



ALLMÄNHETENS FÖRTROENDE FÖR INSTITUTIONER,
POLITISKA PARTIER, MASSMEDIER & FÖRETAG

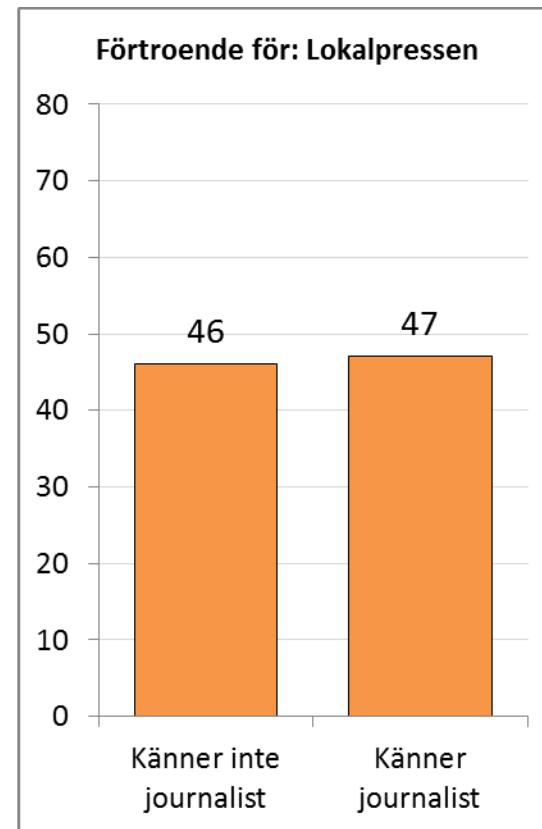
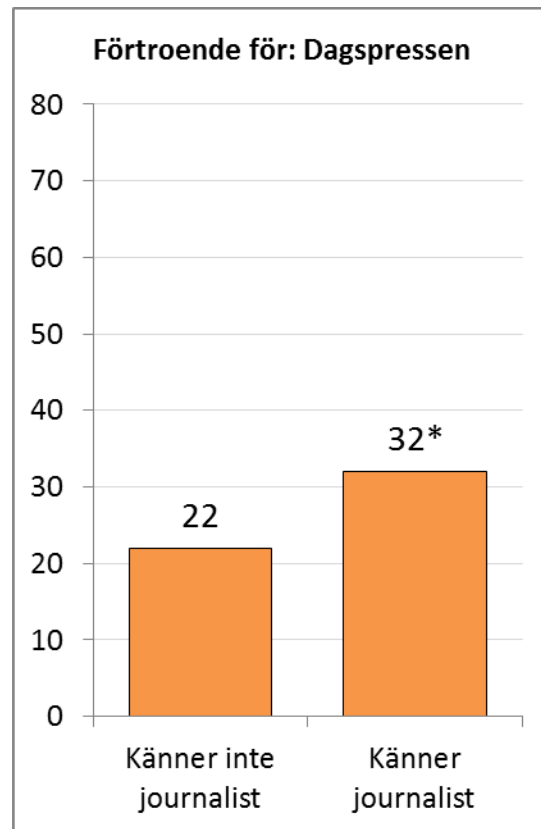
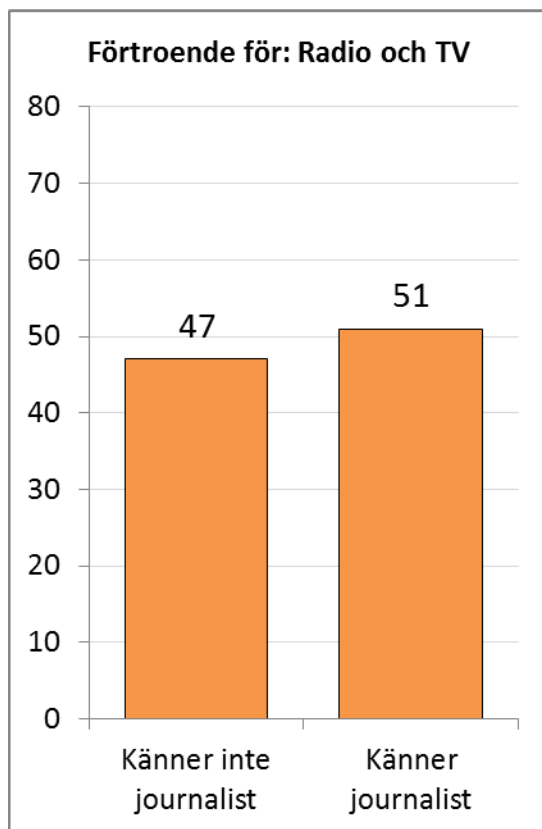
2016-04-07

Medieakademinns förtroendebarmeter 2016

- Medieakademinns förtroendebarmeter har genomförts årligen sedan 1997.
- Årets mätning har genomförts av TNS Sifo.
- 2016 års undersökning omfattar 1200 webb-intervjuer med personer äldre än 15 år.
- Undersökningen ägde rum 2 -13 mars 2016.

