

Barometrul de Încredere Edelman 2025: Nivel ridicat de resentiment fata de guvern, mediu de afaceri si de cei bogati

Barometrul de încredere Edelman 2025 arata ca temerile economice s-au transformat în resentimente, sase din 10 respondenti, din 26 de tari, raportând un sentiment de nemulțumire de la moderat la ridicat.

Conform unui comunicat remis, miercuri, AGERPRES, acest sentiment este definit prin convingerea ca guvernul si mediul de afaceri "le fac rau si servesc interese înguste", iar în cele din urma cei bogati beneficiaza, în timp ce oamenii obisnuiti se chinuie.

Totodata, potrivit sursei citate, teama de discriminare a crescut cu 10 puncte, ajungând la un nivel record de 63%, fiind majoritara la toate genurile, vârstele si nivelurile de venit. Cea mai mare crestere (14 puncte) a fost înregistrata în rândul albilor din SUA.

Barometrul mai semnaleaza ca oamenii asteapta de la mediul de afaceri si mass-media sa remedieze problemele pe care le-au creat, în timp ce organizatiile neguvernamentale au recâștigat din încredere.

"În ultimul deceniu, societatea a evoluat de la temeri la polarizare, iar acum la resentiment. Lideri în functie din SUA, Marea Britanie, Franta, Germania, Coreea de Sud si Canada au fost înlaturati pe fondul furiei alegatorilor cu privire la pierderea locurilor de munca, la globalizare si inflatie. (...) Barometrul constata un decalaj de 30 de puncte în ceea ce priveste încrederea în institutii între cei cu nemulțumiri mari si cei cu nemulțumiri mici (indice de încredere de 36 fata de 66). Reducerea acestui decalaj favorizeaza speranta pentru un viitor mai bun", a declarat Richard Edelman, director general al Edelman, citat în comunicat.

Corina Vintan, director general al Links Associates, firma afiliata la rețeaua de PR Edelman, a subliniat ca sistemele politice si economice se afla sub cea mai mare presiune, ca urmare a polarizarii si inegalitatilor resimțite.

"Anul acesta, cercetarea surprinde criza fara precedent de încredere prin care trece umanitatea. Valul urias de resentiment, lipsa de speranta si confuzia devin tot mai mari în toate societatile din lume, iar sistemele noastre politice si economice se afla sub cea mai mare presiune, ca urmare a polarizarii si inegalitatilor resimțite. În acest context tulbure, comunicatorii din toate institutiile cheie au rolul de a recalibra mesajele liderilor catre o perspectiva mult mai umana. În mod particular, comunicarea mediului de business trebuie sa aiba ca obiectiv refacerea puntilor de dialog între consumatori si branduri într-un mod autentic, integru si raspunzând aspiratiilor si nevoilor reale ale acestora", a spus Corina Vintan.

Patru factori cheie stau la baza resentimentului

Resentimentul provine din patru factori cheie, se spune în comunicat. Primul este lipsa de speranta pentru generatia viitoare, credinta ca lucrurile în tara lor vor fi mai bune decât astazi pentru urmatoarea generatie fiind de doar 36%, cu scaderi semnificative în toate democratiile occidentale: Franta (9%), Regatul Unit (17%) si SUA (30%). În al doilea rând, exista o diferenta de încredere conditionata de venit. Astfel, respondentii cu venituri mici (48%) au cu 13 puncte mai putina încredere în institutii decât cei cu venituri mari (61%). În al treilea rând, este o lipsa de încredere fara precedent la nivel global în liderii institutionali, în contextul în care o medie de 69% dintre respondenti se tem ca oficialii guvernamentali, liderii de afaceri si jurnalistii îi induc în eroare în mod deliberat, o crestere cu 11 puncte în ultimii 4 ani. În cele din urma, exista o confuzie generala cu privire la informatiile credibile - 63% considera ca este din ce în ce mai greu de spus daca stirile au fost produse de o sursa respectabila sau din tentative de înselaciune.

"În mod alarmant, 4 din 10 respondenti - 53% dintre cei cu vârste cuprinse între 18 și 34 de ani - aproba una sau mai multe forme de activism ostil pentru a determina o schimbare, care include atacarea persoanelor online, răspândirea intenționată a dezinformării, amenințarea sau comiterea de acte de violență și deteriorarea proprietății publice sau private. De asemenea, prevalează o mentalitate de sumă nulă, respondenții considerând victoriile celor cu politici opuse ca fiind în detrimentul lor. Aceasta perspectivă este de două ori mai frecventă în rândul celor cu nemulțumiri mari (53%) decât a celor cu nemulțumiri mici (23%)", se menționează în comunicat.

