



**FÖRTROENDE FÖR SAMHÄLLSINSTITUTIONER,
PARTIER, MASSMEDIER OCH FÖRETAG**

Resultat presenterade vid MediaAkademins seminarium den 12 november 2008

För undersökningen ansvarar professorerna Sören Holmberg och Lennart Weibull
vid Göteborgs universitet i samarbete med TNS/Gallup AB.

MEDIEAKADEMINS FÖRTROENDEBAROMETER

Sören Holmberg och Lennart Weibull

Sedan 1997 har MedieAkademien mätt svenska folkets förtroende för samhällsinstitutioner, politiska partier, medier, varumärken/företag och ledare. Grundtanken bakom mätserien är att förtroende är ett slags förhållningssätt till samhället. Å ena sidan är förtroende en mekanism för att reducera social komplexitet och innebär att vi minimerar osäkerhet och därigenom underlättar ställningstaganden. Å andra sidan är förtroende ett slags försanthållande som kan reducera alla former av transaktionskostnader och därmed få konsekvenser för ett samhälles sätt att fungera.

I ett kunskapssamhälle som det svenska är förtroende ett centralt fenomen. De institutioner, organisationer, medier eller ledare som åtnjuter högt förtroende har ett försteg. Den som har människors tilltro äger ett viktigt socialt kapital. Samtidigt är förtroende en grund för att orientera sig i den mångfald av budskap som sprids. Förtroende fungerar som en referenspunkt – både för enskilda medborgare och för andra samhällsaktörer.

Utgångspunkten för MedieAkademins mätningar är att förtroendet betraktas som en egenskap hos samhällets institutioner. Förtroende är en systemegenskap, men det är grundat i enskilda medborgares bedömningar. Det är därför möjligt att å ena sidan pröva samhällets institutioner utifrån det förtroende de åtnjuter bland allmänheten och å andra sidan studera människors förtroende för samhället och dess institutioner. På detta sätt blir det möjligt att förena ett makro- med ett mikroperspektiv och få en bild av vilket förtroende enskilda personer eller grupper har för olika samhällsinstitutioner, samtidigt som aggregerade mått ger oss en bild av vilket förtroende enskilda samhällsinstitutioner åtnjuter.

Hur mätningen görs

MedieAkademins förtroendebarmeter har genomförts årligen sedan 1997. Datasamlingen via telefonintervjuer i slutet på oktober och början på november under åren 1997 – 2006 bygger på svar från omkring 750 slumpmässigt utvalda personer mellan 16 – 74 år. Undersökningen 2007 omfattar 250 personer intervjuade via telefon och 750 personer slumpvis utvalda från TNS Gallups *On Line Panel* som besvarar en nätenkät. Studien 2008 är helt och hållet en nätenkät omfattande 1 000 personer och genomförd av TNS Gallup. Undersökningen genomfördes 26/9 – 3/10 2008. Undersökningarna har genomförts av TNS Gallup i Göteborg. Kontaktperson på TNS Gallup har från starten varit Pär Källeskog. Undersökningsledare för 2008 års studie är Matz Johansson medan Kerstin Gidsäter på SOM-institutet har redigerat och sammanställt rapporterna.

Undersökningen har varje år dels avsett ett urval viktiga samhällsinstitutioner som exempelvis riksdagen, storföretagen, dagspressen och radio-TV, dels ett antal konkreta medier, bl.a Sveriges Television och TV4, och specifika företag, som t ex IKEA, Skandia och Volvo. Antalet bedömda institutioner har varierat något mellan enskilda år. Vissa av institutionerna/medierna/företagen har mätts varje år, andra har studerats mer oregelbundet. I undersökningen 2008 ingår 26 institutioner/företag/medier/partier och tolv namngivna ledare.

Några år har även andra aspekter på samhällsförtroendet undersökts. I 2005 års undersökning fanns en serie frågor om framtidsbedömningar. I studien 2006 återfanns frågor om olika gruppers moral, om hur människors livssituation har förändrats och om dagspressens förhållande till Internet. I undersökningen 2007 ingick ånyo frågor om olika gruppers moral och hur den har förändrats liksom frågor om storföretagens ansvar och hur de lever upp till dem.

Studien 2008 innehåller speciella frågor om mediernas rapportering om EU och olika delar av Sverige, och om hur mediernas innehåll påverkar människors kunskaper, åsikter, livsstilar, humör och känslor.



**FÖRTROENDE FÖR
SAMHÄLLSINSTITUTIONER,
PARTIER, MASSMEDIER OCH FÖRETAG**

Resultat presenterade vid MediaAkademin seminarium den 12 november 2008

För undersökningen ansvarar professorerna Sören Holmberg och Lennart Weibull vid Göteborgs universitet i samarbete med TNS/Gallup AB.