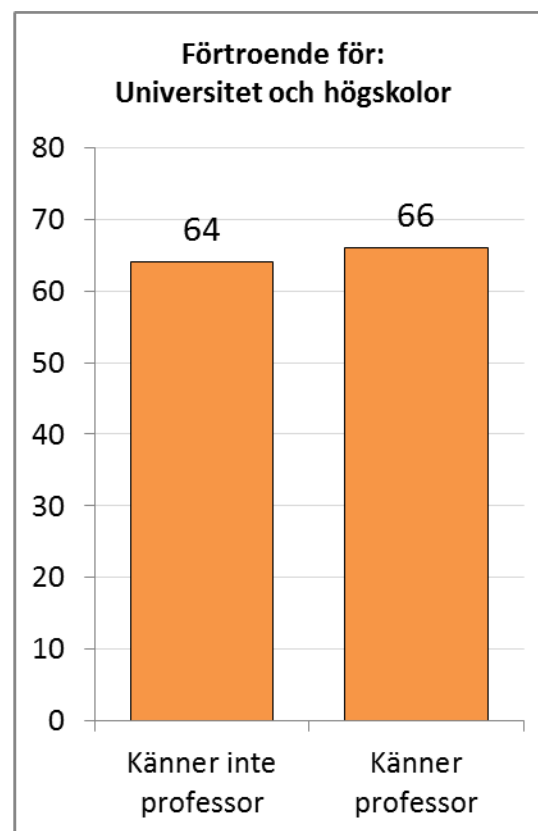
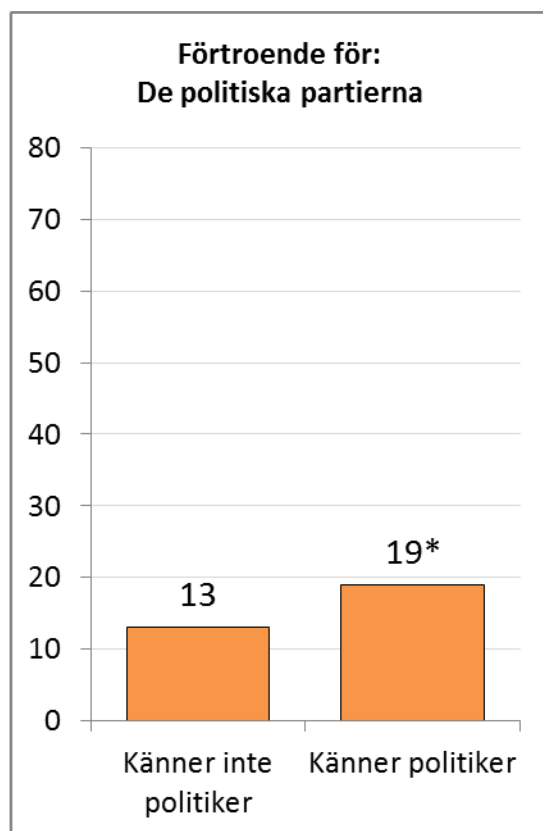
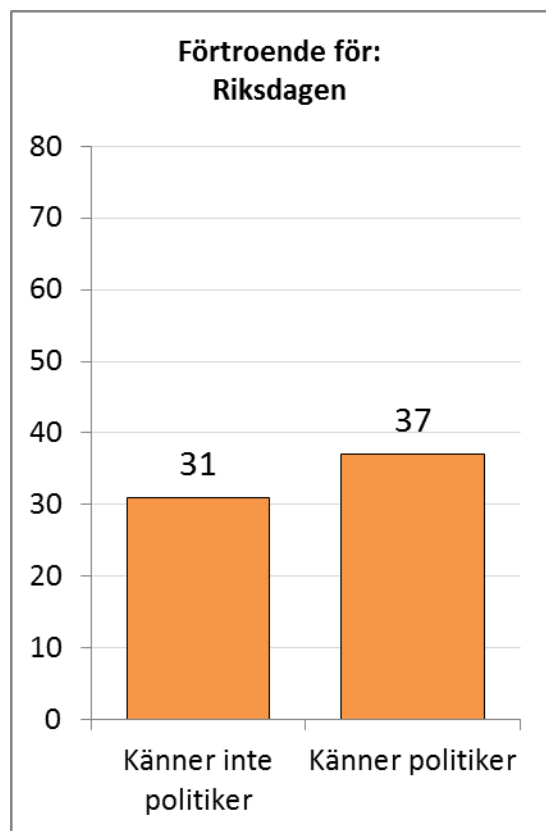


Betydelsen av människors bekantskaper för förtroendet för olika samhällsinstitutioner/organisationer



