



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

Resultat presenterade vid MedieAkademin seminarium den 25 november 2009

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

MEDIEAKADEMINS FÖRTROENDEBAROMETER

Sören Holmberg och Lennart Weibull

Sedan 1997 har MedieAkademin 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. Datainsamlingen 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. Studierna 2008 och 2009 är helt och hållet nätenkäter omfattande 1 000 personer och genomförd av TNS Gallup respektive TNS Sifo. Undersökningen 2009 genomfördes 17/10 – 2/11. Kontaktperson med undersökningsföretagen har från starten varit Pär Källeskog. Undersökningsledare för 2009 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 2009 ingår 33 institutioner/företag/medier.

Några år har även andra aspekter på samhällsförtroende och media undersökts. 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.

2009 års undersökning omfattar frågor om hur svenska folket bedömer balansen i massmediernas rapportering om Alliansregeringen, oppositionen och det svenska ordförandeskapet i EU. Dessutom ingår frågor om Internetanvändning och bedömningar av Internet som ett instrument för demokrati.



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

Resultat presenterade vid MedieAkademin seminarium den 25 november 2009

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

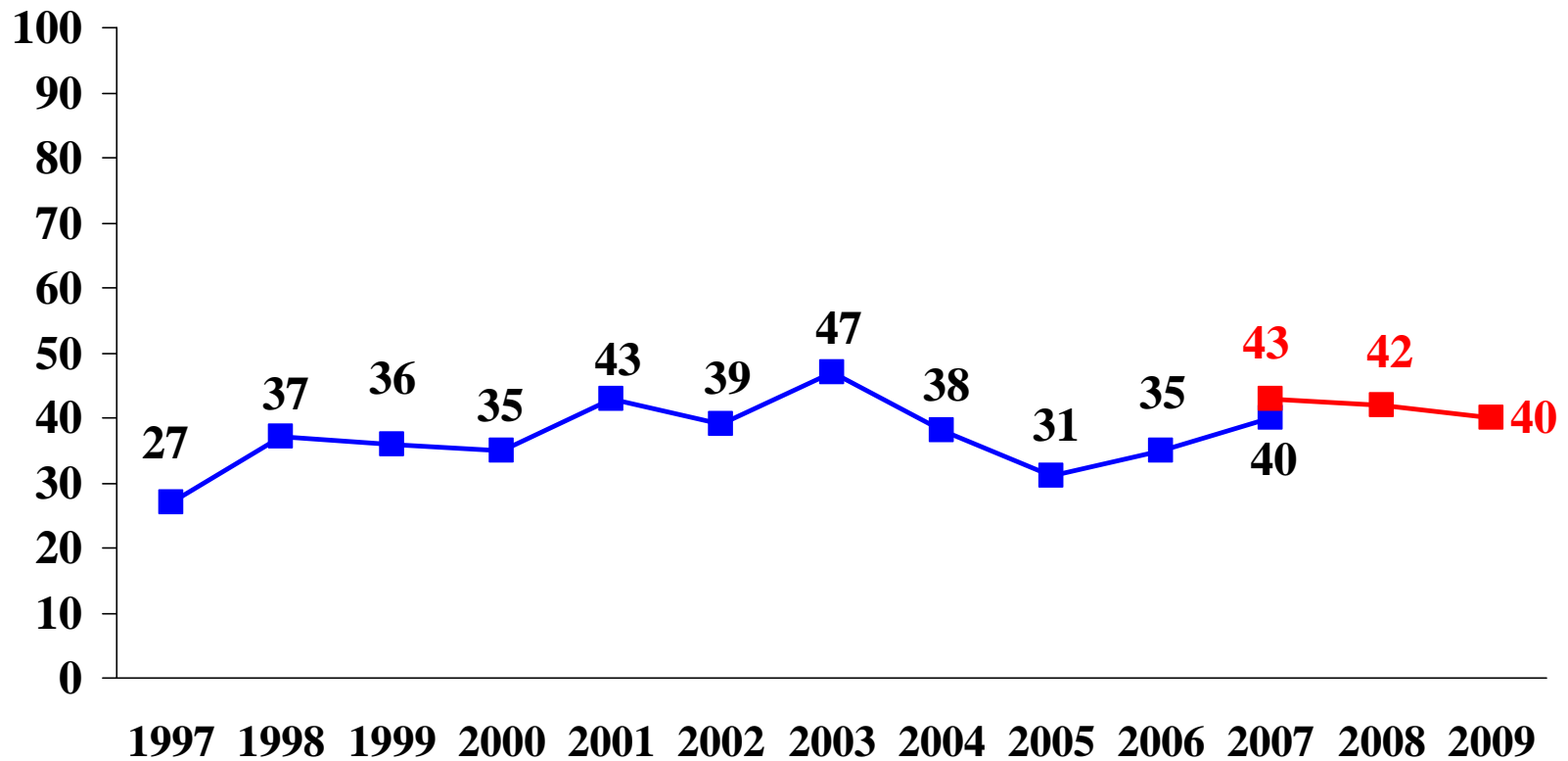


1 000 nätenkättsvar
undersökningen genomförd 17/10 – 2/11 2009
av
TNS SIFO

**Förtroende:
Samhällsinstitutioner**

MEDIEAKADEMIN

Riksdagen

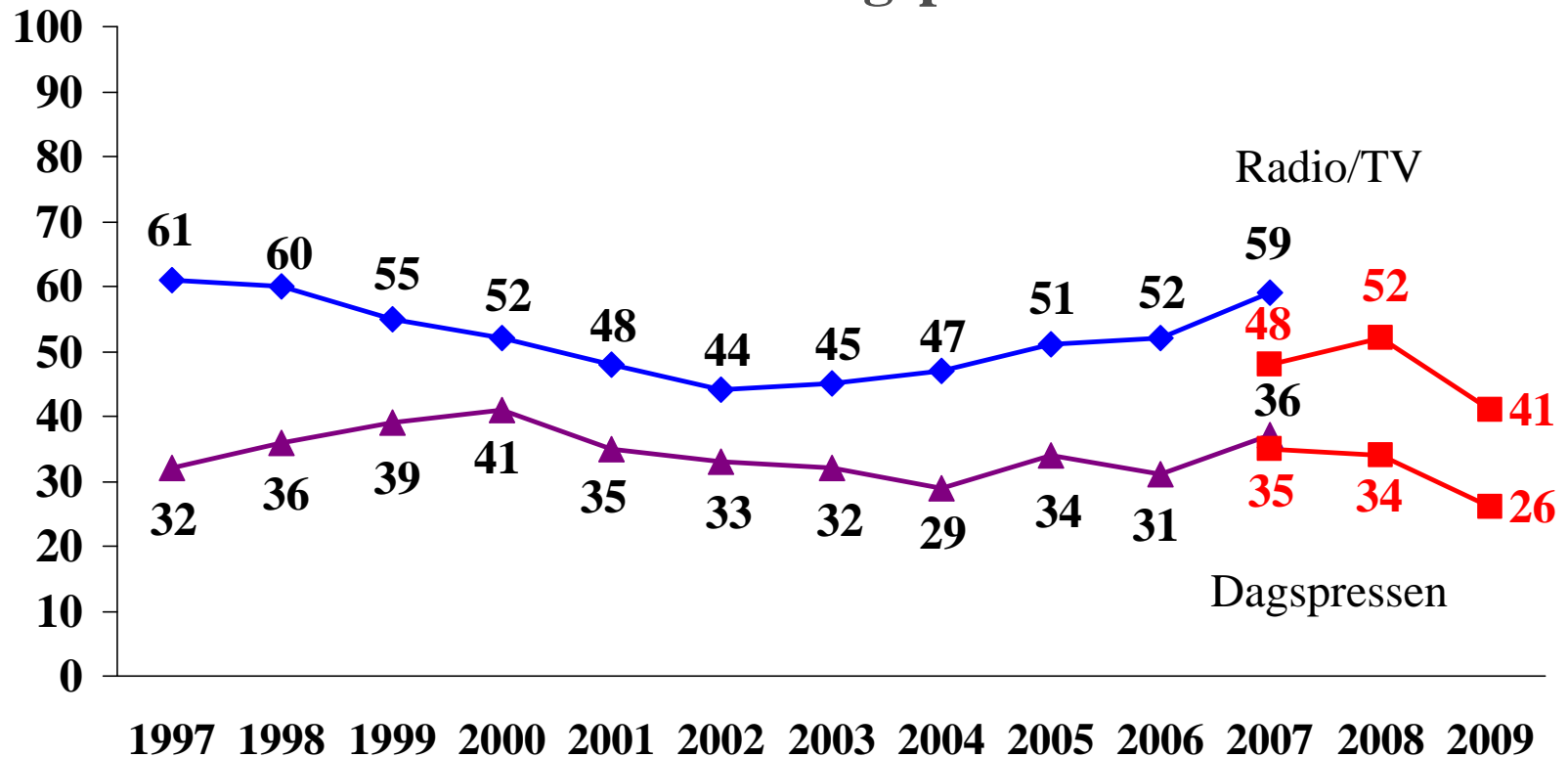


Källa: MedieAkademin/TNS Sifo AB. 1 000 nätenkäter under perioden 17/10 – 2/11 2009. Tidigare undersökningar 1997 - 2006 är enbart genomförda per telefon. År 2007 genomfördes både telefon- och nätmätningar. Från och med 2008 görs enbart nätmätningar. Andel mycket/ganska stort förtroende bland dem som 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

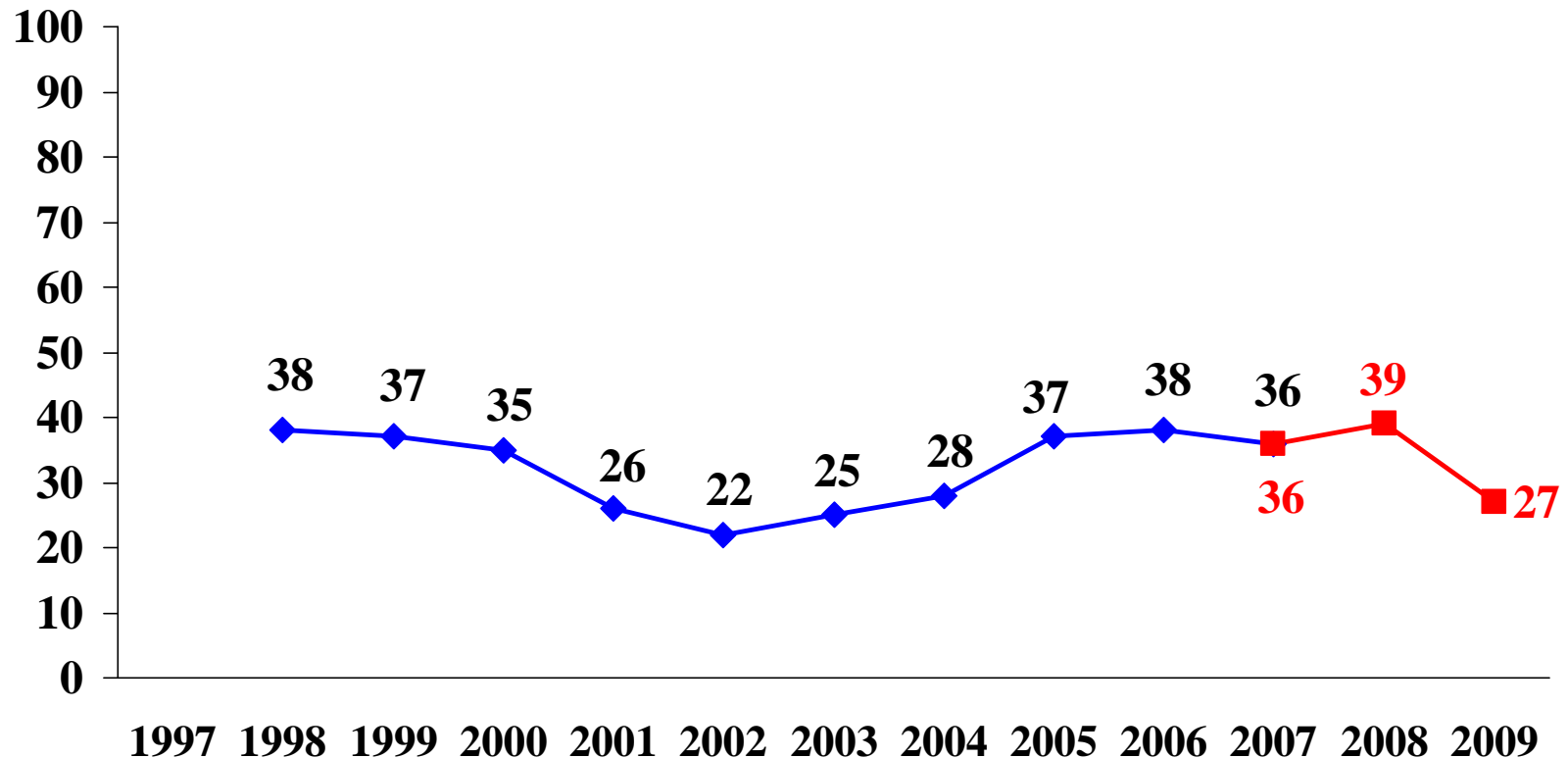


Källa: MedieAkademin/TNS Sifo AB. 1 000 nätenkäter under perioden 17/10 – 2/11 2009. Tidigare undersökningar 1997 - 2006 är enbart genomförda per telefon. År 2007 genomfördes både telefon- och nätmätningar. Från och med 2008 görs enbart nätmätningar. Andel mycket/ganska stort förtroende bland dem som 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