Undersökningen

MEDIEAKADEMIN

1 000 nätenkåtsvar

undersökningen genomförd

26/9 – 3/10 2008

av

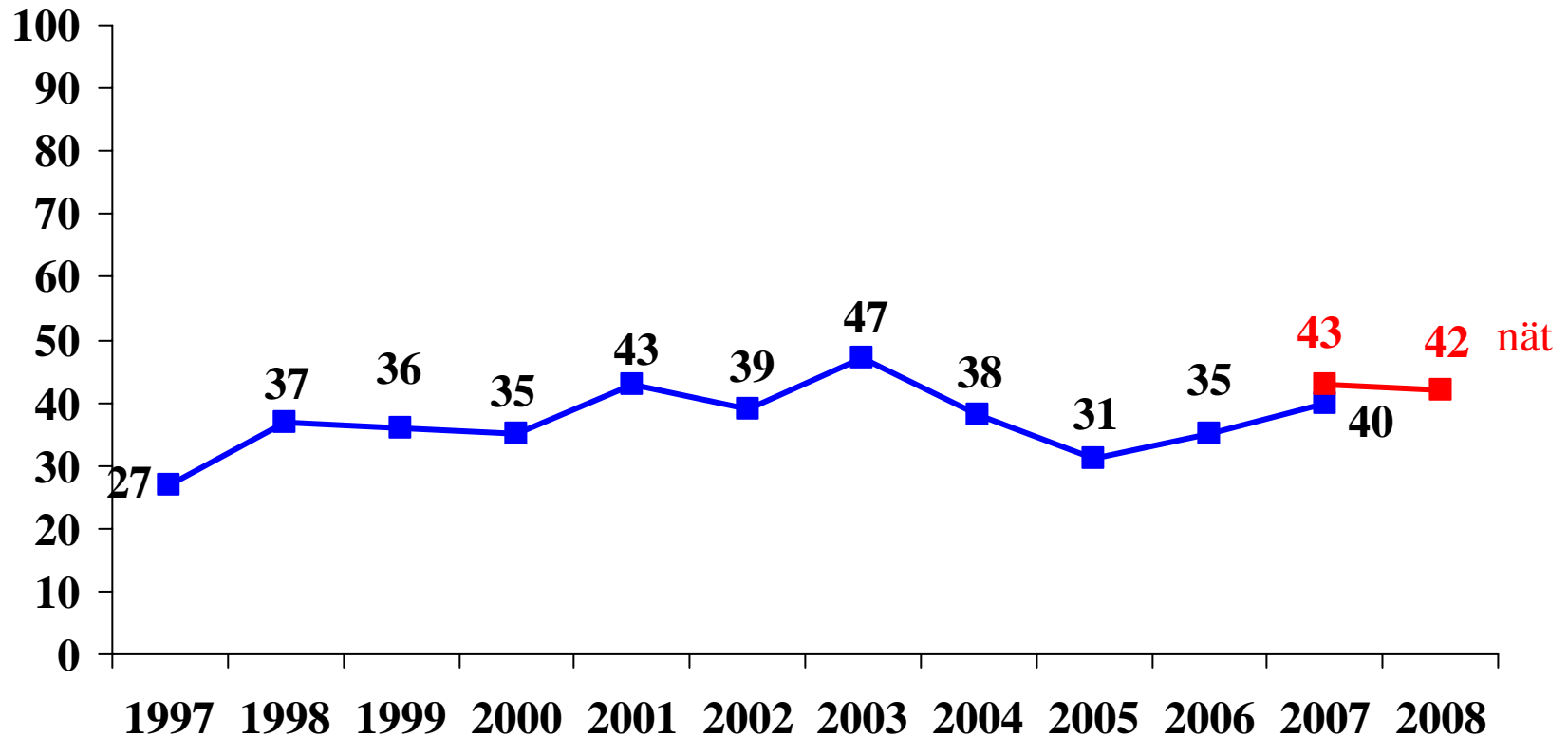
TNS Gallup

Göteborg

Förtroende:
Samhällsinstitutioner

MEDIEAKADEMIN

Riksdagen

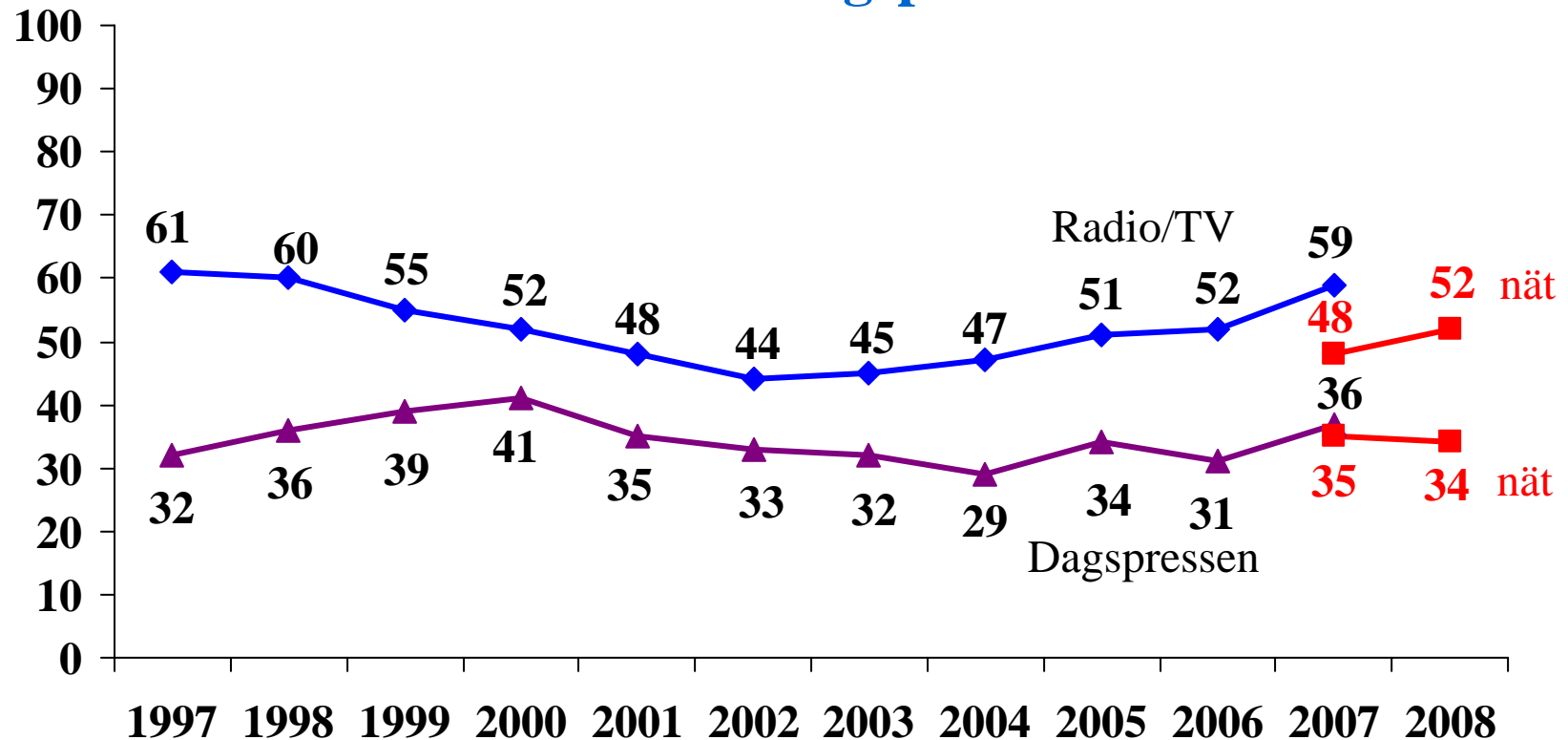


Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 1 000 nätenkäter under perioden 26/9 – 3/10 2008. Tidigare undersökningar 1997 - 2006 är enbart genomförda per telefon. År 2007 genomfördes både telefon- och nätmätningar. Andel mycket/ganska stort förtroende bland dem som har åsikt. Frågan löd: ”Hur stort förtroende har Du för det sätt på vilket följande institutioner och verksamheter sköter sitt arbete?”

