НАЦИОНАЛНО ПРЕДСТАВИТЕЛНО СОЦИОЛОГИЧЕСКО ПРОУЧВАНЕ НА ТЕМА:

„МЕДИЙНИ НАГЛАСИ НА АУДИТОРИЯТА ПО ВРЕМЕ НА ПРЕДИЗБОРНАТА КАМПАНИЯ ЗА ИЗБОРИТЕ ЗА ПРЕЗИДЕНТ И ВИЦЕПРЕЗИДЕНТ“

СЕМ
СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

ПАСПОРТ НА ПРОУЧВАНЕТО

Период на интервюиране:	*8 – 19 октомври 2026 г.*
Тип извадка:	*Двустепенна гнездова извадка на случаен принцип, базирана на актуална информация от избирателните списъци на населението*
Размер на извадката:	*1009 души на възраст 18+ г., разпределени в 181 гнезда*
Метод на регистрация:	*Лични стандартизирани интервюта*
Размер на статистическата грешка:	*±3.1% при 50%-ови дялове*

СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

Моля да ми кажете коя от следните двойки твърдения се отнася за Вас лично?

(в %)

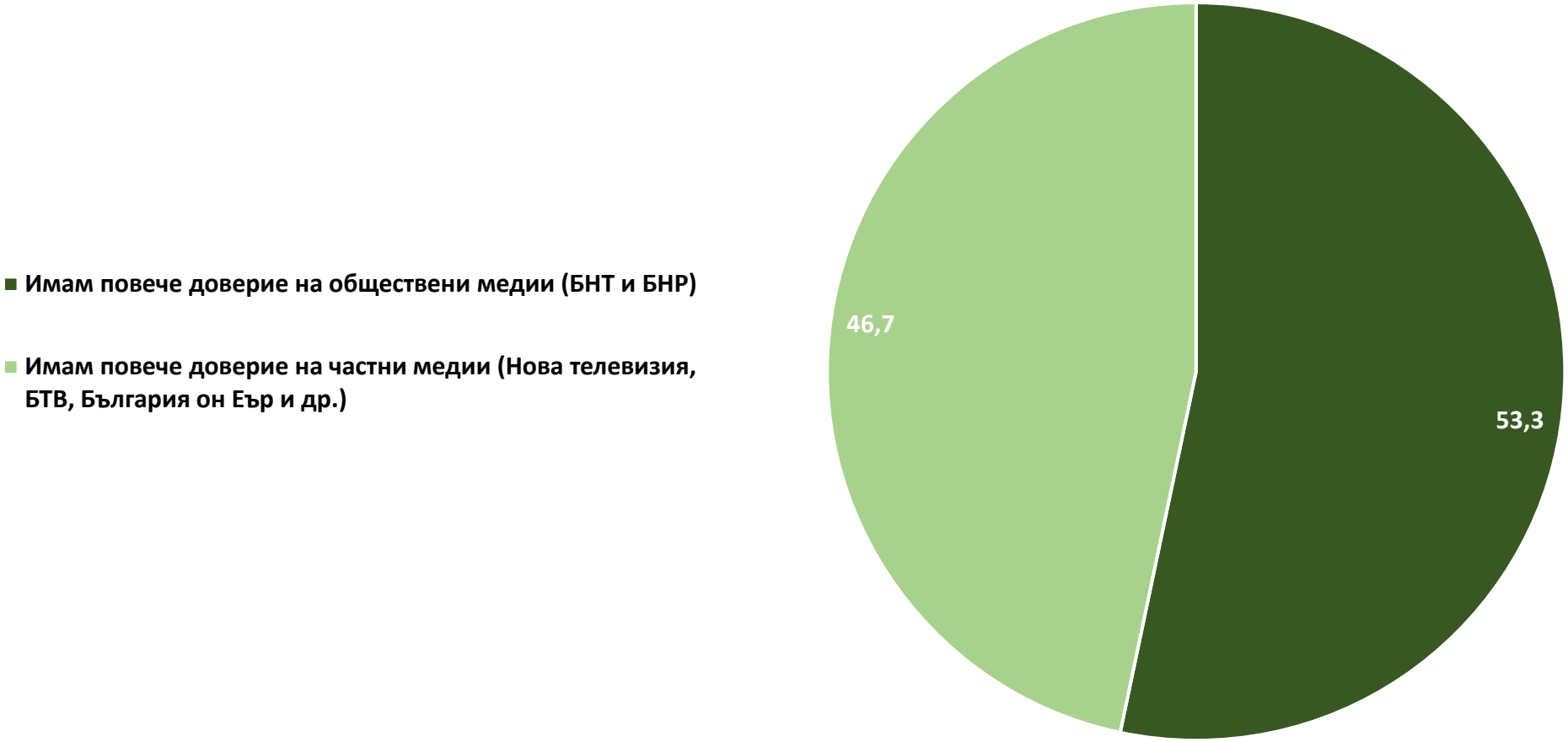


СЕМ
СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

Моля да ми кажете коя от следните двойки твърдения се отнася за Вас лично?

(в %)

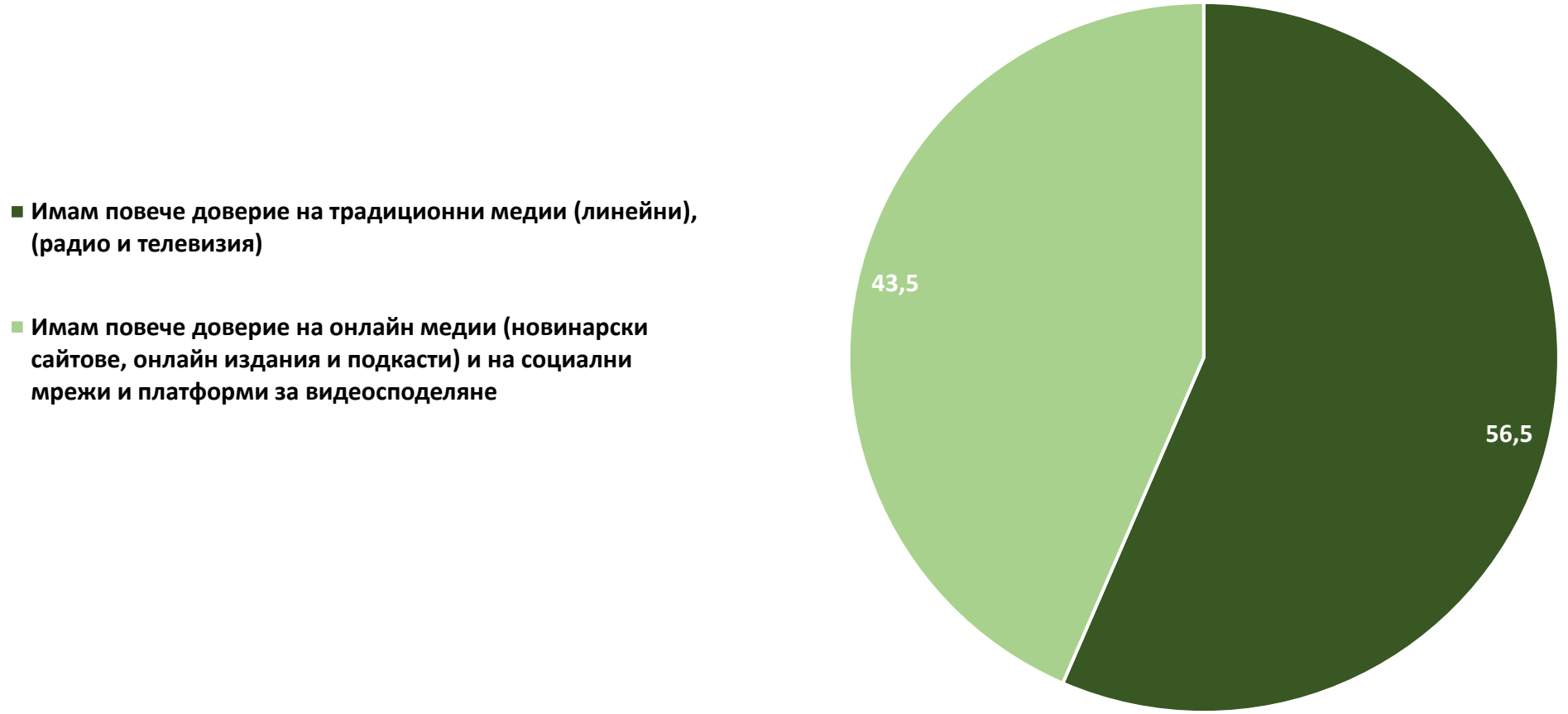


СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

Моля да ми кажете коя от следните двойки твърдения се отнася за Вас лично?

(в %)

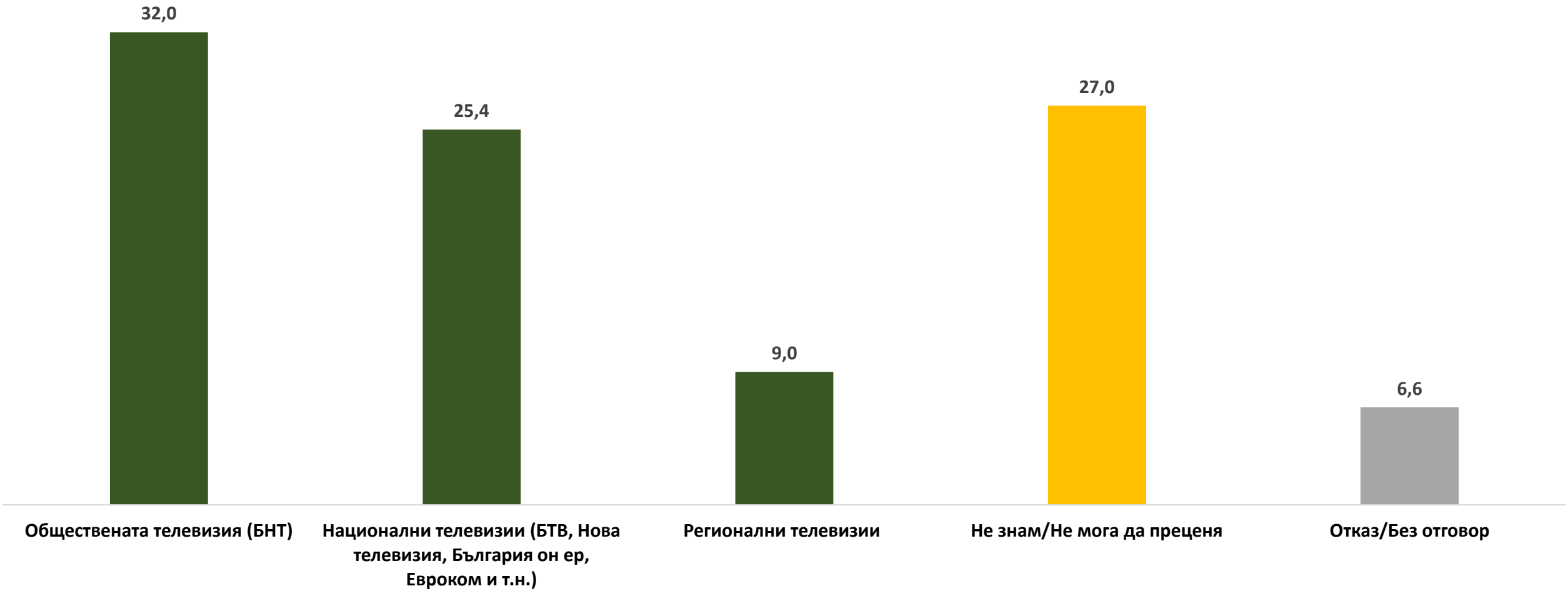


СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

Ще Ви помоля да помислите по-конкретно за телевизиите в България и да ми кажете в кой тип телевизия може да се намери най-обективна информация?

(в %)

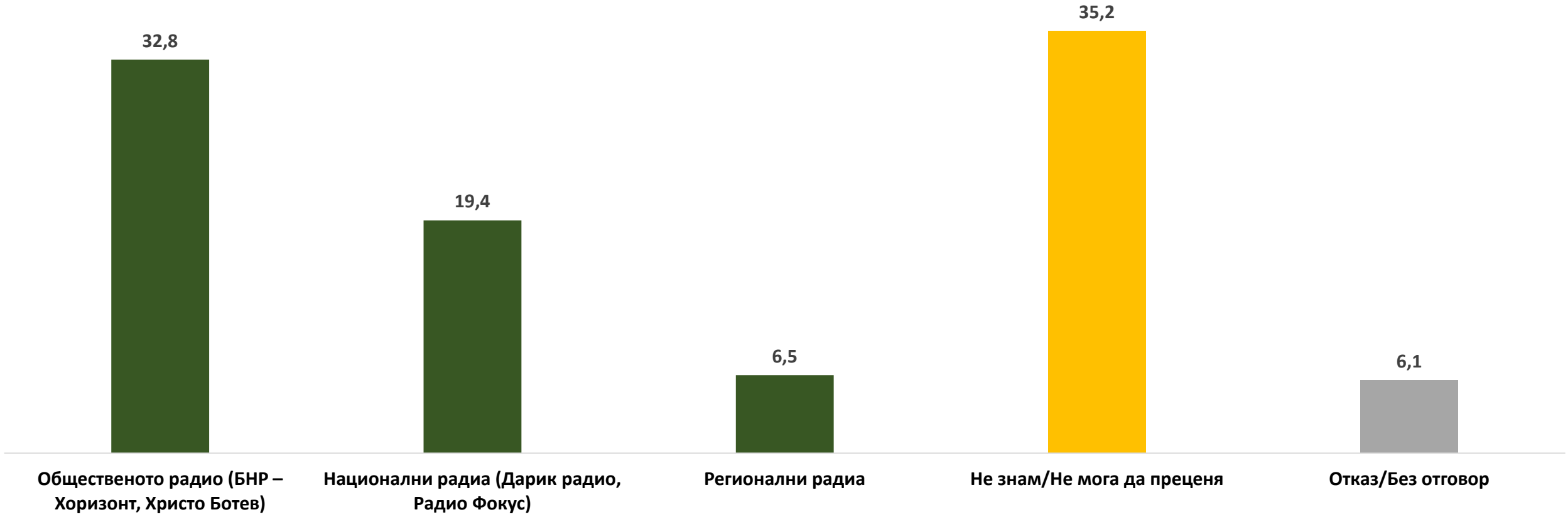


СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

Ще Ви помоля да помислите по-конкретно за радиопрограмите в България и да ми кажете в кой тип радио може да се намери най-обективна информация?

(в %)



СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

Колко често използвате всяко едно от следните като източник на информация като цяло?

(в %)



СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

Колко често използвате всяко едно от следните като източник на информация като цяло?

(в %)



СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

Колко често използвате всяко едно от следните като източник на информация като цяло?

(в %)



СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

Колко често използвате всяко едно от следните като източник на информация като цяло?

(в %)



СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

Колко често използвате всяко едно от следните като източник на информация като цяло?

(в %)



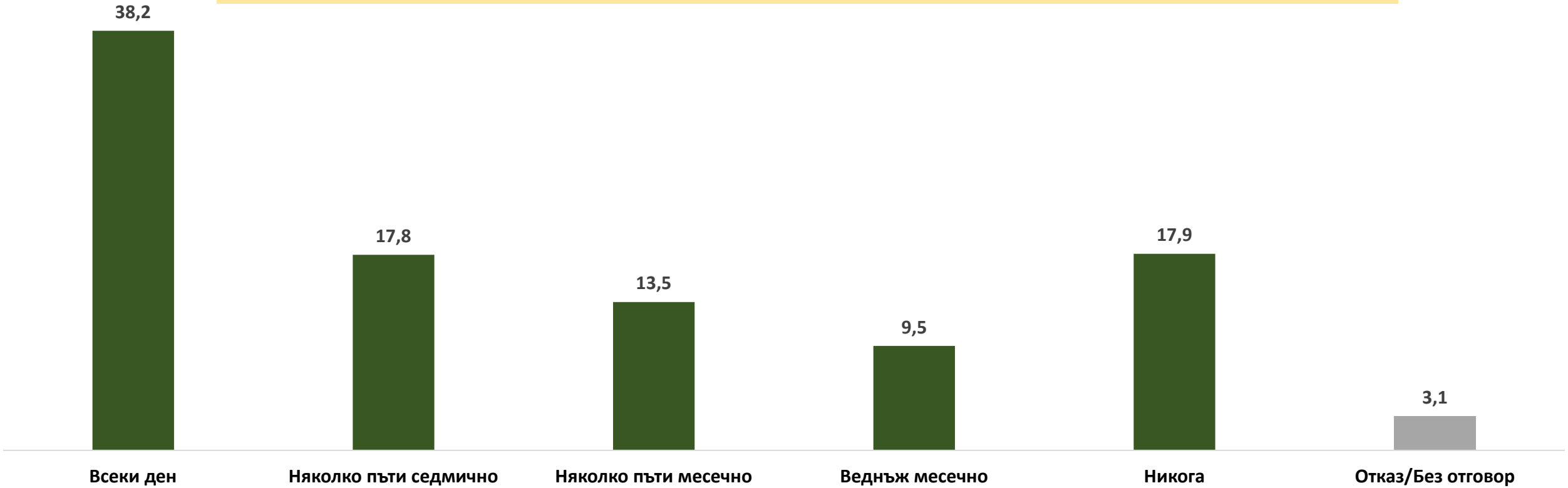
СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

Колко често използвате всяко едно от следните като източник на информация като цяло?

(в %)

ПОЛЗВАМ СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ, КАТО НАПРИМЕР СЛЕДЯ ИНФЛУЕНСЪРИ, ПОДКАСТИ ДР.