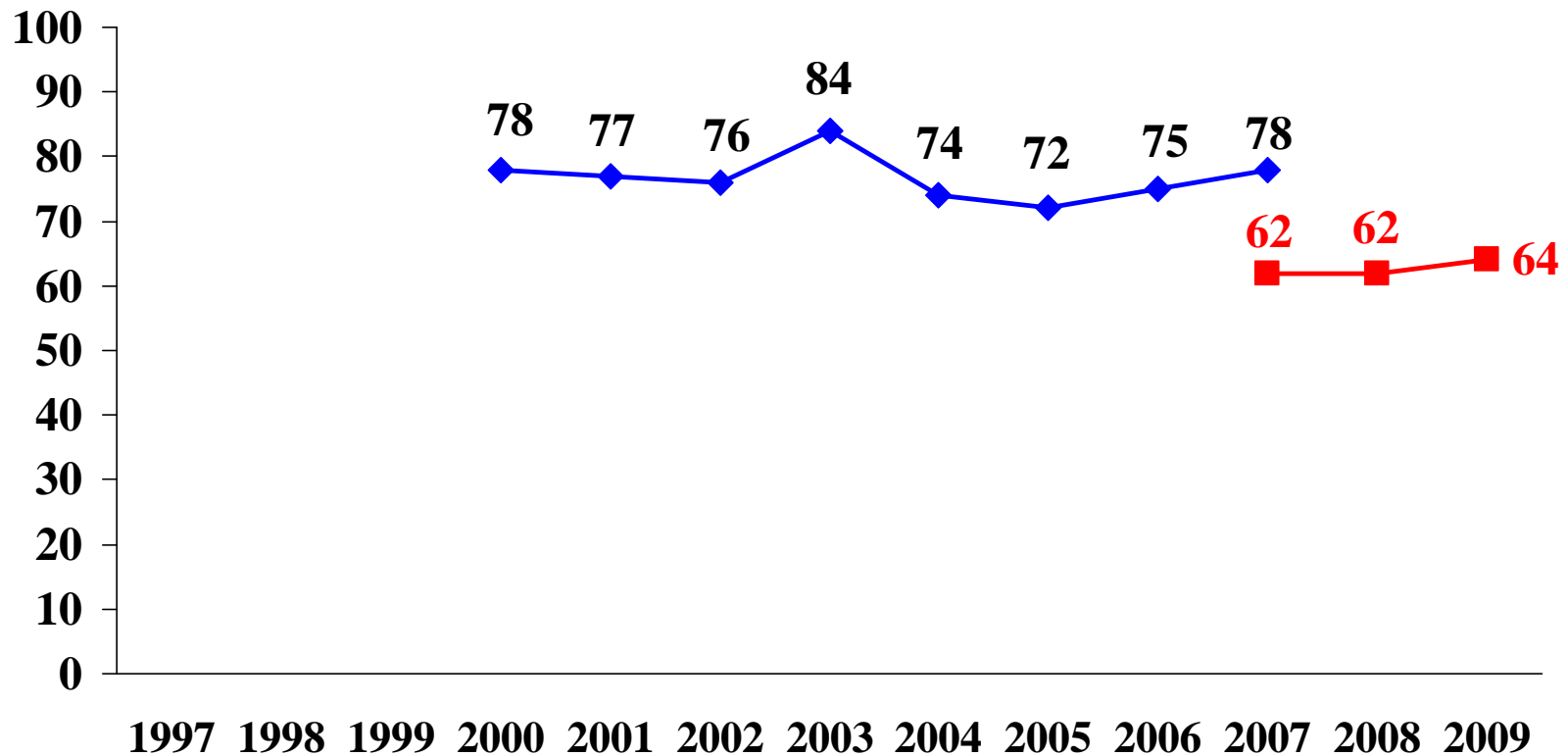


Källa: MedieAkademin/TNS Sifo AB. 1 000 nätenkäter under perioden 17/10 – 2/11 2009. Tidigare undersökningar 1997 - 2006 är enbart genomförda per telefon. År 2007 genomfördes både telefon- och nätmätningar. Från och med 2008 görs enbart nätmätningar. Andel mycket/ganska stort förtroende bland dem som 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 Sifo AB. 1 000 nätenkäter under perioden 17/10 – 2/11 2009. Tidigare undersökningar 1997 - 2006 är enbart genomförda per telefon. År 2007 genomfördes både telefon- och nätmätningar. Från och med 2008 görs enbart 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

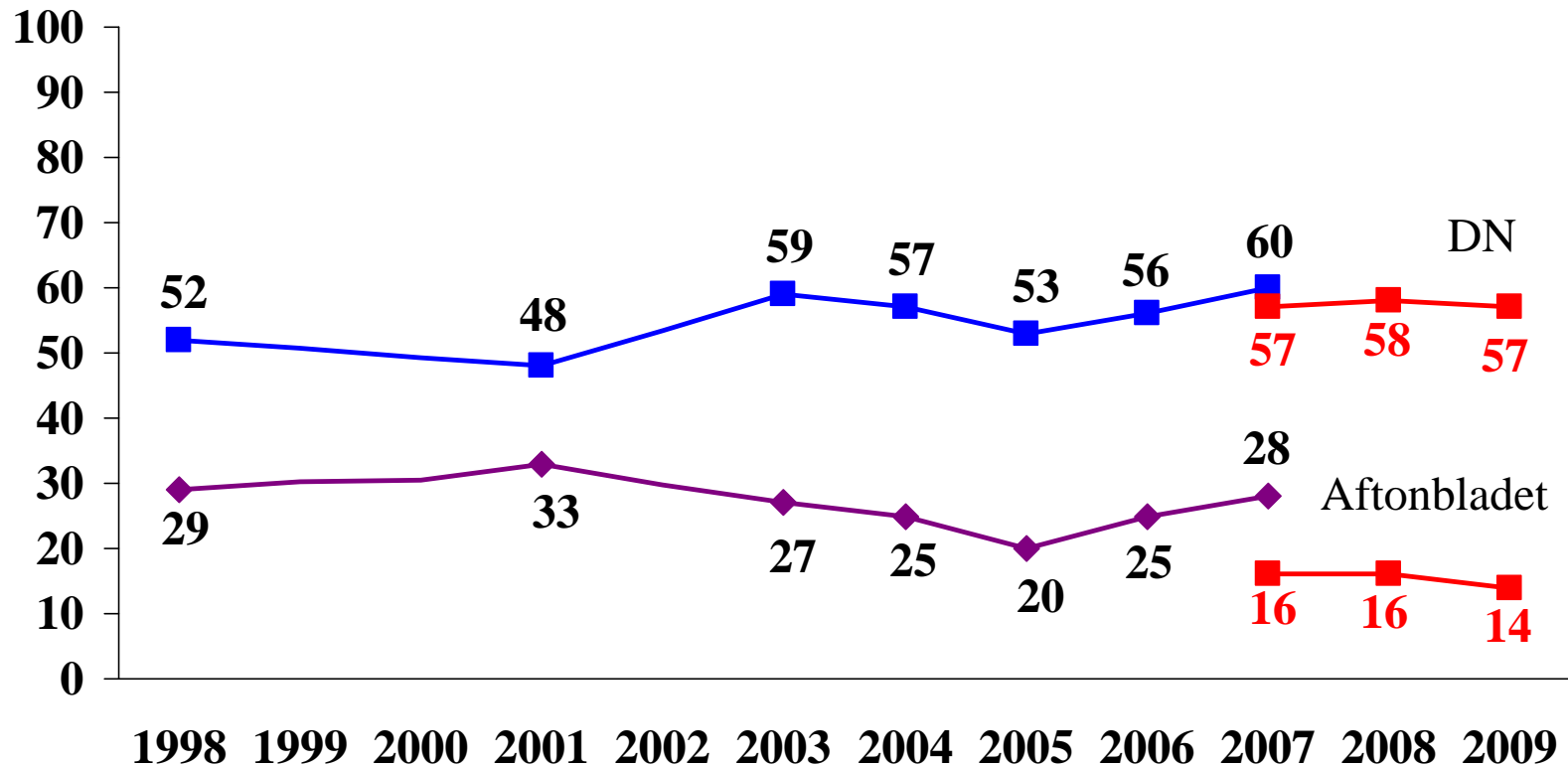
Samhällsinstitution	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007 nät	2008 nät	2009 nät
Universitet/högskolor	-	-	-	78	77	76	84	74	72	75	62	62	64
Riksbanken	-	-	-	-	-	-	-	-	-	61	-	58	56
Regeringen	23	-	-	-	-	38	-	34	-	-	-	41	47
Radio/TV	61	60	55	52	48	44	45	47	51	52	48	52	41
Riksdagen	27	37	36	35	43	39	47	38	31	35	43	42	40
Svenska kyrkan	-	-	-	-	-	-	-	43	41	46	-	34	33
Bankerna	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	33	31
Facket	-	-	-	-	-	32	34	29	32	32	32	29	28
Storföretagen	-	38	37	35	26	22	25	28	37	38	36	39	27
Dagspressen	32	36	39	41	35	33	32	29	34	31	35	34	26
EU-kommissionen	-	-	-	12	20	15	14	18	17	21	29	23	22
Politiska partierna	-	18	15	14	20	18	18	-	17	16	20	21	16
Arbetsförmedlingen	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	11

Källa: MediaAkademin/TNS Sifo AB. 1 000 nätenkäter under perioden 17/10 – 2/11 2009. Tidigare undersökningar 1997 - 2006 är enbart genomförda per telefon. År 2007 genomfördes både telefon- och nätmätningar. Från och med 2008 görs enbart 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