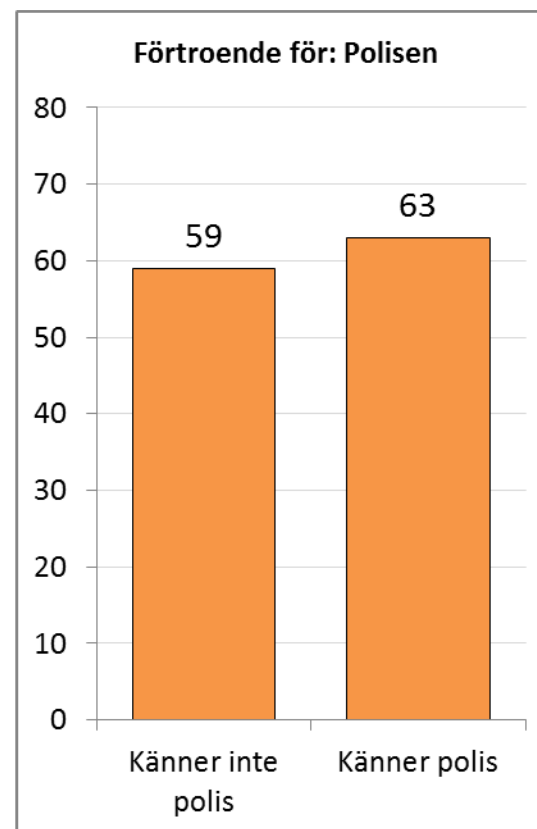
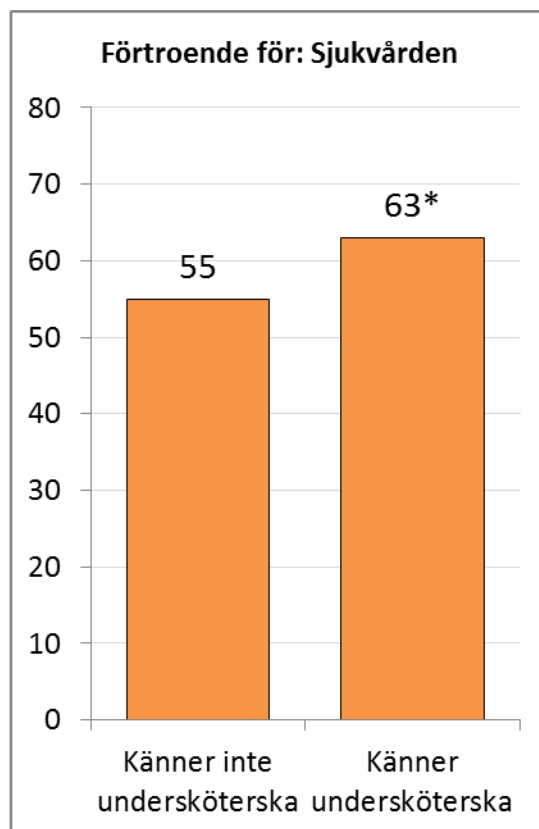
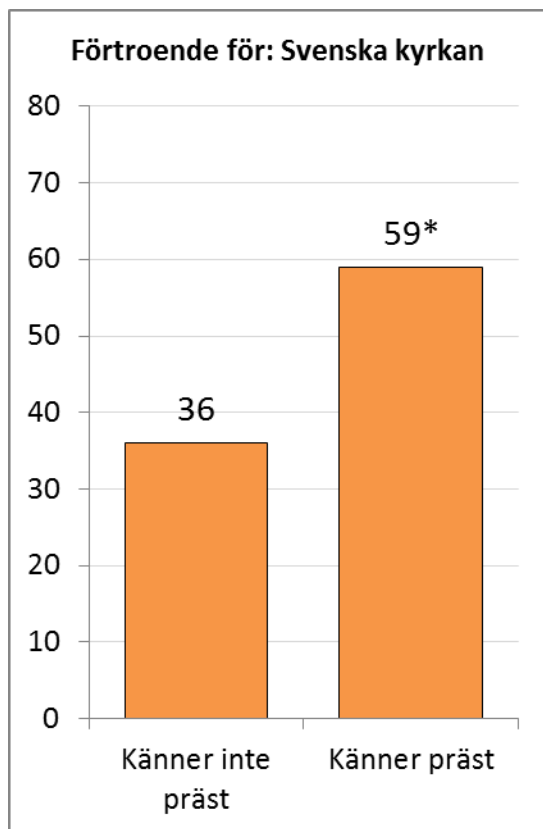
Kommentar: Resultaten visar den förväntade andelen som har mycket stort eller ganska stort förtroende bland personer som känner/inte känner representanten för yrkesgruppen i fråga under kontroll för utbildningsnivå och mellanmänsklig tillit. * = statistiskt signifikant skillnad ($p < .05$).

Betydelsen av människors bekantskaper för förtroendet för olika samhällsinstitutioner/organisationer



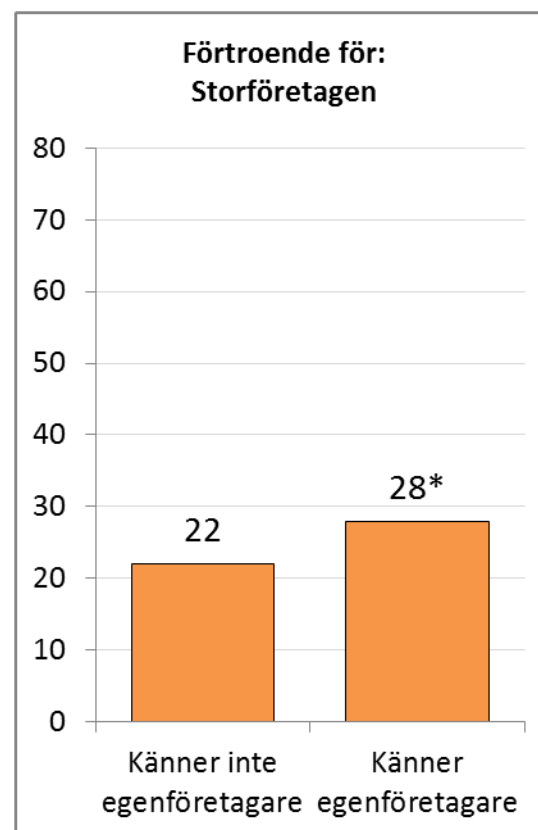
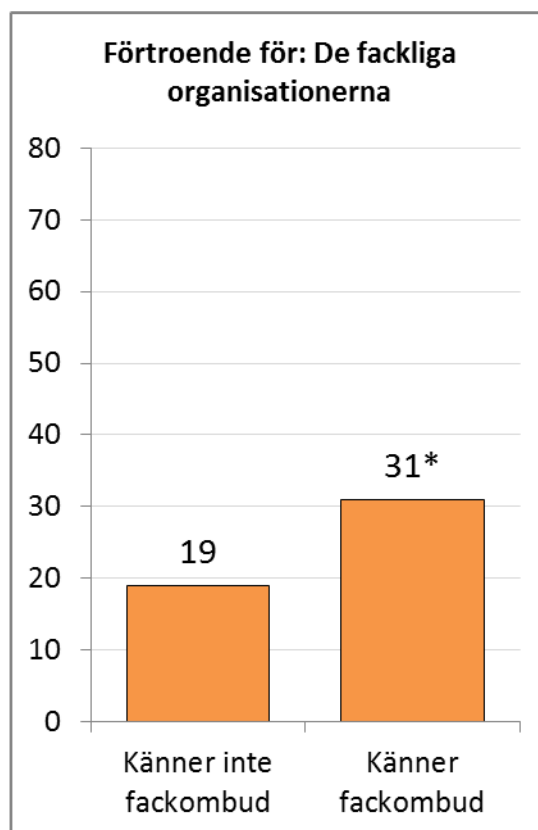
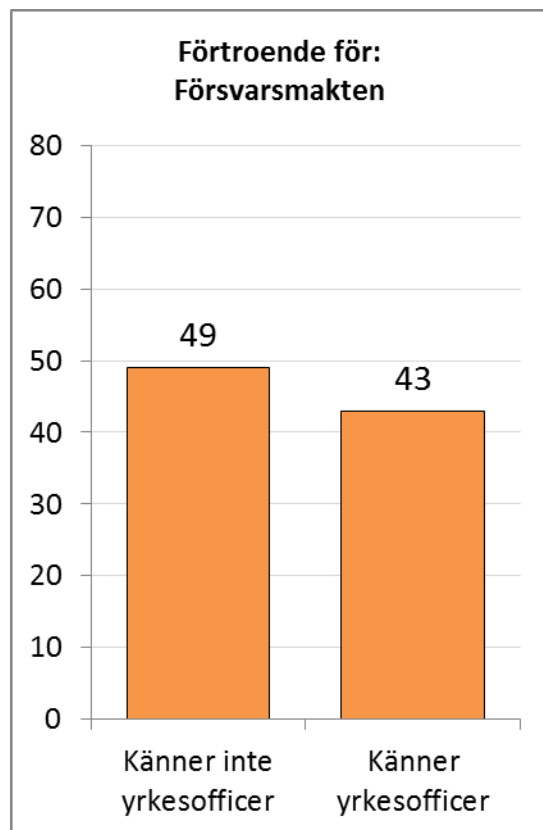
Kommentar: Resultaten visar den förväntade andelen som har mycket stort eller ganska stort förtroende bland personer som känner/ inte känner representanten för yrkesgruppen i fråga under kontroll för utbildningsnivå och mellanmänsklig tillit. * = statistiskt signifikant skillnad ($p < .05$).