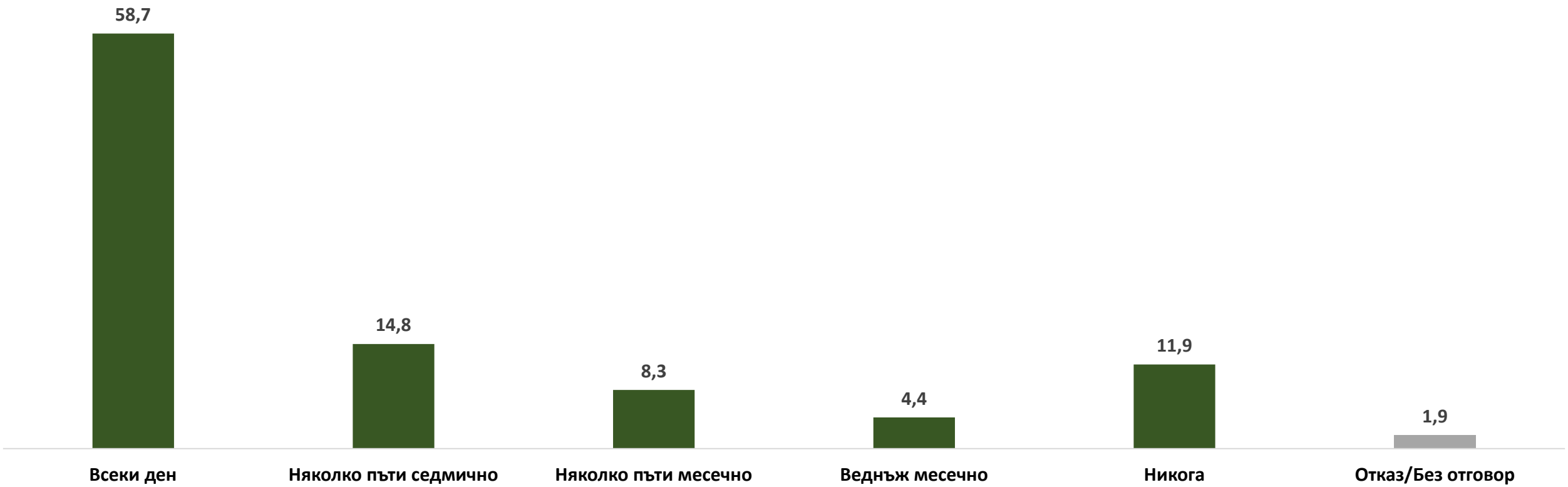
СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

А колко често използвате всяко едно от следните като източник на информация по време на настоящата предизборна кампания за изборите за президент и вицепрезидент?

(в %)

ГЛЕДАМ ТЕЛЕВИЗИЯ



СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

А колко често използвате всяко едно от следните като източник на информация по време на настоящата предизборна кампания за изборите за президент и вицепрезидент?

(в %)



СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

А колко често използвате всяко едно от следните като източник на информация по време на настоящата предизборна кампания за изборите за президент и вицепрезидент?

(в %)



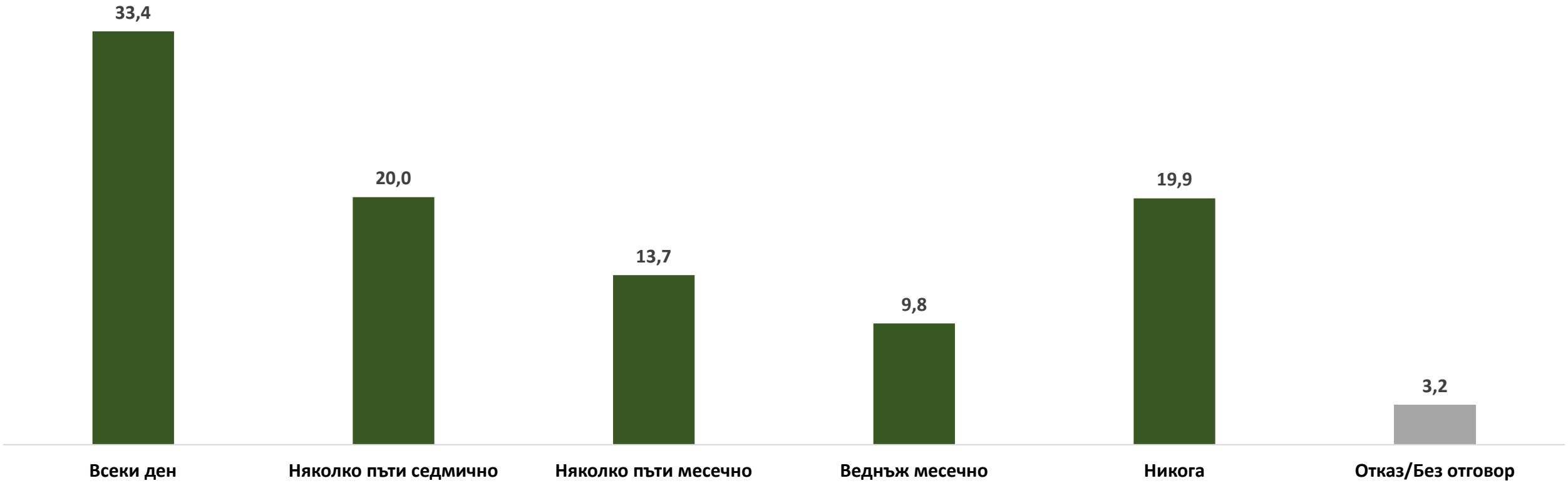
СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

А колко често използвате всяко едно от следните като източник на информация по време на настоящата предизборна кампания за изборите за президент и вицепрезидент?

(в %)

ПОЛЗВАМ ПРИЛОЖЕНИЯ, ВКЛЮЧИТЕЛНО НА ОНЛАЙН МЕДИИ



СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

А колко често използвате всяко едно от следните като източник на информация по време на настоящата предизборна кампания за изборите за президент и вицепрезидент?

(в %)



СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

А колко често използвате всяко едно от следните като източник на информация по време на настоящата предизборна кампания за изборите за президент и вицепрезидент?

(в %)



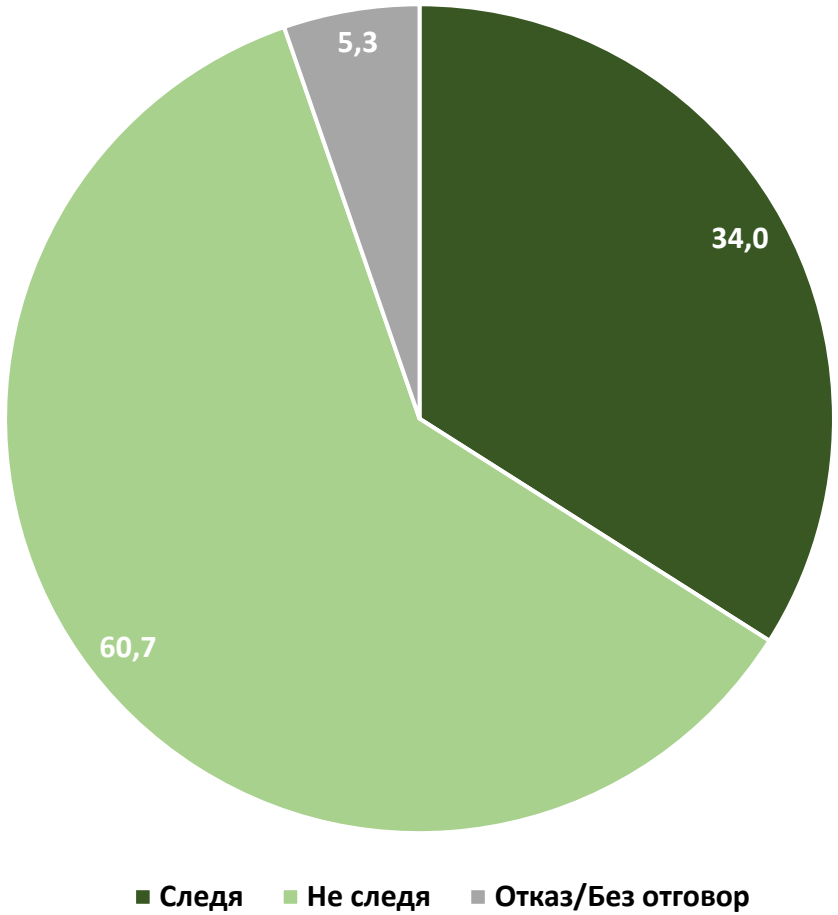
СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

По време на настоящата предизборна кампания следите или не следите Вие лично:

(в %)

ИНИЦИАТИВИТЕ НА КАНДИДАТИТЕ



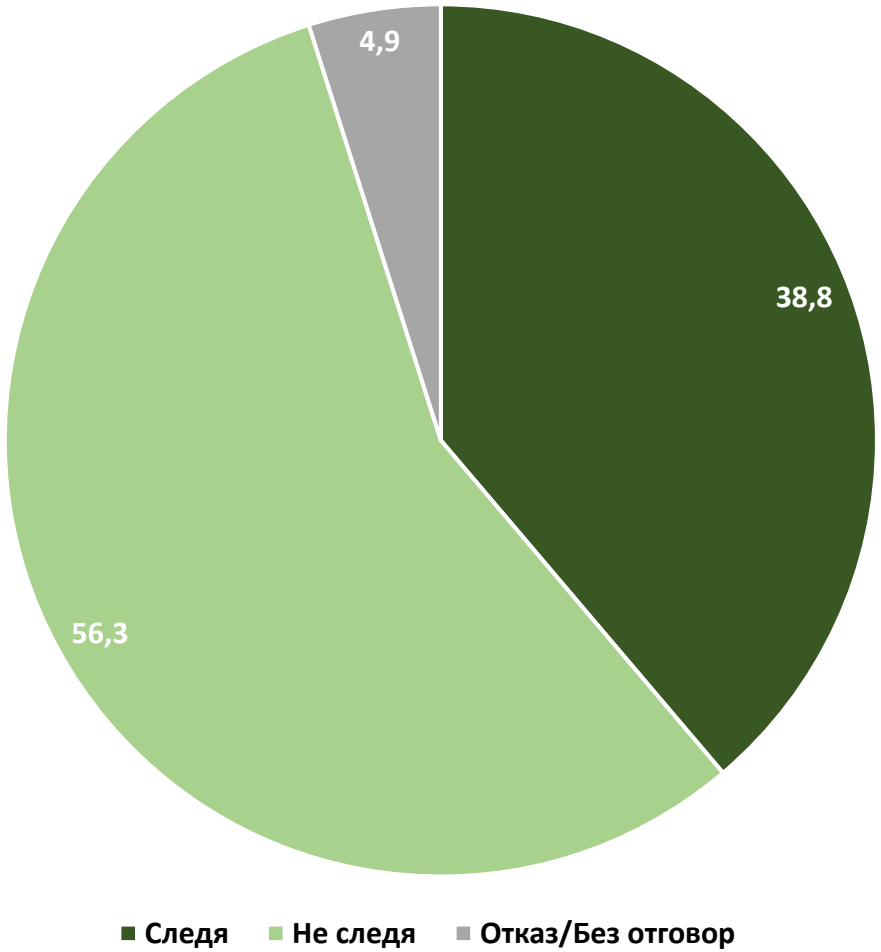
СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

По време на настоящата предизборна кампания следите или не следите Вие лично:

(в %)

ПРЕДИЗБОРНИТЕ ДЕБАТИ



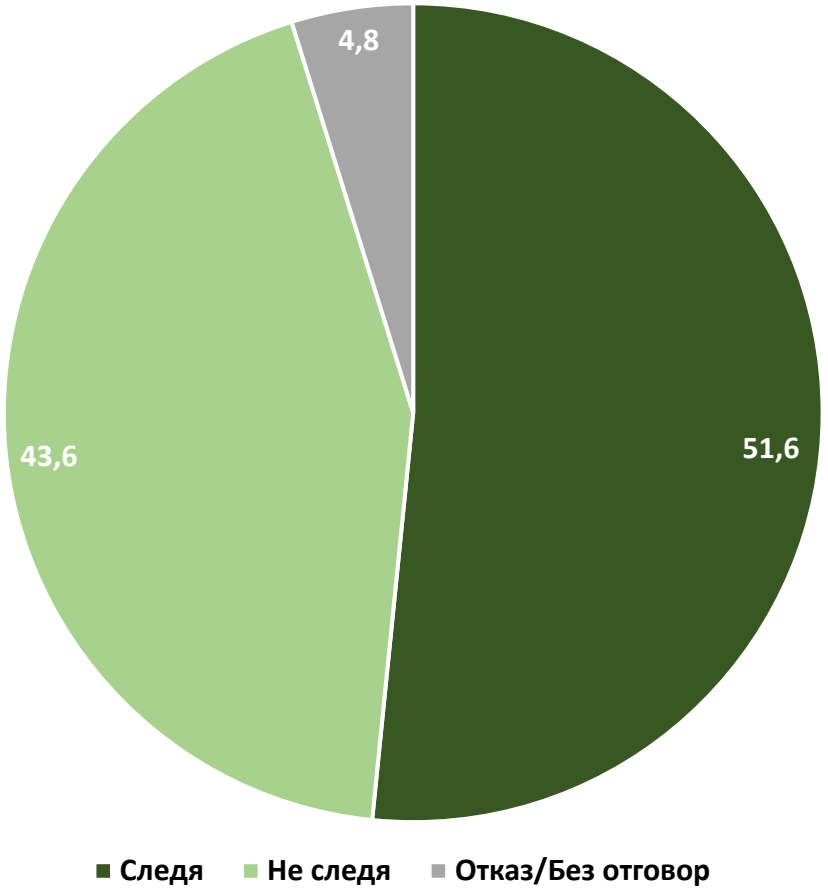
СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

По време на настоящата предизборна кампания следите или не следите Вие лично:

(в %)

ДАННИТЕ НА СОЦИОЛОГИЧЕСКИТЕ АГЕНЦИИ ЗА ЕЛЕКТОРАЛНИТЕ НАГЛАСИ



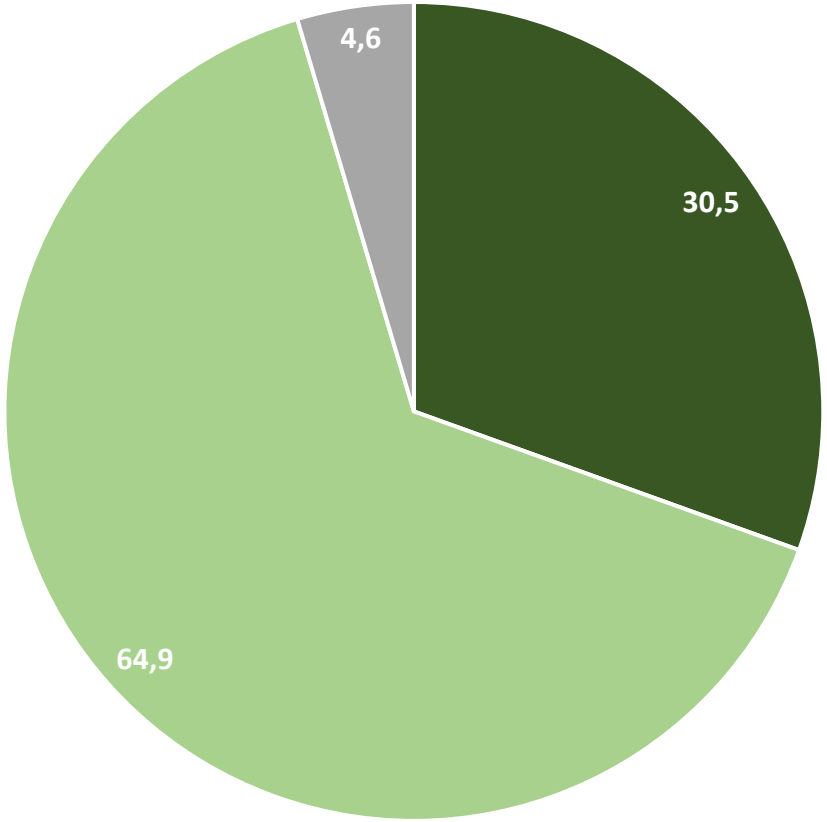
СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

По време на настоящата предизборна кампания следите или не следите Вие лично:

(в %)

ПРЕДИЗБОРНИТЕ КЛИПОВЕ НА КАНДИДАТИТЕ



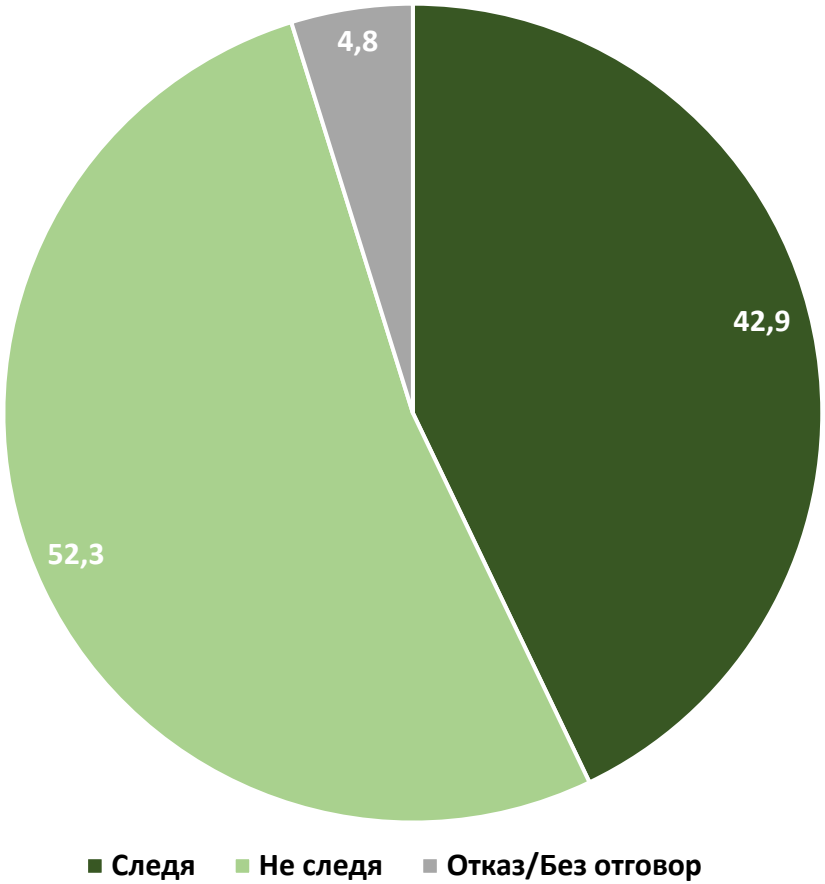
СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

По време на настоящата предизборна кампания следите или не следите Вие лично:

(в %)