Förtroende: Samhällsinstitutioner

MEDIEAKADEMIN

Radio/TV och dagspressen

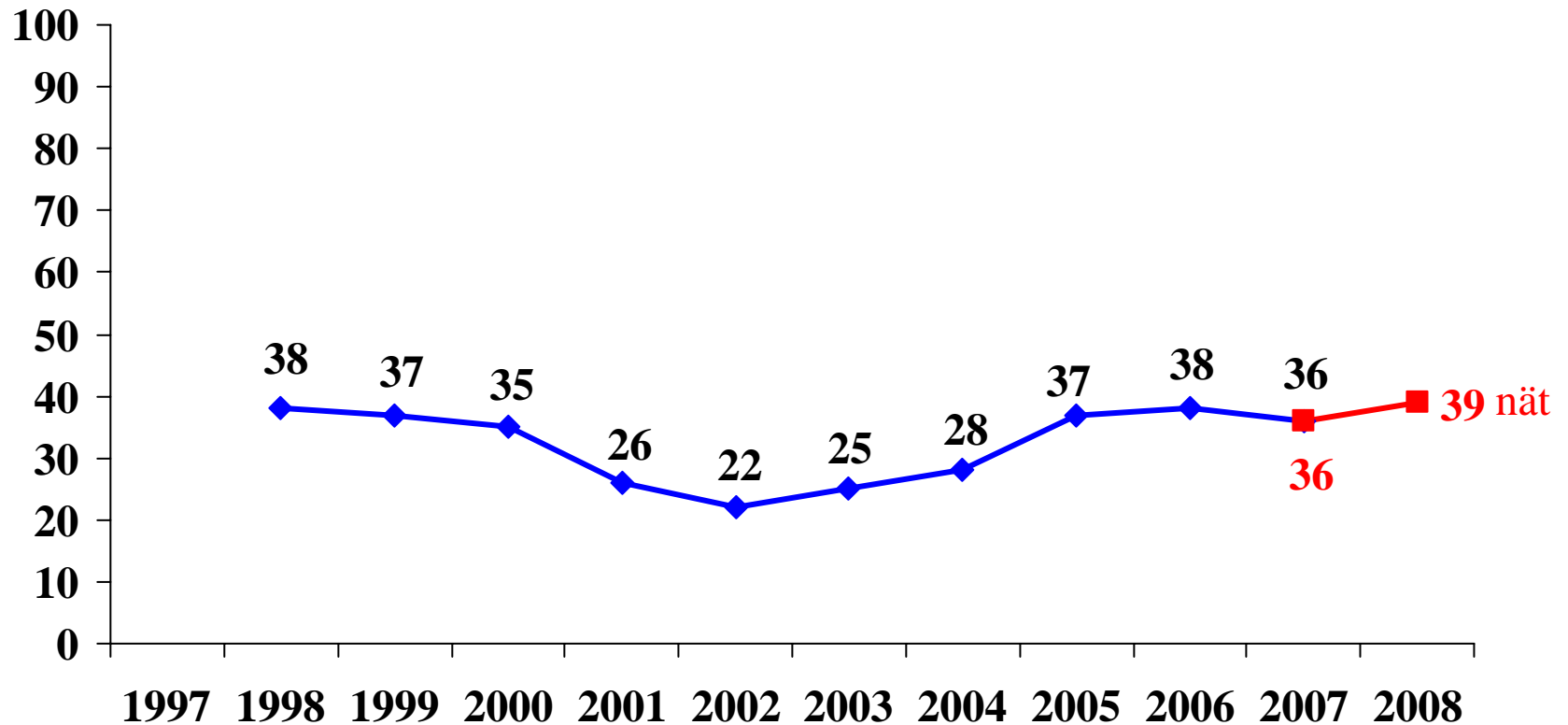


Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 1 000 nätenkäter under perioden 26/9 – 3/10 2008. Tidigare undersökningar 1997 - 2006 är enbart genomförda per telefon. År 2007 genomfördes både telefon- och nätmätningar. Andel mycket/ganska stort förtroende bland dem som har åsikt. Frågan löd: ”Hur stort förtroende har Du för det sätt på vilket följande institutioner och verksamheter sköter sitt arbete?”

Förtroende:
Samhällsinstitutioner

MEDIEAKADEMIN

Storföretagen

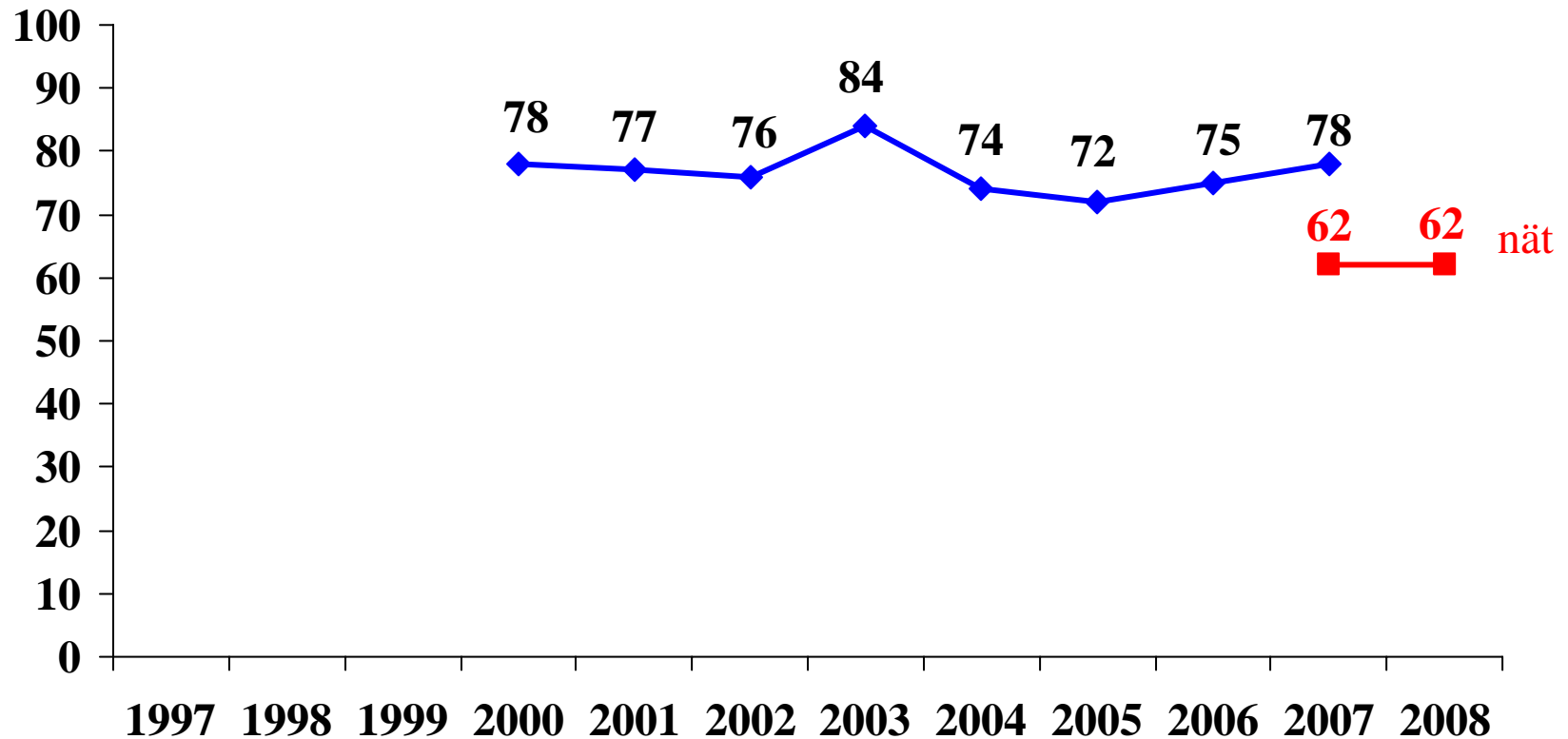


Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 1 000 nätenkäter under perioden 26/9 – 3/10 2008. Tidigare undersökningar 1997 - 2006 är enbart genomförda per telefon. År 2007 genomfördes både telefon- och nätmätningar. Andel mycket/ganska stort förtroende bland dem som har åsikt. Frågan löd: ”Hur stort förtroende har Du för det sätt på vilket följande institutioner och verksamheter sköter sitt arbete?”

Förtroende:
Samhällsinstitutioner

MEDIEAKADEMIN

Universitet/högskolor



Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 1 000 nätenkäter under perioden 26/9 – 3/10 2008. Tidigare undersökningar 1997 - 2006 är enbart genomförda per telefon. År 2007 genomfördes både telefon- och nätmätningar. Andel mycket/ganska stort förtroende bland dem som har åsikt. Frågan löd: "Hur stort förtroende har Du för det sätt på vilket följande institutioner och verksamheter sköter sitt arbete?"