Betydelsen av människors bekantskaper för förtroendet för olika samhällsinstitutioner/organisationer



Kommentar: Resultaten visar den förväntade andelen som har mycket stort eller ganska stort förtroende bland personer som känner/ inte känner representanten för yrkesgruppen i fråga under kontroll för utbildningsnivå och mellanmänsklig tillit. * = statistiskt signifikant skillnad ($p < .05$).

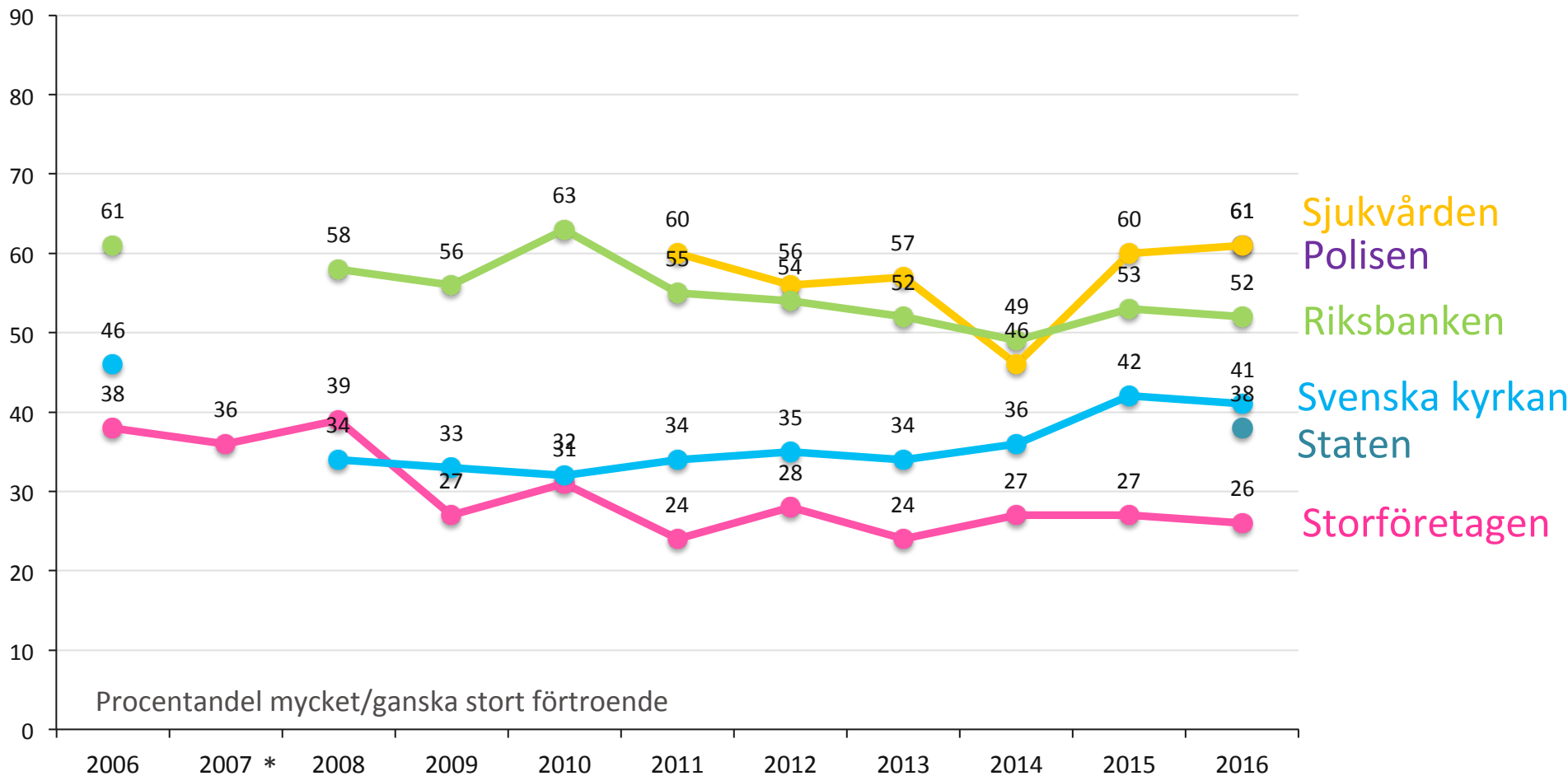
Betydelsen av människors bekantskaper för förtroendet för olika samhällsinstitutioner/organisationer



Kommentar: Resultaten visar den förväntade andelen som har mycket stort eller ganska stort förtroende bland personer som känner/ inte känner representanten för yrkesgruppen i fråga under kontroll för utbildningsnivå och mellanmänsklig tillit. * = statistiskt signifikant skillnad ($p < .05$).