РАЗЯСНЕНИЯ НА ЦЕНТРАЛНАТА ИЗБИРАТЕЛНА КОМИСИЯ (ЦИК) ЗА РЕДА И НАЧИНА НА ГЛАСУВАНЕ

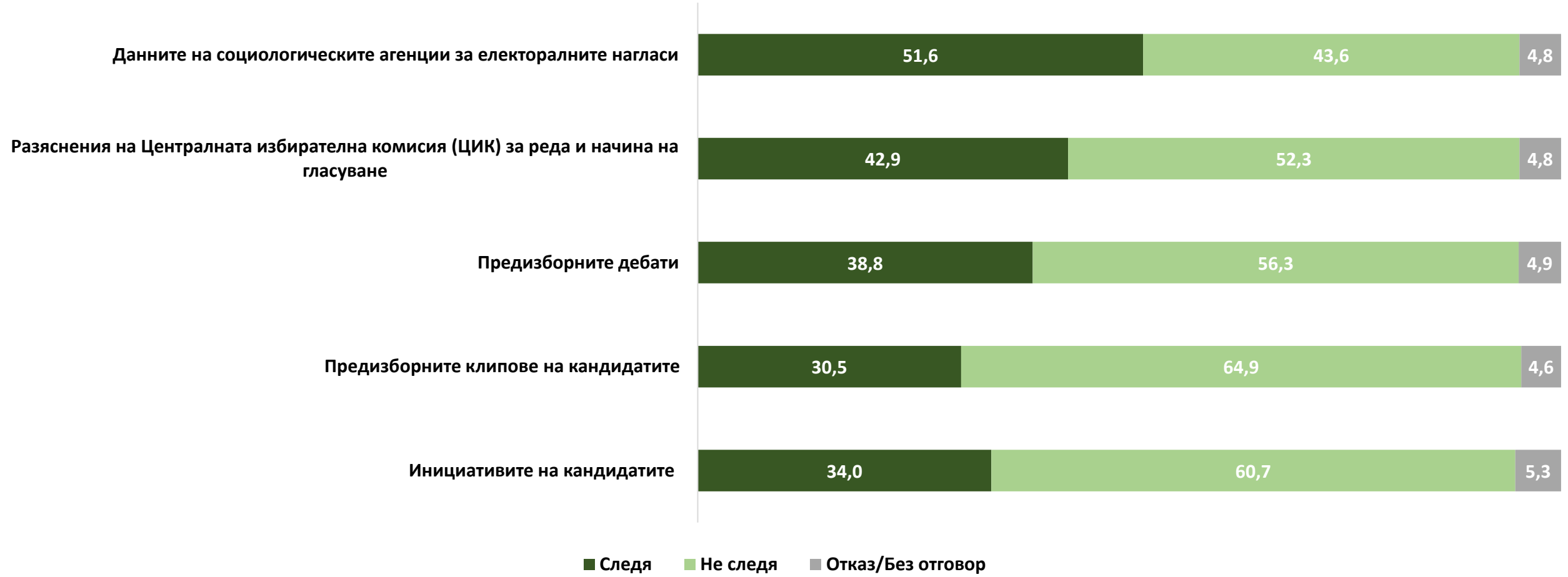


СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

По време на настоящата предизборна кампания следите или не следите Вие лично:

(в %)

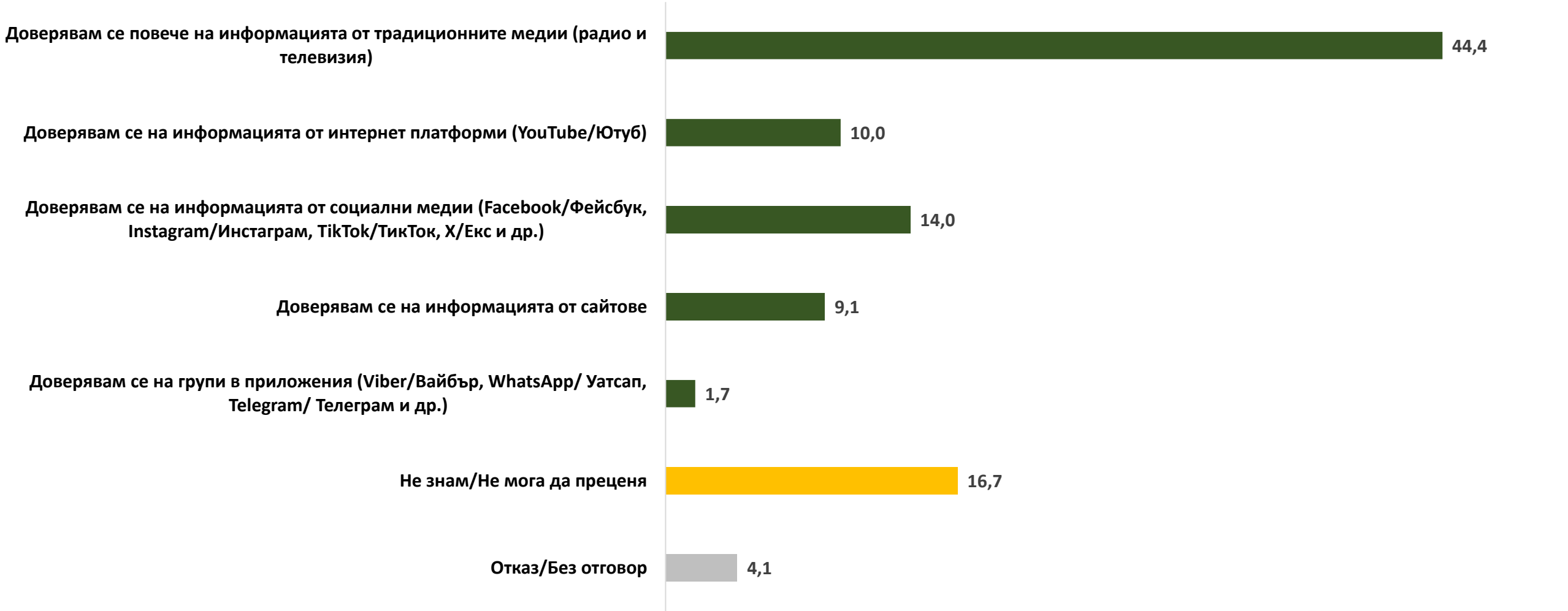


СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

Кое от следните две се отнася за Вас лично по време на настоящата предизборна кампания?

(в %)

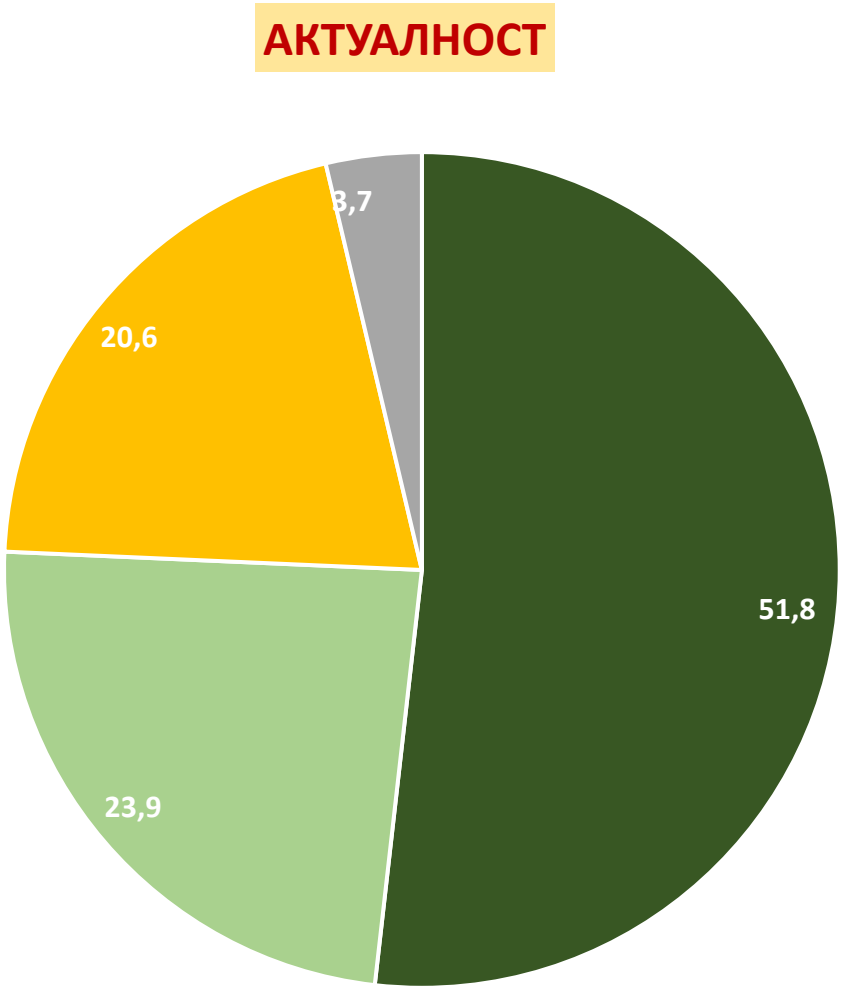


СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

Според Вас лично информацията от традиционните медии (радио и телевизия) по време на настоящата предизборна кампания притежава или не притежава всяко едно от следните:

(в %)

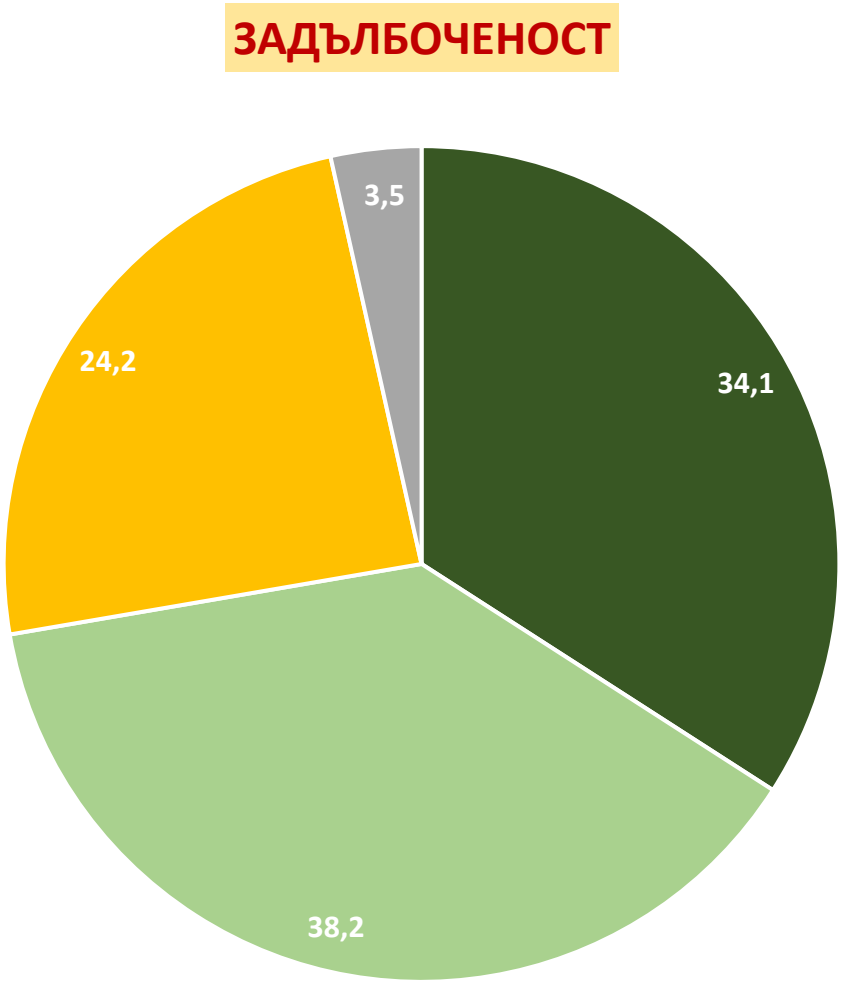


СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

Според Вас лично информацията от традиционните медии (радио и телевизия) по време на настоящата предизборна кампания притежава или не притежава всяко едно от следните:

(в %)

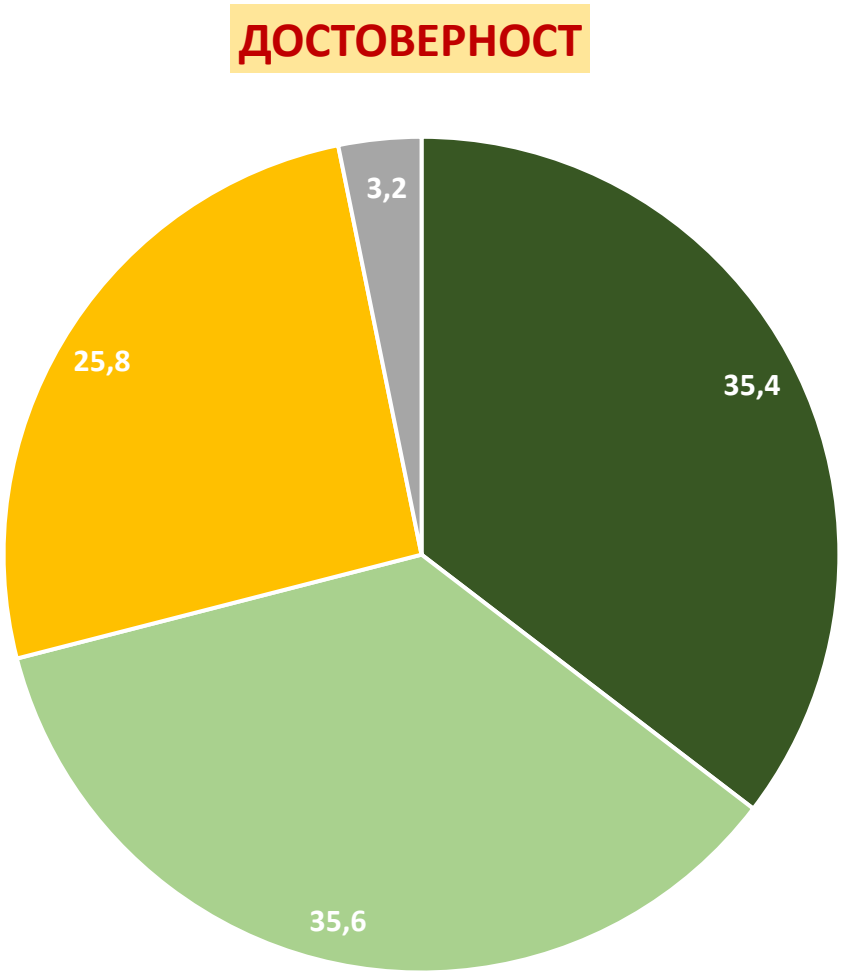


СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

Според Вас лично информацията от традиционните медии (радио и телевизия) по време на настоящата предизборна кампания притежава или не притежава всяко едно от следните:

(в %)



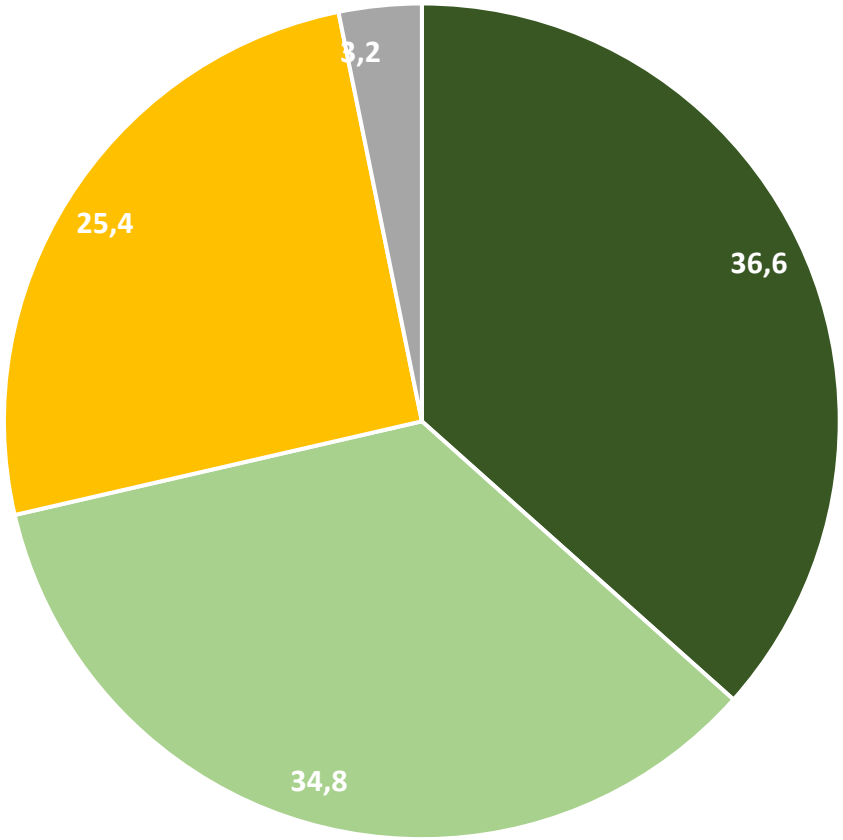
СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

Според Вас лично информацията от традиционните медии (радио и телевизия) по време на настоящата предизборна кампания притежава или не притежава всяко едно от следните:

(в %)

ОБЕКТИВНОСТ



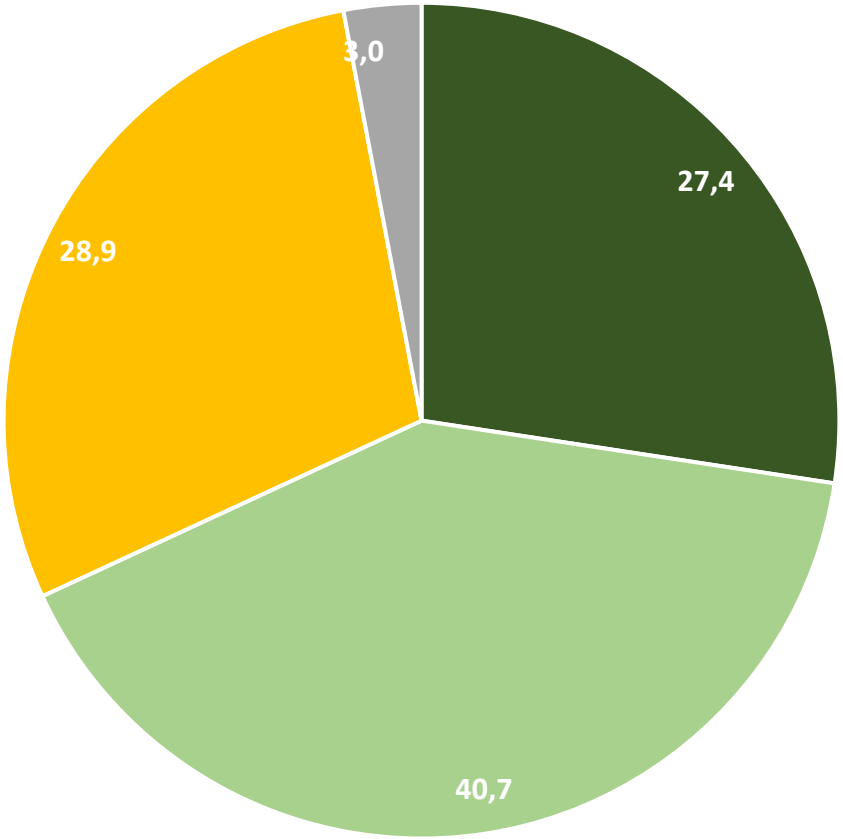
СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