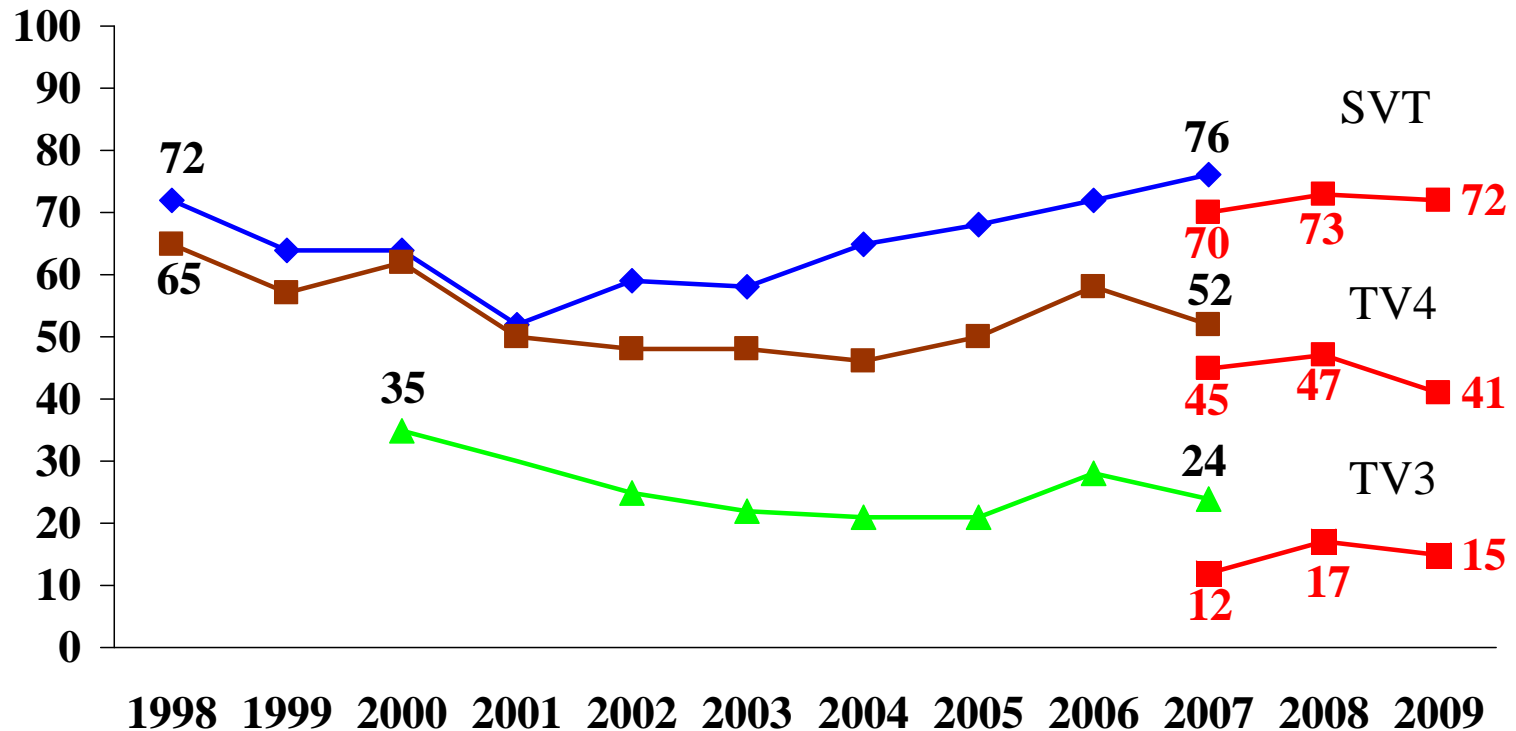


Källa: MedieAkademin/TNS Sifo AB. 1 000 nätenkäter under perioden 17/10 – 2/11 2009. Tidigare undersökningar 1997 - 2006 är enbart genomförda per telefon. År 2007 genomfördes både telefon- och nätmätningar. Från och med 2008 görs enbart nätmätningar. Andel mycket/ganska stort förtroende bland dem som 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

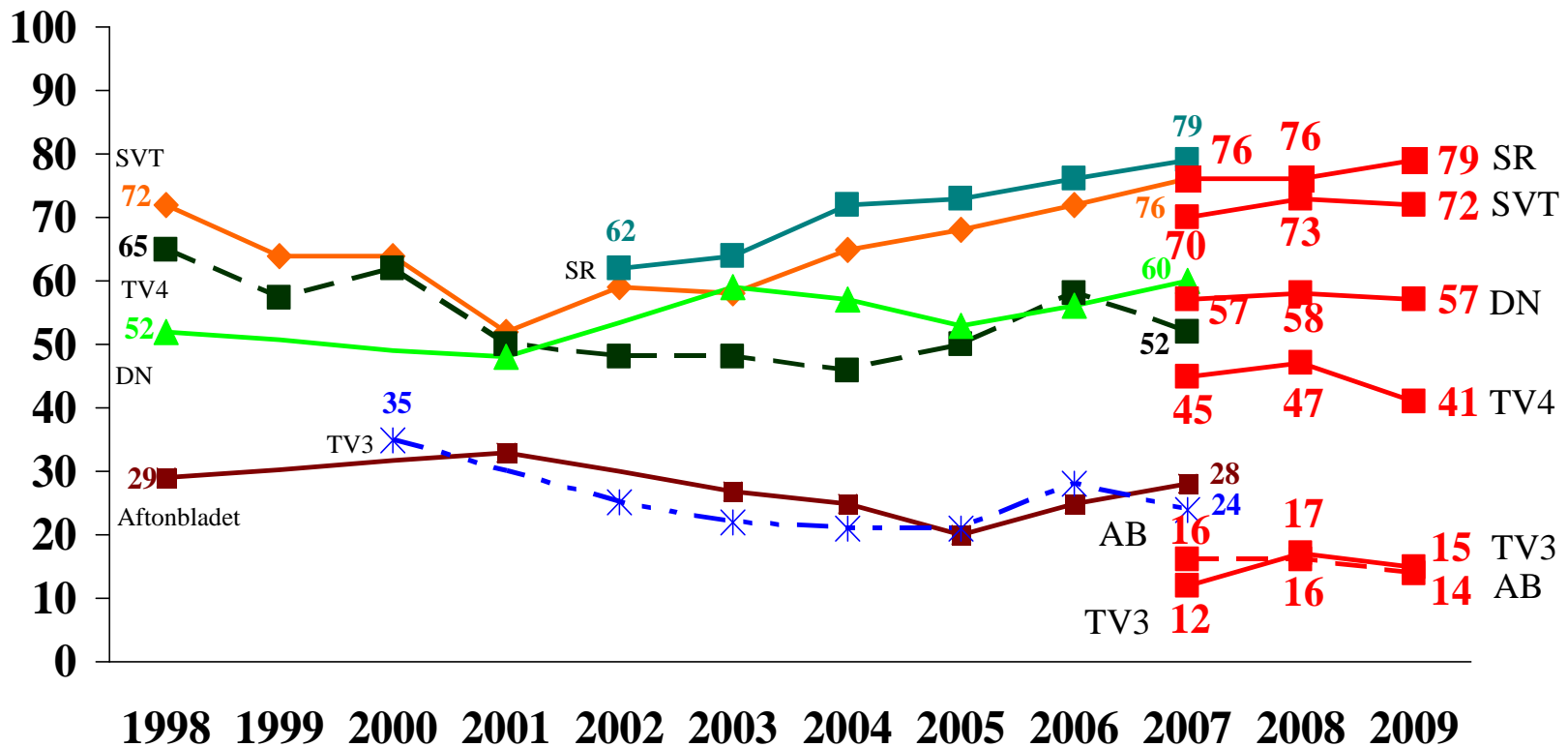


Källa: MedieAkademin/TNS Sifo AB. 1 000 nätenkäter under perioden 17/10 – 2/11 2009. Tidigare undersökningar 1997 - 2006 är enbart genomförda per telefon. År 2007 genomfördes både telefon- och nätmätningar. Från och med 2008 görs enbart nätmätningar. Andel mycket/ganska stort förtroende bland dem som har åsikt. Frågan löd: ”Hur stort förtroende har Du för det sätt på vilket följande institutioner och verksamheter sköter sitt arbete?”