Förtroende: Samhällsinstitutioner

MEDIEAKADEMIN

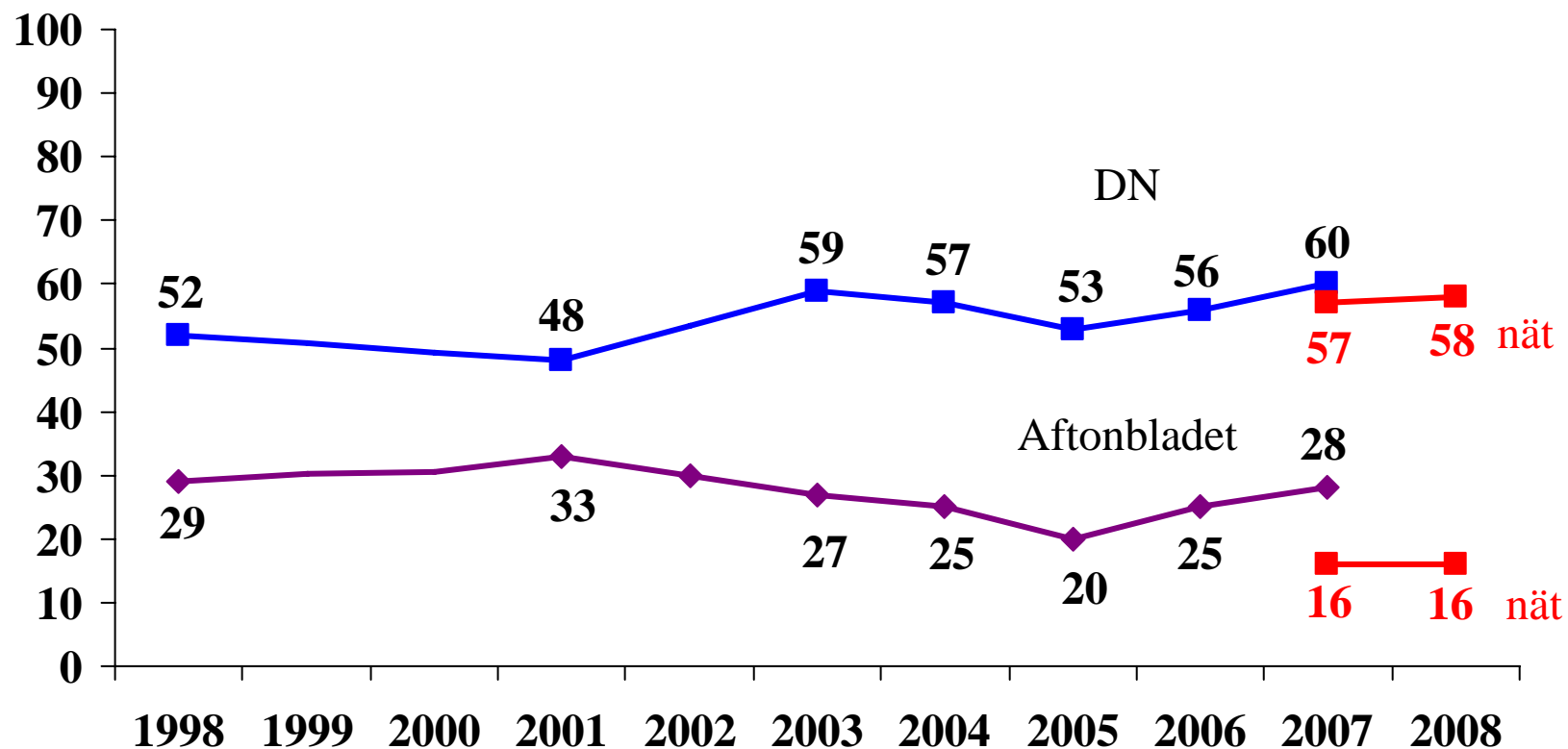
Samhällsinstitution	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007 nät	2008 nät
Universitet/högskolor	-	-	-	78	77	76	84	74	72	75	62	62
Radio/TV	61	60	55	52	48	44	45	47	51	52	48	52
Riksdagen	27	37	36	35	43	39	47	38	31	35	43	42
Storföretagen	-	38	37	35	26	22	25	28	37	38	36	39
Svenska kyrkan	-	-	-	-	-	-	-	43	41	46	-	34
Dagspressen	32	36	39	41	35	33	32	29	34	31	35	34
Facket	-	-	-	-	-	32	34	29	32	32	32	29
EU-kommissionen	-	-	-	12	20	15	14	18	17	21	29	23
Politiska partierna	-	18	15	14	20	18	18	-	17	16	20	21

Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 1 000 nätenkäter under perioden 26/9 – 3/10 2008. Tidigare undersökningar 1997 - 2006 är enbart genomförda per telefon. År 2007 genomfördes både telefon- och nätmätningar. Andel mycket/ganska stort förtroende bland dem som har åsikt. Frågan löd: ”Hur stort förtroende har Du för det sätt på vilket följande institutioner och verksamheter sköter sitt arbete?”

