशल मीडिया** पर बहुत भरोसा, कुछ भरोसा या कोई भरोसा नहीं करते हैं?

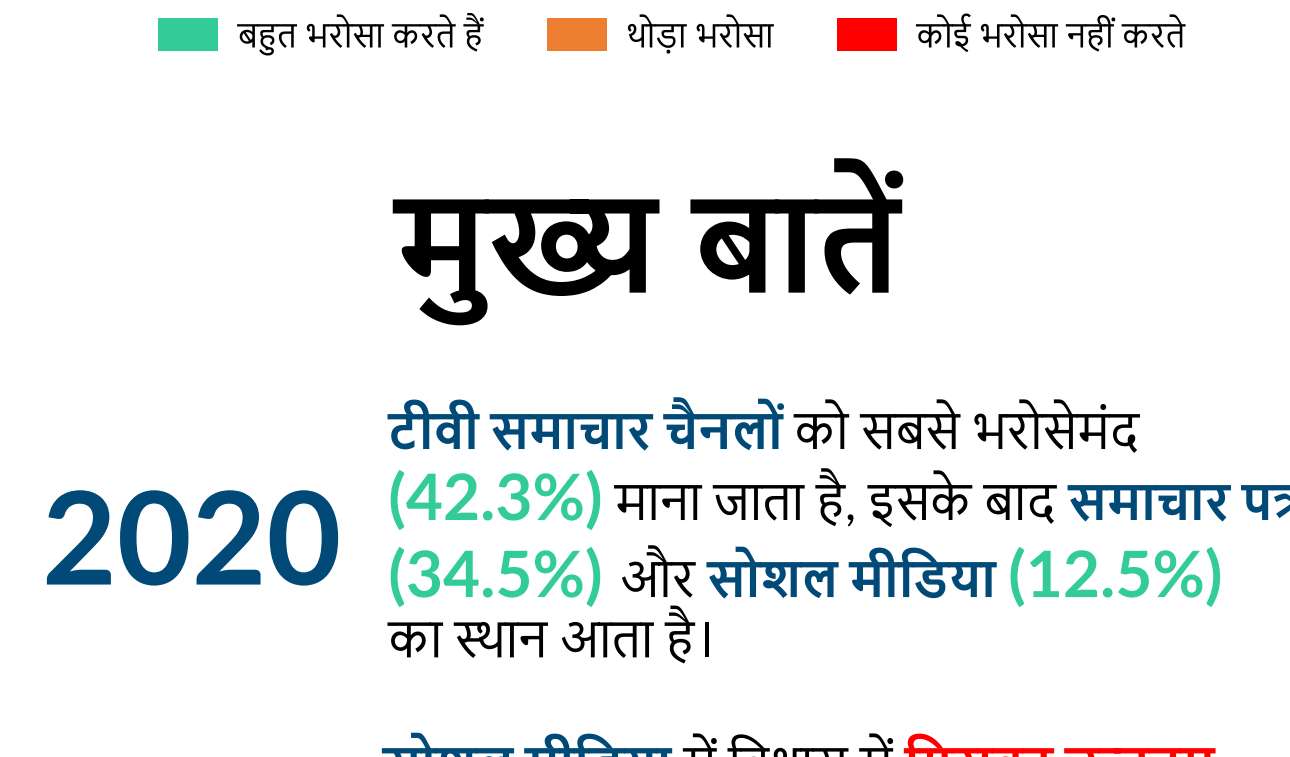
सामाचार पत्र



टीवी न्यूज़ चैनल



सोशल मीडिया



मुख्य बातें

2020 टीवी समाचार चैनलों को सबसे भरोसेमंद (42.3%) माना जाता है, इसके बाद समाचार पत्रों (34.5%) और सोशल मीडिया (12.5%) का स्थान आता है।

2018 सोशल मीडिया में विश्वास में गिरावट उच्चतम (8.4%) है जिसके बाद अखबारों (7.3%) और टीवी समाचार चैनलों (1.7%) में विश्वास में गिरावट आया है।

सर्वेक्षण में पूछे गए सभी 18 संस्थानों के बीच समाचार पत्रों, टीवी समाचार चैनलों की रैंक गिर गई है, जबकि सोशल मीडिया की रैंक बढ़ गई है।

2018

2020

07

04

17

13

11

16

समाचार पत्र

टीवी न्यूज़ चैनल

सोशल मीडिया

समाचार पत्र

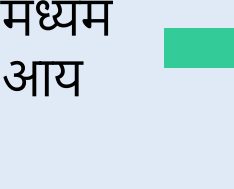
टीवी न्यूज़ चैनल

सोशल मीडिया

2020 के डेटा का विश्लेषण

टीवी न्यूज़ (सामाचार) चैनल

टीवी समाचार चैनलों ने उत्तरदाताओं (1.7%) के बीच विश्वास में सबसे कम गिरावट दर्ज की है।



सबसे महत्वपूर्ण गिरावट (17%) टीवी समाचार चैनलों में महिलाओं के भरोसे की रही है।

57.4%

2018

-17%

40.3%

2020



जबकि कम आय वाले लोगों का टीवी समाचार चैनलों में विश्वास में 6.5% की गिरावट दर्ज की, मध्यम और उच्च आय वाले लोगों के विश्वास में लगभग 8% की वृद्धि दर्ज की गयी।

2018

(A lot of trust)

2020

निम्न आय

49.5%

-6.5%

निम्न आय

43%

मध्यम आय

32%

+9.2%

मध्यम आय

41.2%

उच्च आय

34.2%

+8.3%

उच्च आय

42.5%



सामाजिक समूहों में टीवी समाचार चैनलों में विश्वास का स्वरूप "अन्य" को छोड़कर 2018 की तरह समान है।