FÖRTROENDE FÖR SAMHÄLLSINSTITUTIONER

LITEN ELLER INGEN FÖRÄNDRING

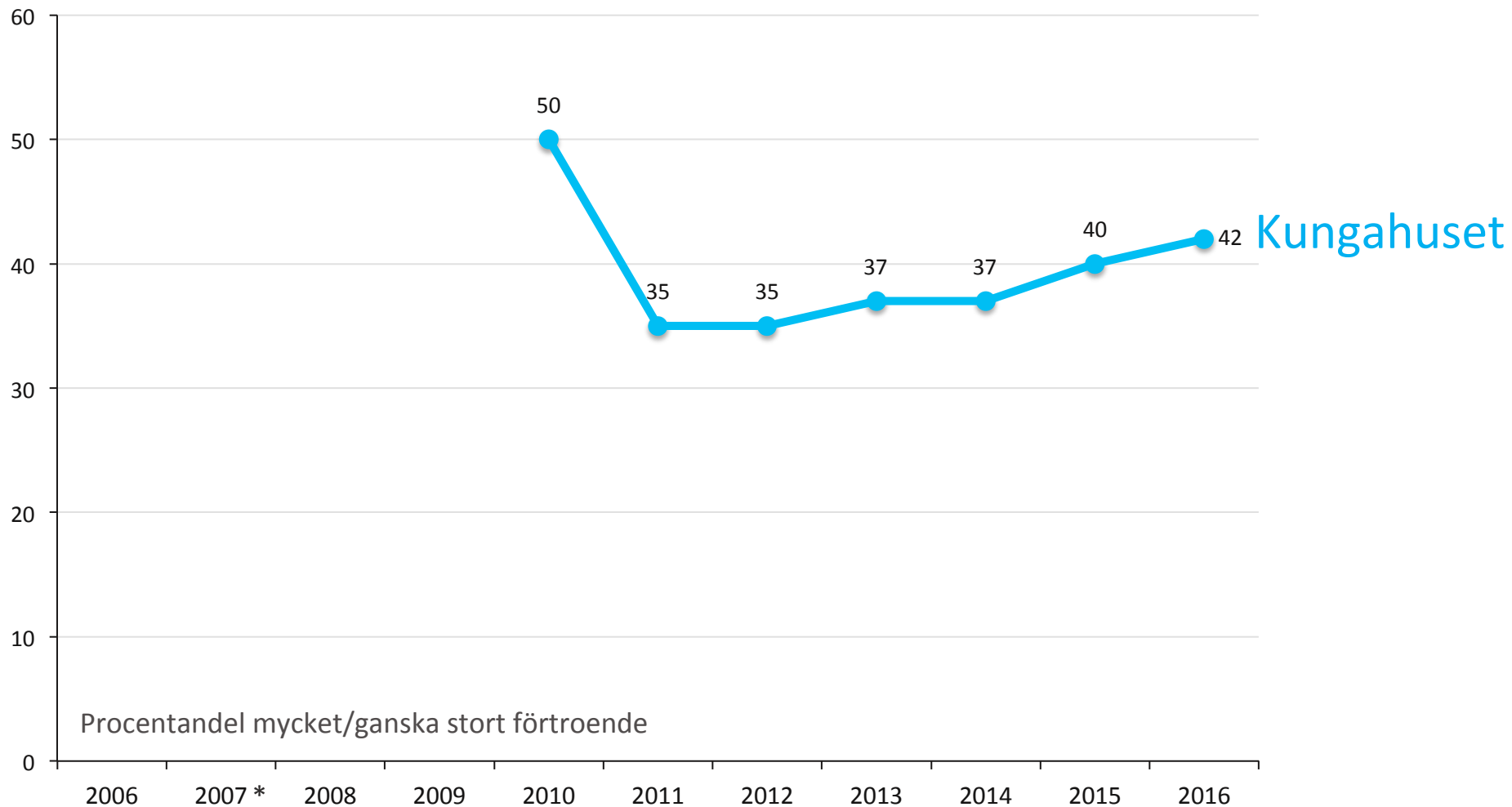


* Före 2007: telefonmätningar, 2007: både telefon- och nätmätningar, efter 2007: enbart nätmätningar



