



ALLMÄNHETENS FÖRTROENDE FÖR INSTITUTIONER,  
POLITISKA PARTIER, MASSMEDIER & FÖRETAG

2015-03-05

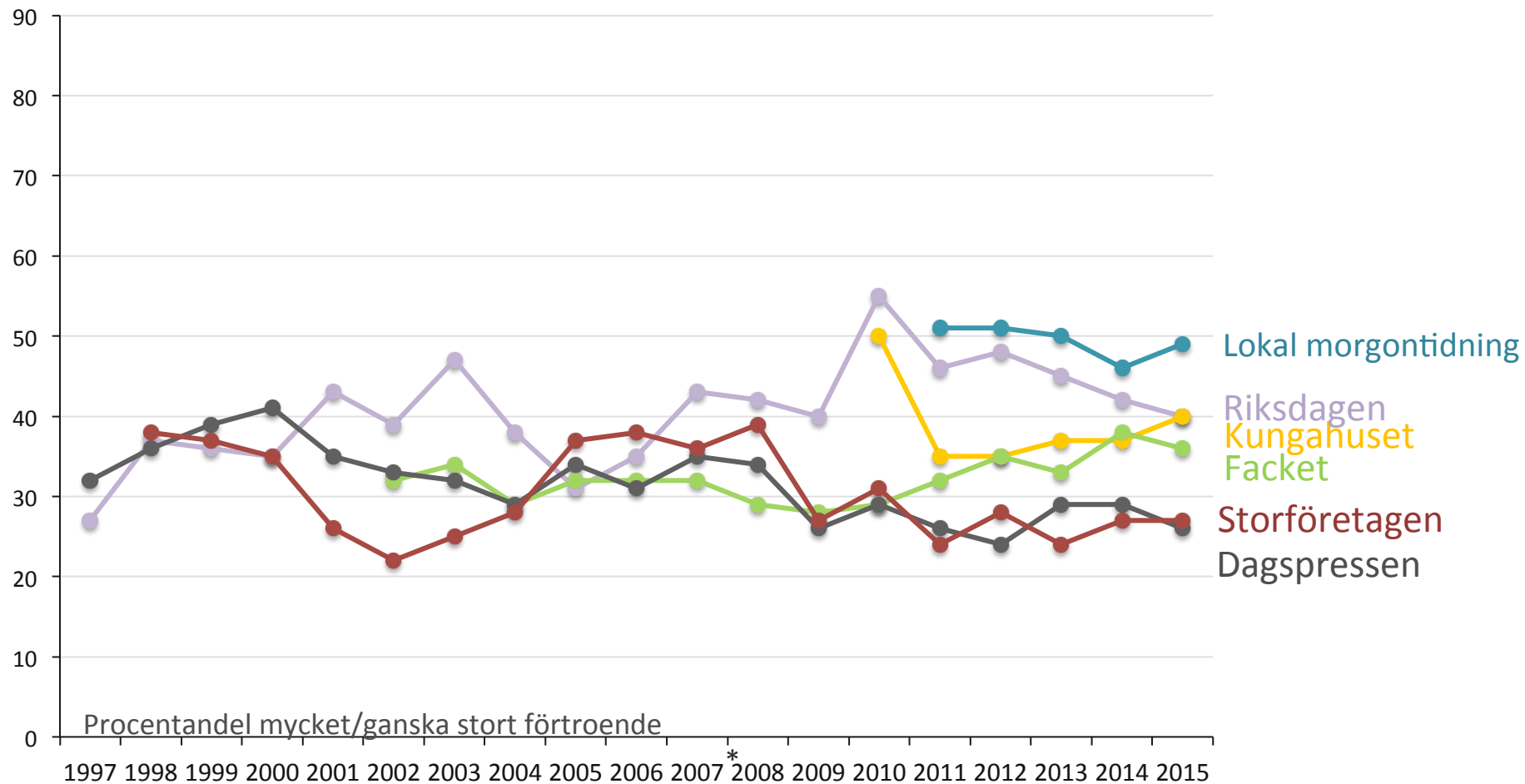
# Medieakademinns förtroendebarmeter 2015

- Medieakademinns förtroendebarmeter har genomförts årligen sedan 1997.
- Årets mätning har genomförts av TNS Sifo.
- 2015 års undersökning omfattar drygt 1200 webb-intervjuer med personer äldre än 15 år.
- Undersökningen ägde rum 10 -16 februari 2015.