Според Вас лично информацията от традиционните медии (радио и телевизия) по време на настоящата предизборна кампания притежава или не притежава всяко едно от следните:

(в %)

НЕУТРАЛНОСТ

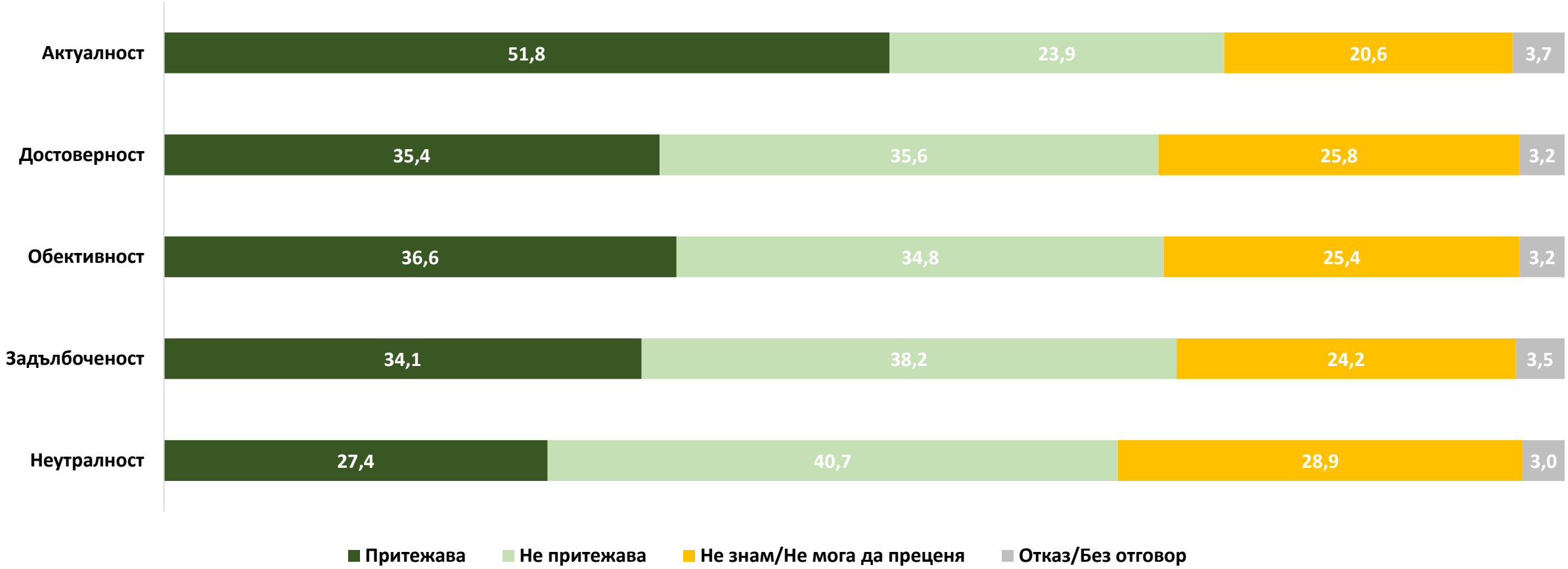


СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

Според Вас лично информацията от традиционните медии (радио и телевизия) по време на настоящата предизборна кампания притежава или не притежава всяко едно от следните:

(в %)

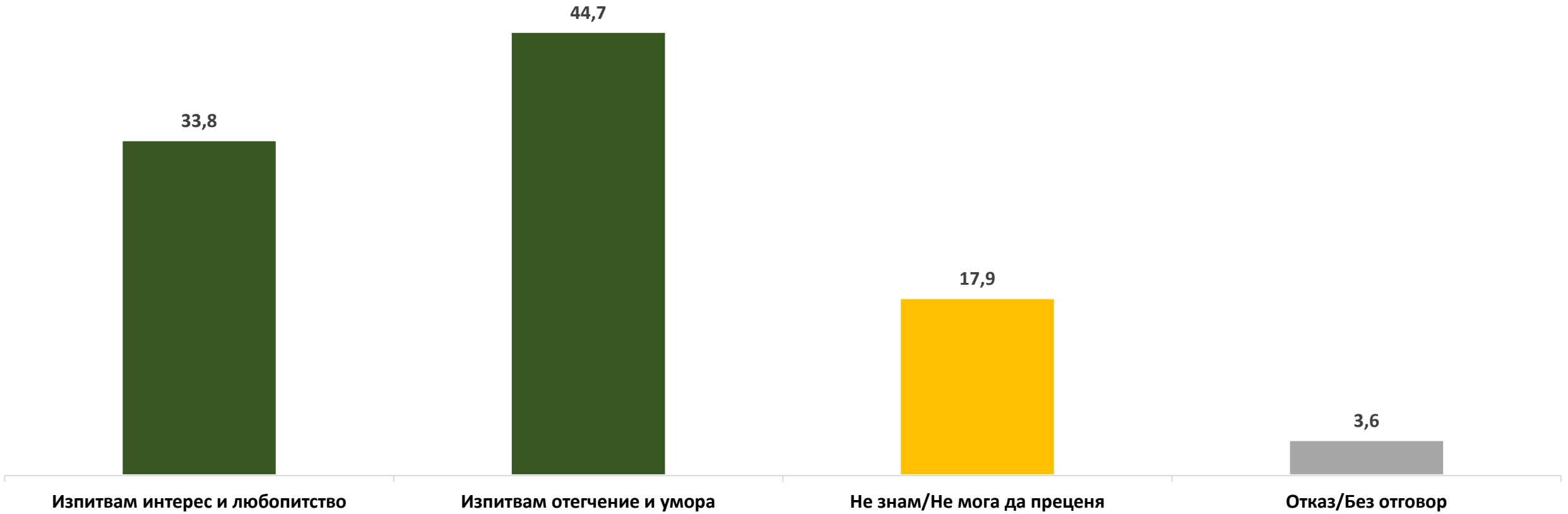


СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

По време на настоящата предизборна кампания кое от следните две е по-близо до Вашето лично усещане?

(в %)

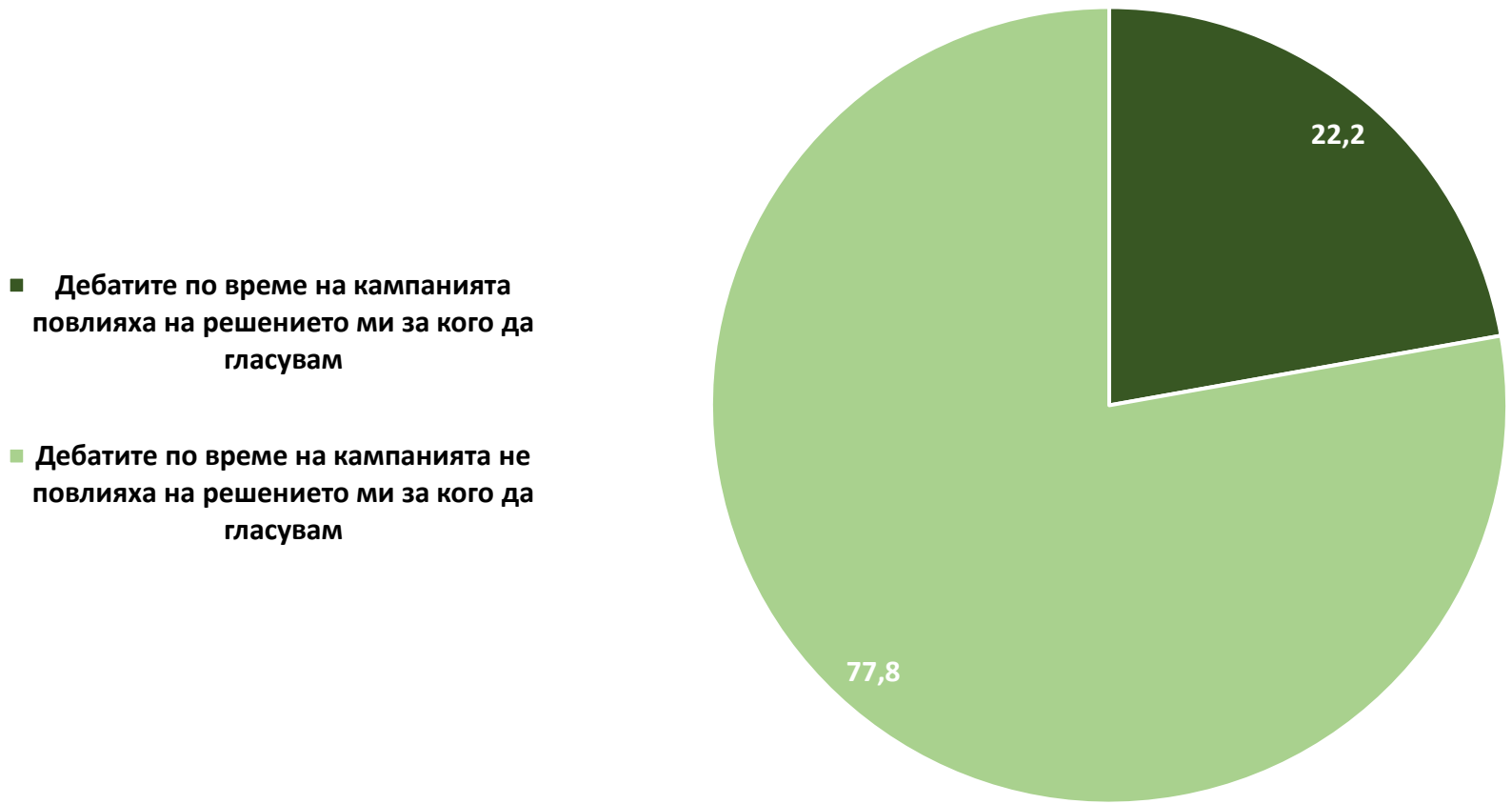


СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

Моля да ми кажете коя от следните двойки твърдения се отнася за Вас лично?

(в %)

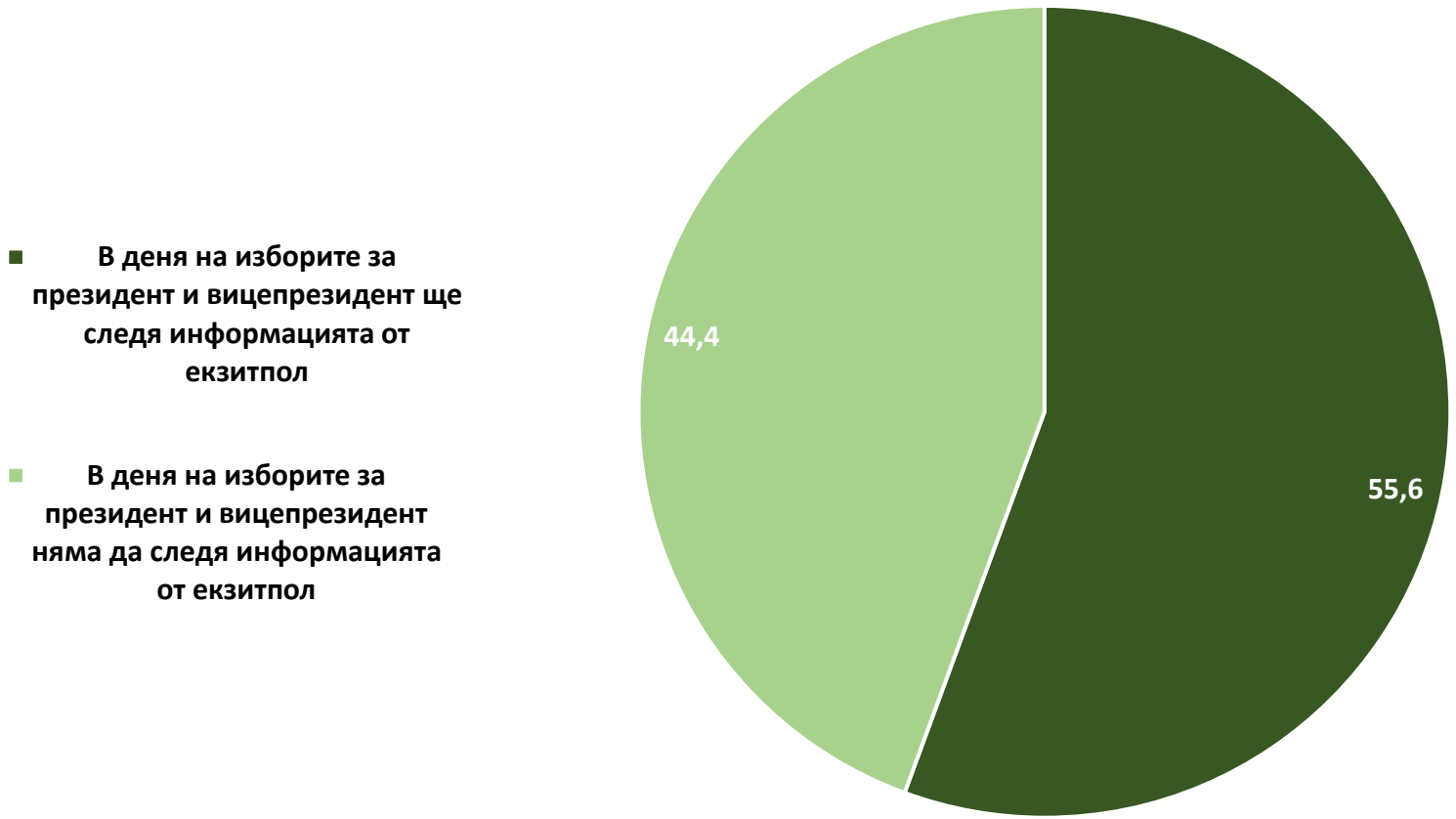


СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

Моля да ми кажете коя от следните двойки твърдения се отнася за Вас лично?

(в %)

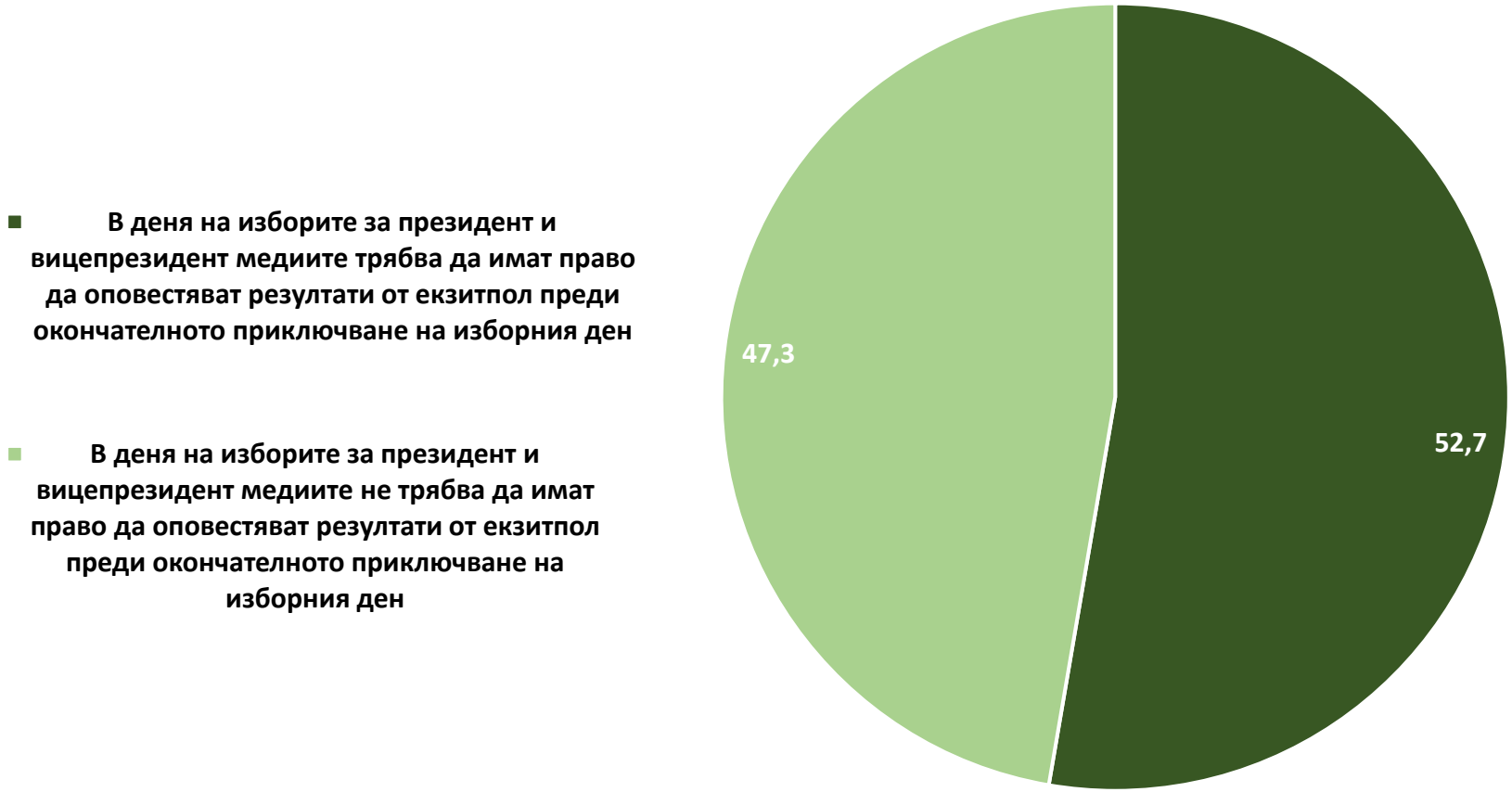


СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

Моля да ми кажете коя от следните двойки твърдения се отнася за Вас лично?