FÖRTROENDE FÖR SAMHÄLLSINSTITUTIONER

UPPÅTGÅENDE FÖRÄNDRING

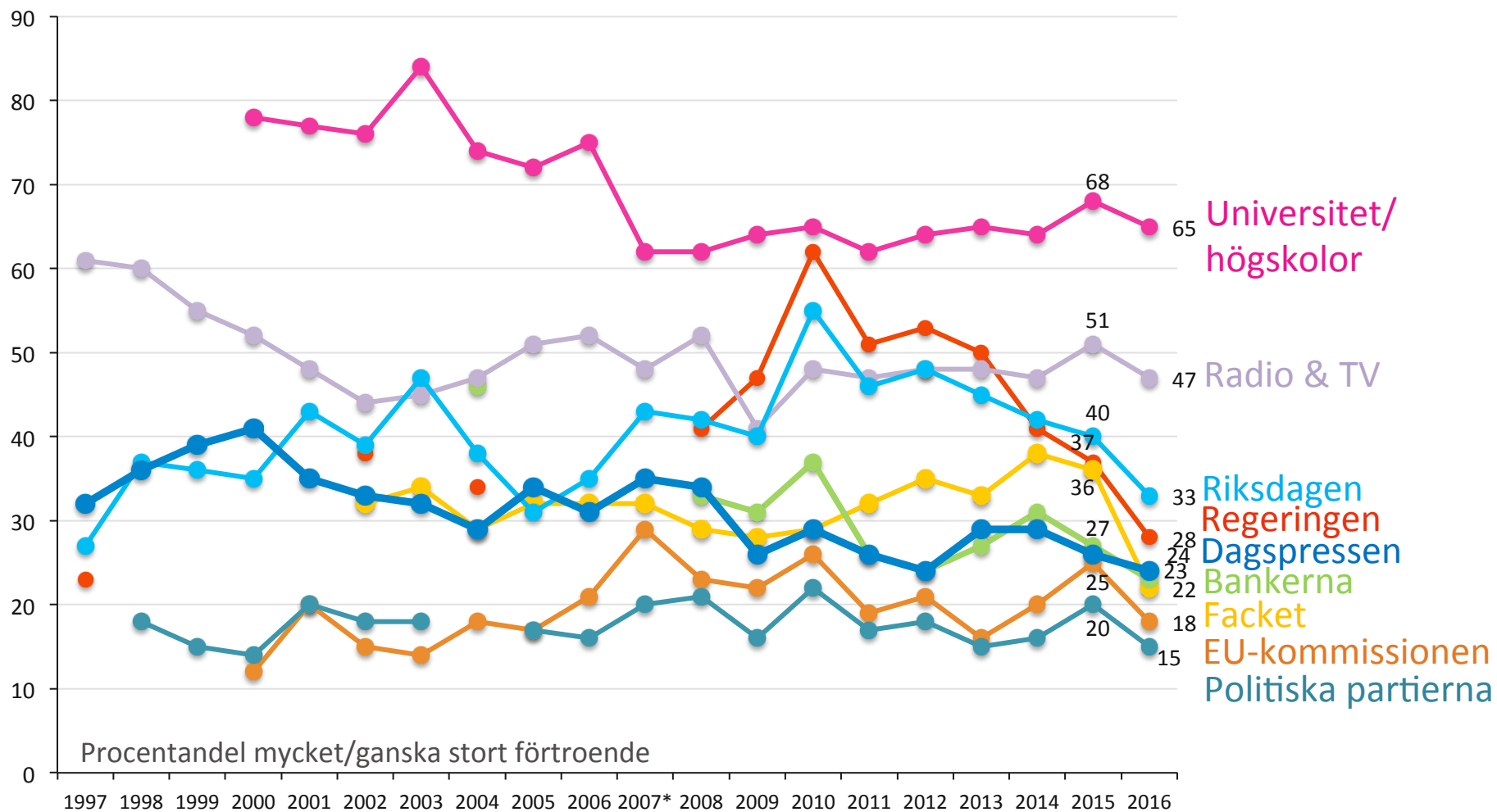


* Före 2007: telefonmätningar, 2007: både telefon- och nätmätningar, efter 2007: enbart nätmätningar