Förtroende:
Massmedier

MEDIEAKADEMIN

DN och Aftonbladet

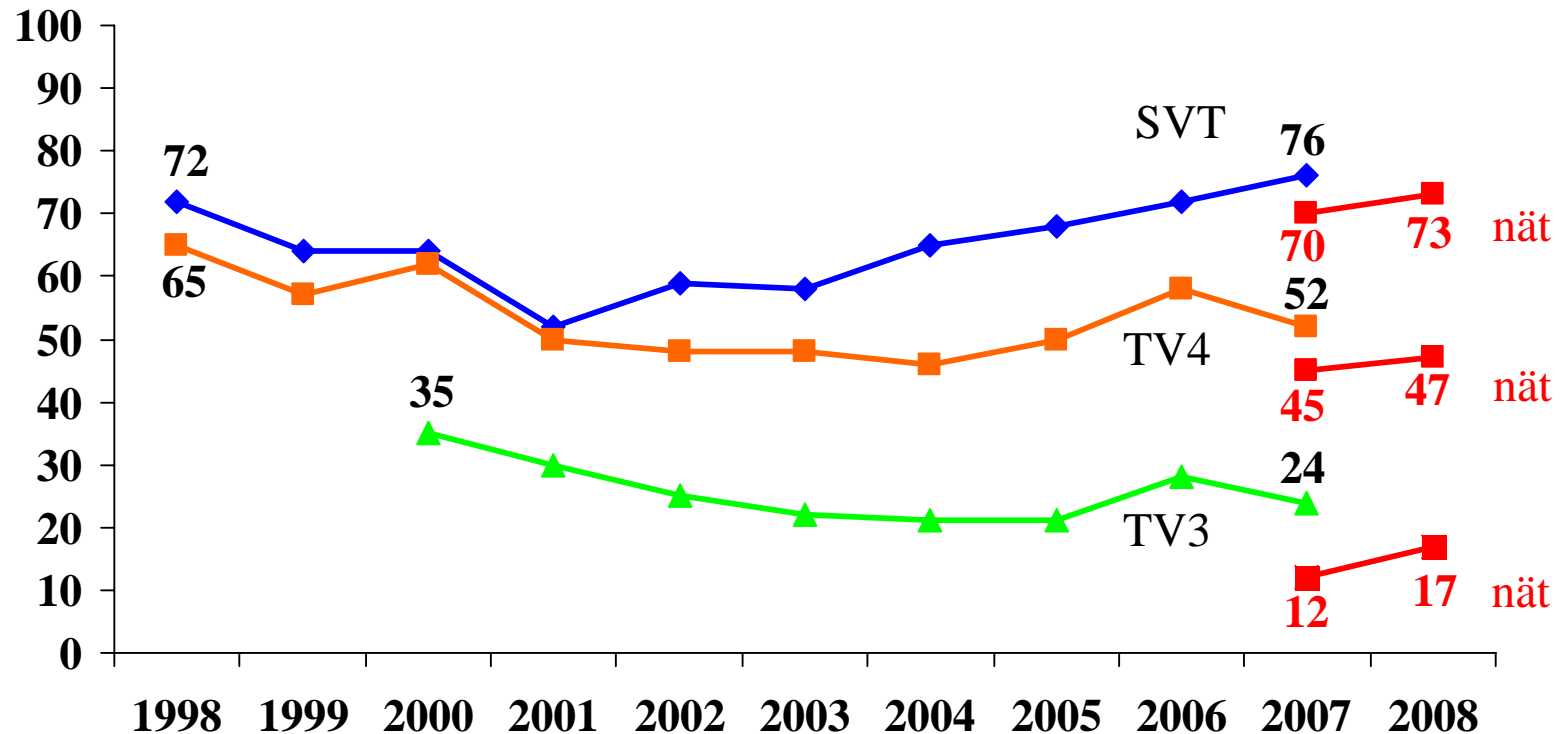


Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 1 000 nätenkäter under perioden 26/9 – 3/10 2008. Tidigare undersökningar 1997 - 2006 är enbart genomförda per telefon. År 2007 genomfördes både telefon- och nätmätningar. Andel mycket/ganska stort förtroende bland dem som har åsikt. Frågan löd: "Hur stort förtroende har Du för det sätt på vilket följande institutioner och verksamheter sköter sitt arbete?"

Förtroende:
Massmedier

MEDIEAKADEMIN

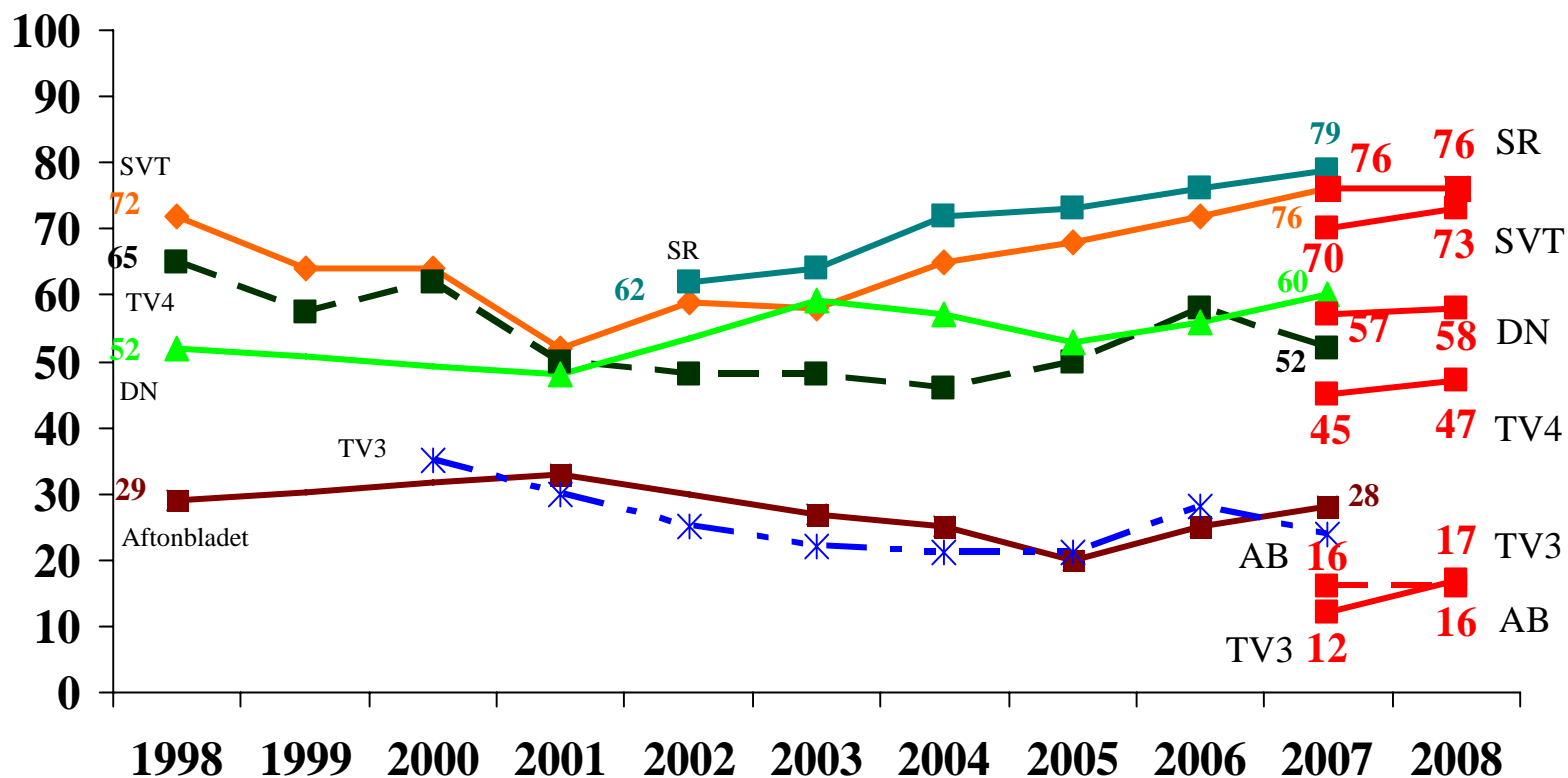
SVT, TV4 och TV3



Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 1 000 nätenkäter under perioden 26/9 – 3/10 2008. Tidigare undersökningar 1997 - 2006 är enbart genomförda per telefon. År 2007 genomfördes både telefon- och nätmätningar. Andel mycket/ganska stort förtroende bland dem som har åsikt. Frågan löd: "Hur stort förtroende har Du för det sätt på vilket följande institutioner och verksamheter sköter sitt arbete?"