(в %)

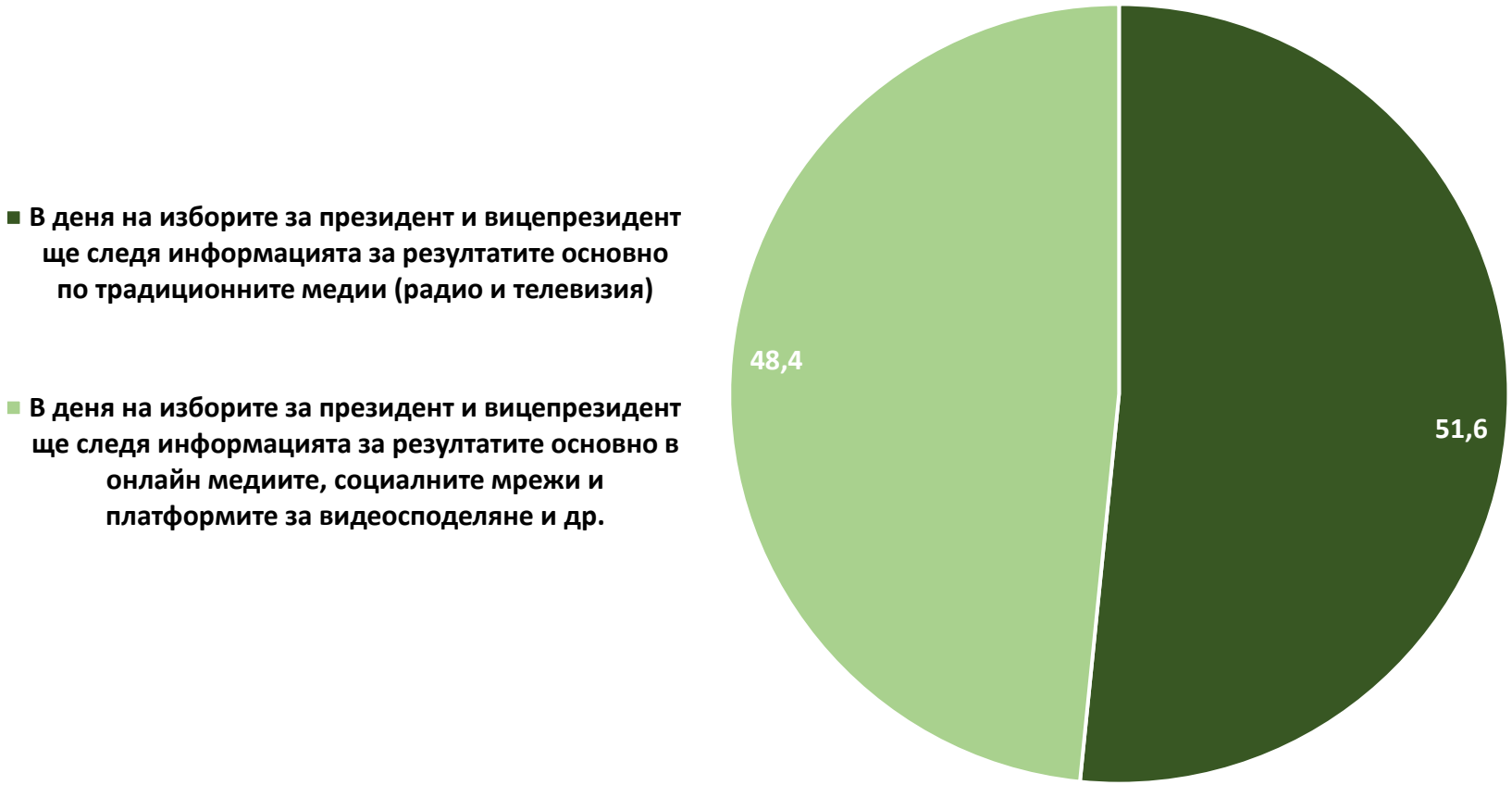


СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

Моля да ми кажете коя от следните двойки твърдения се отнася за Вас лично?

(в %)

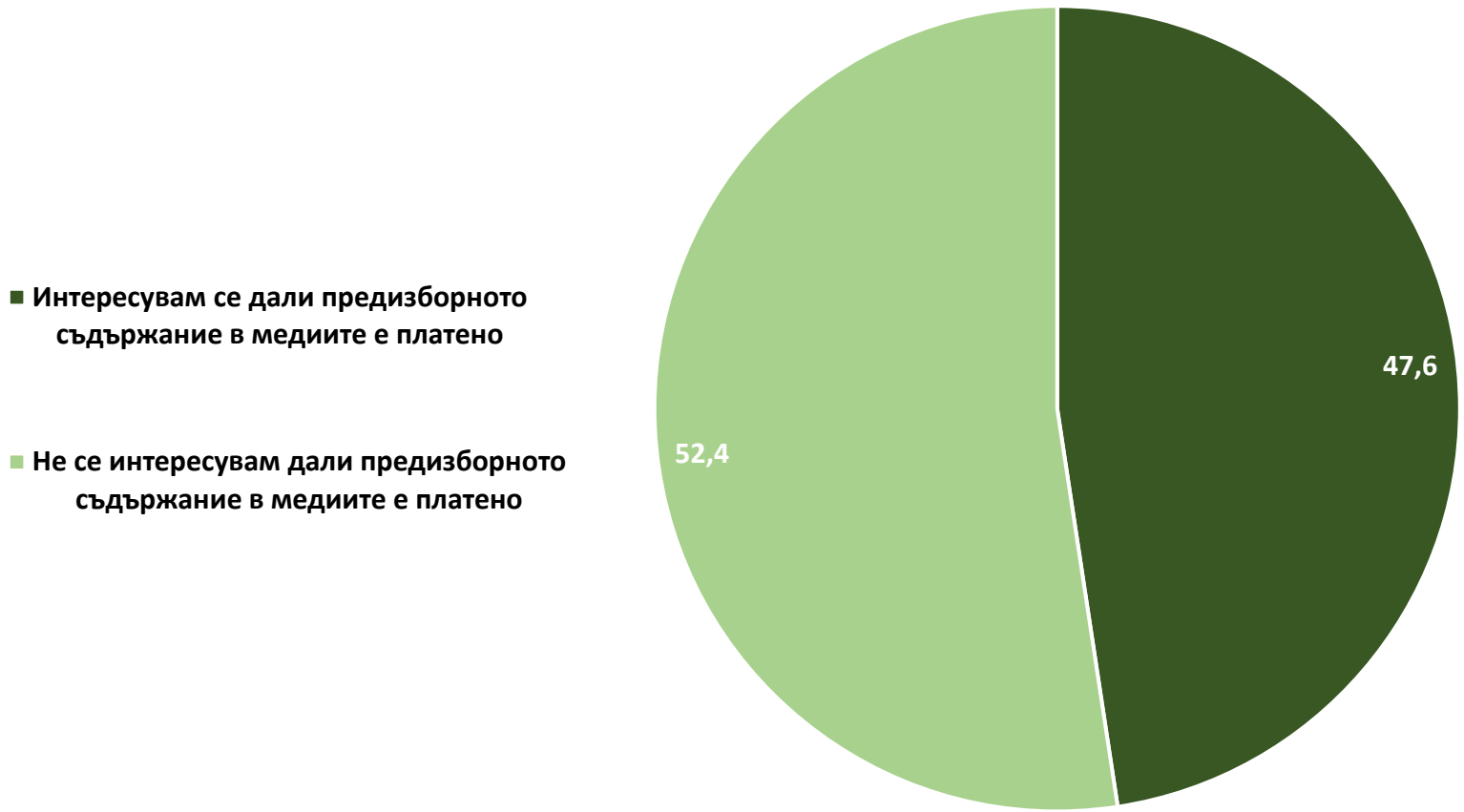


СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

Моля да ми кажете коя от следните двойки твърдения се отнася за Вас лично?

(в %)



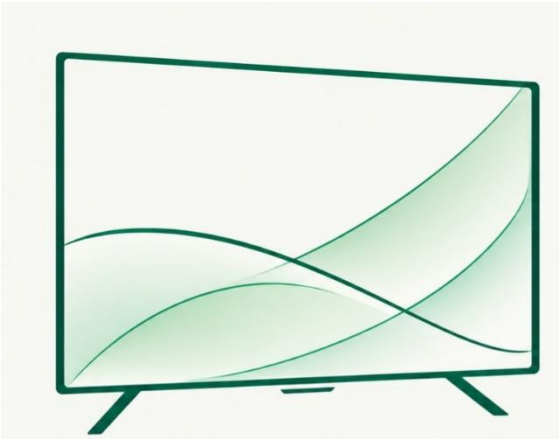
СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

Програмата и предаванията на коя телевизия следите обикновено в деня на изборите?

Открит въпрос

(в %)



ТЕЛЕВИЗИИ	
БНТ	16.1
БТВ	15.5
Нова телевизия	17.8
Евроком	0.6
България он Еър	0.2
Нова нюз	0.2
Не гледам телевизия в изборния ден	15.6
Отказ/Без отговор	34.0

СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

Програмата и предаванията на кое радио следите обикновено в деня на изборите?

Открит въпрос

(в %)

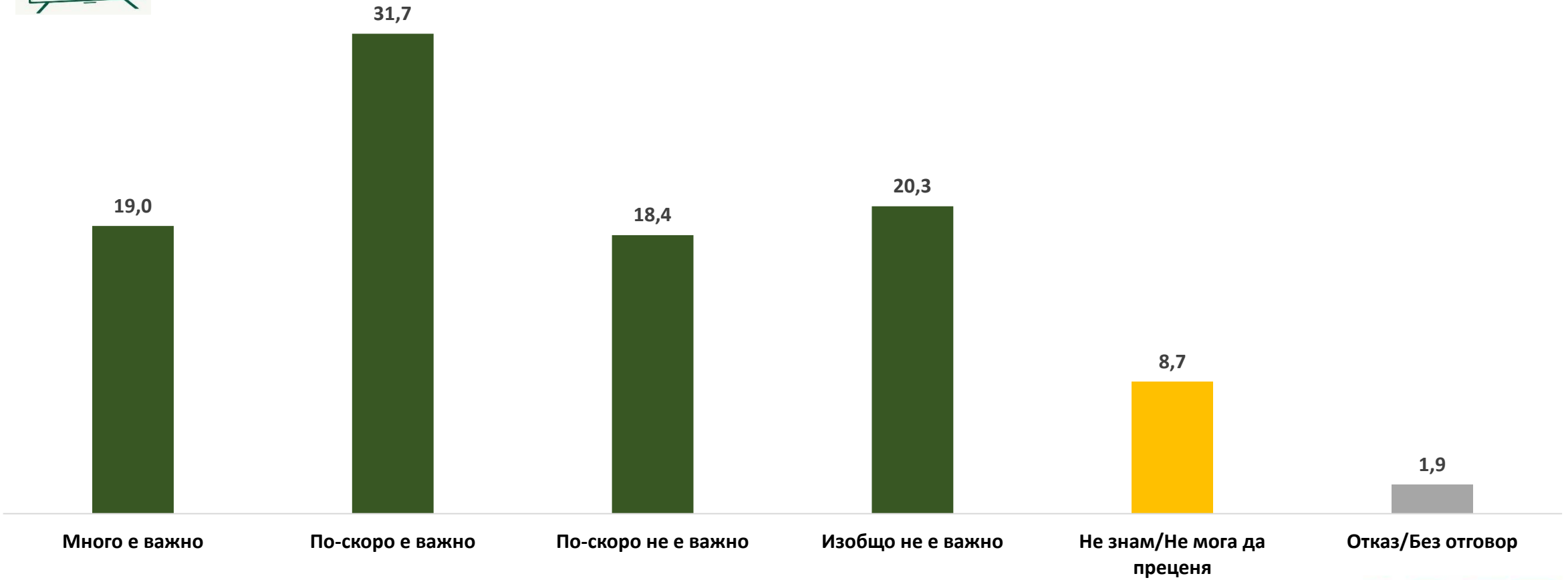


БНР	**5.4**
БТВ	**0.9**
Дарик	**5.2**
Хоризонт	**5.3**
Радио 1	**0.7**
Христо Ботев	**0.9**
Радио Фокус	**0.2**
Радио Нова нюз	**0.6**
Радио Веселина	**0.5**
Радио Фреш	**0.3**
Радио Витоша	**0.1**
Радио Енджой	**0.1**
Радио Енерджи	**0.1**
Радио Bella	**0.1**
Радио Пловдив	**0.2**
Радио Шумен	**0.1**
Не слушам радио в изборния ден	**25.8**
Отказ/Без отговор	**53.5**

Доколко е важно за Вас всяко едно от следните, за да следите програмата на конкретна телевизия в деня на изборите за президент и вицепрезидент:

(в %)

ВОДЕЩИТЕ НА ПРЕДАВАНИЯ В ДЕНЯ ИЗБОРИТЕ



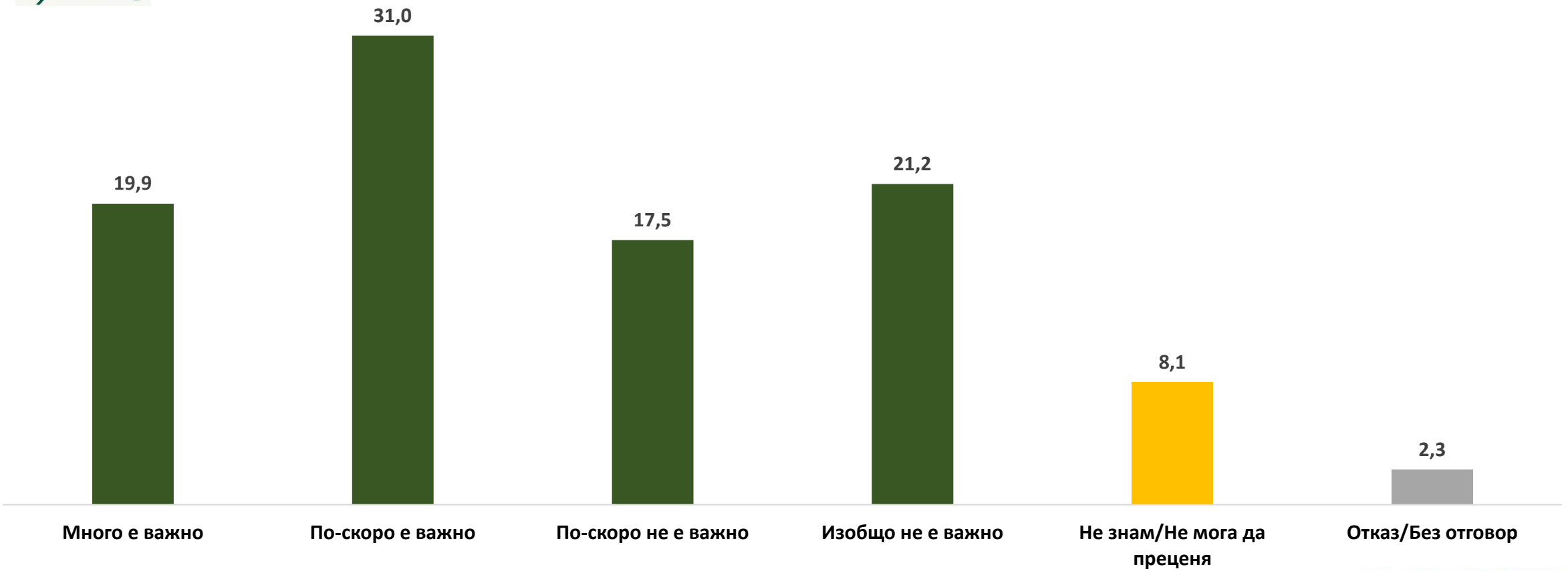
СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

Доколко е важно за Вас всяко едно от следните, за да следите програмата на конкретна телевизия в деня на изборите за президент и вицепрезидент:

(в %)

КОМЕНТАТОРИТЕ, КОИТО ЩЕ УЧАСТВАТ В ДЕНЯ НА ИЗБОРИТЕ



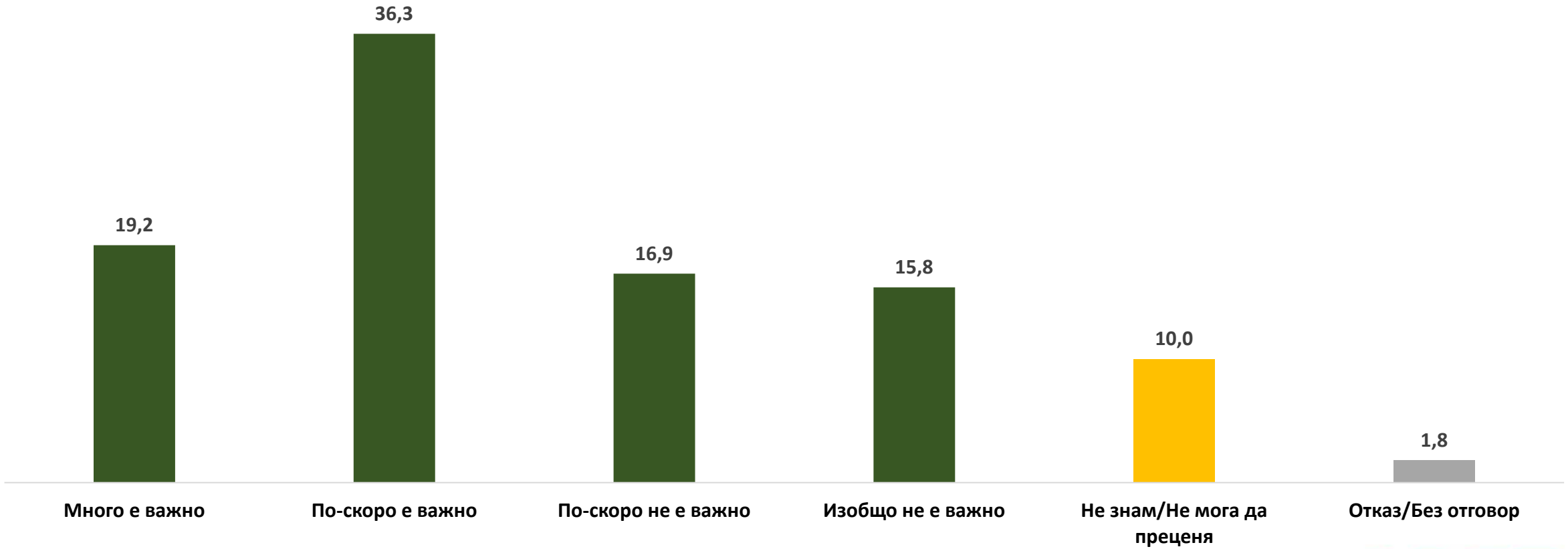
СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

Доколко е важно за Вас всяко едно от следните, за да следите програмата на конкретна телевизия в деня на изборите за президент и вицепрезидент:

(в %)