# FÖRTROENDE FÖR SAMHÄLLSINSTITUTIONER

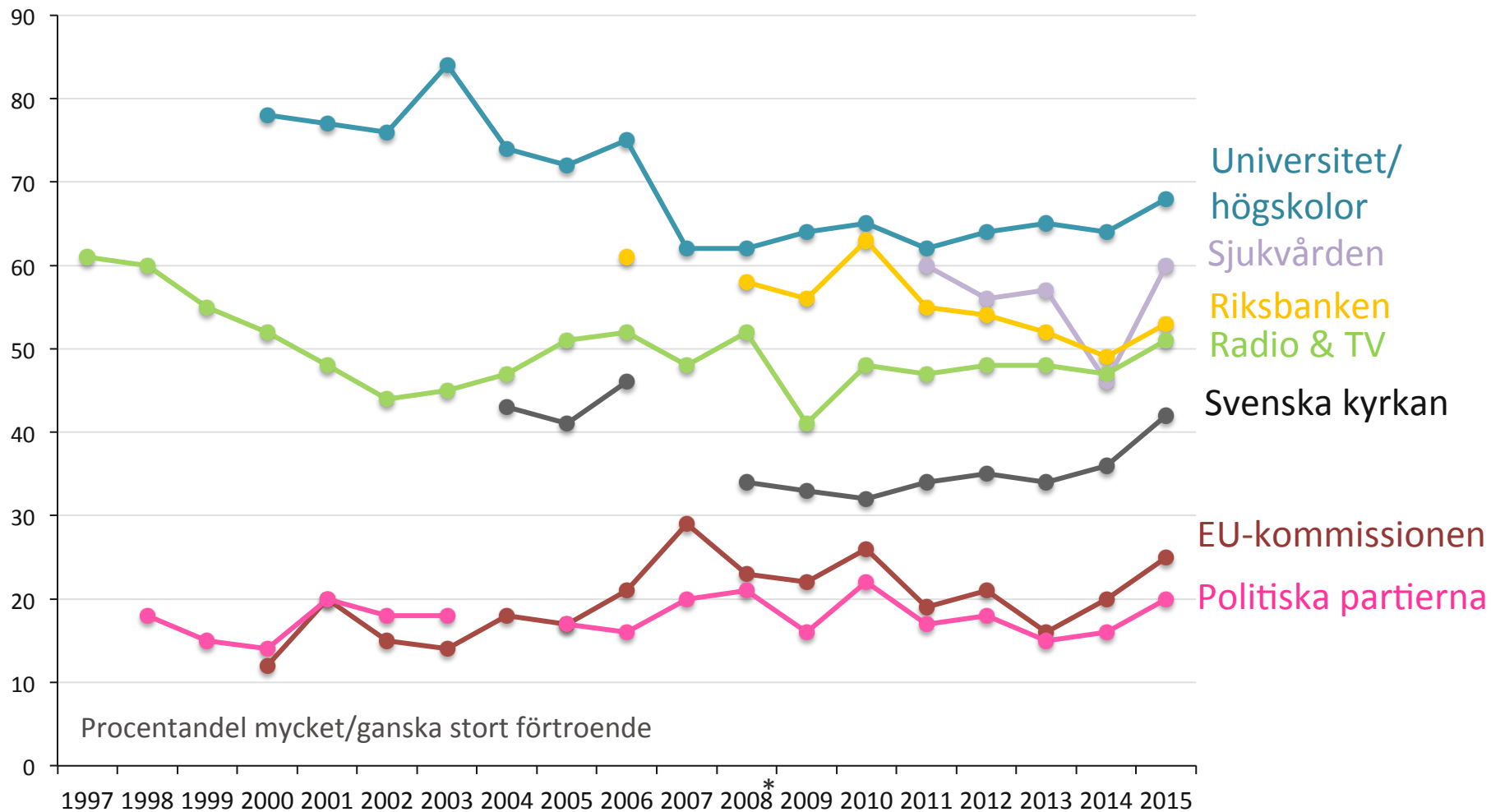
## LITEN ELLER INGEN FÖRÄNDRING



\* Avser enbart nätmätningar

# FÖRTROENDE FÖR SAMHÄLLSINSTITUTIONER

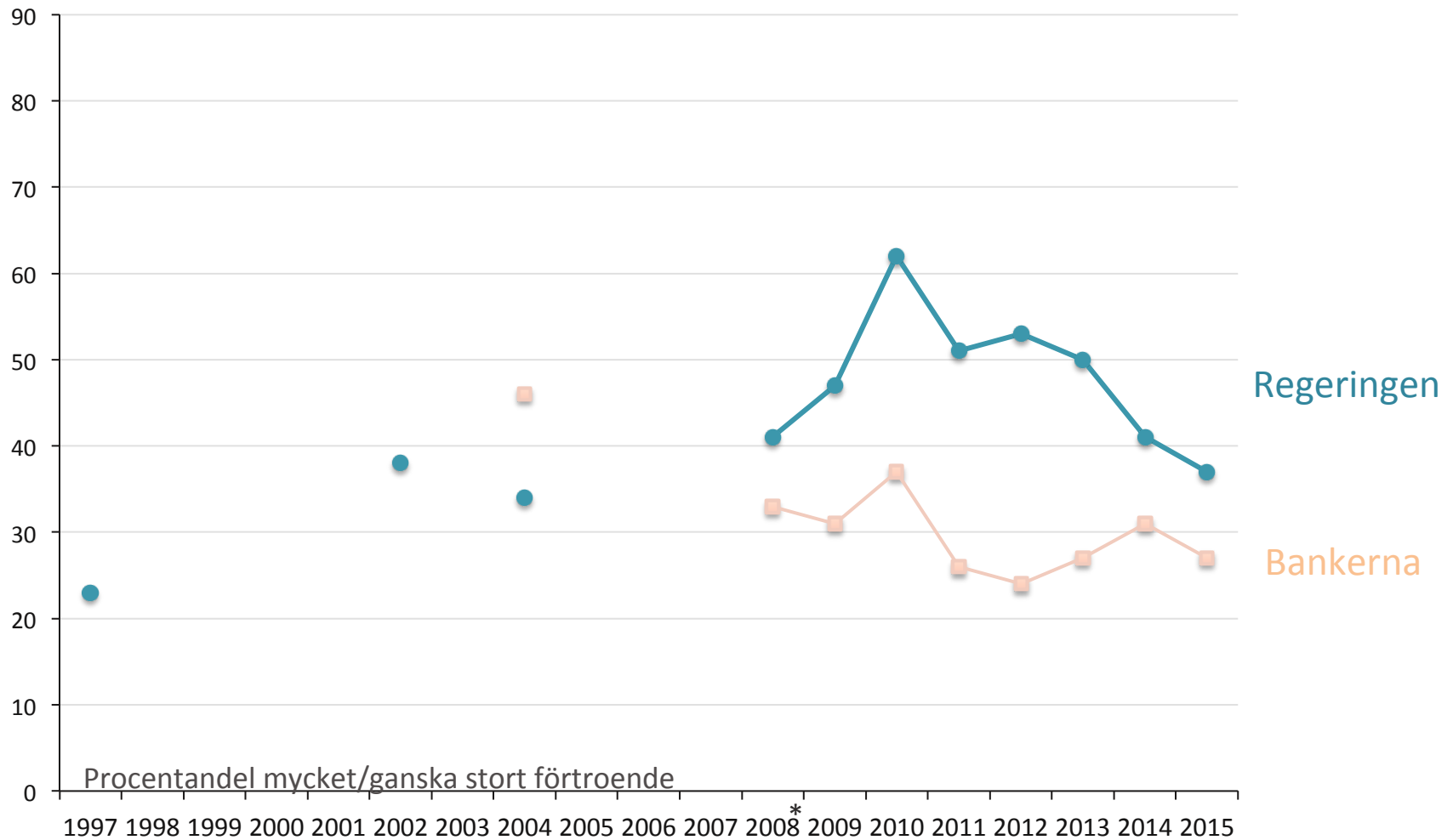
## UPPÅTGÅENDE FÖRÄNDRING



\* Avser enbart nätmätningar

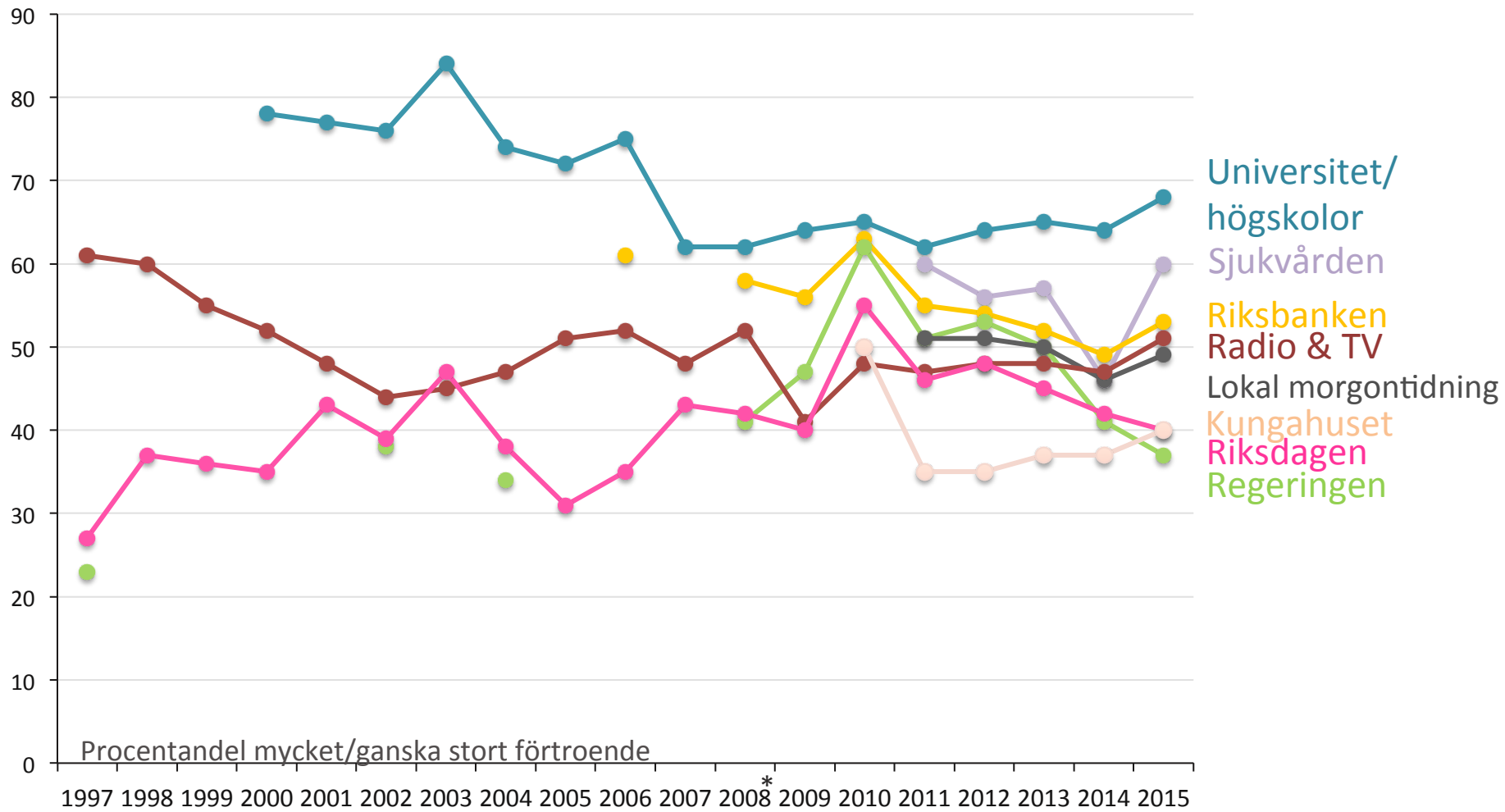
# FÖRTROENDE FÖR SAMHÄLLSINSTITUTIONER

## NEDÅTGÅENDE FÖRÄNDRING



\* Avser enbart nätmätningar

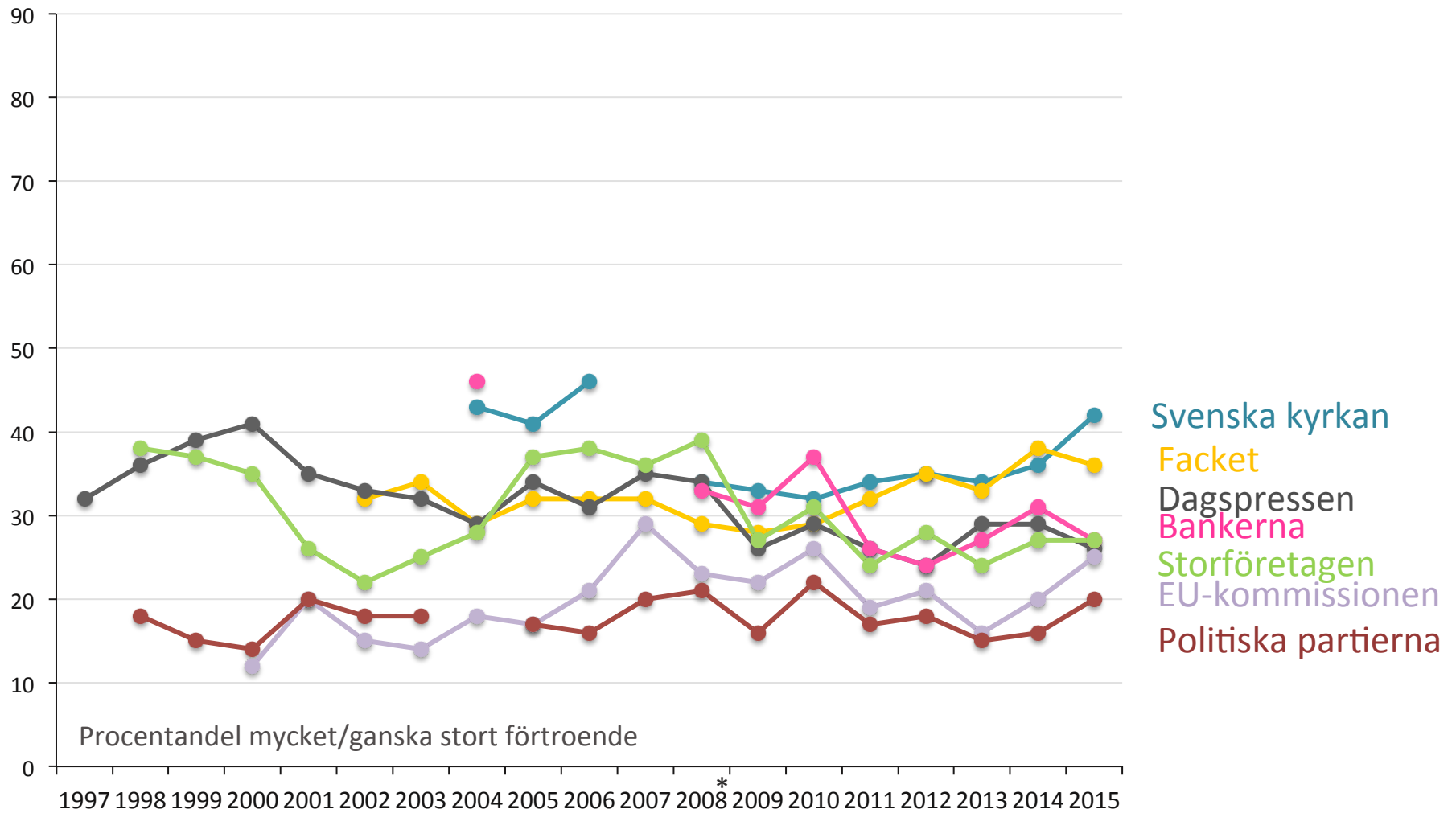
# FÖRTROENDE FÖR SAMHÄLLSINSTITUTIONER



\* Avser enbart nätmätningar



# FÖRTROENDE FÖR SAMHÄLLSINSTITUTIONER



\* Avser enbart nätmätningar



# FÖRTROENDE FÖR SAMHÄLLSINSTITUTIONER

		2010	2011	2012	2013	2014	2015	
1	(1)	Universitet/högskolor	65	62	64	65	64	68
2	(4)	Sjukvården	-	60	56	57	46	60
3	(2)	Riksbanken	63	55	54	52	49	53
4	(3)	Radio/TV	48	47	48	48	47	51
5	(4)	Lokal morgontidning	-	51	51	50	46	49
6	(10)	Svenska kyrkan	32	34	35	34	36	42
7	(6)	Riksdagen	55	46	48	45	42	40
7	(9)	Kungahuset	50	35	35	37	37	40
9	(7)	Regeringen	62	51	53	50	41	37
10	(8)	Facket	29	32	35	33	38	36
11	(11)	Bankerna	37	26	24	27	31	27
11	(13)	Storföretagen	31	24	28	24	27	27
13	(12)	Dagspressen	29	26	24	29	29	26
14	(14)	EU-kommissionen	26	19	21	16	20	25
15	(15)	Politiska partierna	22	17	18	15	16	20