Förtroende:
Massmedier

MEDIEAKADEMIN

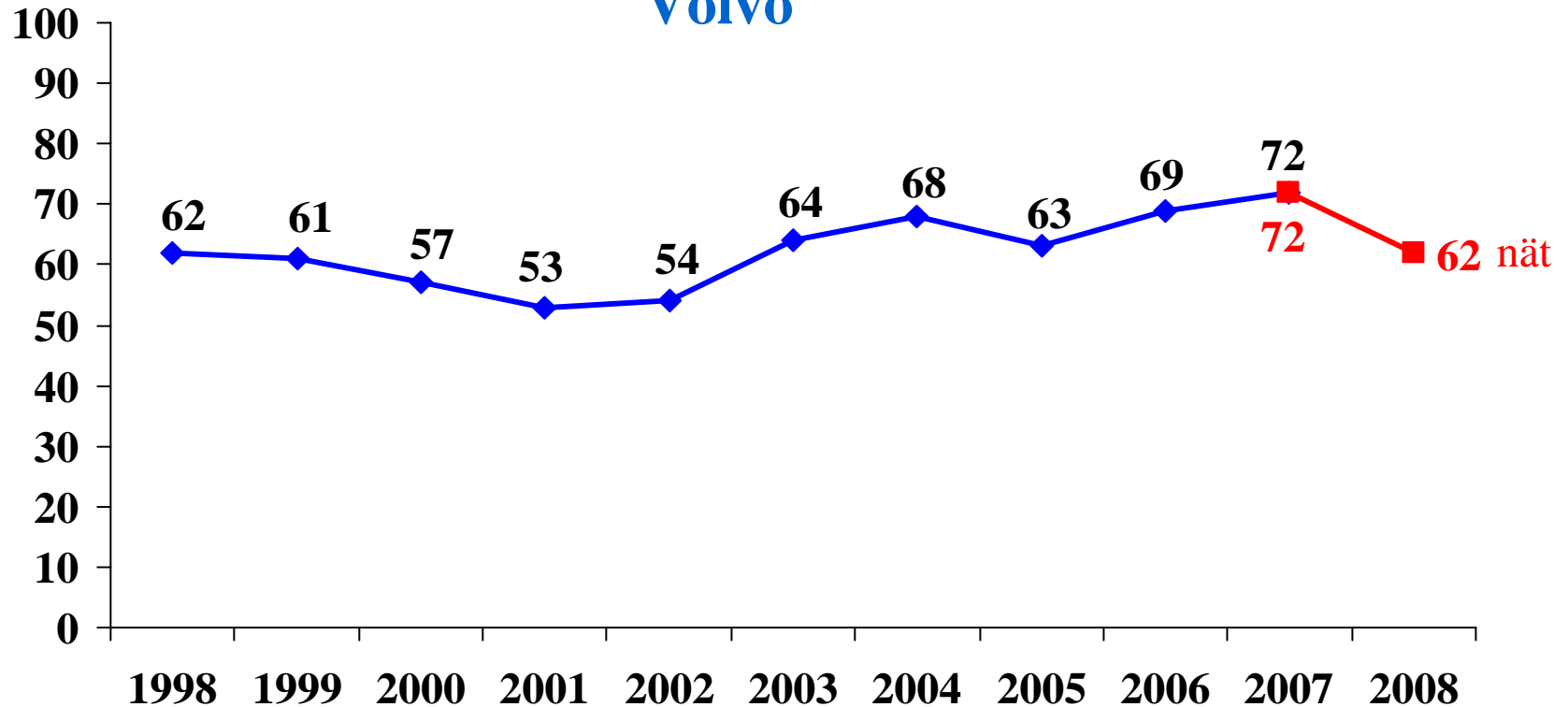


Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 1 000 nätenkäter under perioden 26/9 – 3/10 2008. Tidigare undersökningar 1997 - 2006 är enbart genomförda per telefon. År 2007 genomfördes både telefon- och nätmätningar. Andel mycket/ganska stort förtroende bland dem som har åsikt. Frågan löd: ”Hur stort förtroende har Du för det sätt på vilket följande institutioner och verksamheter sköter sitt arbete?”

Förtroende:
Företag

MEDIEAKADEMIN

Volvo

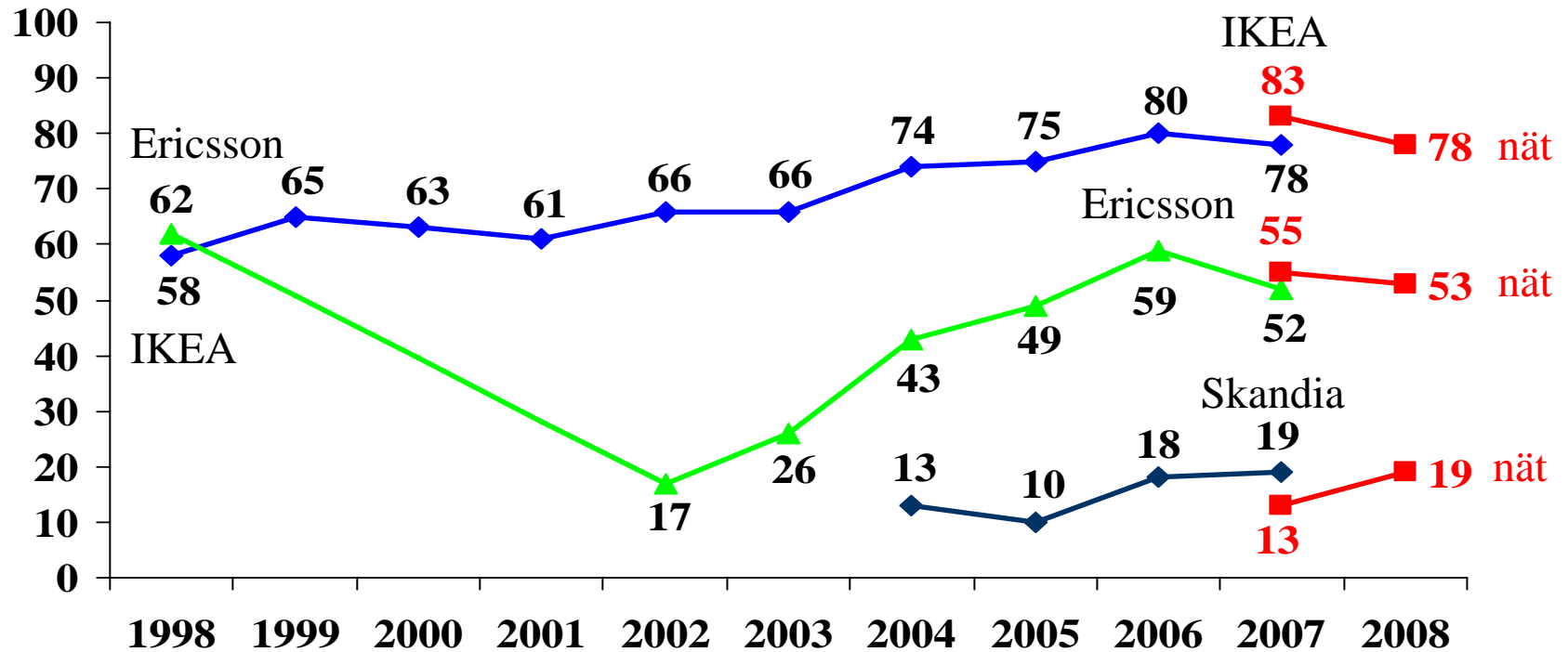


Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 1 000 nätenkäter under perioden 26/9 – 3/10 2008. Tidigare undersökningar 1997 - 2006 är enbart genomförda per telefon. År 2007 genomfördes både telefon- och nätmätningar. Andel mycket/ganska stort förtroende bland dem som har åsikt. Frågan löd: ”Hur stort förtroende har Du för det sätt på vilket följande institutioner och verksamheter sköter sitt arbete?”