ГРАФИЧНИТЕ ПРЕДСТАВЯНИЯ (ИЗОБРАЖЕНИЯ И ГРАФИКИ) НА РЕЗУЛТАТИТЕ В ДЕНЯ НА ИЗБОРИТЕ



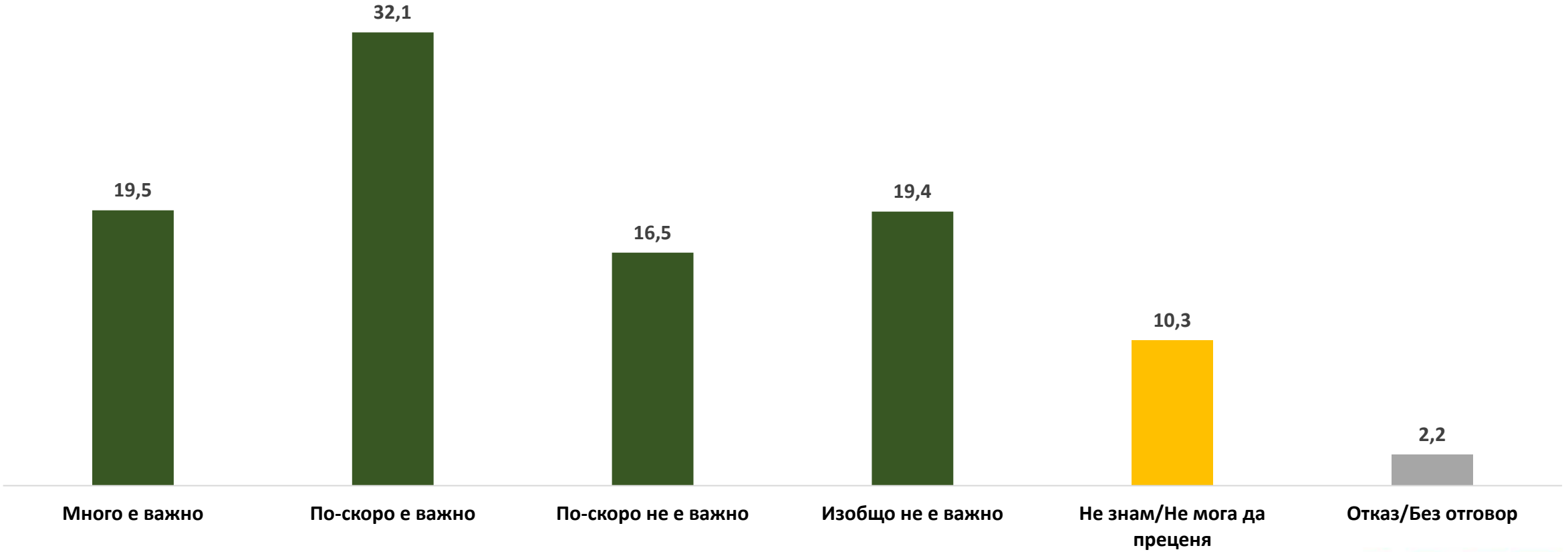
СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

Доколко е важно за Вас всяко едно от следните, за да следите програмата на конкретна телевизия в деня на изборите за президент и вицепрезидент:

(в %)

СОЦИОЛОГИЧЕСКИТЕ АГЕНЦИИ, С КОИТО РАБОТИ ТЕЛЕВИЗИЯТА В ДЕНЯ НА ИЗБОРИТЕ

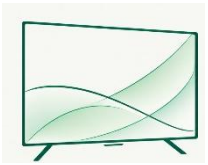


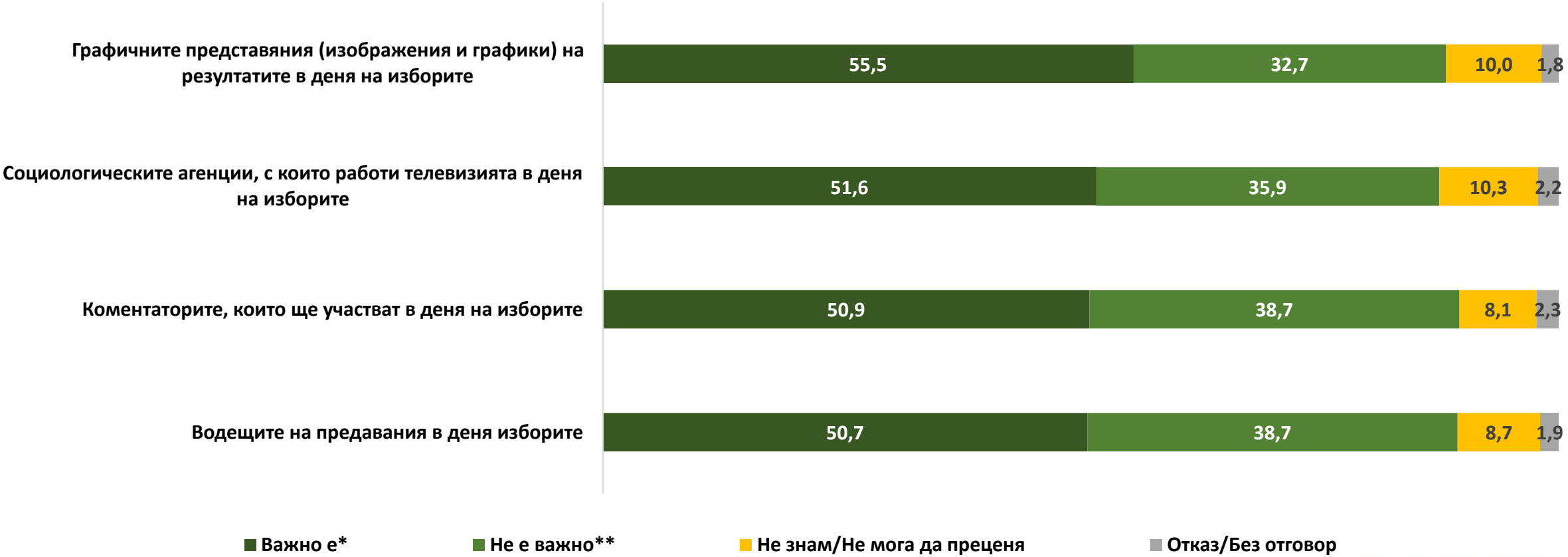
СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

Доколко е важно за Вас всяко едно от следните, за да следите програмата на конкретна телевизия в деня на изборите за президент и вицепрезидент:

(в %)





СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

*сумирани отговори „много е важно“ и *„по-скоро е важно“*
**сумирани отговори „изобщо не е важно“ и „по-скоро не е важно“*

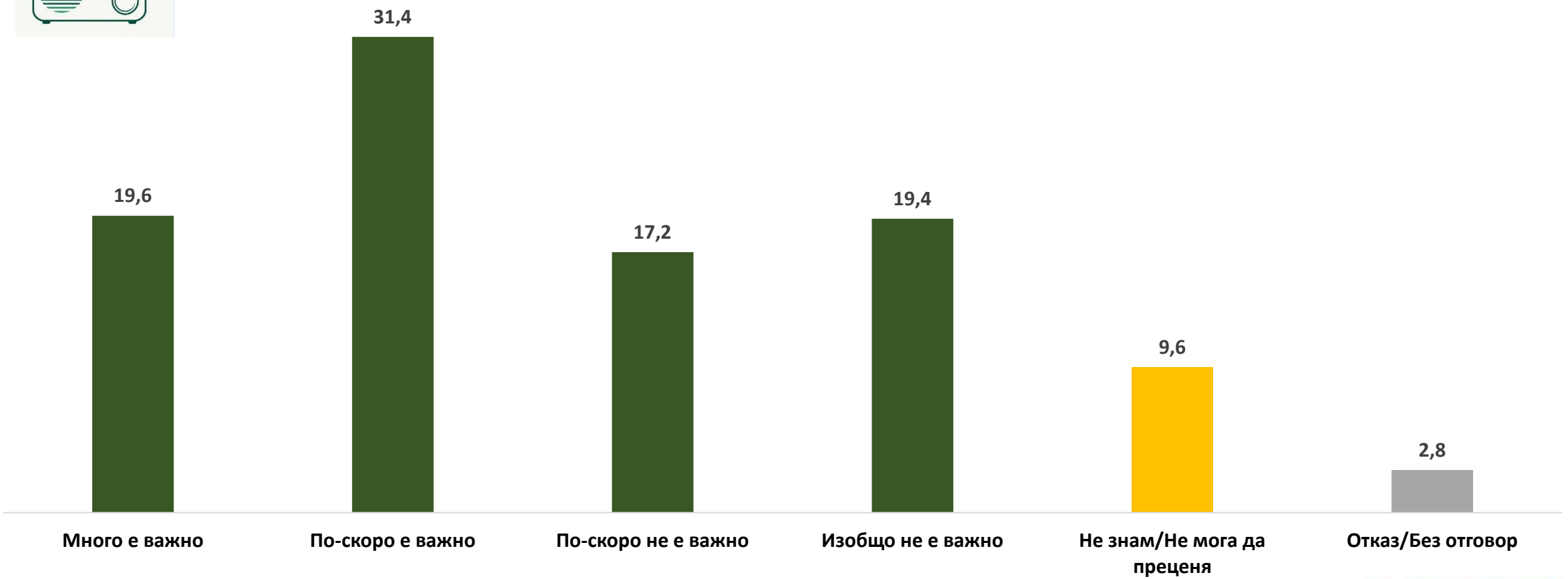
МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

Доколко е важно за Вас всяко едно от следните, за да следите програмата на конкретно радио в деня изборите за президент и вицепрезидент?

(в %)



ВОДЕЩИТЕ НА ПРЕДАВАНИЯ В ДЕНЯ ИЗБОРИТЕ



СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

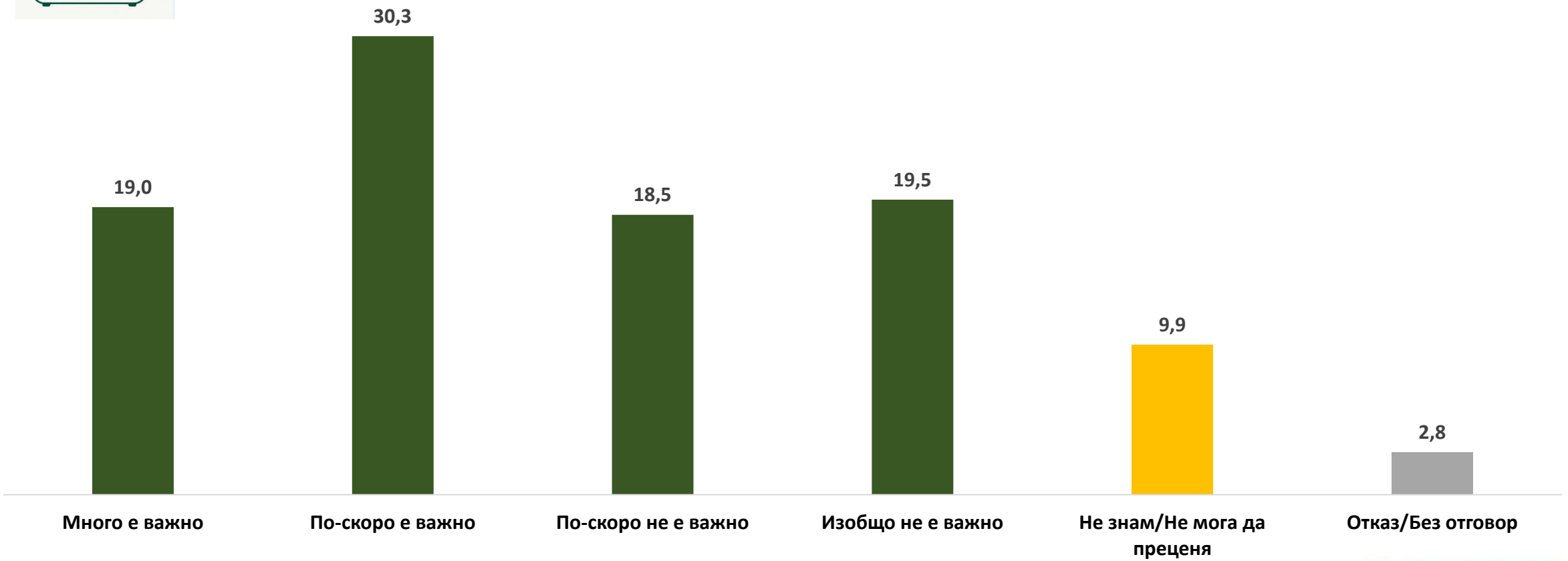
МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

Доколко е важно за Вас всяко едно от следните, за да следите програмата на конкретно радио в деня на изборите за президент и вицепрезидент:

(в %)



КОМЕНТАТОРИТЕ, КОИТО ЩЕ УЧАСТВАТ В ДЕНЯ НА ИЗБОРИТЕ



СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

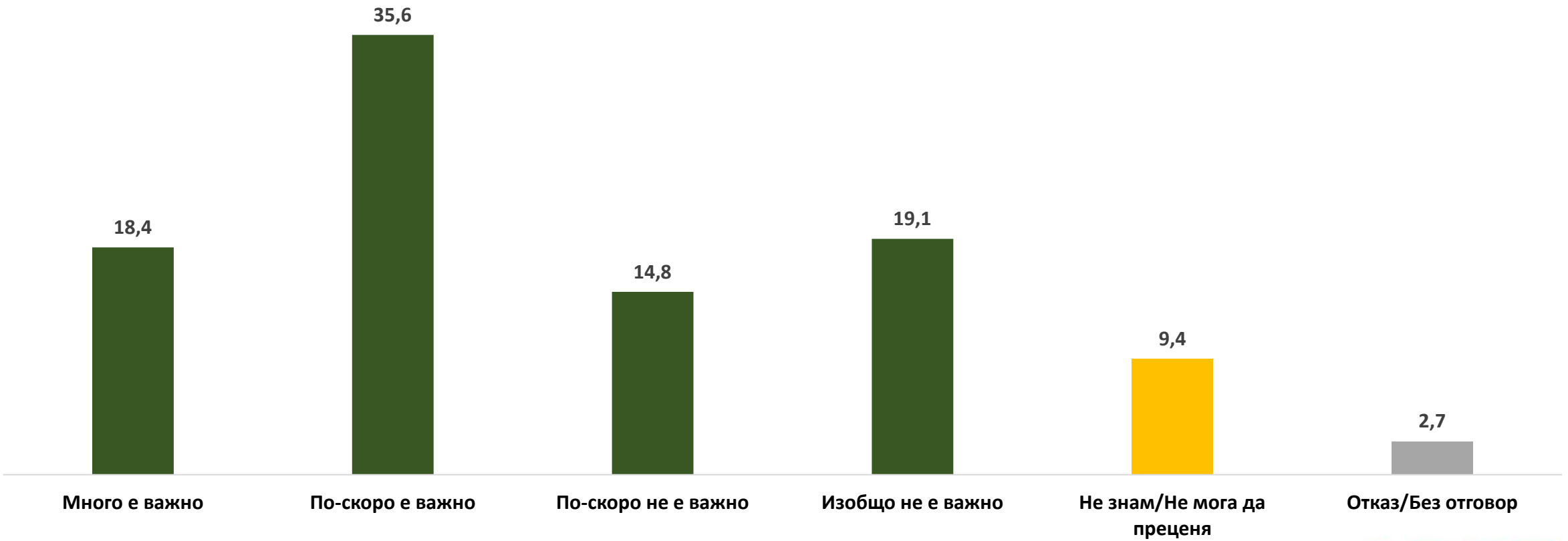
МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

Доколко е важно за Вас всяко едно от следните, за да следите програмата на конкретно радио в деня на изборите за президент и вицепрезидент:

(в %)



СОЦИОЛОГИЧЕСКИТЕ АГЕНЦИИ, С КОИТО РАБОТИ РАДИОТО В ДЕНЯ НА ИЗБОРИТЕ



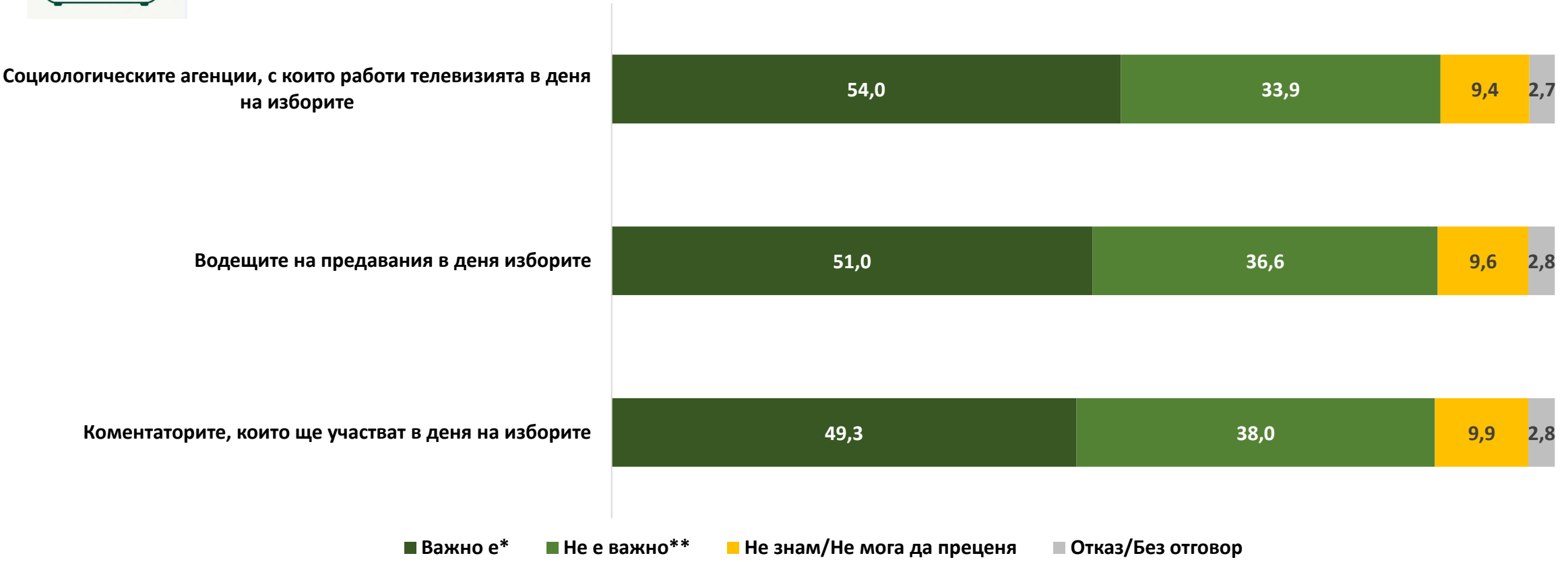
СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

Доколко е важно за Вас всяко едно от следните, за да следите програмата на конкретно радио в деня на изборите за президент и вицепрезидент:

(в %)





СЕМ
СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

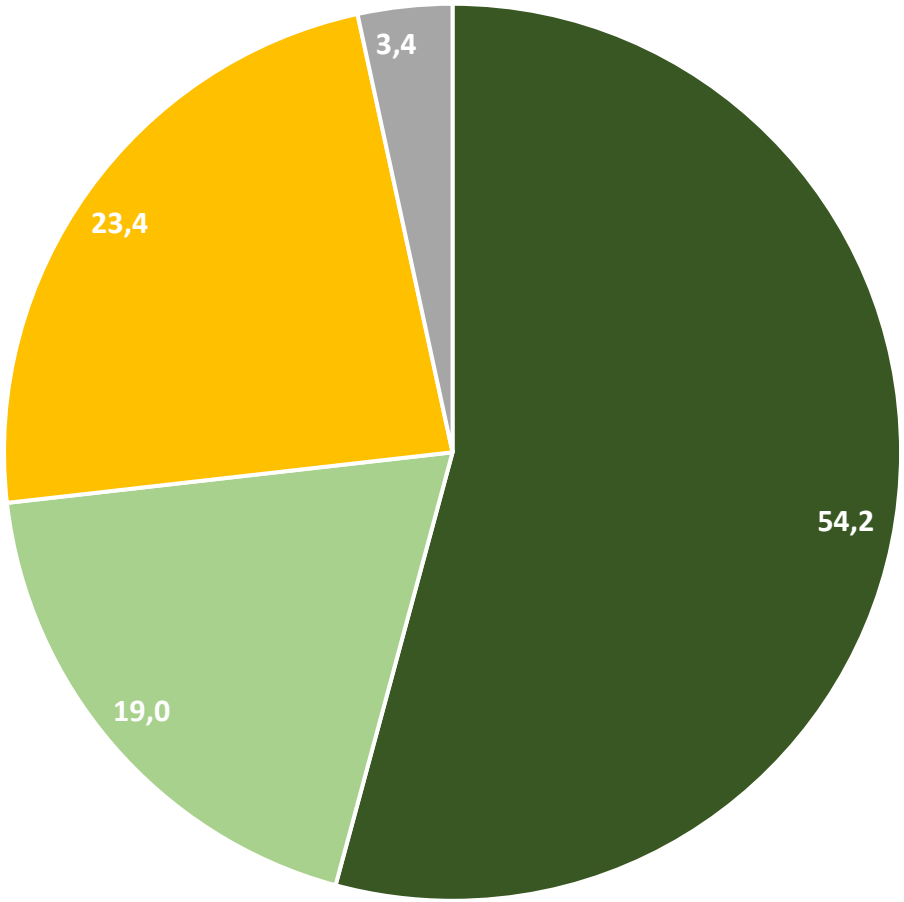
*сумирани отговори „много е важно“ и „по-скоро е важно“
**сумирани отговори „изобщо не е важно“ и „по-скоро не е важно“

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

Присъства или не присъства всяко едно от следните в медиите по време на предизборната кампания за изборите за президент и вицепрезидент:

(в %)

АНАЛИЗИ



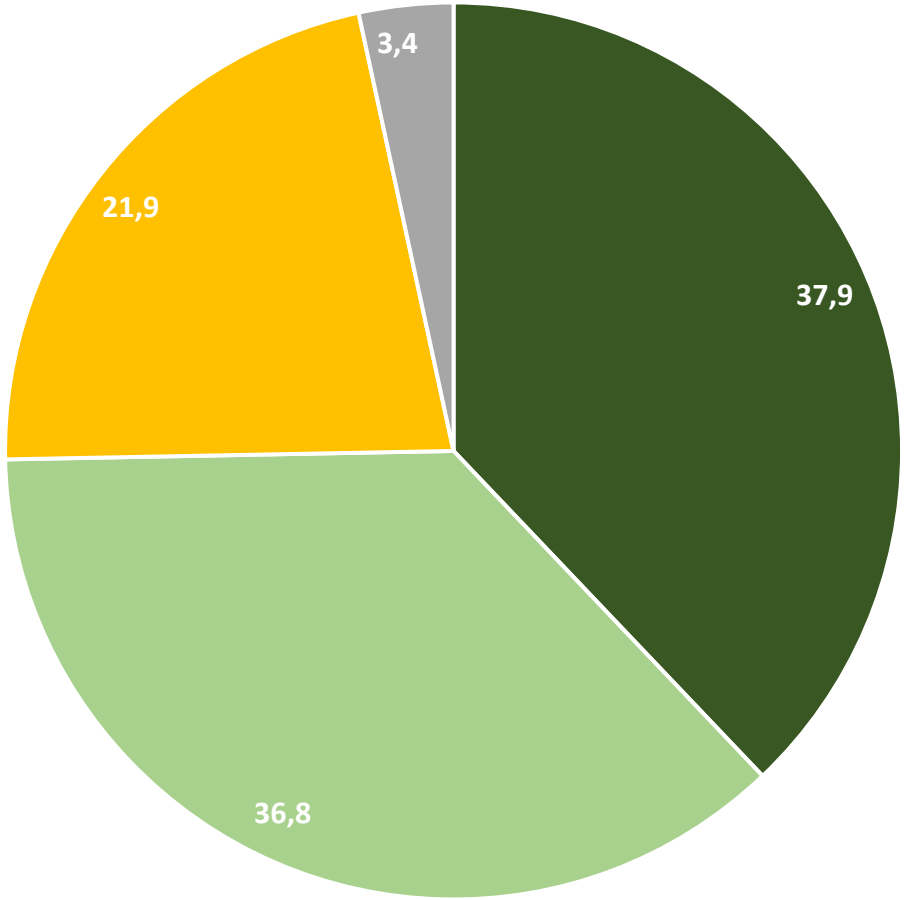
СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

Присъства или не присъства всяко едно от следните в медиите по време на предизборната кампания за изборите за президент и вицепрезидент:

(в %)

КРИТИЧНА ЖУРНАЛИСТИКА



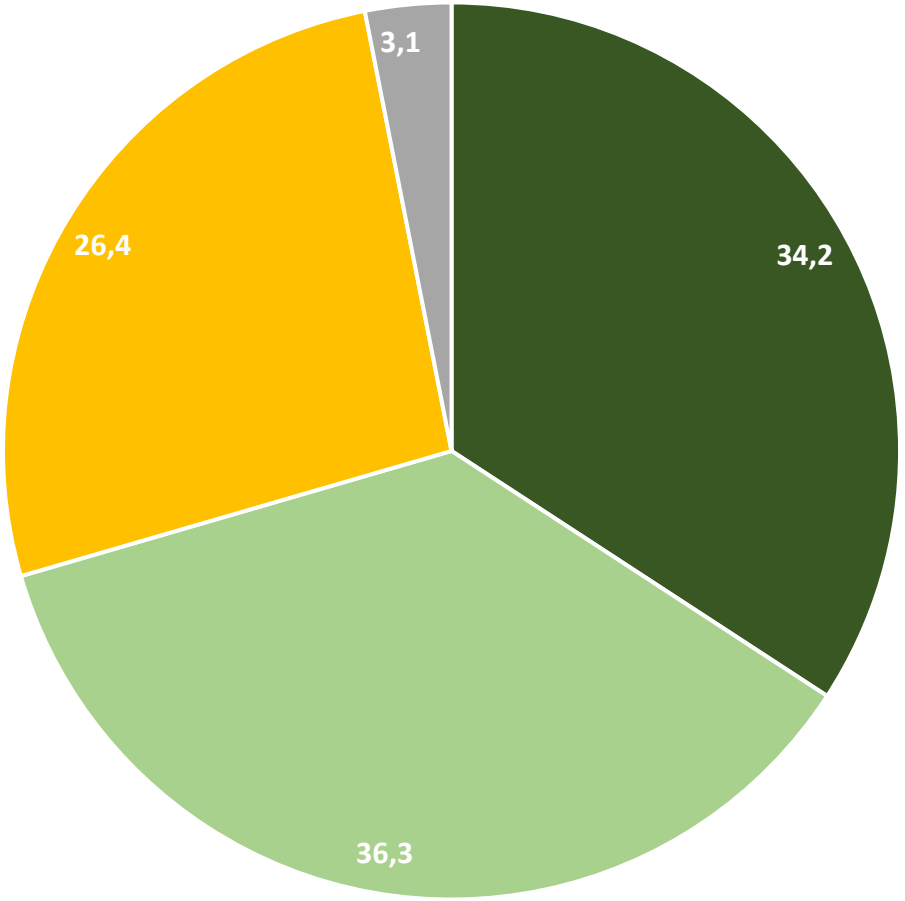
СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

Присъства или не присъства всяко едно от следните в медиите по време на предизборната кампания за изборите за президент и вицепрезидент:

(в %)

РАЗСЛЕДВАЩА ЖУРНАЛИСТИКА

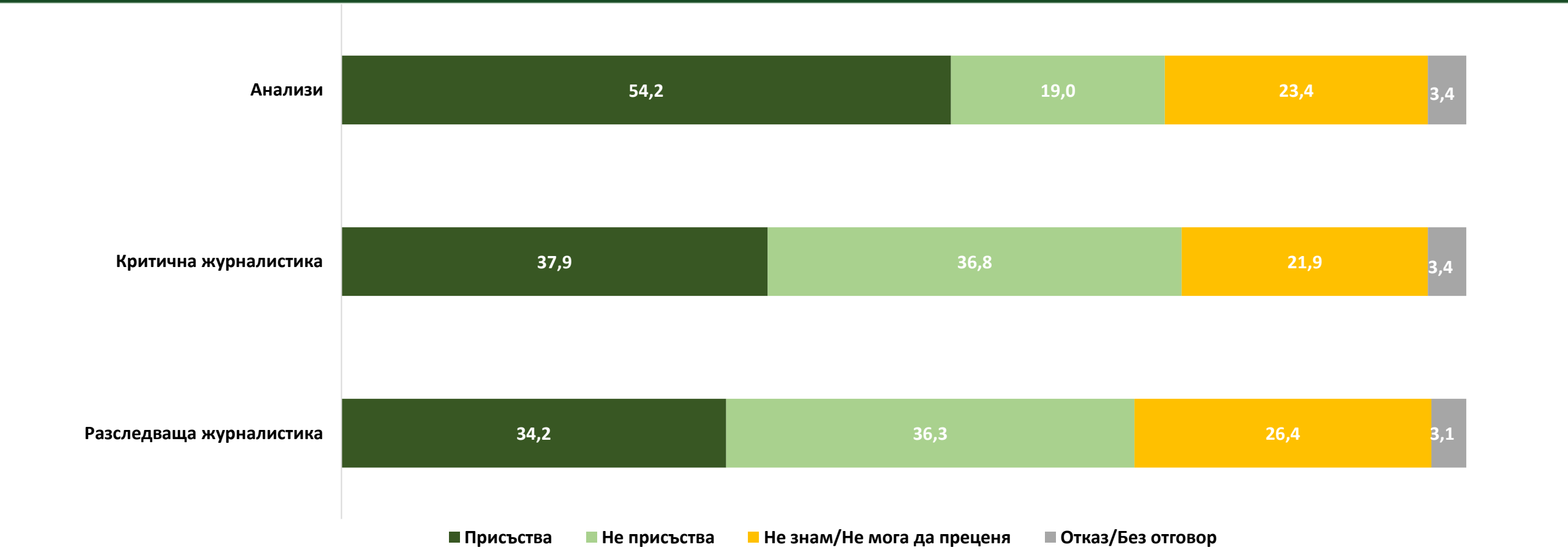


СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

Присъства или не присъства всяко едно от следните в медиите по време на предизборната кампания за изборите за президент и вицепрезидент:

(в %)



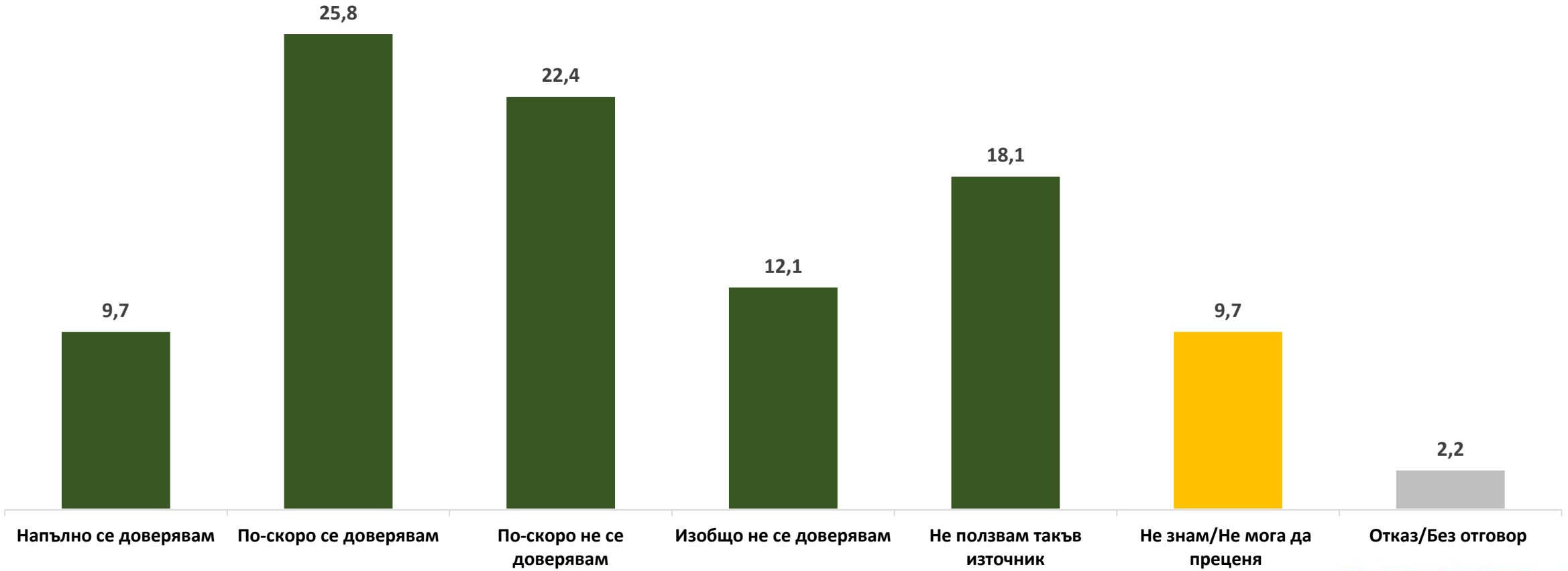
СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

Доколко се доверявате на информацията за настоящата предизборна кампания за изборите за президент и вицепрезидент от всеки един от следните източници в социалните мрежи и в интернет?

(в %)

ПРОФИЛИТЕ И КАНАЛИТЕ НА РАДИАТА И ТЕЛЕВИЗИИТЕ В СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ



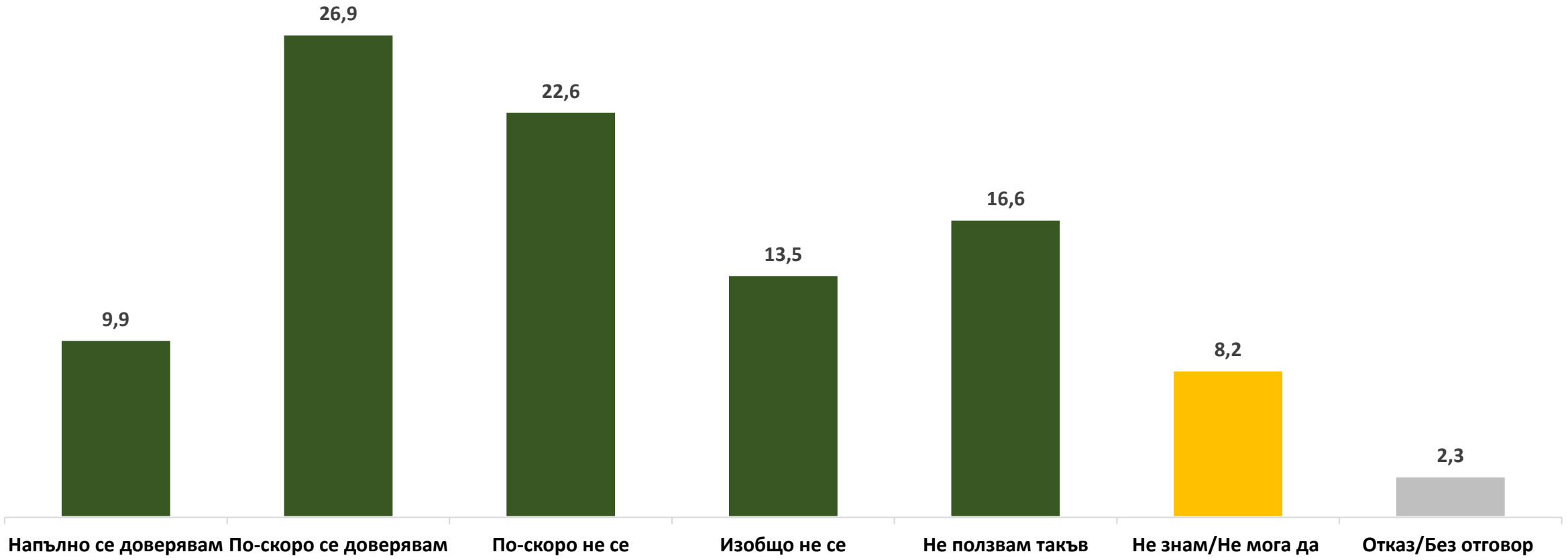
СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

Доколко се доверявате на информацията за настоящата предизборна кампания за изборите за президент и вицепрезидент от всеки един от следните източници в социалните мрежи и в интернет?