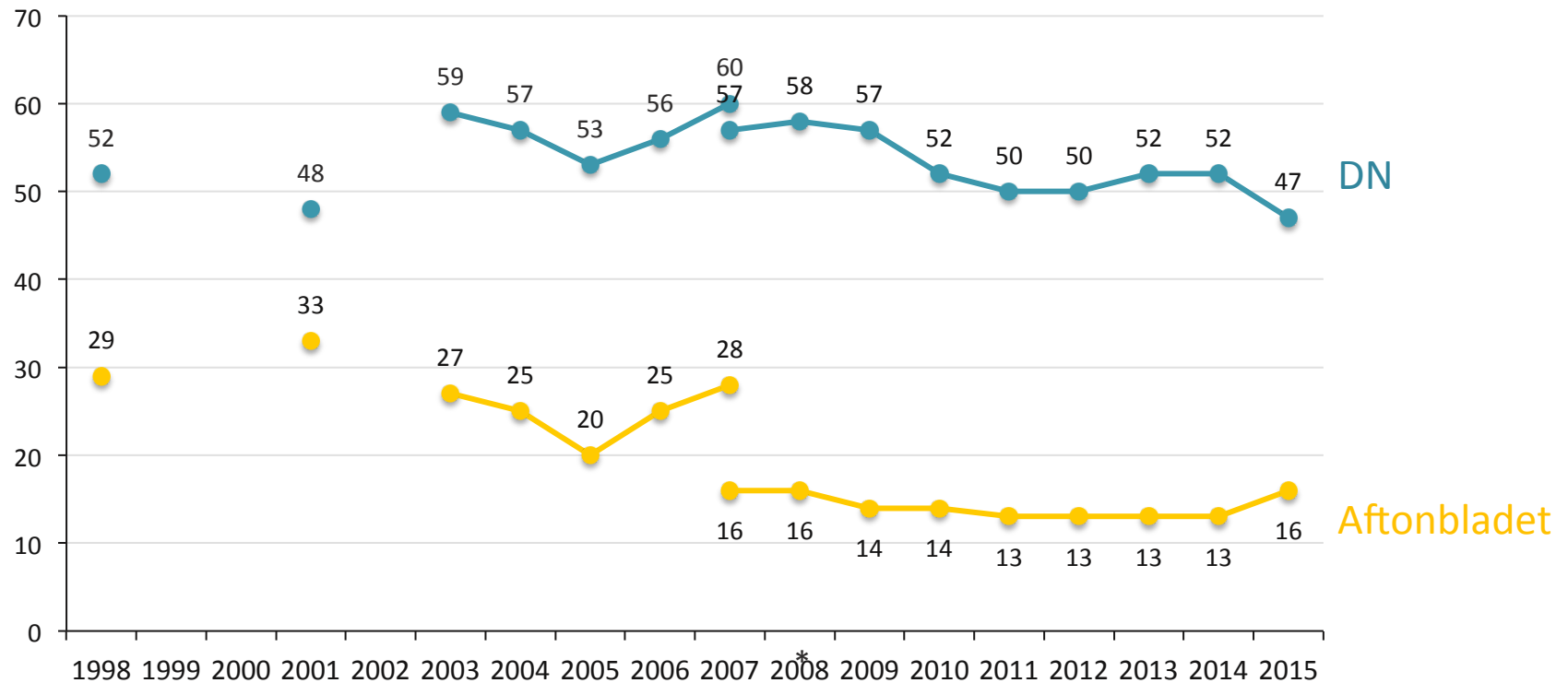
( ) Placering 2014



# FÖRTROENDE FÖR MASSMEDIER

## DN & AFTONBLADET

Procentandel mycket/ganska stort förtroende

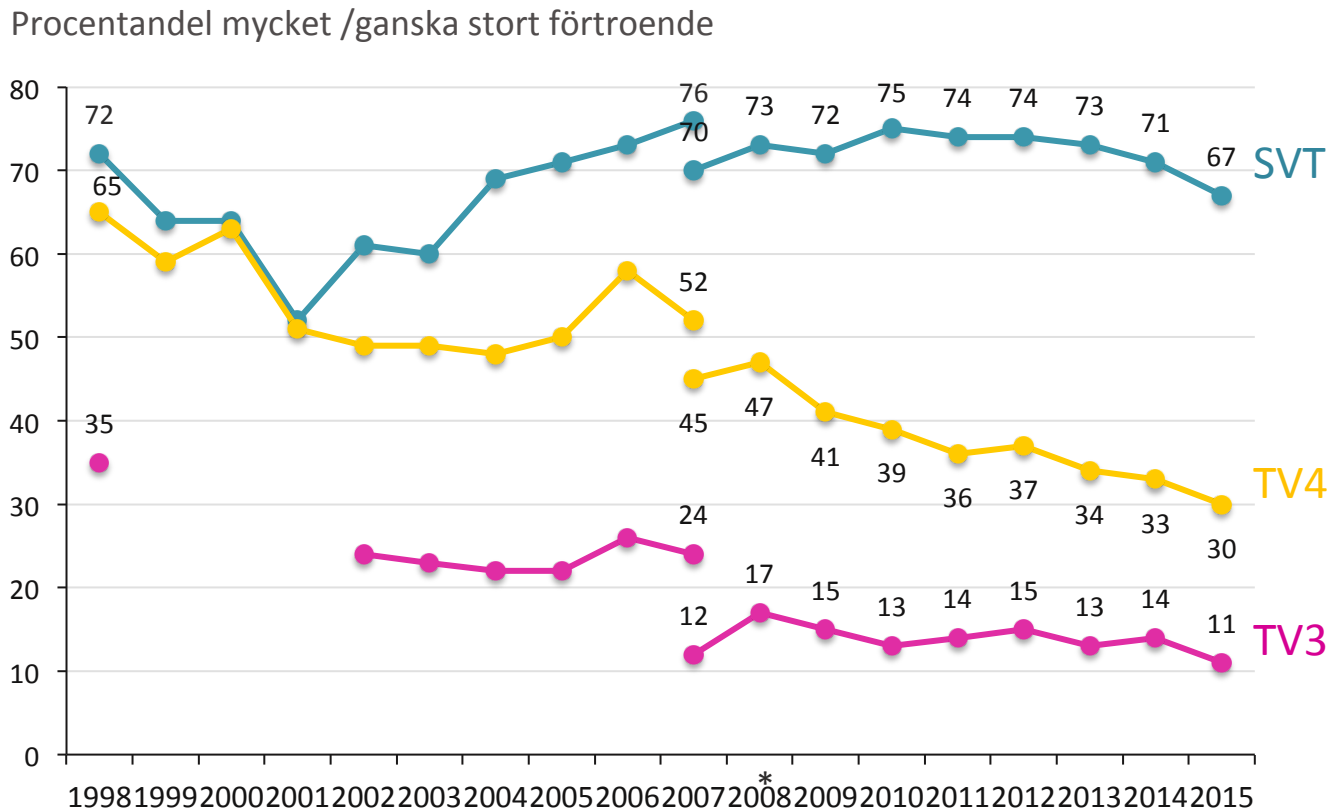


\* Före 2007: telefonmätningar, 2007: både telefon- och nätmätningar, efter 2007: enbart nätmätningar



# FÖRTROENDE FÖR MASSMEDIER

SVT, TV4 & TV3

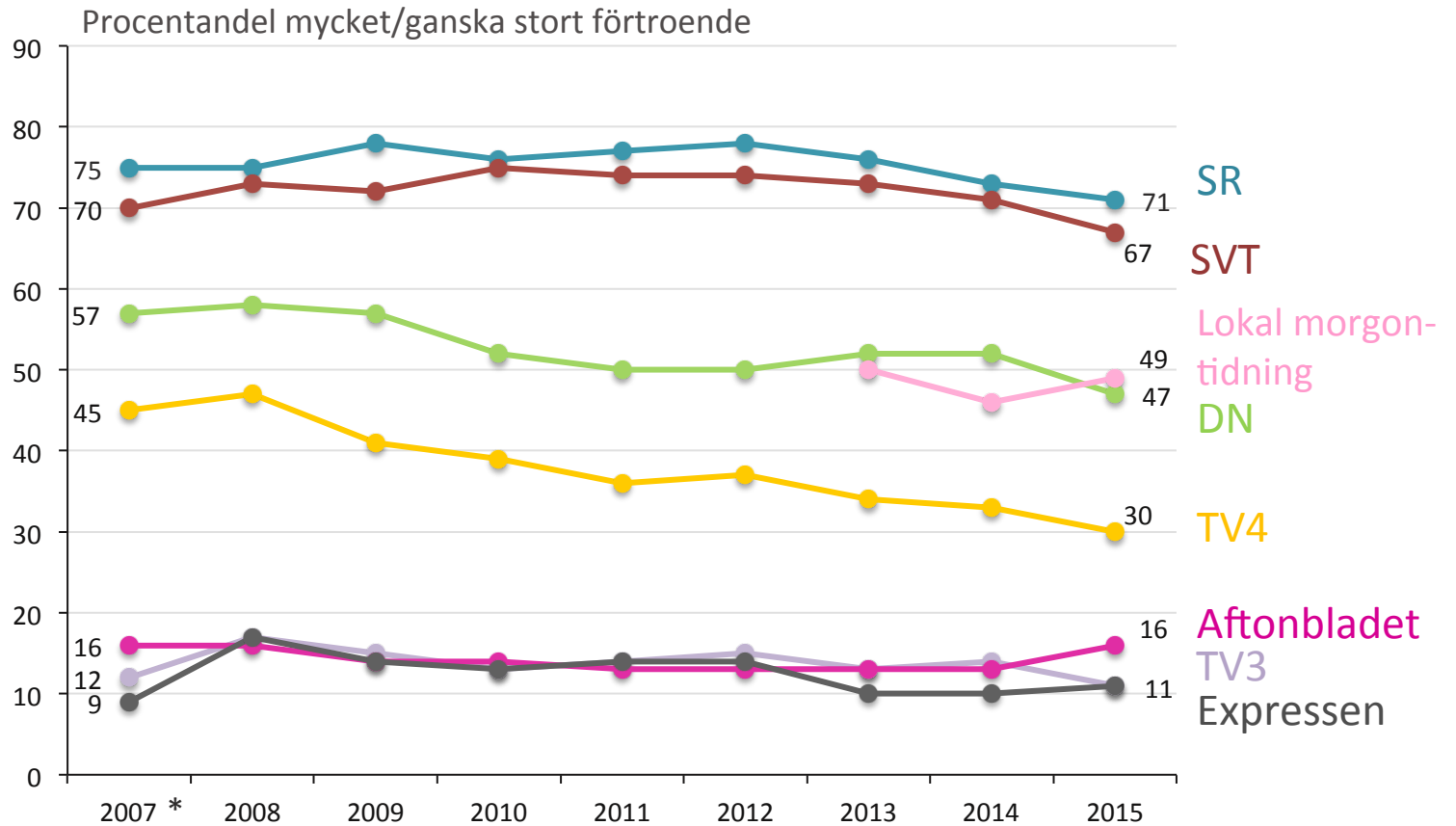


\* Före 2007: telefonmätningar, 2007: både telefon- och nätmätningar, efter 2007: enbart nätmätningar