Förtroende:
Företag

MEDIEAKADEMIN

IKEA, Ericsson och Skandia



Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 1 000 nätenkäter under perioden 26/9 – 3/10 2008. Tidigare undersökningar 1997 - 2006 är enbart genomförda per telefon. År 2007 genomfördes både telefon- och nätmätningar. Andel mycket/ganska stort förtroende bland dem som har åsikt. Frågan löd: "Hur stort förtroende har Du för det sätt på vilket följande institutioner och verksamheter sköter sitt arbete?"

Förtroende: Företag

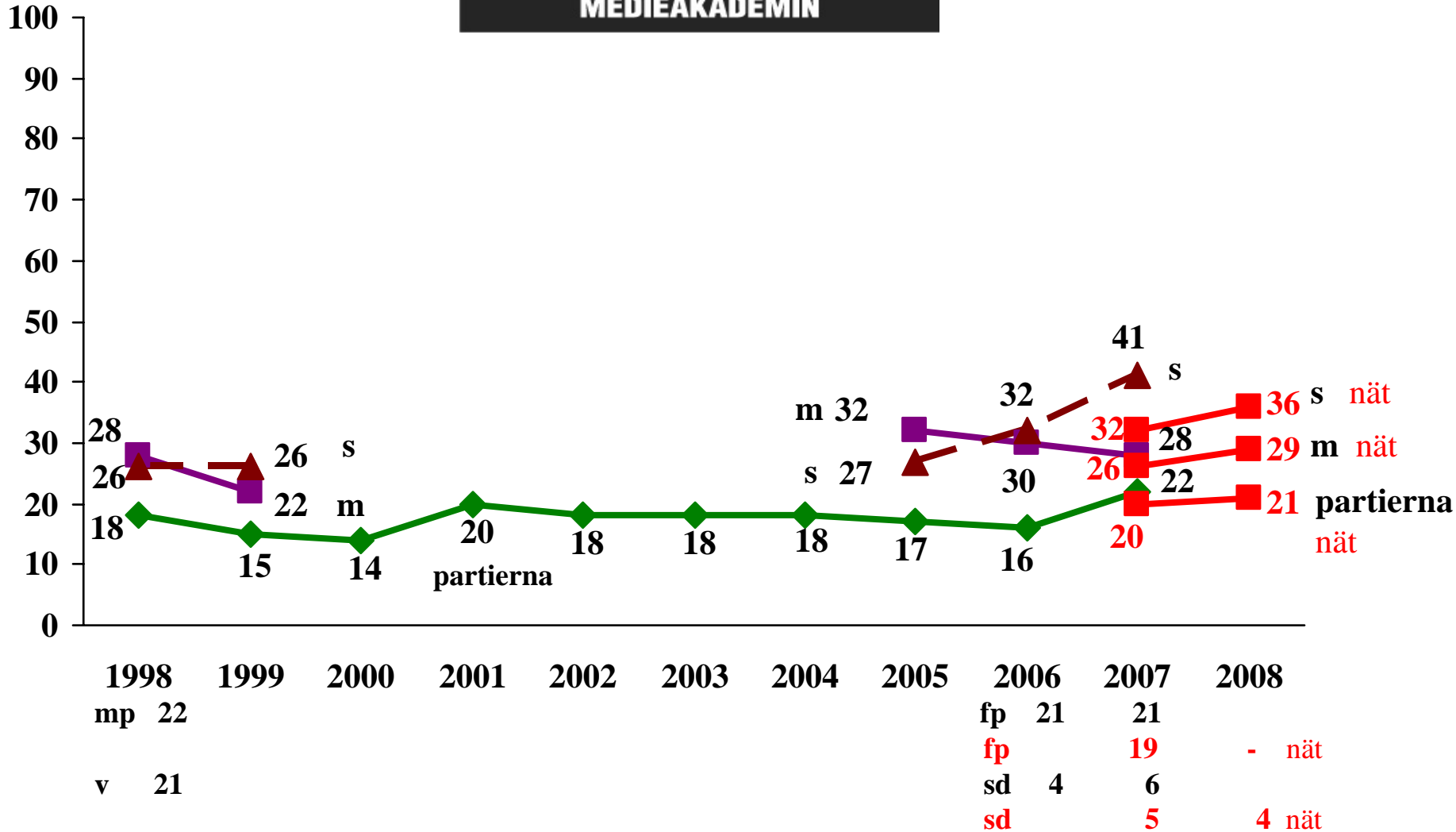
MEDIEAKADEMIN

Företag	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007 nät	2008 nät
IKEA	58	65	63	61	66	66	74	75	80	83	78
Volvo	62	61	57	53	54	64	68	63	69	72	62
Ericsson	62	-	-	-	17	26	43	49	59	55	53
H&M	-	-	-	-	-	-	42	-	-	47	45
AstraZeneca	-	-	-	-	-	-	42	-	47	37	39
SAS	-	-	-	-	-	-	39	-	-	34	32
Coca Cola	30	-	-	-	-	-	27	25	22	21	22
Skandia	-	-	-	-	-	-	13	10	18	13	19

Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 1 000 nätenkäter under perioden 26/9 – 3/10 2008. Tidigare undersökningar 1997 - 2006 är enbart genomförda per telefon. År 2007 genomfördes både telefon- och nätmätningar. Andel mycket/ganska stort förtroende bland dem som har åsikt. Frågan löd: ”Hur stort förtroende har Du för det sätt på vilket följande institutioner och verksamheter sköter sitt arbete?”

Förtroende:
Politiska partier

MEDIEAKADEMIN



Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 1 000 nätenkäter under perioden 26/9 – 3/10 2008. Tidigare undersökningar 1997 - 2006 är enbart genomförda per telefon. År 2007 genomfördes både telefon- och nätmätningar. Andel mycket/ganska stort förtroende bland dem som har åsikt. Frågan löd: "Hur stort förtroende har Du för det sätt på vilket följande institutioner och verksamheter sköter sitt arbete?"

Topplistan:
Förtroende

MEDIEAKADEMIN

2008

2008

1. IKEA	78	14. Socialdemokraterna	36
2. Sveriges Radio	76	15. Dagspressen	34
3. Sveriges Television	73	16. Svenska kyrkan	34
4. Volvo	62	17. SAS	32
5. Universitet/högskolor	62	18. Facket	29
6. Dagens Nyheter	58	19. Moderaterna	29
7. Ericsson	53	20. EU-kommissionen	23
8. Radio/TV	52	21. Coca Cola	22
9. TV4	47	22. Partierna	21
10. H&M	45	23. Skandia	19
11. Riksdagen	42	24. TV3	17
12. AstraZeneca	39	25. Aftonbladet	16
13. Storföretagen	39	26. Sverigedemokraterna	4

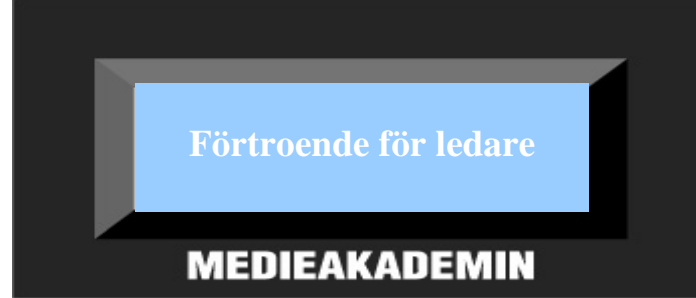
Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 1 000 nätenkäter under perioden 26/9 – 3/10 2008. Andel mycket + ganska stort förtroende bland personer som har åsikt.