(в %)

ПРОФИЛИТЕ И КАНАЛИТЕ НА ОНЛАЙН МЕДИИТЕ (НОВИНАРСКИ САЙТОВЕ, ОНЛАЙН ИЗДАНИЯ) В СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ



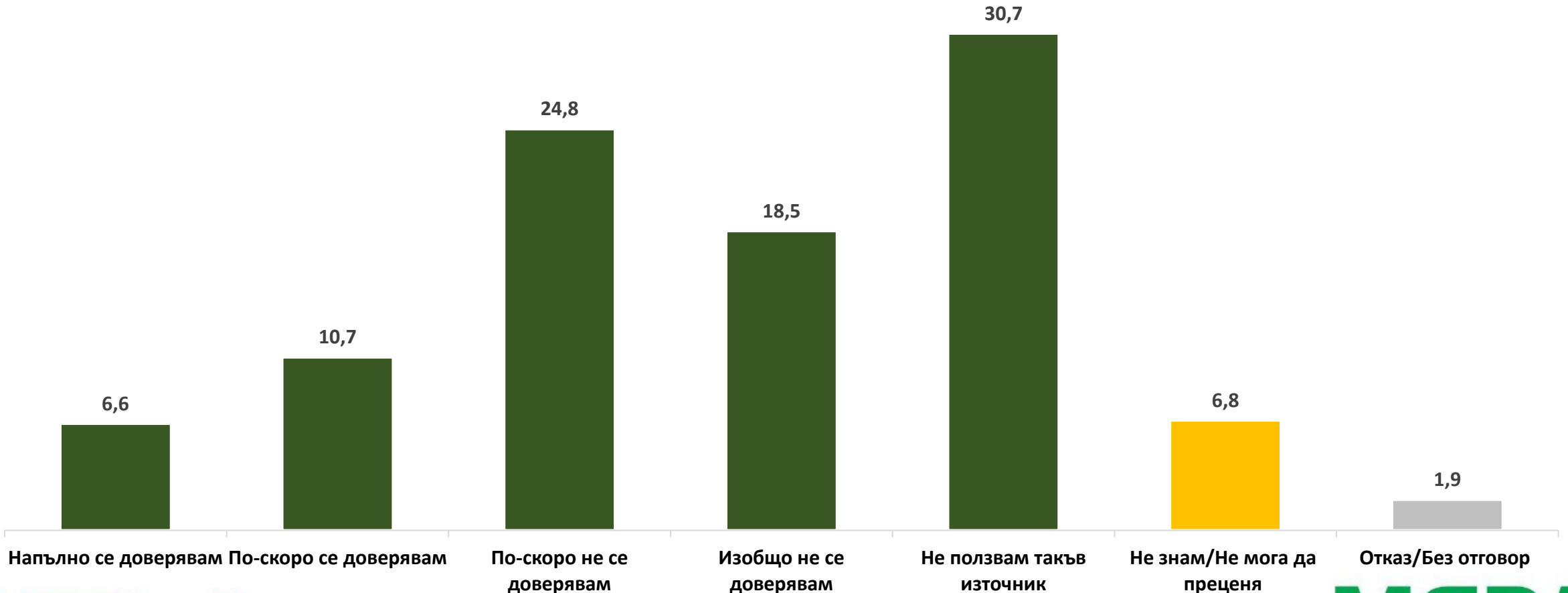
СЕМ
СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

Доколко се доверявате на информацията за настоящата предизборна кампания за изборите за президент и вицепрезидент от всеки един от следните източници в социалните мрежи и в интернет?

(в %)

САЙТОВЕ И ПРОФИЛИ В СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ С НЕЯСЕН ИЛИ НЕПРОВЕРЕН ИЗТОЧНИК



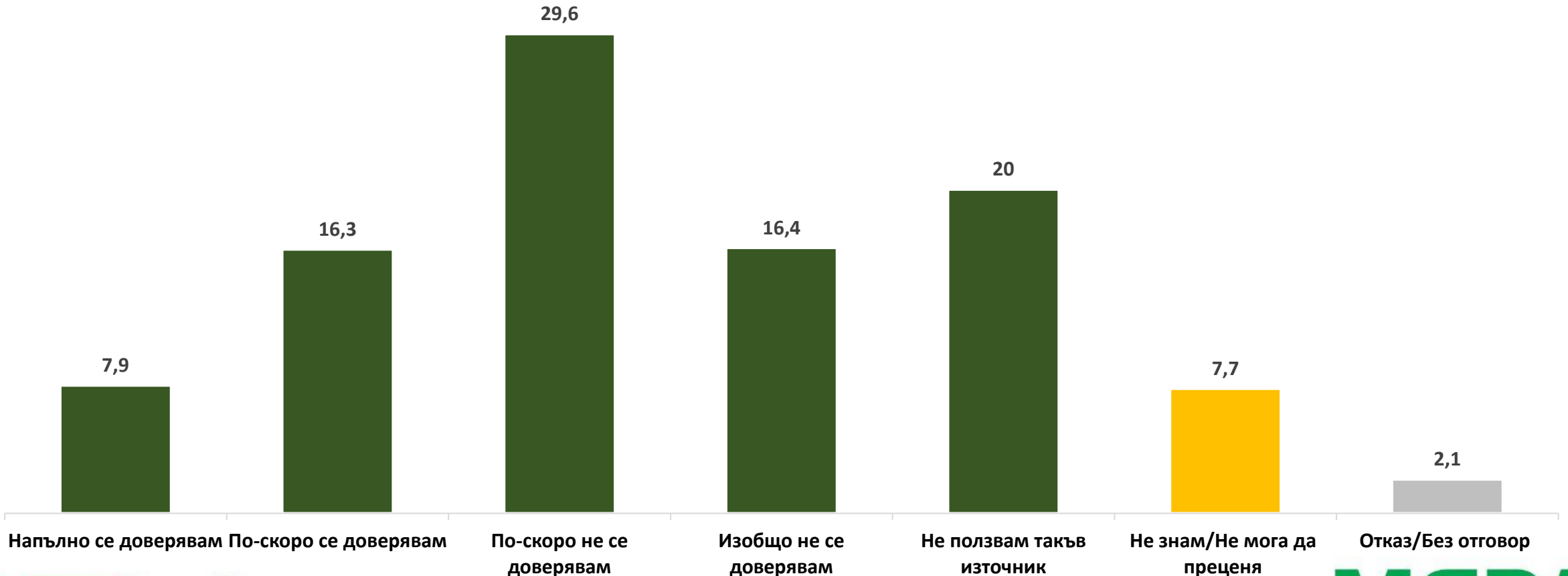
СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

Доколко се доверявате на информацията за настоящата предизборна кампания за изборите за президент и вицепрезидент от всеки един от следните източници в социалните мрежи и в интернет?

(в %)

ВИДЕА, ПОСТОВЕ И ДР. В ПРОФИЛИ НА ПОЛИТИЦИ



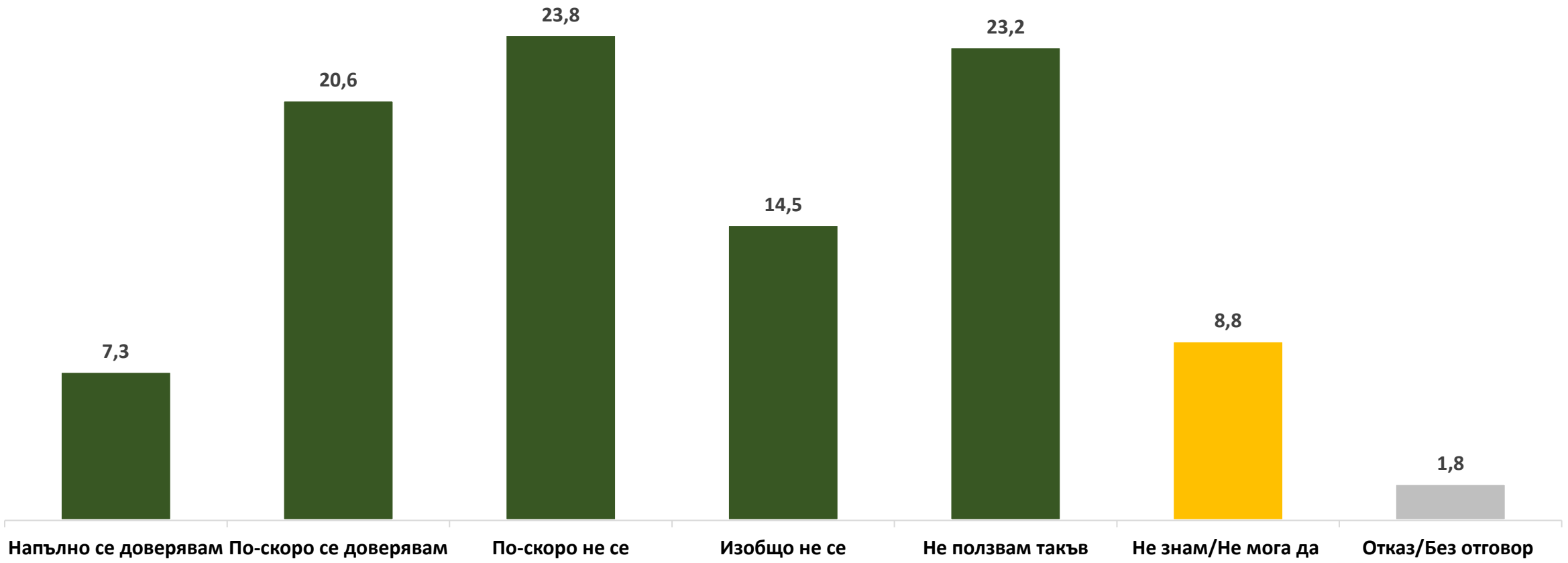
СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

Доколко се доверявате на информацията за настоящата предизборна кампания за изборите за президент и вицепрезидент от всеки един от следните източници в социалните мрежи и в интернет?

(в %)

КАНАЛИ В YOUTUBE (ЮТЮБ) НА БЛОГЪРИ, КОМЕНТАТОРИ И ДРУГИ ЛИЦА, КОИТО НЕ СА МЕДИИ



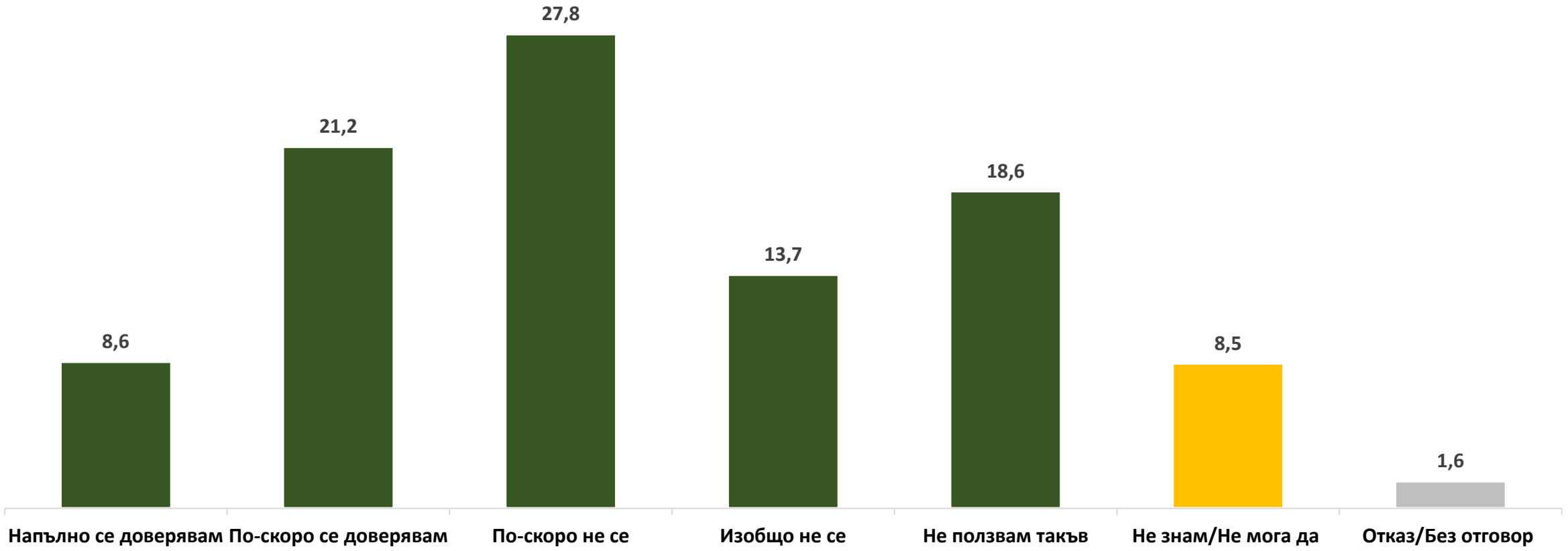
СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

Доколко се доверявате на информацията за настоящата предизборна кампания за изборите за президент и вицепрезидент от всеки един от следните източници в социалните мрежи и в интернет?

(в %)

МНЕНИЯ НА ИЗВЕСТНИ ЛИЧНОСТИ (АКТЬОРИ, СПОРТИСТИ, ПЕВЦИ И ДР.) В СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ



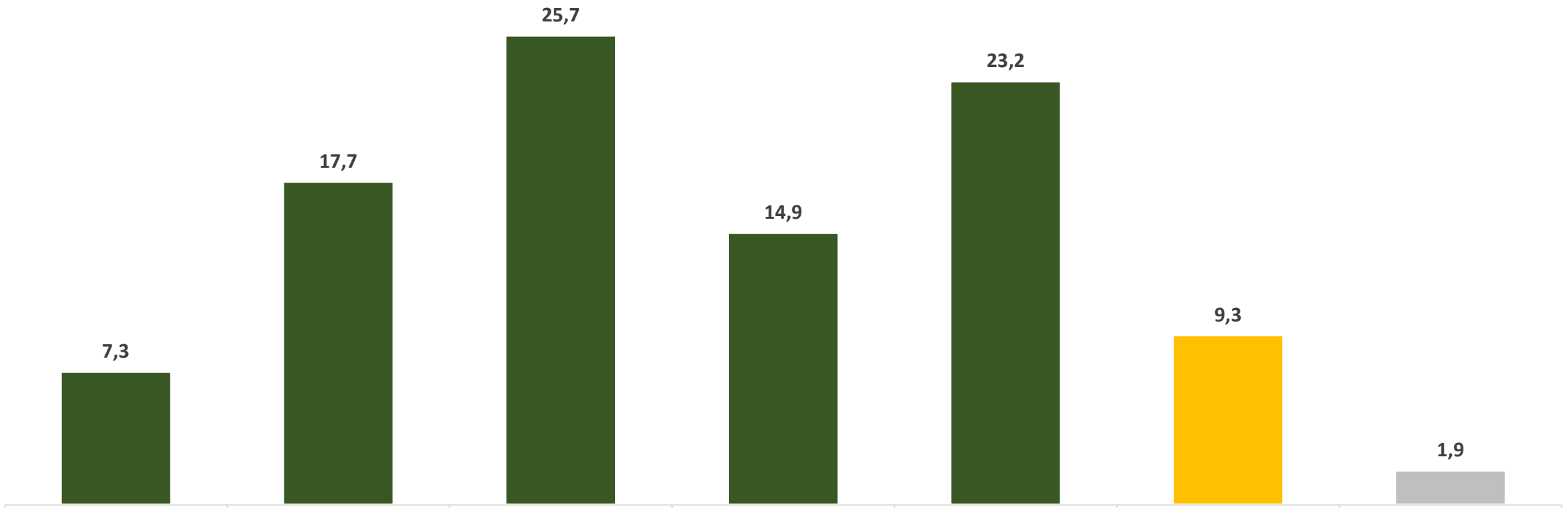
СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

Доколко се доверявате на информацията за настоящата предизборна кампания за изборите за президент и вицепрезидент от всеки един от следните източници в социалните мрежи и в интернет?

(в %)

ЗАТВОРЕНИ ГРУПИ В СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ И В ПРИЛОЖЕНИЯТА ЗА СЪОБЩЕНИЯ, ПОСВЕТЕНИ НА КОНКРЕТЕН КАНДИДАТ



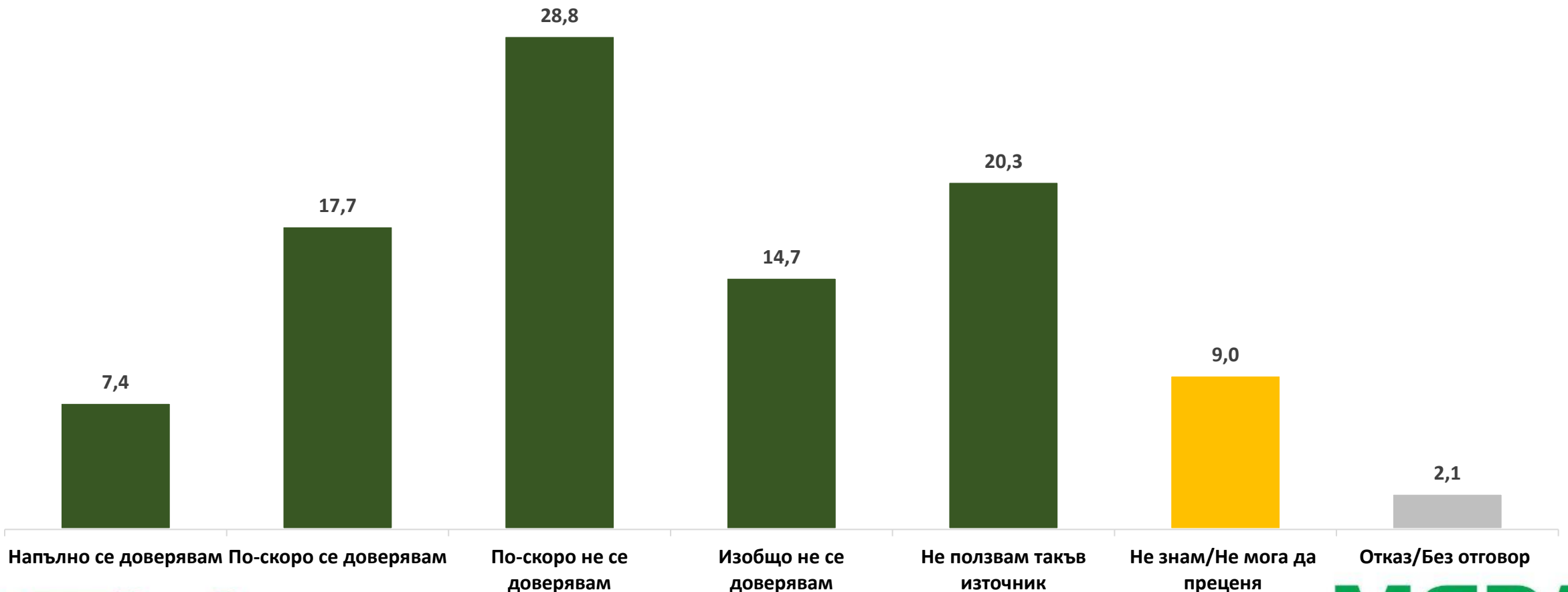
СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ

Доколко се доверявате на информацията за настоящата предизборна кампания за изборите за президент и вицепрезидент от всеки един от следните източници в социалните мрежи и в интернет?

(в %)

ВИДЕА, ПОСТОВЕ И ДР., КОИТО СА С ПОЛИТИЧЕСКО СЪДЪРЖАНИЕ



СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

МЯРА
СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