# FÖRTROENDE FÖR MASSMEDIER

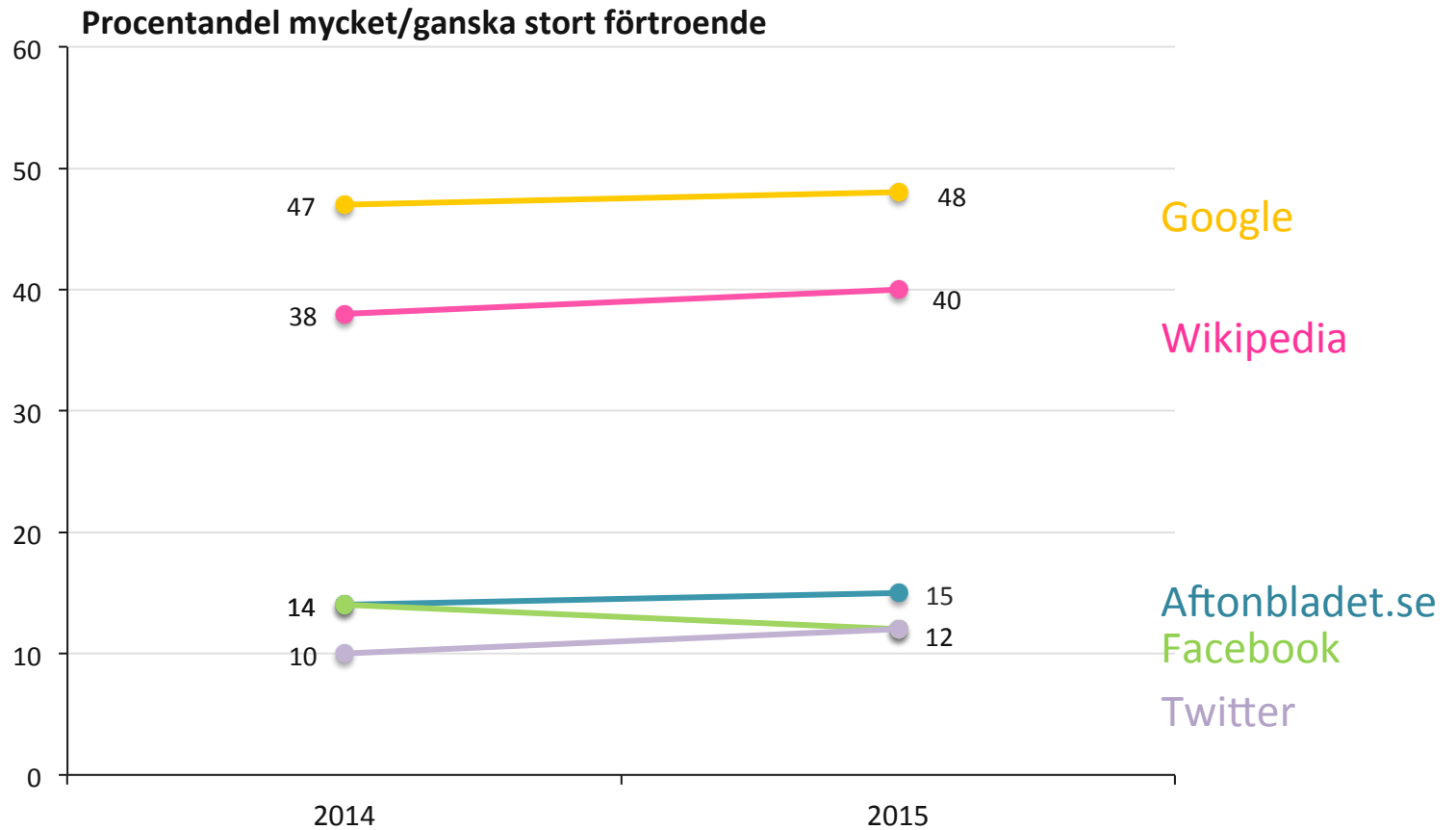
## PRESS, RADIO & TV



\* Avser nätmätningar

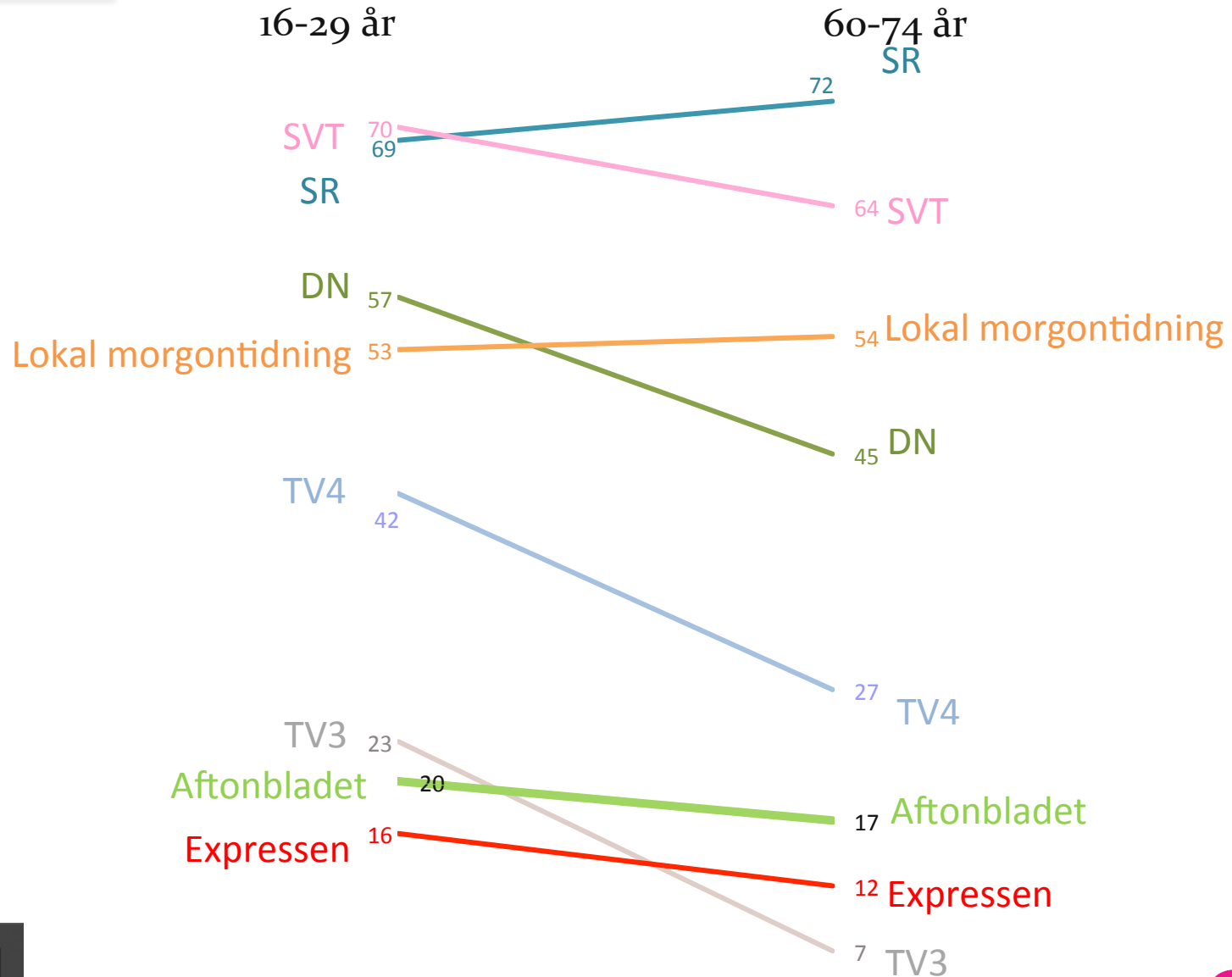


# FÖRTROENDE FÖR DIGITALA MEDIER



# MEDIEFÖRTROENDE

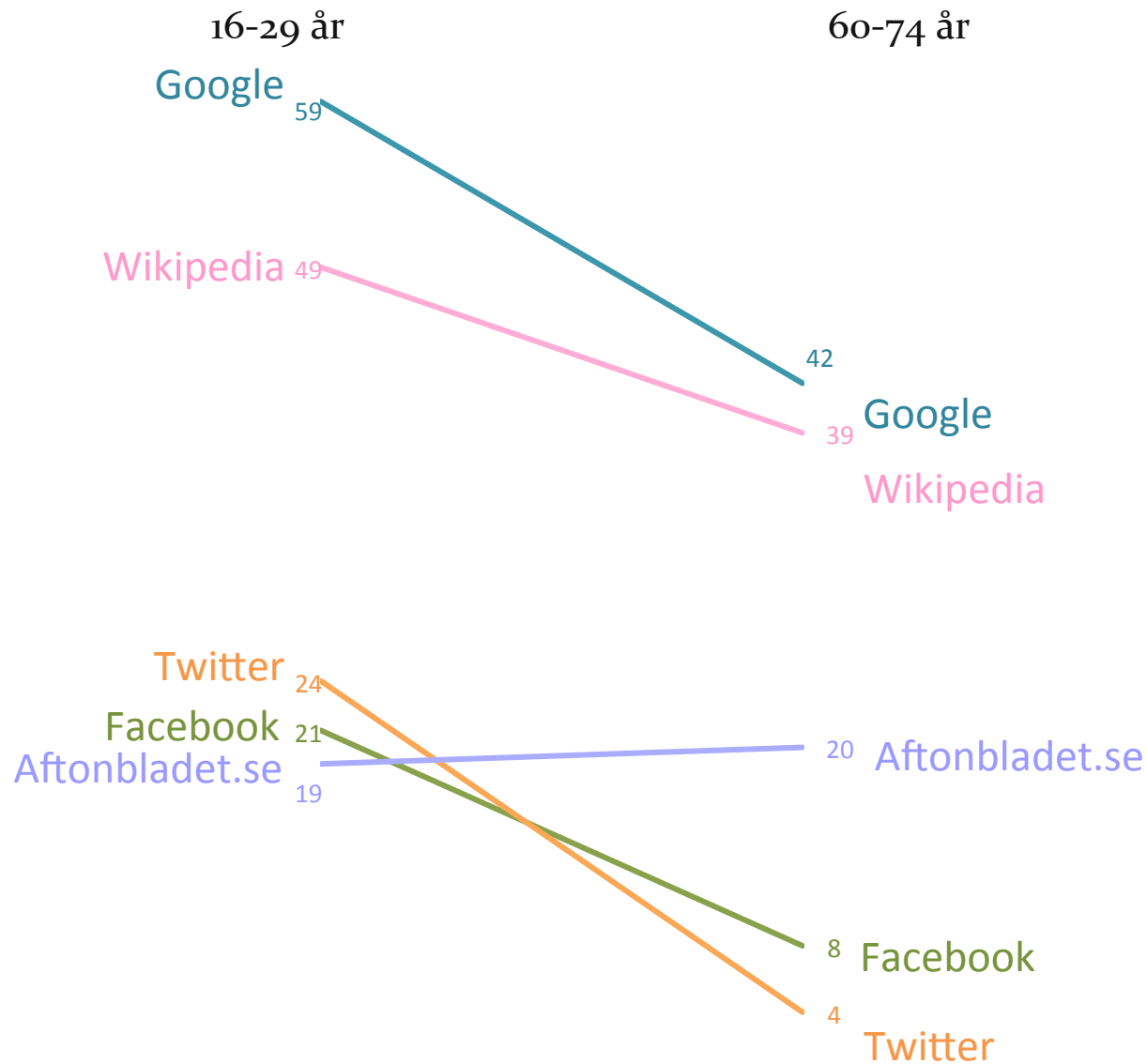
Procentandel mycket /ganska stort förtroende



# MEDIEFÖRTROENDE

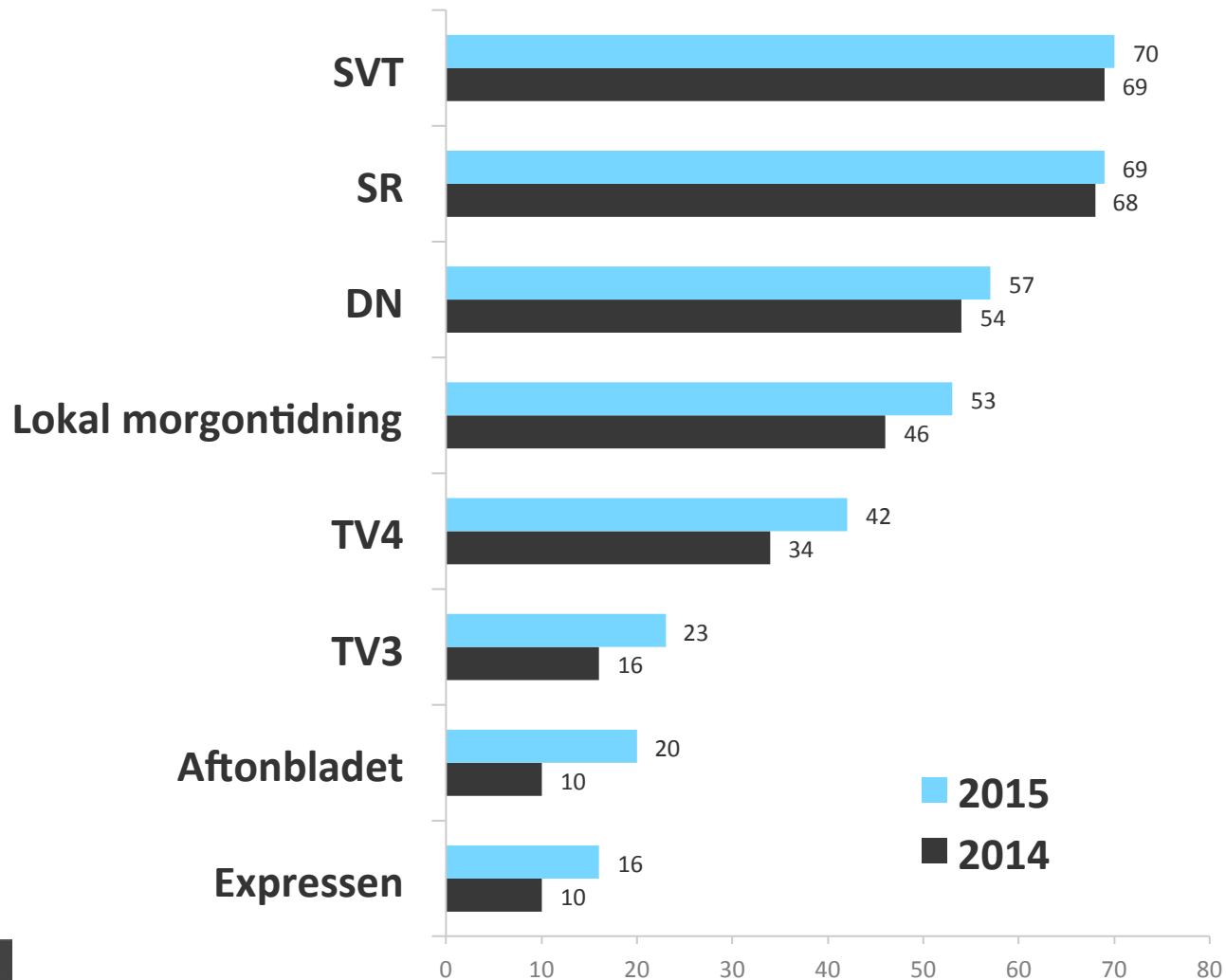
Procentandel mycket / ganska stort förtroende