Förtroende: Massmedier

MEDIEAKADEMIN

Press, radio och TV

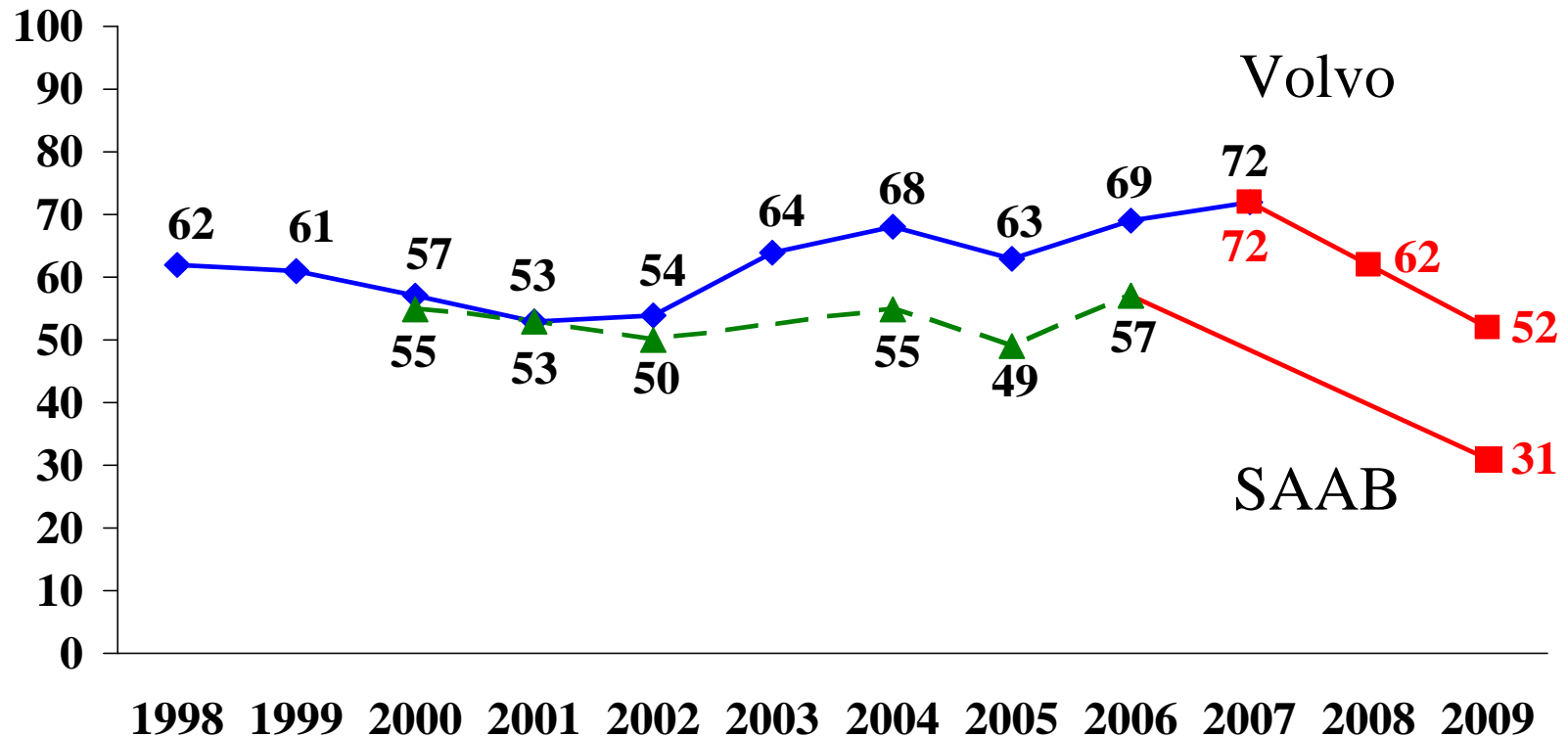


Källa: MedieAkademin/TNS Sifo AB. 1 000 nätenkäter under perioden 17/10 – 2/11 2009. Tidigare undersökningar 1997 - 2006 är enbart genomförda per telefon. År 2007 genomfördes både telefon- och nätmätningar. Från och med 2008 görs enbart nätmätningar. Andel mycket/ganska stort förtroende bland dem som har åsikt. Frågan löd: "Hur stort förtroende har Du för det sätt på vilket följande institutioner och verksamheter sköter sitt arbete?"