FÖRTROENDE FÖR SAMHÄLLSINSTITUTIONER

NEDÅTGÅENDE FÖRÄNDRING



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



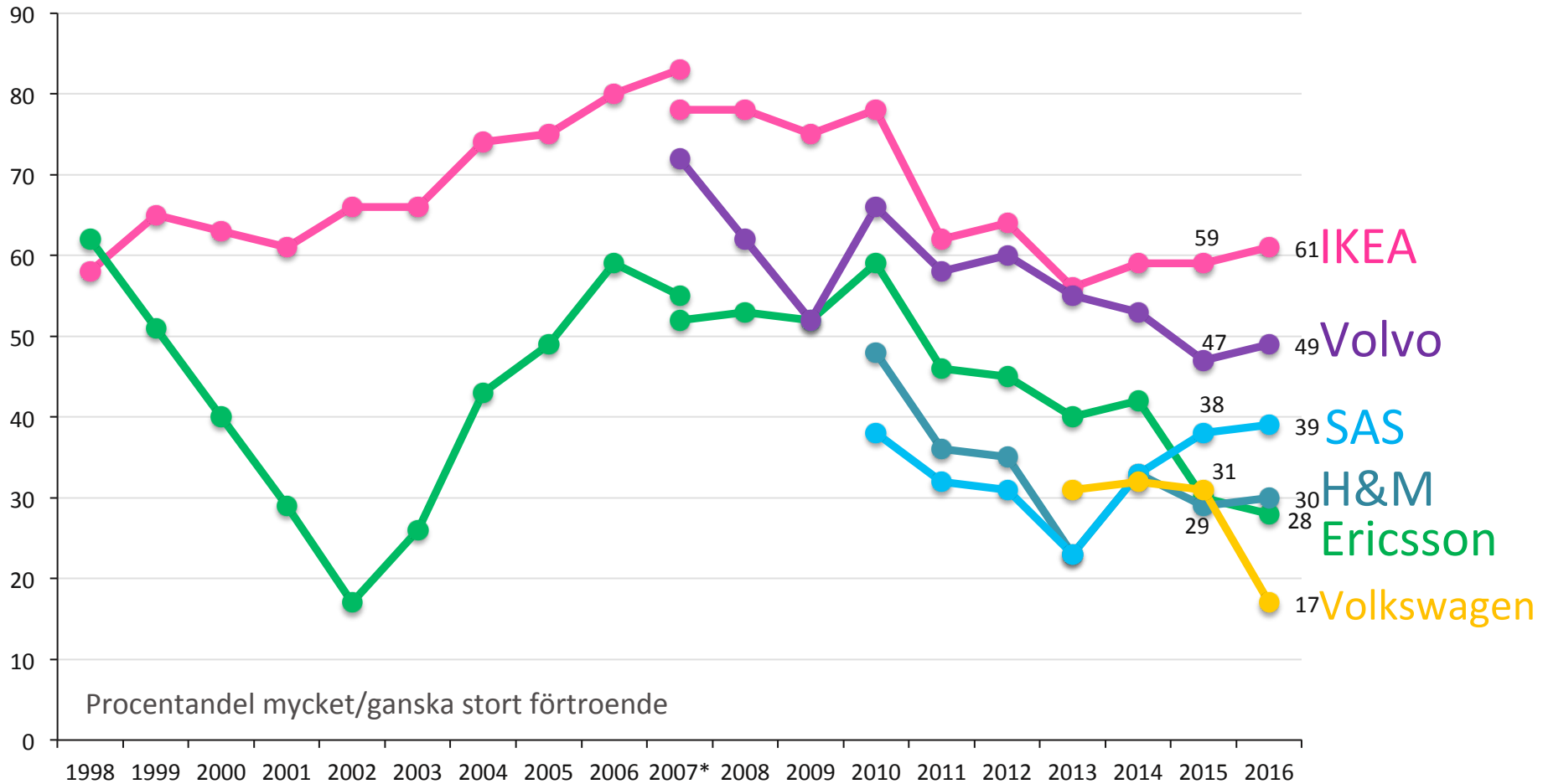
FÖRTROENDE FÖR SAMHÄLLSINSTITUTIONER

Placering		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1 (1)	Universitet/högskolor	65	62	64	65	64	68	65
2*	Polisen	-	-	-	-	-	-	61
2 (2)	Sjukvården	-	60	56	57	46	60	61
3 (3)	Riksbanken	63	55	54	52	49	53	52
4 (4)	Radio/TV	48	47	48	48	47	51	47
5 (7)	Kungahuset	50	35	35	37	37	40	42
6 (6)	Svenska kyrkan	32	34	35	34	36	42	41
7*	Staten	-	-	-	-	-	-	38
8 (7)	Riksdagen	55	46	48	45	42	40	33
9 (8)	Regeringen	62	51	53	50	41	37	28
10 (10)	Storföretagen	31	24	28	24	27	27	26
11 (11)	Dagspressen	29	26	24	29	29	26	24
12 (10)	Bankerna	37	26	24	27	31	27	23
13 (9)	Facket	29	32	35	33	38	36	22
14 (12)	EU-kommissionen	26	19	21	16	20	25	18
15 (13)	Politiska partierna	22	17	18	15	16	20	15