## DIGITALA MEDIER



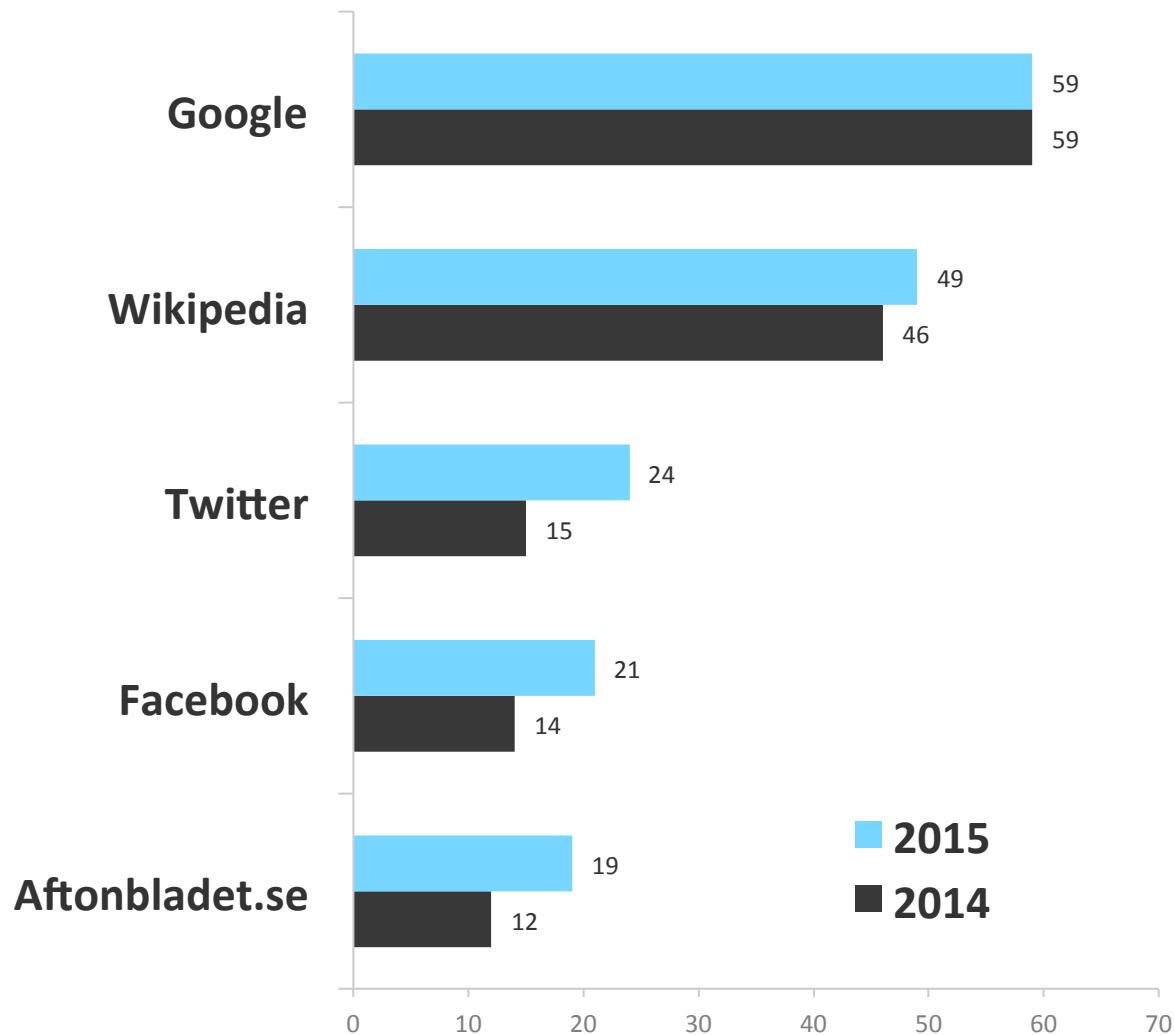
# MEDIEFÖRTROENDE

## ÖKAT FÖRTROENDE BLAND DE YNGSTA (16-29 ÅR)



# MEDIEFÖRTROENDE

ÖKAT FÖRTROENDE BLAND DE YNGSTA (16-29 ÅR)  
DIGITALA MEDIER



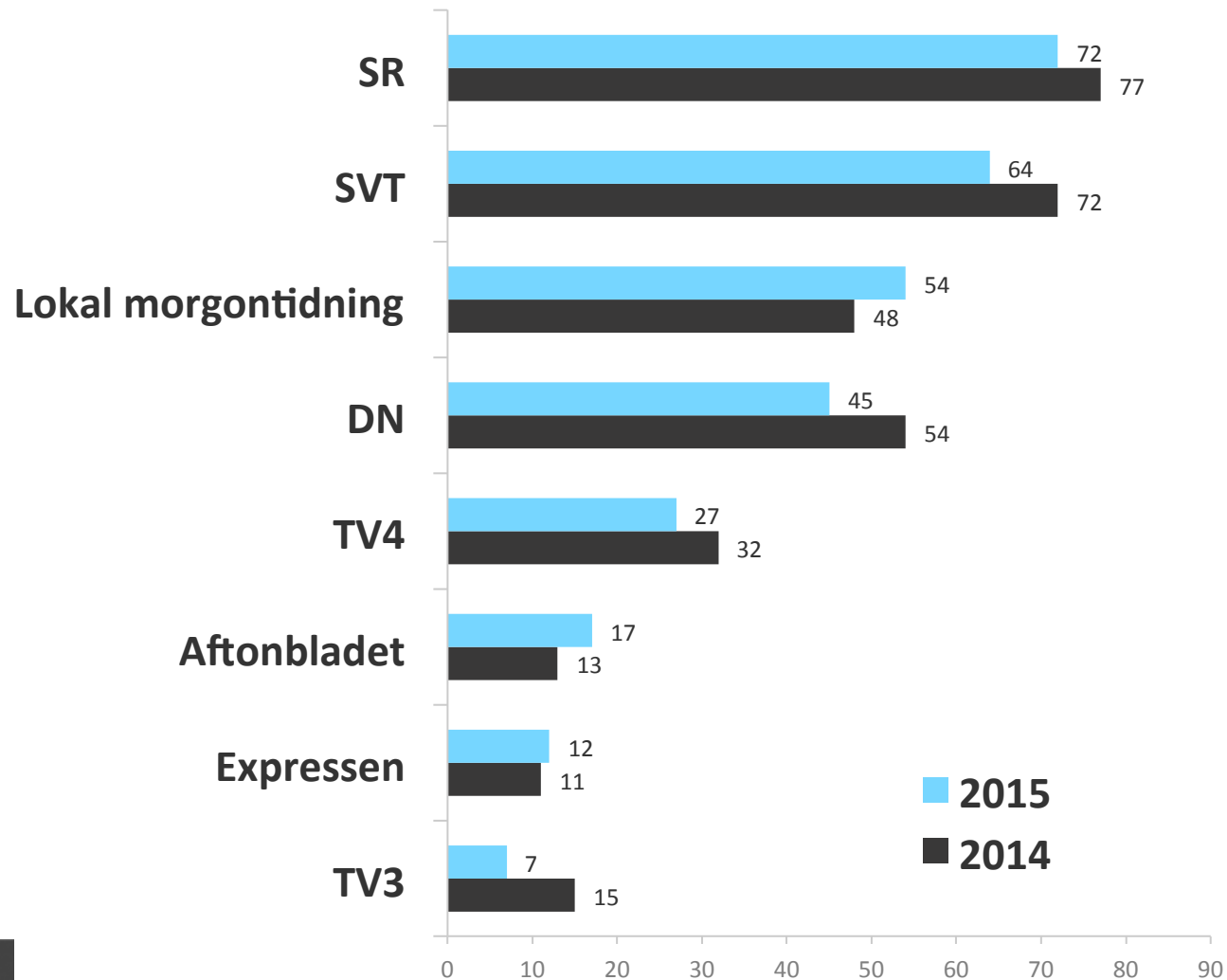
Procentandel mycket/ganska stort förtroende bland personer med åsikt