Kännedom om ledare

MEDIEAKADEMIN

Fredrik Reinfeldt	97
Mona Sahlin	97
Ingvar Kamprad	95
Eva Hamilton	78
Stefan Persson	77
Leif Johansson	76
Carl-Henrik Svanberg	72
Pär Westerberg	72
Jimmie Åkesson	68
Jan Helin	67
Anders Wejryd	66
Kerstin Brunnberg	64

Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 1 000 nätenkäter under perioden 26/9 – 3/10 2008. Siffrorna visar andelen som *inte* kryssar för ”ingen uppfattning”. Andel personer som besvarar förtroendefrågorna.

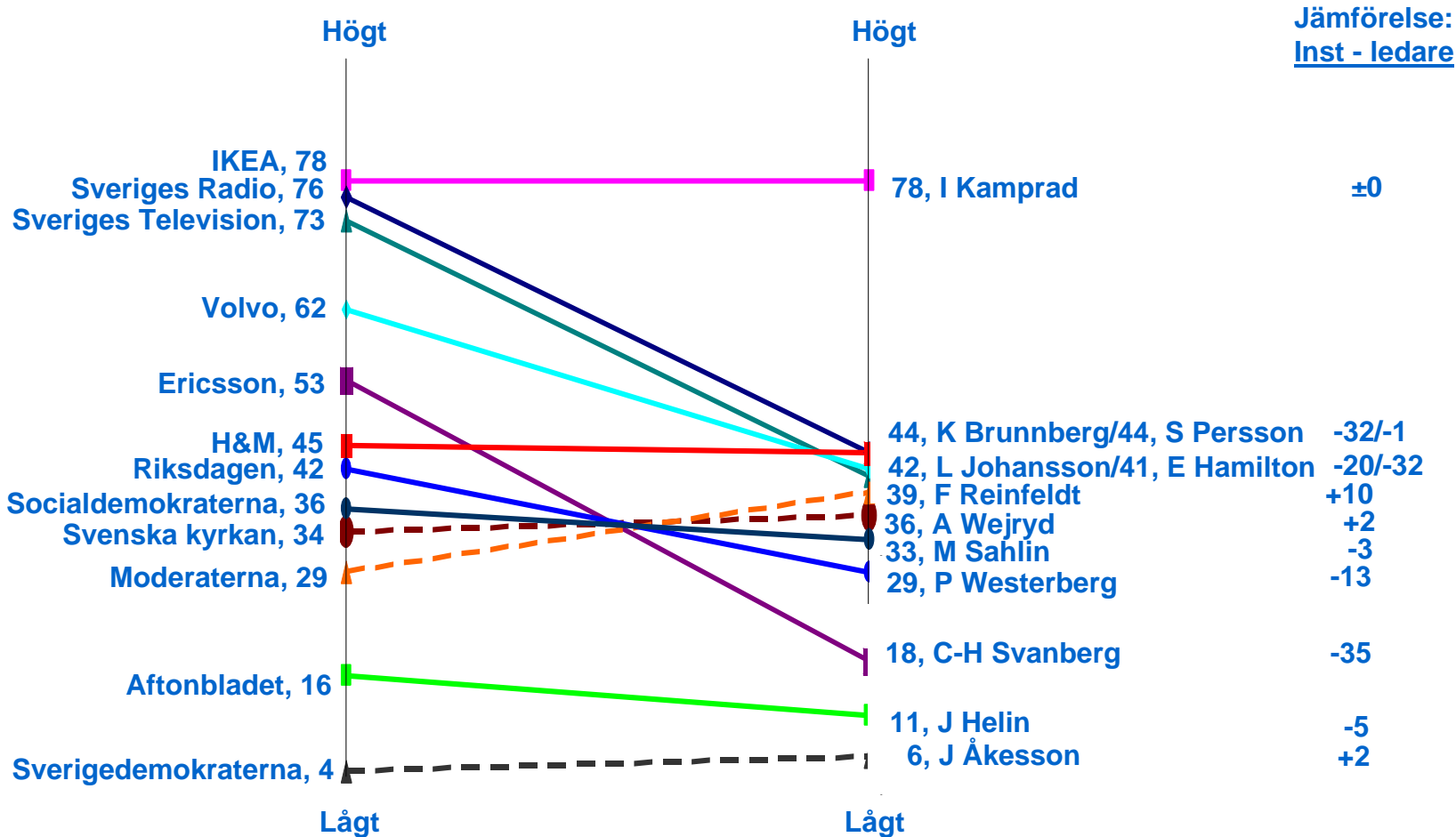


Ingvar Kamprad	78
Kerstin Brunnberg	44
Stefan Persson	44
Leif Johansson	42
Eva Hamilton	41
Fredrik Reinfeldt	39
Anders Wejryd	36
Mona Sahlin	33
Pär Westerberg	29
Carl-Henrik Svanberg	18
Jan Helin	11
Jimmie Åkesson	6

Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 1 000 nätenkäter under perioden 26/9 – 3/10 2008. Andel personer som uppger mycket/ganska stort förtroende bland svars personer som besvarar förtroendefrågorna och har åsikt.

Förtroende:
Institutioner
vs ledare

MEDIEAKADEMIN



Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 1 000 nätenkäter under perioden 26/9 – 3/10 2008. Andel mycket + ganska stort förtroende bland personer som besvarar förtroendefrågorna.

fråga: ”Allmänt sett, vad anser du om svenska massmediers rapportering om:...” Svar på en skala mellan -5 (alldeles för negativ) och +5 (alldeles för positiv)

	alldeles för negativ (-5 till -1)	(0)	alldeles för positiv (+1 till +5)	summa procent	medelvärde
Svensk landsbygd	46	42	12	100	-0,9
Svenska storstäder	22	33	45	100	+0,6
Orten där du bor	33	46	21	100	-0,4
EU	27	39	34	100	+0,2

fråga: ”Hur stor påverkan tror Du att innehållet i massmedierna har på människor i Sverige – i följande avseenden?”

när det gäller människors:	påverkan är:					summa procent
	mycket stor	ganska stor	inte särskilt stor	ingen alls	ingen uppfatt- ning	
Kunskaper	12	55	22	3	2	100
Åsikter	32	58	8	0	2	100
Livsstilar	27	51	18	2	2	100
Humör	8	35	44	9	4	100
Känslor	10	42	37	7	4	100

Bedömning av
massmediers
påverkan

MEDIEAKADEMIN

fråga: ”Bedömer Du att påverkan från innehållet i massmedierna i huvudsak är positiv eller negativ - i följande avseenden?”

påverkan är:

när det gäller människors:	mycket positiv	ganska positiv	varken eller	ganska negativ	mycket negativ	ingen uppfattning	summa procent	andel för: det finns ingen påverkan
Kunskaper	8	38	33	14	2	5	100	2
Åsikter	3	18	33	32	9	5	100	0
Livsstilar	3	20	38	25	8	6	100	1
Humör	1	11	54	20	5	9	100	2
Känslor	1	12	49	25	4	9	100	2

**FÖRTROENDE-
BAROMETER
2008**

MEDIEAKADEMIN

www.mediakademin.se