Förtroende:
Företag

MEDIEAKADEMIN

Utlandsägda svenska bilföretag

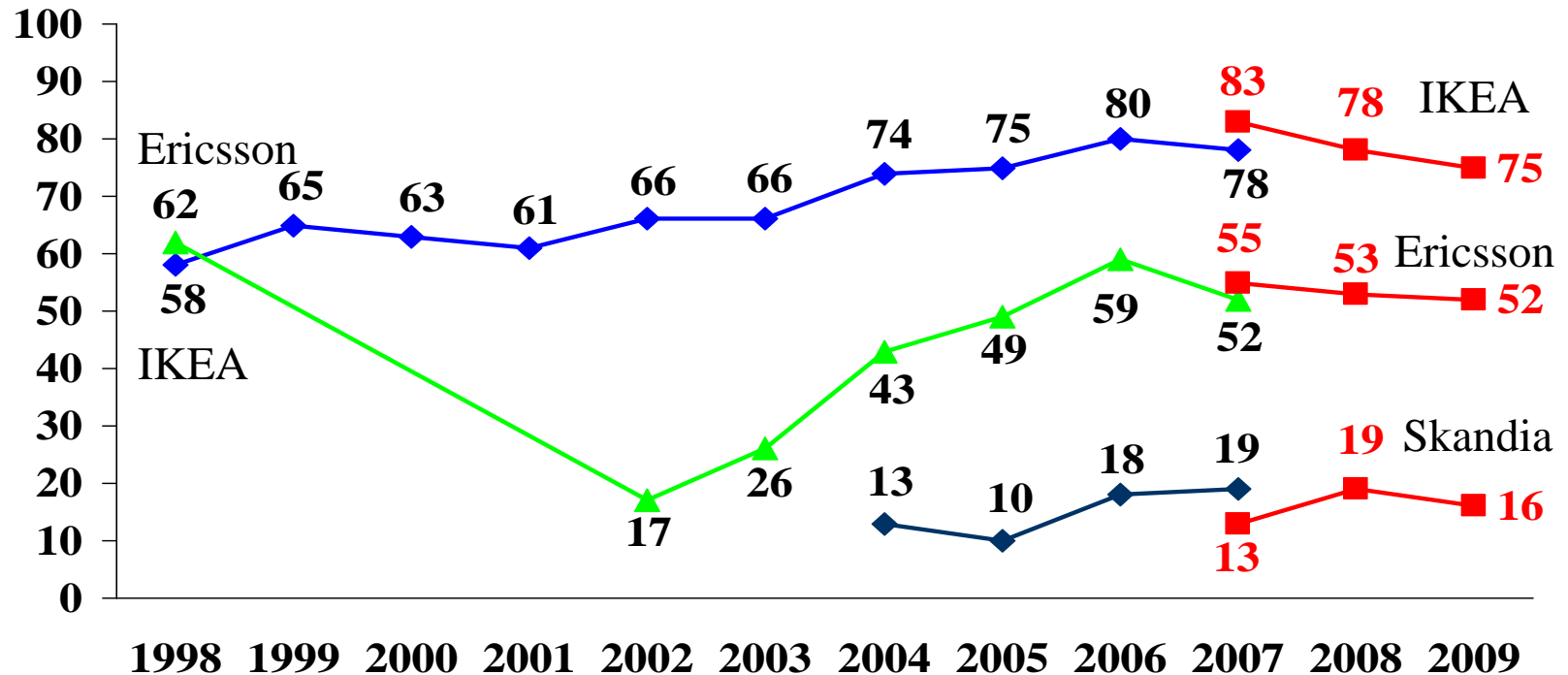


Källa: MedieAkademin/TNS Sifo AB. 1 000 nätenkäter under perioden 17/10 – 2/11 2009. Tidigare undersökningar 1997 - 2006 är enbart genomförda per telefon. År 2007 genomfördes både telefon- och nätmätningar. Från och med 2008 görs enbart nätmätningar. Andel mycket/ganska stort förtroende bland dem som 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 Sifo AB. 1 000 nätenkäter under perioden 17/10 – 2/11 2009. Tidigare undersökningar 1997 - 2006 är enbart genomförda per telefon. År 2007 genomfördes både telefon- och nätmätningar. Från och med 2008 görs enbart 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	2009 nät
IKEA	58	65	63	61	66	66	74	75	80	83	78	75
Volvo	62	61	57	53	54	64	68	63	69	72	62	52
Ericsson	62	-	-	-	17	26	43	49	59	55	53	52
H&M	-	-	-	-	-	-	42	-	-	47	45	46
AstraZeneca	-	-	-	-	-	-	42	-	47	37	39	33
SAAB	-	-	55	53	50	-	55	49	57	-	-	31
SAS	-	-	-	-	-	-	39	-	-	34	32	29
Vattenfall	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	27
Coca Cola	30	-	-	-	-	-	27	25	22	21	22	22
Skandia	-	-	-	-	-	-	13	10	18	13	19	16

Källa: MedieAkademin/TNS Sifo AB. 1 000 nätenkäter under perioden 17/10 – 2/11 2009. Tidigare undersökningar 1997 - 2006 är enbart genomförda per telefon. År 2007 genomfördes både telefon- och nätmätningar. Från och med 2008 görs enbart 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

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007 nät	2008 nät	2009 nät
V	21	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
S	26	26	-	-	-	-	-	27	32	32	36	26
MP	22	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
C	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
FP	-	-	-	-	-	-	-	-	21	19	-	-
KD	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
M	28	22	-	-	-	-	-	32	30	26	29	40
SD	-	-	-	-	-	-	-	-	4	5	4	5
PP	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	8
Partierna	18	15	14	20	18	18	18	17	16	20	21	16

Källa: MedieAkademin/TNS Sifo AB. 1 000 nätenkäter under perioden 17/10 – 2/11 2009. Tidigare undersökningar 1997 - 2006 är enbart genomförda per telefon. År 2007 genomfördes både telefon- och nätmätningar. Från och med 2008 görs enbart 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?” I nätmätningen 2009 är Moderaterna överrepresenterade i jämförelse med institutens telefonmätningar i oktober/ november och Socialdemokraterna är på ett motsvarande sätt underrepresenterade. På en fråga om bästa parti fick M 33 procent och S endast 23 procent i MedieAkademin/TNS Sifos nätmätning 2009.

**Topplistan
Förtroende**

MEDIEAKADEMIN

2009

2009

1. Sveriges Radio	79	17. Bankerna	31
2. IKEA	75	18. Saab	31
3. Sveriges Television	72	19. SAS	29
4. Universitet/högskolor	64	20. Facket	28
5. Dagens Nyheter	57	21. Storföretagen	27
6. Riksbanken	56	22. Vattenfall	27
7. Volvo	52	23. Socialdemokraterna	26
8. Ericsson	52	24. Dagspressen	26
9. Regeringen	47	25. EU-kommissionen	22
10. H&M	46	26. Coca Cola	22
11. Radio/TV	41	27. Skandia	16
12. TV4	41	28. Partierna	16
13. Riksdagen	40	29. TV3	15
14. Moderaterna	40	30. Aftonbladet	14
15. Svenska kyrkan	33	31. Arbetsförmedlingen	11
16. AstraZeneca	33	32. Piratpartiet	8
		33. Sverigedemokraterna	5

Källa: MedieAkademin/TNS Sifo AB. 1 000 nätenkäter under perioden 17/10 – 2/11 2009. Andel mycket + ganska stort förtroende bland personer som har åsikt.

Bedömning av svenska massmediers rapportering

MEDIEAKADEMIN

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)

... Alliansregeringen

	samtliga	V/S/MP-symp	C/FP/KD/M-symp
Alldeles för negativ (-5 till -1)	24	8	39
Balanserat (0)	46	42	44
Alldeles för positiv (+1 till +5)	30	50	17
Summa procent	100	100	100

... Rödgröna oppositionen

	Samtliga	V/S/MP-symp	C/FP/KD/M-symp
Alldeles för negativ (-5 till -1)	23	42	11
Balanserat (0)	48	46	46
Alldeles för positiv (+1 till +5)	29	12	43
Summa procent	100	100	100

**Bedömning av svenska
massmediers
rapportering**

MEDIEAKADEMIN

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)

...det svenska ordförandeskapet i EU

	Samtliga	V/S/MP-symp	C/FP/M-symp
Alldeles för negativ (-5 till -1)	17	11	25
Balanserat (0)	59	58	56
Alldeles för positiv (+1 till +5)	24	30	19
Summa procent	100	100	100



Fråga: "Hur ofta använder Du Internet?"

	Procent
Mer än ett par gånger per dag	67
Ett par gånger per dag	23
En gång per dag eller mer sällan	10
Summa procent	100