Mediul de afaceri și mass-media, instituțiile de la care oamenii au așteptarea de a remedia problemele pe care le-au creat. ONG-urile, singura instituție privită ca unificatoare

Barometrul mai semnaleză că mediul de afaceri a devenit soluția implicită pentru problemele societale, având în vedere că mulți oameni cred că întreprinderile sunt mai competente (+48 de puncte) și mai etice (+29 de puncte) decât guvernul. De altfel, mediul de afaceri este și instituția care se bucură de cea mai mare cota de încredere (62%), urmată de ONG-uri (58%), guvern (52%) și mass media (52%). Companiile dispun de potențialul de încredere și de o mare parte din permisiunea publicului de a aborda problemele sociale, dacă implicarea lor în soluționarea acestora este justificată prin propria contribuție la crearea problemei și dacă acțiunile lor ar îmbunătăți performanța întreprinderii.

"Mediul de afaceri se confruntă cu reacții negative din partea celor care se opun rolului său de catalizator pentru schimbarea societății. Întoarcerea de la o societate resentimentară va necesita un efort interinstituțional pentru a aborda probleme precum integritatea informațiilor, accesibilitatea, durabilitatea și viitorul AI", a subliniat Richard Edelman.

Spre deosebire de anii trecuți, organizațiile neguvernamentale au recâștigat din încredere (53% dintre cei nemulțumiti moderat, 52% dintre cei foarte nemulțumiti și 43% dintre cei puțin nemulțumiti au încredere în ONG-uri). Acestea sunt văzute ca singura instituție cu forță unificatoare în rândul celor cu un sentiment ridicat de nemulțumire și instituția cu cea mai mare încredere în rândul acestui grup.

În ceea ce privește mass-media, așteptările sunt ca acestea să acorde prioritate informațiilor de calitate în detrimentul conținutului bazat pe click-uri, pentru a permite luarea de decizii în cunoștință de cauză.

Alte concluzii ale Barometrului de Încredere Edelman 2025

Barometrul mai evidențiază și lipsa de încredere în rândul economiilor de top. Cinci dintre cele mai mari zece economii globale se numără printre cele mai puțin încrezătoare națiuni din indicii de încredere: Japonia (cea mai puțin încrezătoare, cu 37%), Germania (41%), Regatul Unit (43%), SUA (47%) și Franța (48%).

Națiunile în curs de dezvoltare sunt mai încrezătoare, în fruntea topului aflându-se China (77%), Indonezia (76%), India (75%) și Emiratele Arabe Unite (72%).

Pe de altă parte, în ciuda unei scaderi de 3 puncte, la 75%, a încrederii în rândul angajaților, "angajatorul meu" rămâne instituția cu cea mai mare încredere.

Totodată, barometrul a mai constatat o accelerare a insecurității locurilor de muncă. Temerile legate de nesiguranta locului de muncă din cauza impactului globalizării au crescut în ultimul an, incluzând cauze precum conflictele comerciale internaționale (62% dintre angajați sunt îngrijorati, în creștere cu 5 puncte), concurenții străini (59%, în creștere cu 6 puncte), offshoring-ul (54%, în creștere cu 6 puncte), o recesiune iminentă (63%, în creștere cu 3 puncte), automatizarea (58%, în creștere cu 5 puncte) și competențele depășite (58%, în creștere cu 2 puncte).

De asemenea, cei bogati sunt vazuti ca fiind problema, majoritatea considerând ca acestia evita sa-si plateasca partea lor echitabila de impozite (67%), iar 65% dau vina pe egoismul lor pentru multe dintre probleme.

Barometrul de Încredere Edelman 2025 este cel de-al 25-lea sondaj anual de încredere al companiei. Cercetarea a fost realizata de Edelman Trust Institute si consta în interviuri online de 30 de minute realizate între 25 octombrie si 16 noiembrie 2024. Edelman Trust Barometer 2025 a chestionat peste 33.000 de respondenti din 28 de tari.

Publicat în luna ianuarie a fiecarui an, raportul acopera o serie de indicatori societali importanti si oportuni ai încrederii în mediul de afaceri, mass-media, guvern si ONG-uri, modelând conversatia si stabilind agenda pentru anul urmator.

Edelman este o companie globala în domeniul comunicarii, cu 6.000 de specialisti, în peste 60 de birouri, care ofera strategii de comunicare.