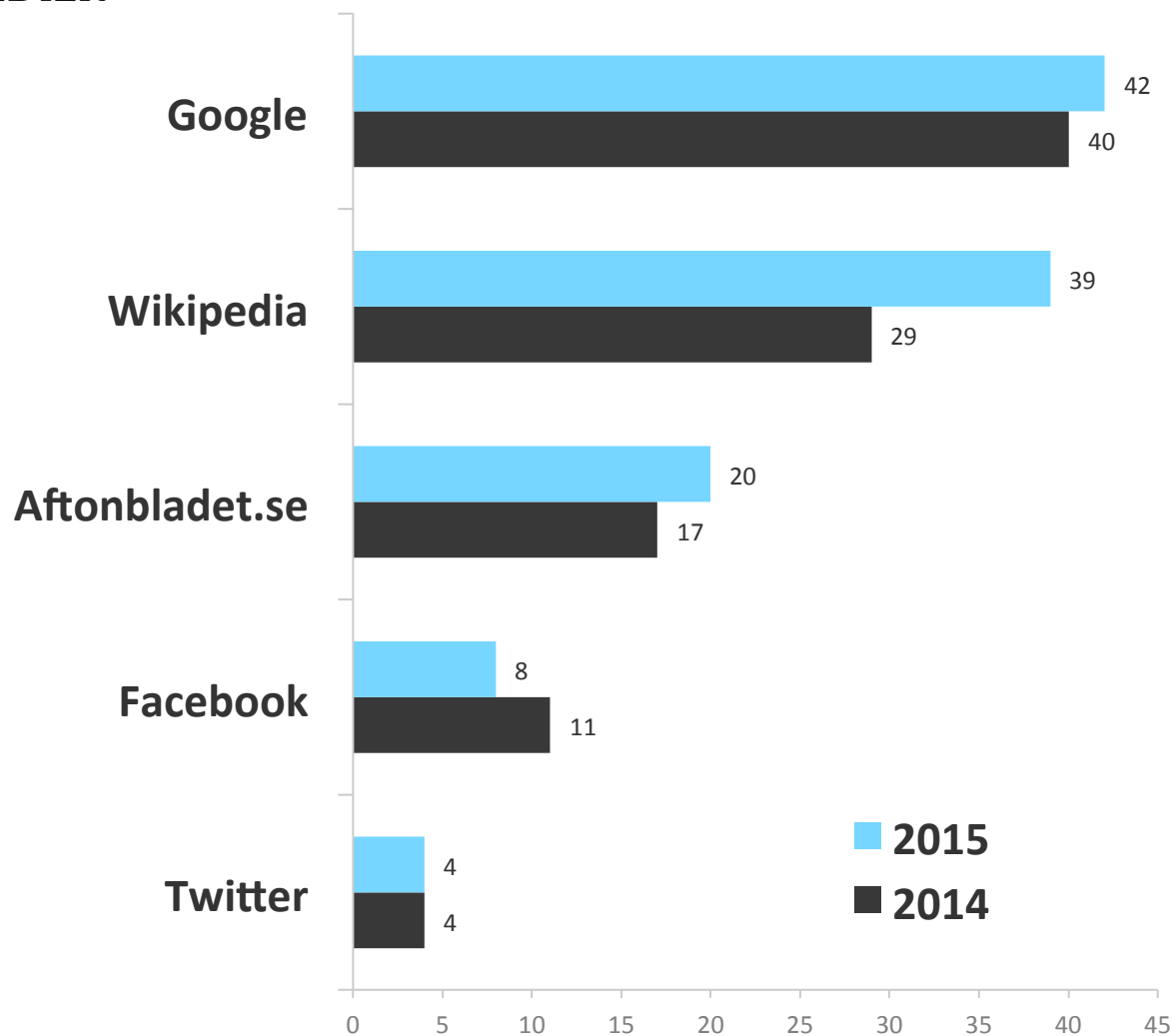
# MEDIEFÖRTROENDE

## MÖNSTER BLAND DE ÄLDSTA (60-74 ÅR)



# MEDIEFÖRTROENDE

## MÖNSTER BLAND DE ÄLDSTA (60-74 ÅR) DIGITALA MEDIER

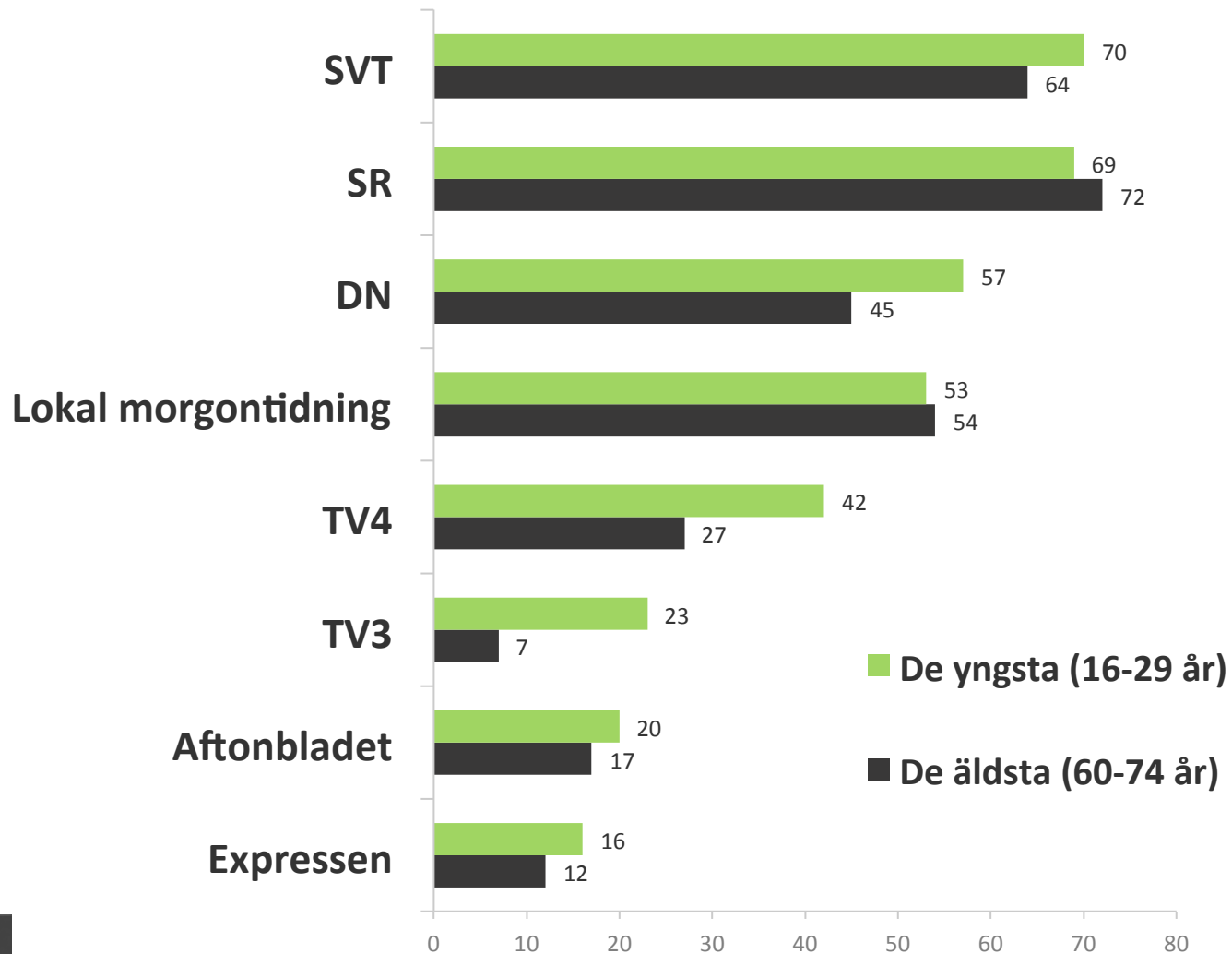


Procentandel mycket /ganska stort förtroende bland personer med åsikt



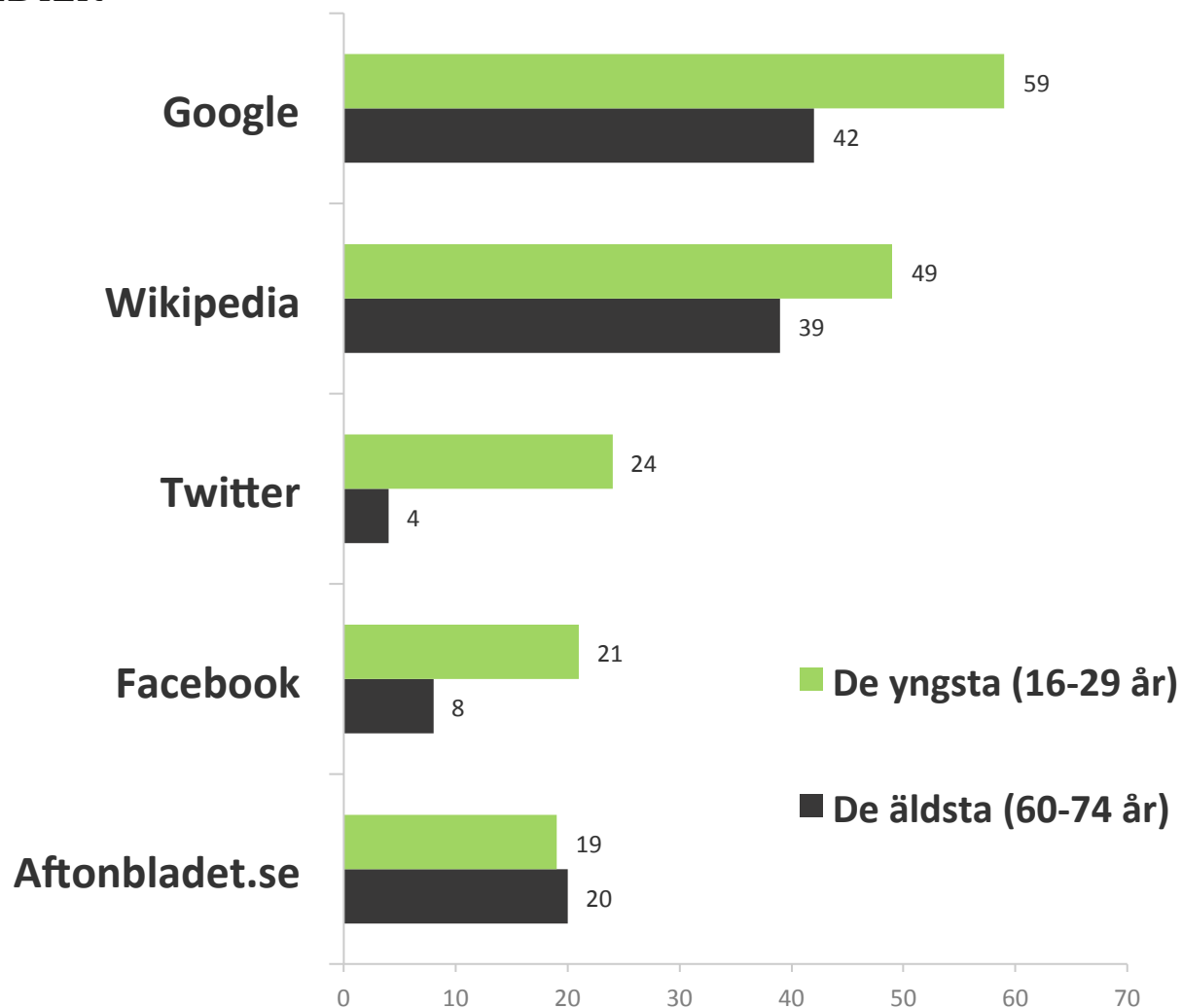
# MEDIEFÖRTROENDE

## JÄMFÖRELSE MELLAN YNGSTA OCH DE ÄLDSTA



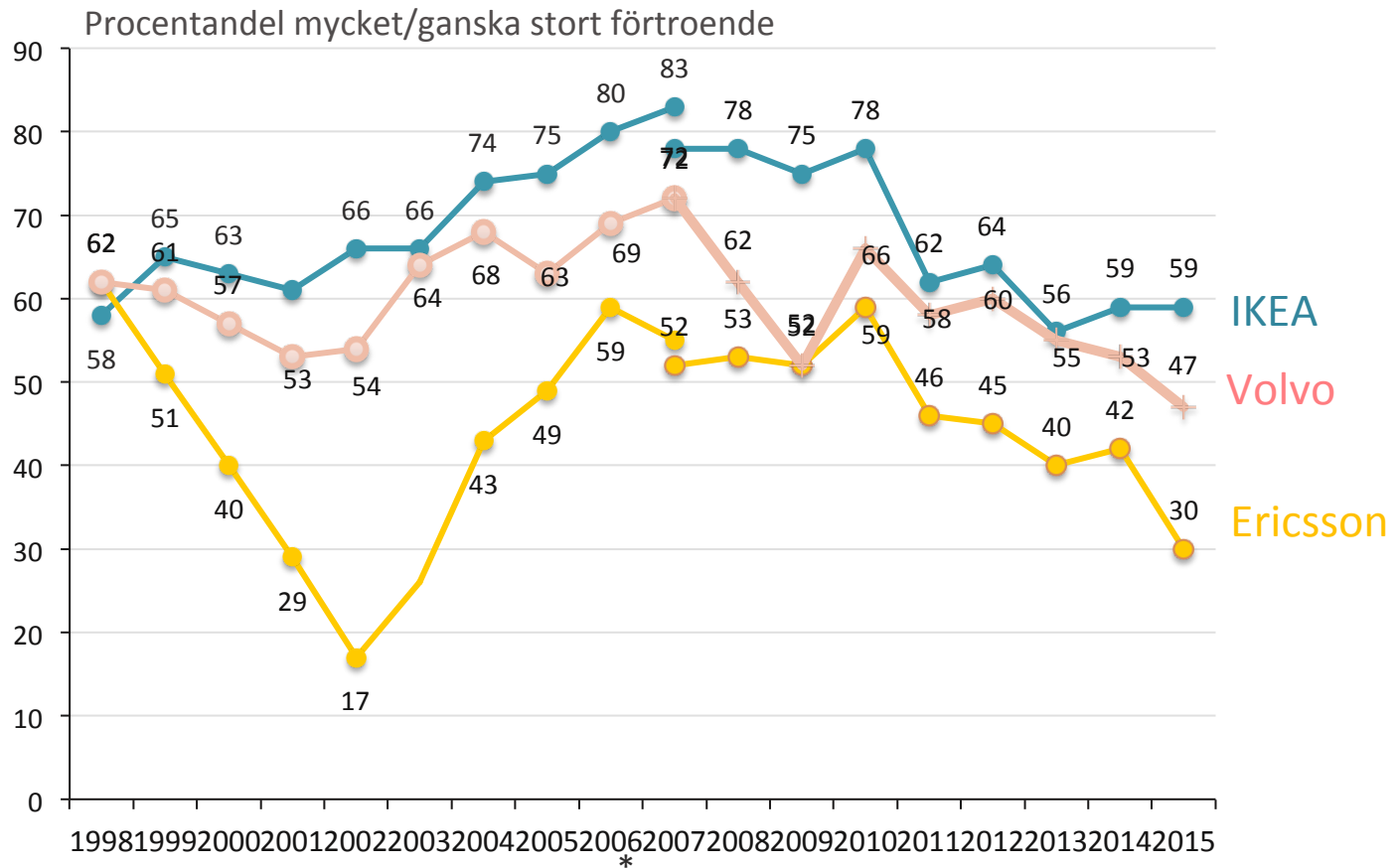
# MEDIEFÖRTROENDE

## JÄMFÖRELSE MELLAN DE YNGSTA OCH DE ÄLDSTA DIGITALA MEDIER



# FÖRTROENDE FÖR FÖRETAG

## IKEA, VOLVO & ERICSSON



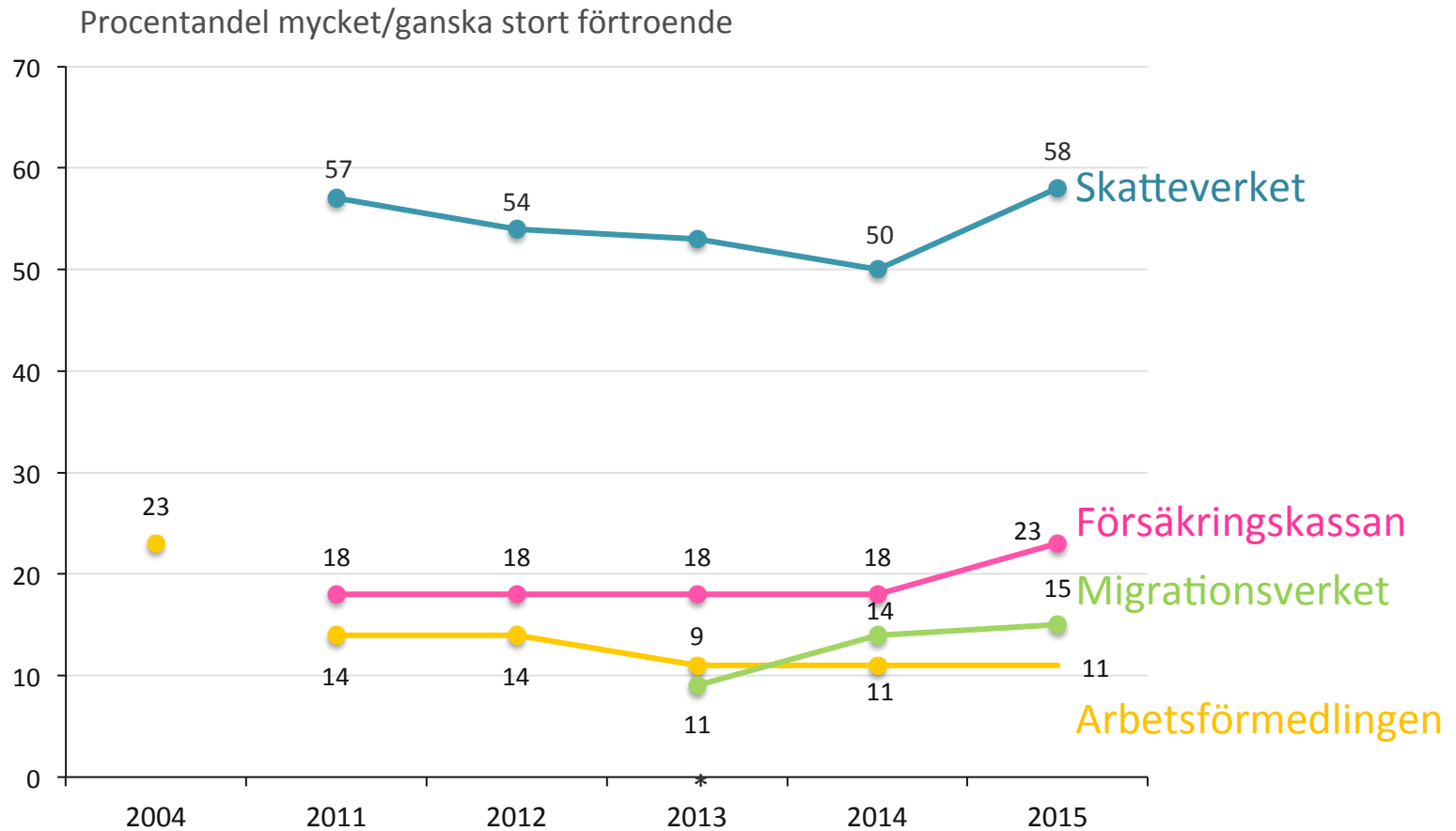
\* Före 2007: telefonmätningar, 2007: både telefon- och nätmätningar, efter 2007: enbart nätmätningar