Internet- användning

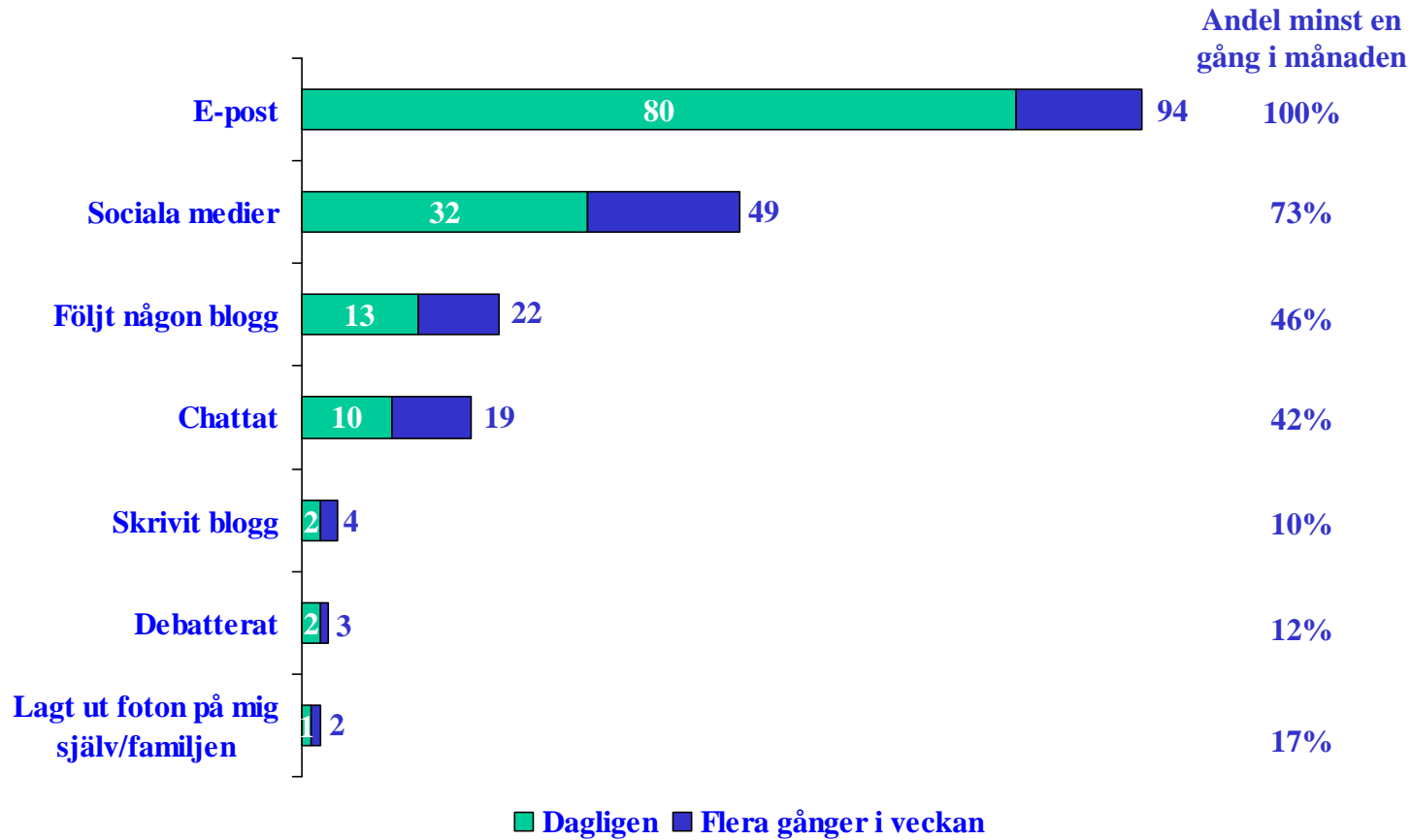
MEDIEAKADEMIN

Fråga: "Hur ofta har Du gjort följande på Internet?"

	Flera gånger i veckan; dagligen	Någon gång de senaste månaderna till någon gång i veckan	Ingen gång	Summa procent
Skickat/tagit emot e-post	94	6	0	100
Använt sociala medier	49	32	11	92*
Följt någon blogg	22	42	36	100
Skrivit någon blogg	4	17	79	100
Lagt ut foton på mig själv/familjen	2	44	54	100
Debatterat samhällsfrågor	3	26	71	100
Chattat	19	41	40	100



Fråga: "Hur ofta har du gjort följande på Internet?"



Internet förbättrar demokratin?

MEDIEAKADEMIN

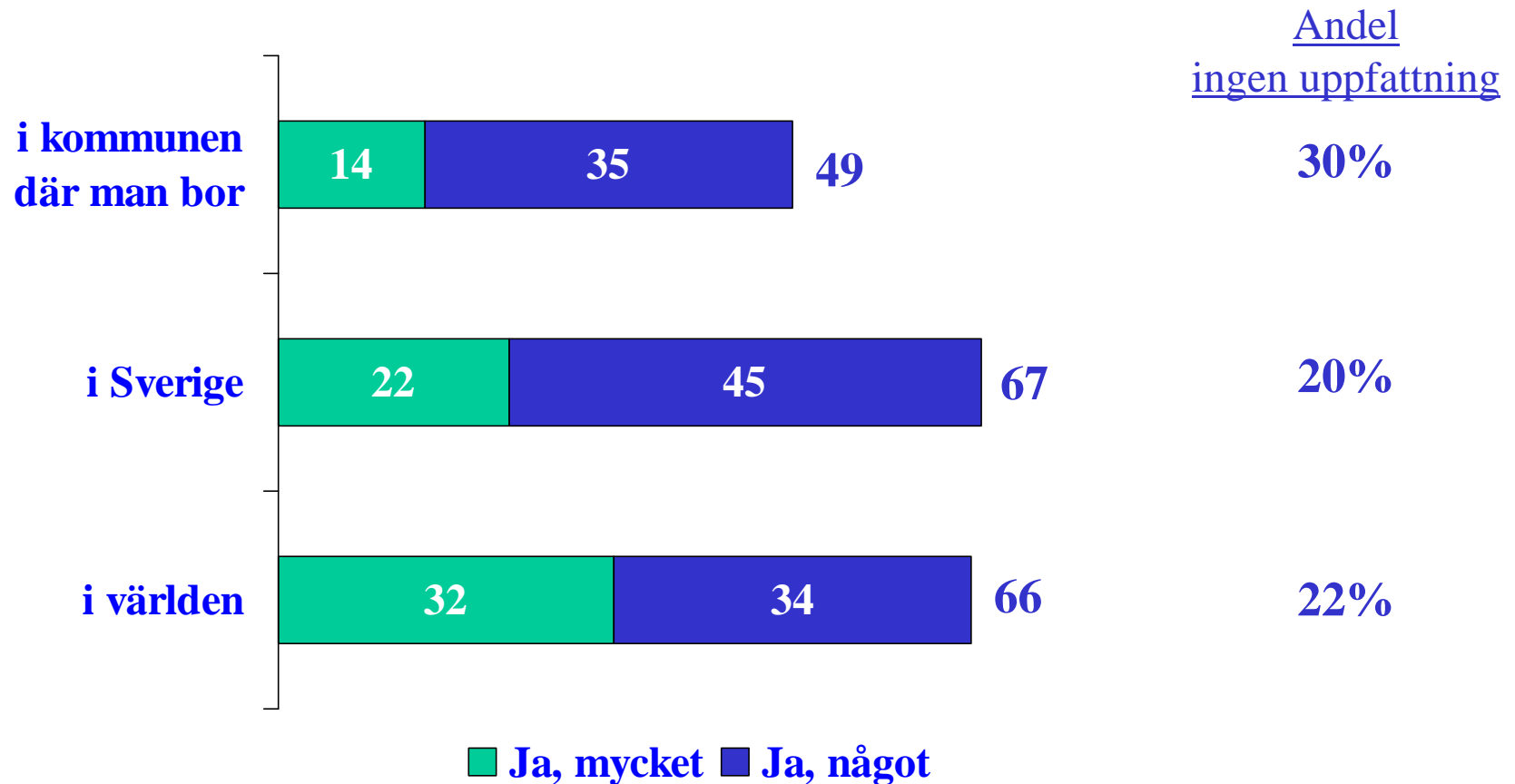
Fråga: "Anser Du att Internet förbättrar demokratin i: ..."

	Ja, mycket	Ja, något	Nej	Ingen uppfattning	Summa procent
...den kommun där Du bor	14	35	21	30	100
... Sverige	22	45	13	20	100
... världen	32	34	12	22	100

Källa: MedieAkademin/TNS Sifo AB. 1 000 nätenkäter under perioden 17/10 – 2/11 2009.