56.8%

2018 (अन्य)

-16.4%

40.4%

2020 (अन्य)

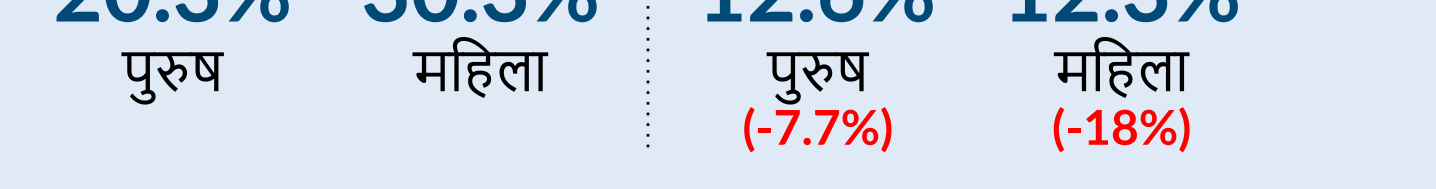
2020 में टीवी समाचार चैनलों में सबसे अधिक विश्वास वाले सामाजिक समूह थे।

47.5%

अनुसूचित जाति (एस.सी)

46.1%

उच्च जाति के हिंदू



सोशल मीडिया

उत्तरदाताओं (8.4%) के बीच विश्वास में सबसे बड़ी गिरावट।

Both males and females registered a declined trust in social media

2018

2020

20.3%

30.3%

12.6%

12.3%

पुरुष

महिला

पुरुष

महिला

(-7.7%)

(-18%)



आय समूहों और शिक्षा समूहों के बीच, सोशल मीडिया में विश्वास में गिरावट देखी गई, कम आय और उच्च शिक्षा वाले समूहों में सबसे अधिक गिरावट आई।

(विश्वास में गिरावट)

8.7%

निम्न आय

7.9%

मध्यम आय

7.5%

उच्च आय

5.9%

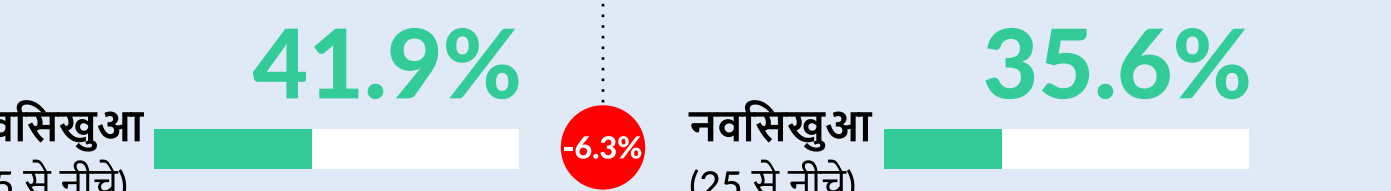
निम्न शिक्षा

8.8%

मध्यम शिक्षा

11%

उच्च शिक्षा



सामाचार पत्र

उत्तरदाताओं के बीच विश्वास में दूसरी सबसे बड़ी गिरावट (7.3%)

AGE

आयु-वर्गों में, अखबारों पर भरोसा कम हुआ है। हालांकि, 60+ आयु वर्ग में उत्तरदाताओं का 2020 में लगभग समान स्तर का विश्वास है।

2018

2020

नवसिखुआ (25 से नीचे)

41.9%

-6.3%

नवसिखुआ (25 से नीचे)

35.6%

युवा (25-45)

40.4%

-7.7%

युवा (25-45)

32.7%

अधेड़ (45-60)

42.9%

-12.3%

अधेड़ (45-60)

30.6%

बुजुर्ग (60+)

44.4%

-0.1%

बुजुर्ग (60+)

44.3%



आय और शिक्षा समूहों के बीच, कम आय और शिक्षा वाले लोगों ने समाचार पत्रों में विश्वास में महत्वपूर्ण गिरावट दर्ज की।

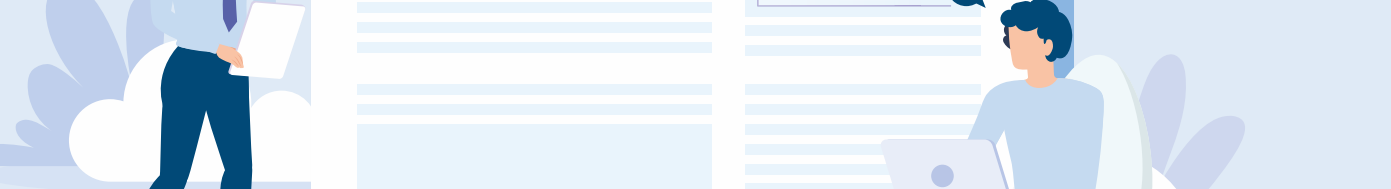
(विश्वास में गिरावट)

10.6%

निम्न आय

10.4%

निम्न शिक्षा



सभी सर्वेक्षण निष्कर्ष और अनुमान को टीम C-voter "ट्रस्ट इन इंस्टीट्यूशंस" की सर्वेक्षण पर आधारित है, जो 2010, 2018 और 2020 में 18+ वयस्कों के बीच राज्यव्यापी किए गए हैं, जिसमें हर प्रमुख जनसांख्यिकीय शामिल है।

डेटा को हर राज्य के ज्ञात जनसांख्यिकीय प्रोफाइल में शामिल किया जाता है, जिसमें आयु वर्ग, सामाजिक समूह, आय, क्षेत्र, लिंग और शिक्षा स्तर शामिल हैं।

2018 2,709 2020 1,347 कुल 4,056

नमूना आकार:



सोशल मीडिया पार्टनर

अधिक जानकारी के लिए:

polstrat.com | teamcvoter.com