# FÖRTROENDE FÖR FÖRETAG

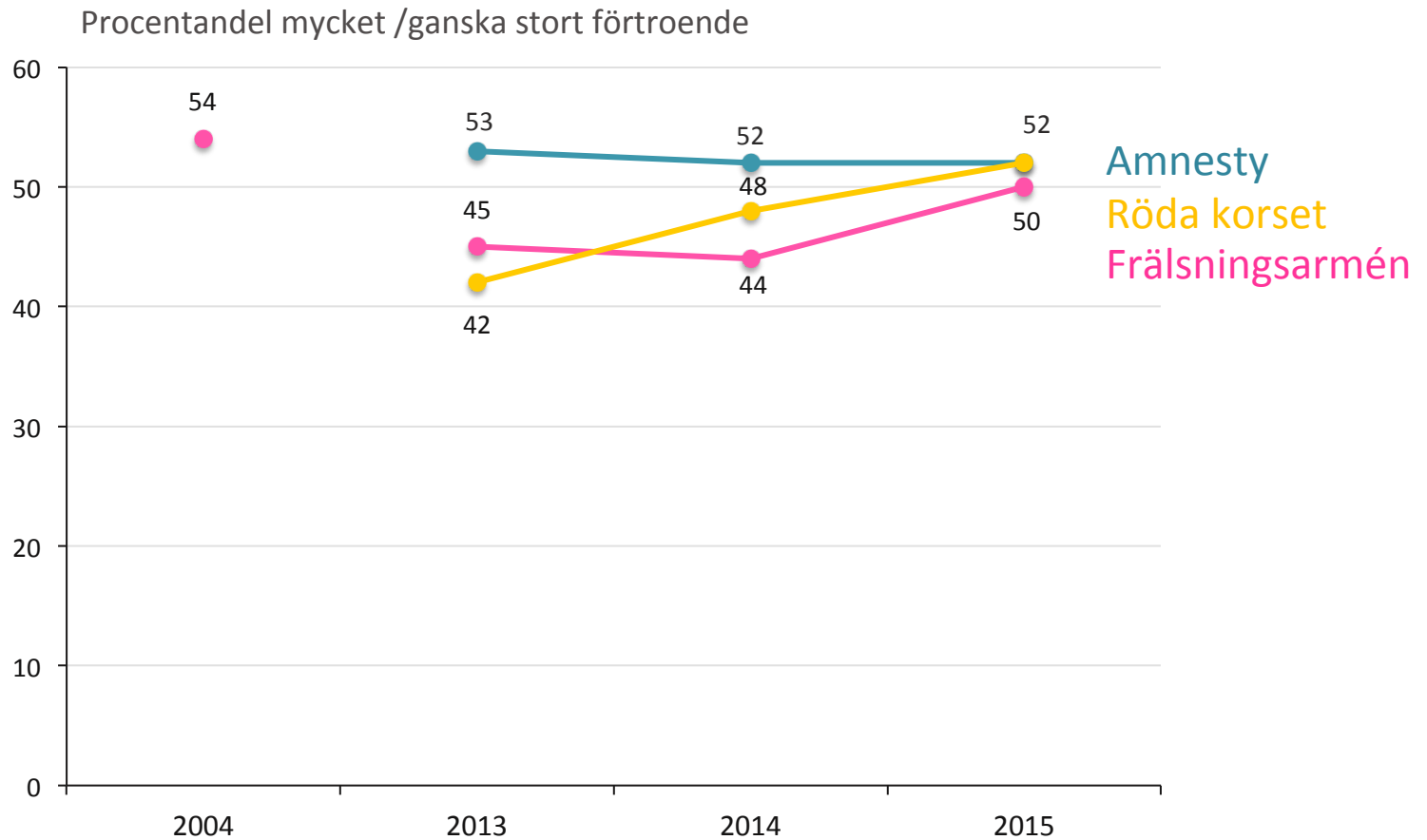
( ) Placering 2014

		2010	2011	2012	2013	2014	2015	
1	(1)	Systembolaget	-	-	-	63	59	65
2	(1)	IKEA	78	62	64	56	59	59
3	(4)	ICA	-	-	-	48	48	54
4	(3)	Volvo	66	58	60	55	53	47
5	(5)	Posten	-	-	-	39	44	46
6	(8)	SAS	38	32	31	23	33	38
7	(7)	Coop	-	-	-	35	38	36
8	(10)	Volkswagen	-	-	-	31	32	31
9	(6)	Ericsson	59	46	45	40	42	30
10	(8)	H&M	48	36	35	23	33	29
11	(11)	Astra Zeneca	36	29	23	26	29	27
11	(12)	Telia Sonera	33	25	28	17	26	27
13	(13)	HSB	-	-	-	25	25	24
14	(14)	Vattenfall	26	15	15	20	21	20
14	(17)	SJ	21	12	14	14	16	20
16	(14)	Coca Cola	22	21	19	19	21	19
16	(16)	Skandia	21	18	16	19	20	19

# FÖRTROENDE FÖR MYNDIGHETER



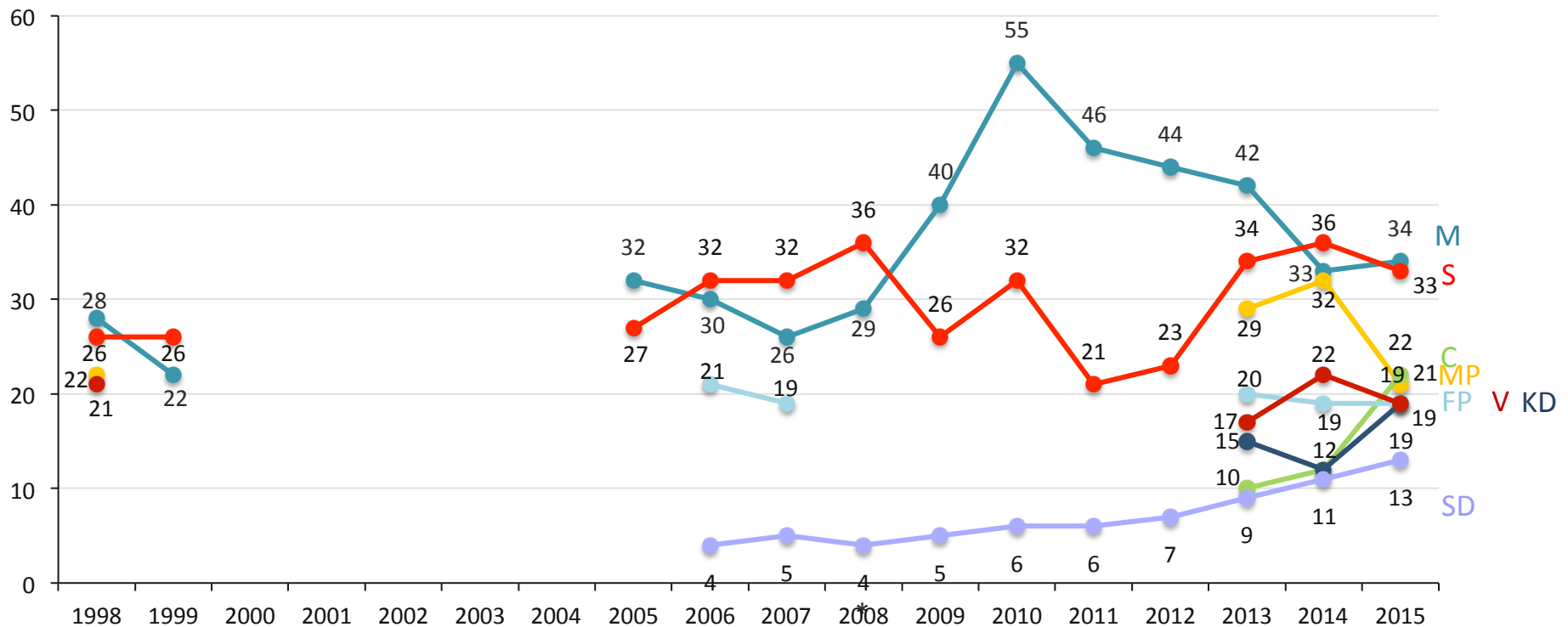
# FÖRTROENDE FÖR VÄLGÖRENHETSORGANISATIONER





# FÖRTROENDE FÖR POLITISKA PARTIER

Procentandel mycket/ganska stort förtroende



\* Före 2007: telefonmätningar, 2007: både telefon- och nätmätningar, efter 2007: enbart nätmätningar. Siffrorna för 2007 avser nätmätningen



# FÖRTROENDE FÖR POLITISKA PARTIER

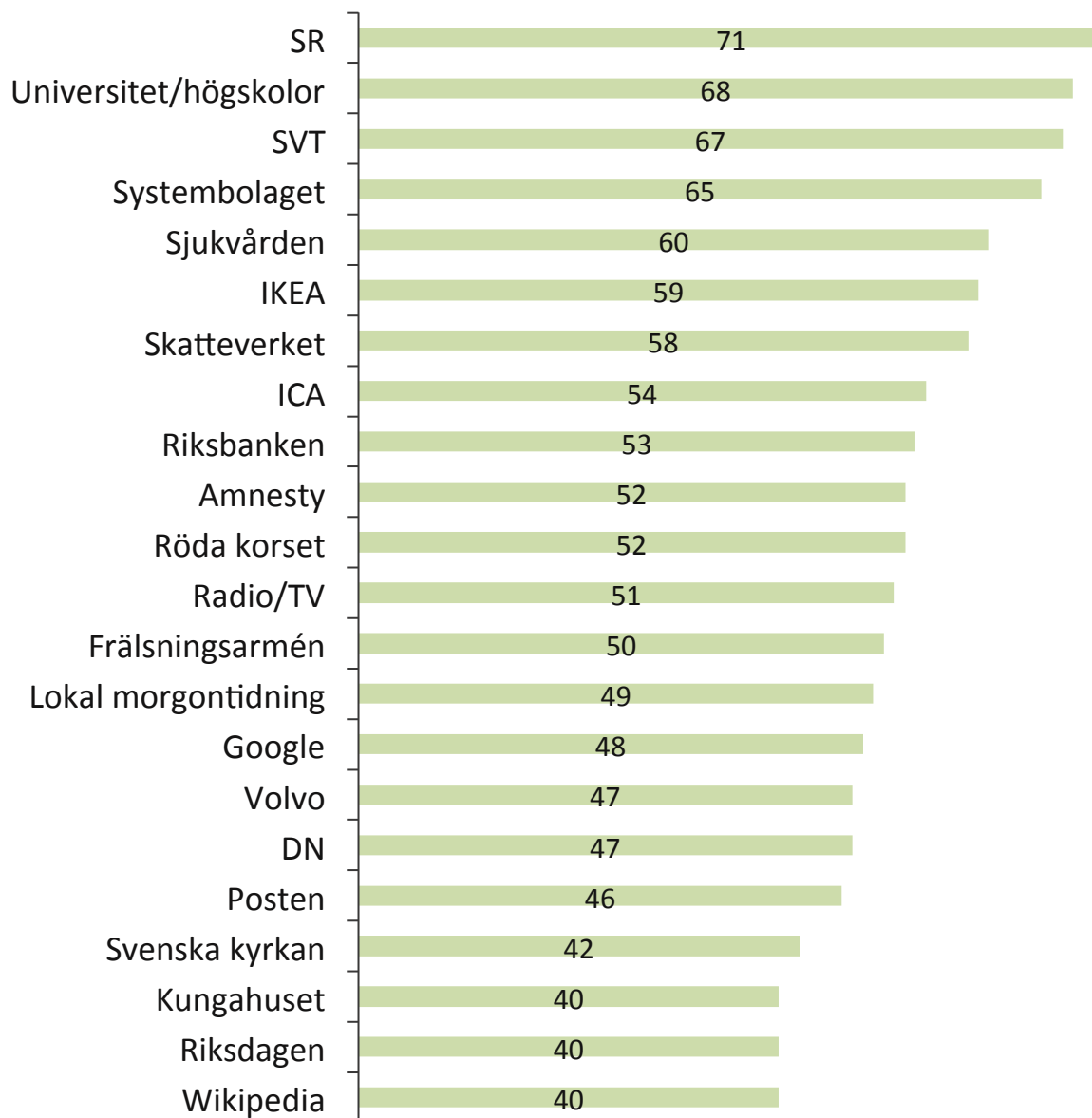
			2010	2011	2012	2013	2014	2015
1	(2)	<b>M</b>	55	46	44	42	33	34
2	(1)	<b>S</b>	32	21	23	34	36	33
3	(6)	<b>C</b>	-	-	-	10	12	22
4	(3)	<b>MP</b>	-	-	-	29	32	21
5	(4)	<b>V</b>	-	-	-	17	22	19
5	(5)	<b>FP</b>	-	-	-	20	19	19
5	(6)	<b>KD</b>	-	-	-	15	12	19
8	(8)	<b>SD</b>	6	6	7	9	11	13
		<b>Partierna</b>	22	17	18	15	16	20