Internet förbättrar demokratin?
MEDIEAKADEMIN

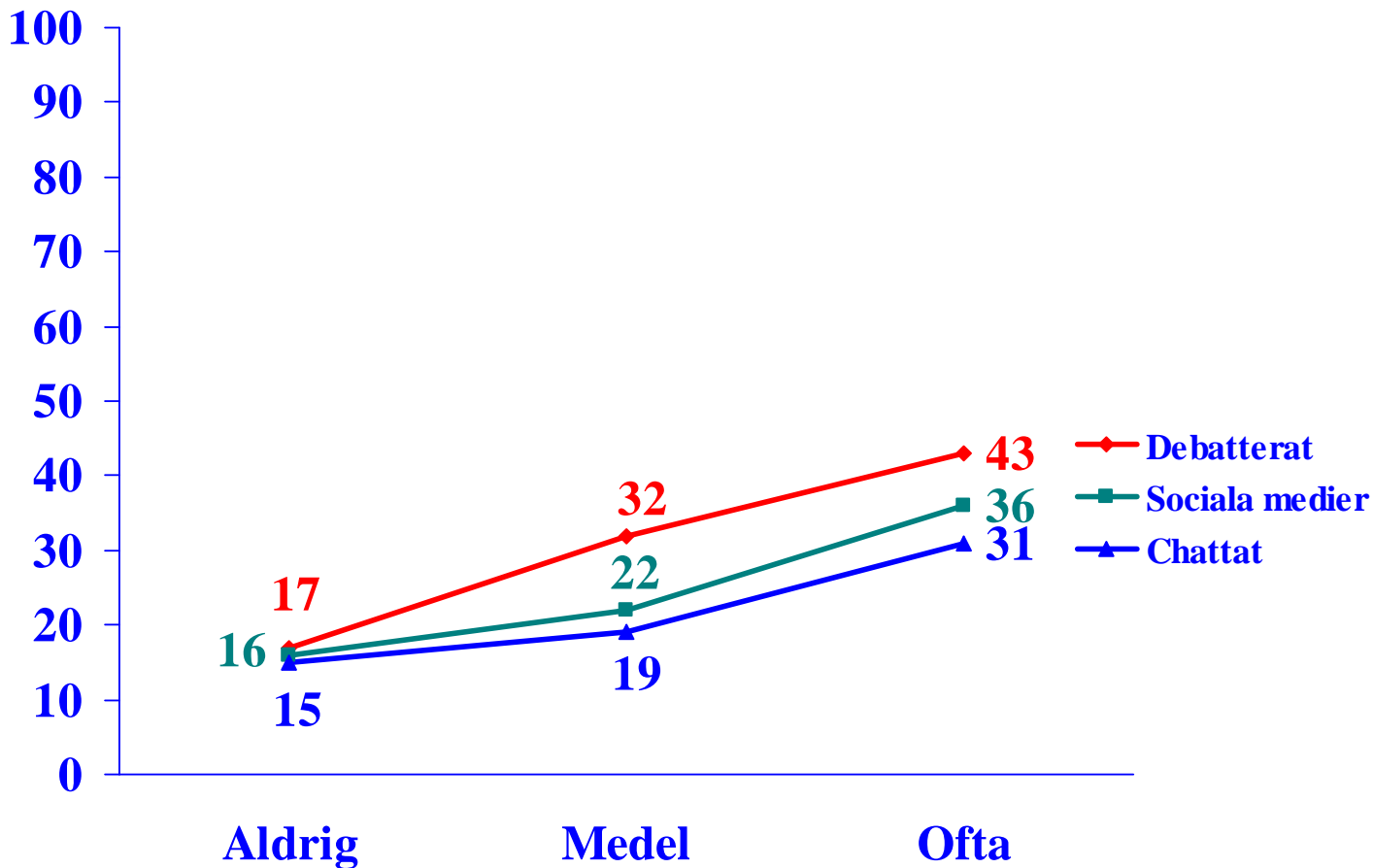
Fråga: "Anser du att Internet förbättrar demokratin i...?"



Internet förbättrar demokratin?

MEDIEAKADEMIN

Synen på demokratiseringspotentialen hos Internet i Sverige efter olika användning 2009 (procent)

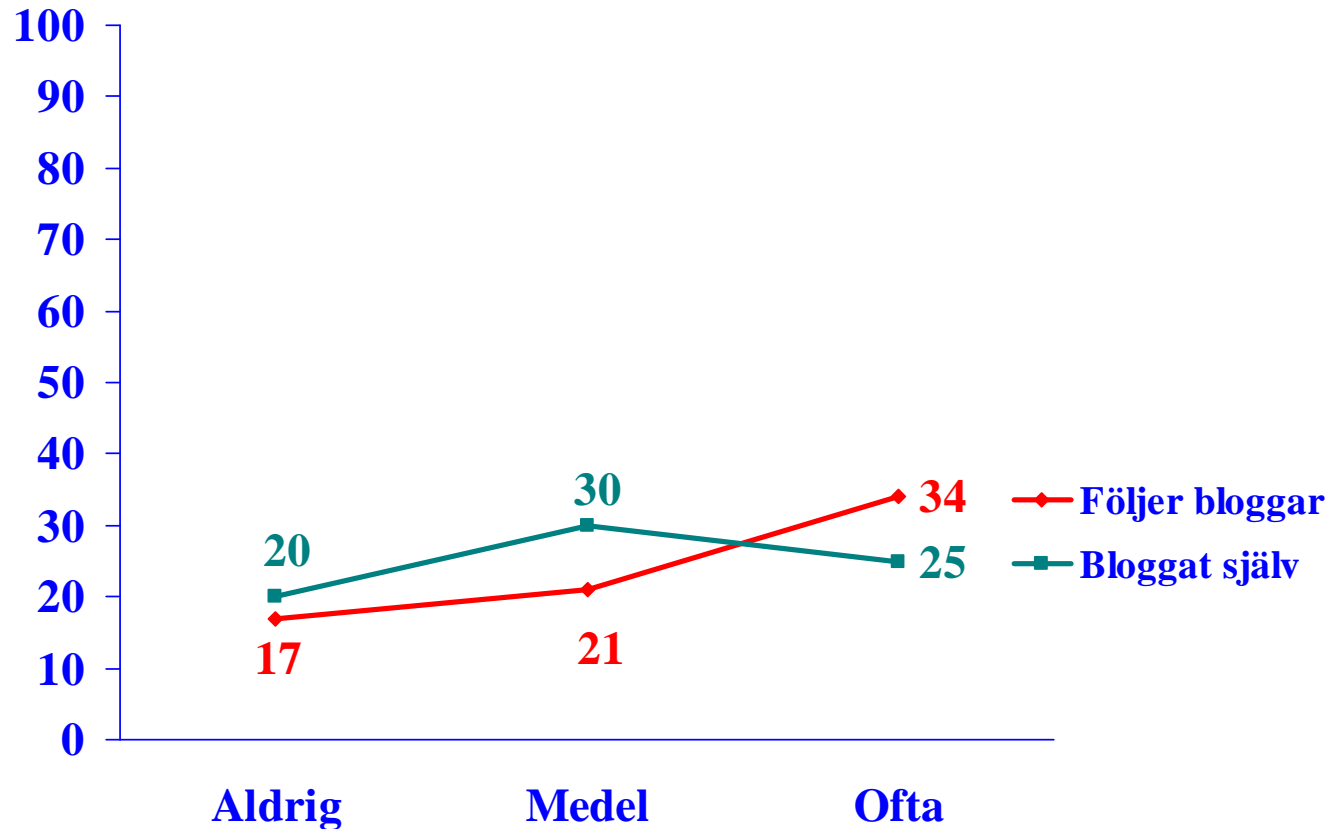


Källa: MedieAkademin/TNS Sifo AB. 1 000 nätenkäter under perioden 17/10 – 2/11 2009. Andel som svarar att Internet förbättrar demokratin mycket.

Internet förbättrar demokratin?

MEDIEAKADEMIN

Synen på demokratiseringspotentialen hos Internet i Sverige efter bloggande 2009 (procent)



Källa: MedieAkademin/TNS Sifo AB. 1 000 nätenkäter under perioden 17/10 – 2/11 2009. Andel som svarar att Internet förbättrar demokratin mycket.

FÖRTROENDE- BAROMETER 2009

MEDIEAKADEMIN

Presentationen finns att ladda ner på

www.medieakademin.se