\* Före 2007: telefonmätningar, 2007: både telefon- och nätmätningar, efter 2007: enbart nätmätningar



# FÖRTROENDETOPPEN

## TOPPEN

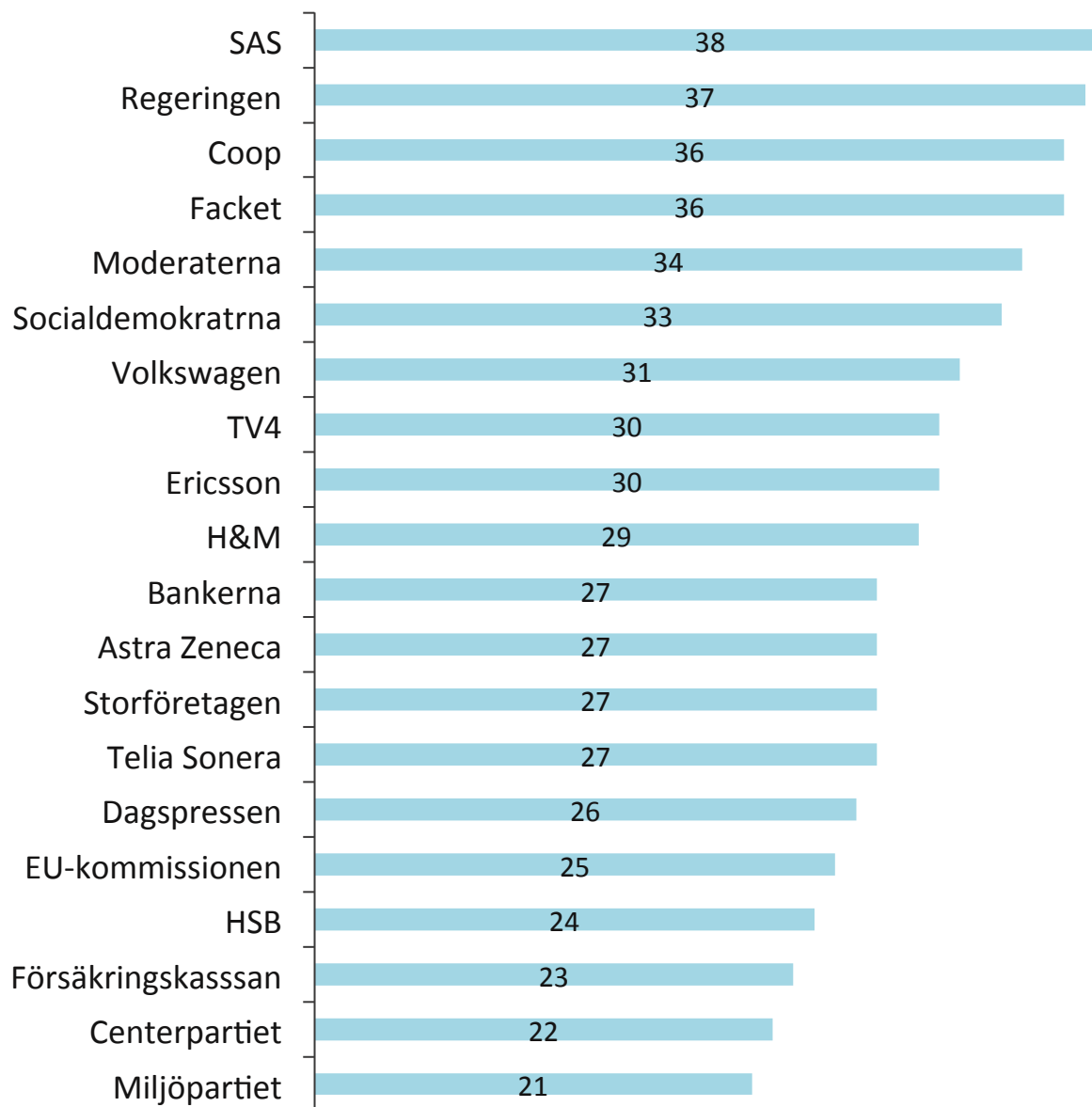


Procentandel mycket/  
ganska stort förtroende



# FÖRTROENDETOPPEN

## MITTEN

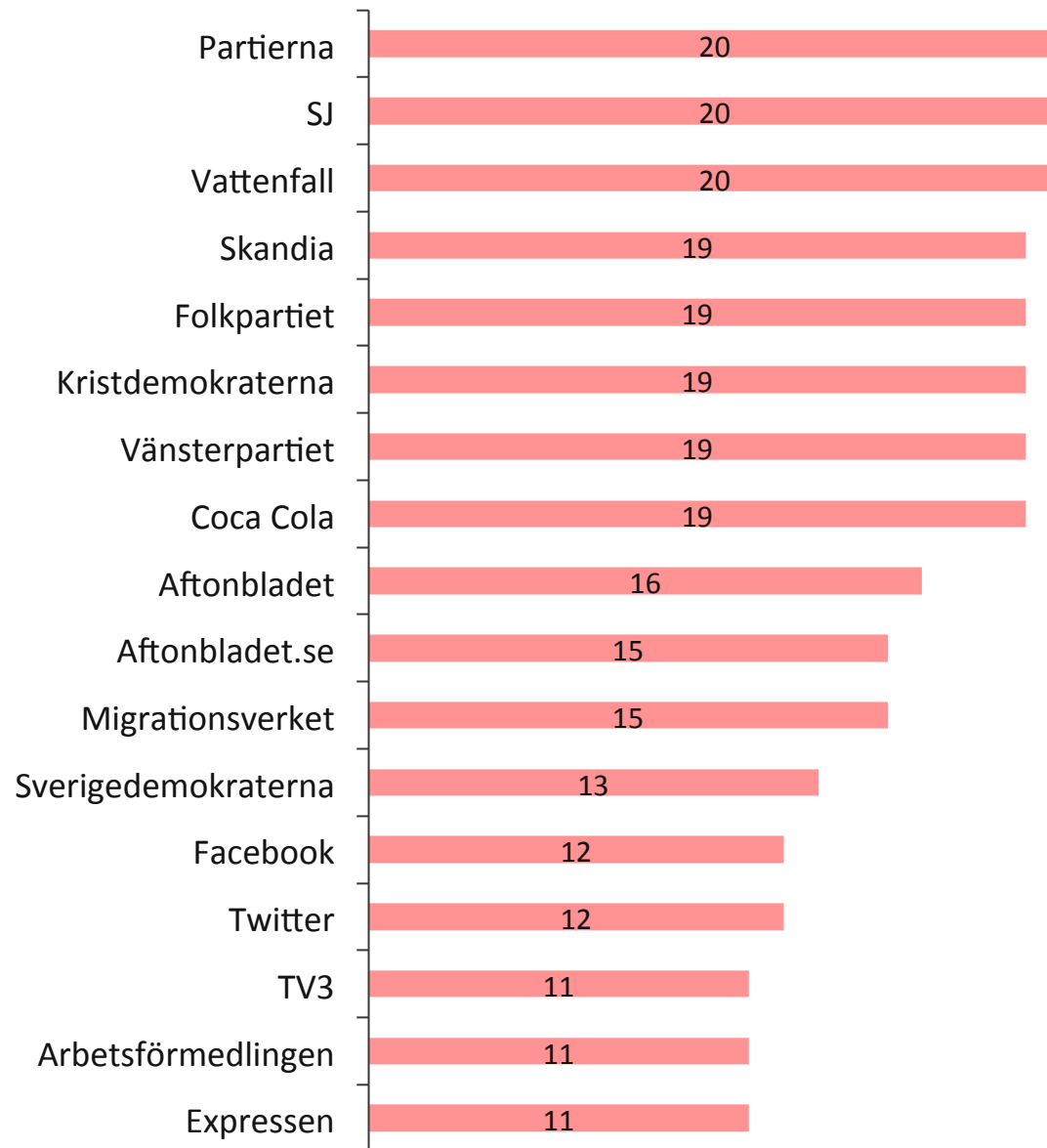


Procentandel mycket/  
ganska stort förtroende



# FÖRTROENDETOPPEN

## BOTTEN



Procentandel mycket/  
ganska stort förtroende



# FÖRTROENDETOPPEN

INSTITUTIONER DÄR FÖRTROENDET FÖRÄNDRATS SEDAN 2014

	2014	2015	Förändring*
Sjukvården	46	60	+14
Centerpartiet	12	22	+10
Skatteverket	50	58	+8
Krist- demokraterna	12	19	+7

\* Förändring i procentenheter



Procentandel mycket/  
ganska stort förtroende  
bland personer med åsikt

# FÖRTROENDETOPPEN

INSTITUTIONER DÄR FÖRTROENDET FÖRÄNDRATS SEDAN 2014

	2014	2015	Förändring*
Ericsson	42	30	-12
Miljöpartiet	32	21	-11
Volvo	53	47	-6
DN	52	47	-5

\* Förändring i procentenheter



Procentandel mycket/  
ganska stort förtroende  
bland personer med åsikt

# UPPSKATTADE JOURNALISTER

*“Finns det någon person verksam i svensk press, radio, TV eller i digitala medier som Du särskilt uppskattar?”*

## TOPPLISTAN 2014

		Andel* röster
1 (1)	Janne Josefsson	8,6
2 (2)	Leif G W Persson	8,3
3 (4)	André Pops	4,8
4 (6)	Peter Wolodarski	3,0
5 (3)	Lotta Bromé	2,7

\* Procentandel av de personer som nämnt ett namn



31% nämnde ett namn, 69% gjorde det inte



# UPPSKATTADE JOURNALISTER

*“Finns det någon person verksam i svensk press, radio, TV eller i digitala medier som Du särskilt uppskattar?”*

## TOPPLISTAN 2015

		Andel* röster
1 (2)	Leif GW Persson	9,6
2 (1)	Janne Josefsson	7,2
3 (4)	Peter Wolodarski	4,9
4 (ny**)	Samir Abu Eid	3,0
5 (ny**)	Camilla Kvartoft	2,9

\*Procentandel av de personer som nämnt ett namn

\*\*Ny på topp5-listan



33% nämnde ett namn, 67% gjorde det inte

## Om mätningen

Medieakademiens förtroendebarameter har genomförts årligen sedan 1997. Datinsamlingen 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 är sedan 2008 helt och hållet nätenkäter omfattande cirka 1 000 personer och genomförd av TNS Gallup (2008) respektive TNS Sifo (sedan 2009). Undersökningen 2012 är den första gjord i början av året. År 2014 genomfördes mätningen 7 – 20 februari. Kontaktperson med undersökningsföretagen har från starten till 2008 varit Pär Källeskog. Undersökningsledare för 2014 års studie var Toivo Sjören. 2014 års undersökning omfattade 1200 webbintervjuer med personer 15 år och äldre. Undersökningen 2015 har samma undersökningsledare och omfattar även den drygt 1200 webbintervjuer med allmänheten över 15 år. Undersökningen ägde rum 10-16 februari 2015.

Undersökningen har varje år dels avsett ett urval centrala 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 2013 ingår 60 institutioner/ företag/medier. De flesta år har även andra aspekter på samhällsförtroende och media undersökts. I 2009 års undersökning ingår frågor om hur svenska folket bedömer balansen i massmediernas rapportering om Alliansregeringen respektive oppositionen och när det gäller det svenska ordförandeskapet i EU. Dessutom ingår frågor om Internetanvändning och bedömningar av Internet som ett instrument för demokrati. 2010 års studie innehåller en serie frågor kring hur människor uppfattar och vill ha den moderna staden. Och var man vill bo. I undersökningen 2011 finns frågor om balansen i mediernas rapportering om bankerna, invandrare, homosexuella, EU, sjukvården, facket, islam, kungahuset, regeringen och kristendom. Därtill återfinns frågor om framtiden för medier inom public service, speciellt SVT:s.– journalister, ledare och ägare. Specialsatsningen 2013 som fortsatte 2014 och 2015 gäller vilka personer som är mest uppskattade i MedieSverige. De svarande i Sifo:s nätpanel har helt fritt fått uppge ”någon person verksam i svensk press, radio, TV eller i digitala medier som Du särskilt uppskattar?”