() Placering 2015
 * Ny fråga 2016

FÖRTROENDE FÖR UTVALDA FÖRETAG



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



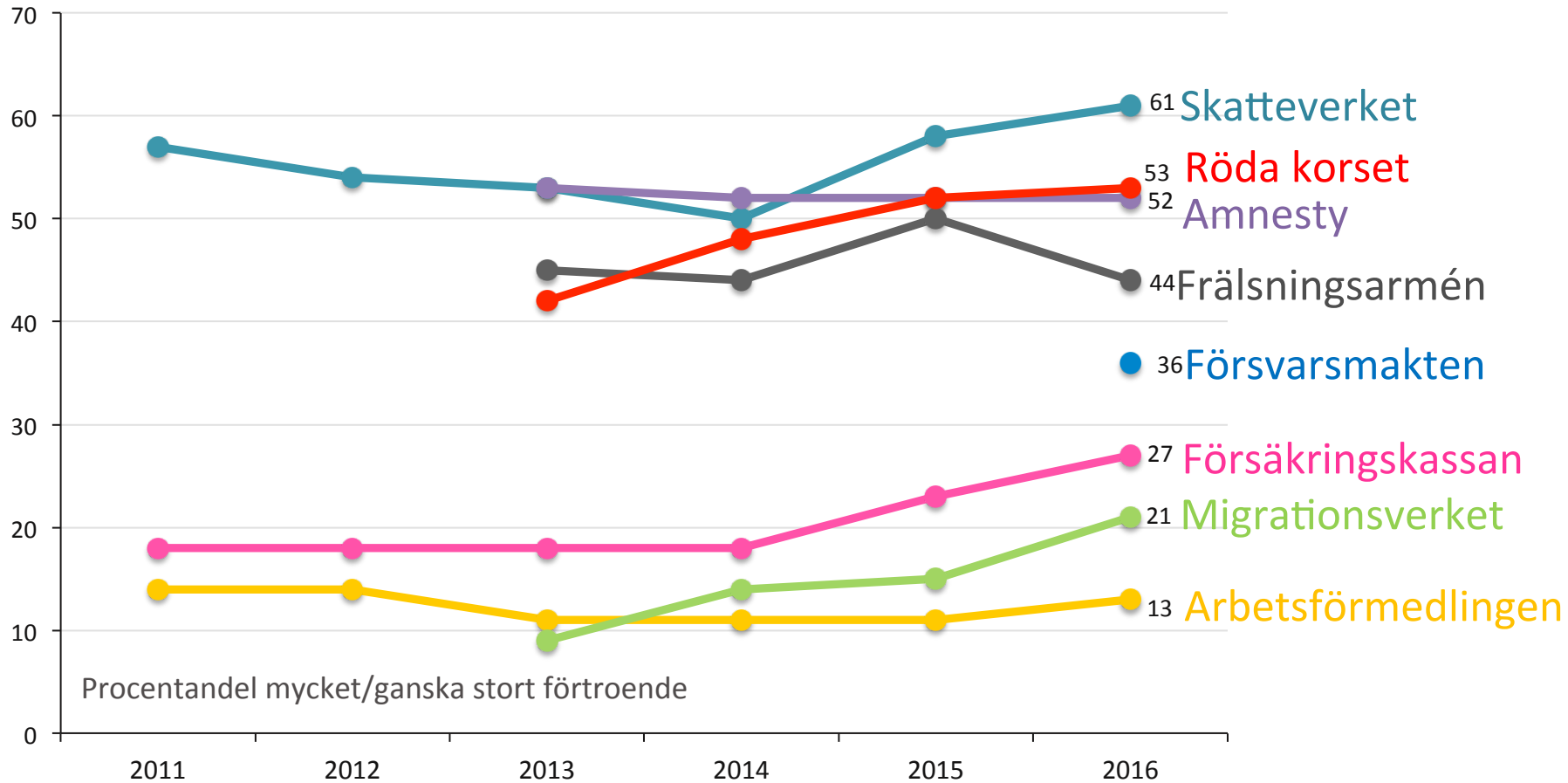
FÖRTROENDE FÖR FÖRETAG

Placering		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1	(1) Systembolaget	-	-	-	63	59	65	70
2	(2) IKEA	78	62	64	56	59	59	61
3	(3) ICA	-	-	-	48	48	54	55
4	(4) Volvo	66	58	60	55	53	47	49
5	(6) SAS	38	32	31	23	33	38	39
6	(7) Coop	-	-	-	35	38	36	37
6	(5) PostNord*	-	-	-	39	44	46	37
7	(10) H&M	48	36	35	23	33	29	30
8	(11) Astra Zeneca	36	29	23	26	29	27	29
9	(9) Ericsson	59	46	45	40	42	30	28
10	(12) HSB	-	-	-	25	25	24	26
11	(11) Telia Sonera	33	25	28	17	26	27	25
12	(13) SJ	21	12	14	14	16	20	21
13	(13) Vattenfall	26	15	15	20	21	20	20
14	(14) Coca Cola	22	21	19	19	21	19	18
14	(14) Skandia	21	18	16	19	20	19	18
15	(8) Volkswagen	-	-	-	31	32	31	17

() Placering 2015
*Namnbyte

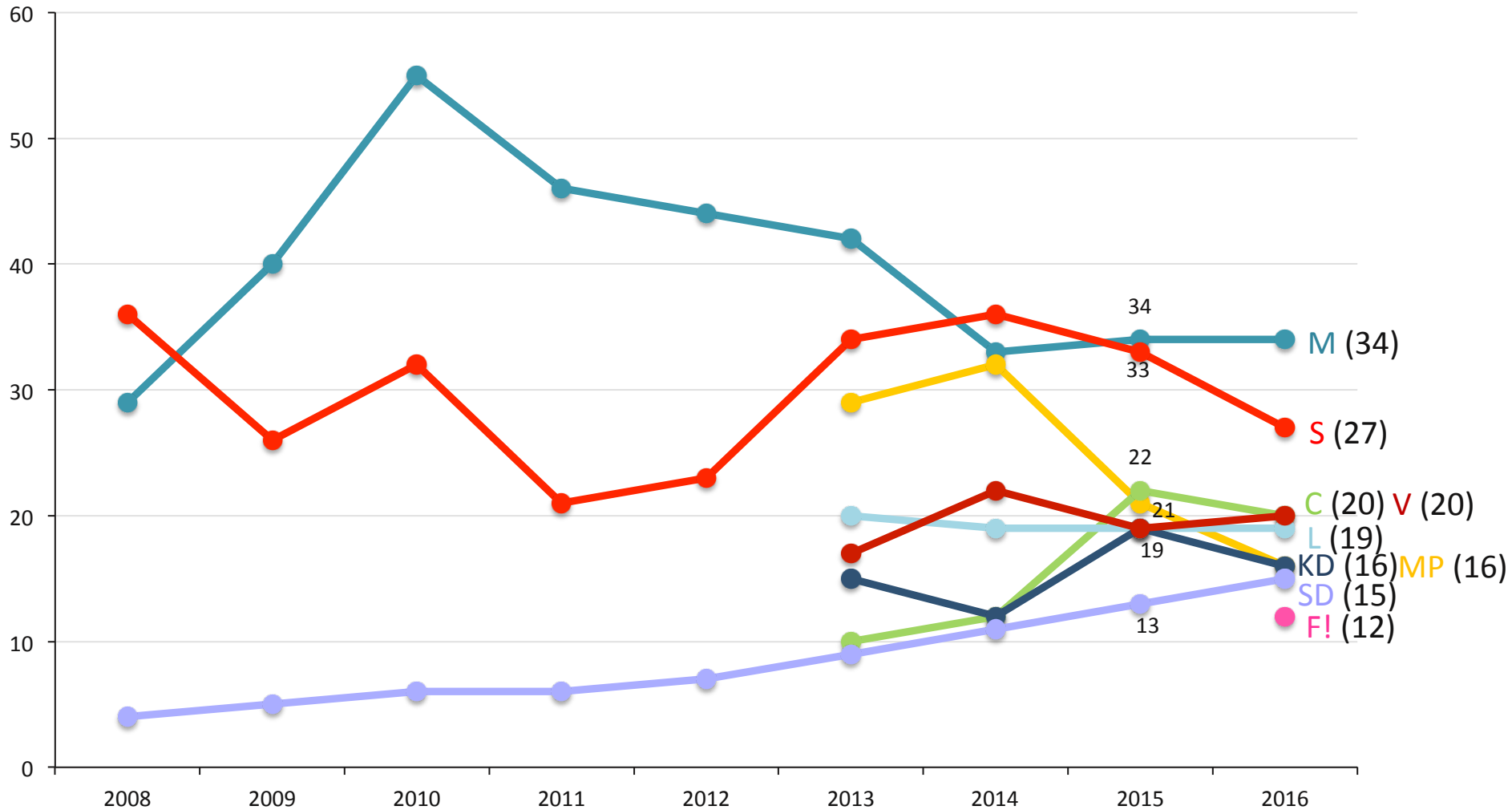


FÖRTROENDE FÖR MYNDIGHETER OCH VÄLGÖRENHETSORGANISATIONER



FÖRTROENDE FÖR POLITISKA PARTIER

Procentandel mycket/ganska stort förtroende



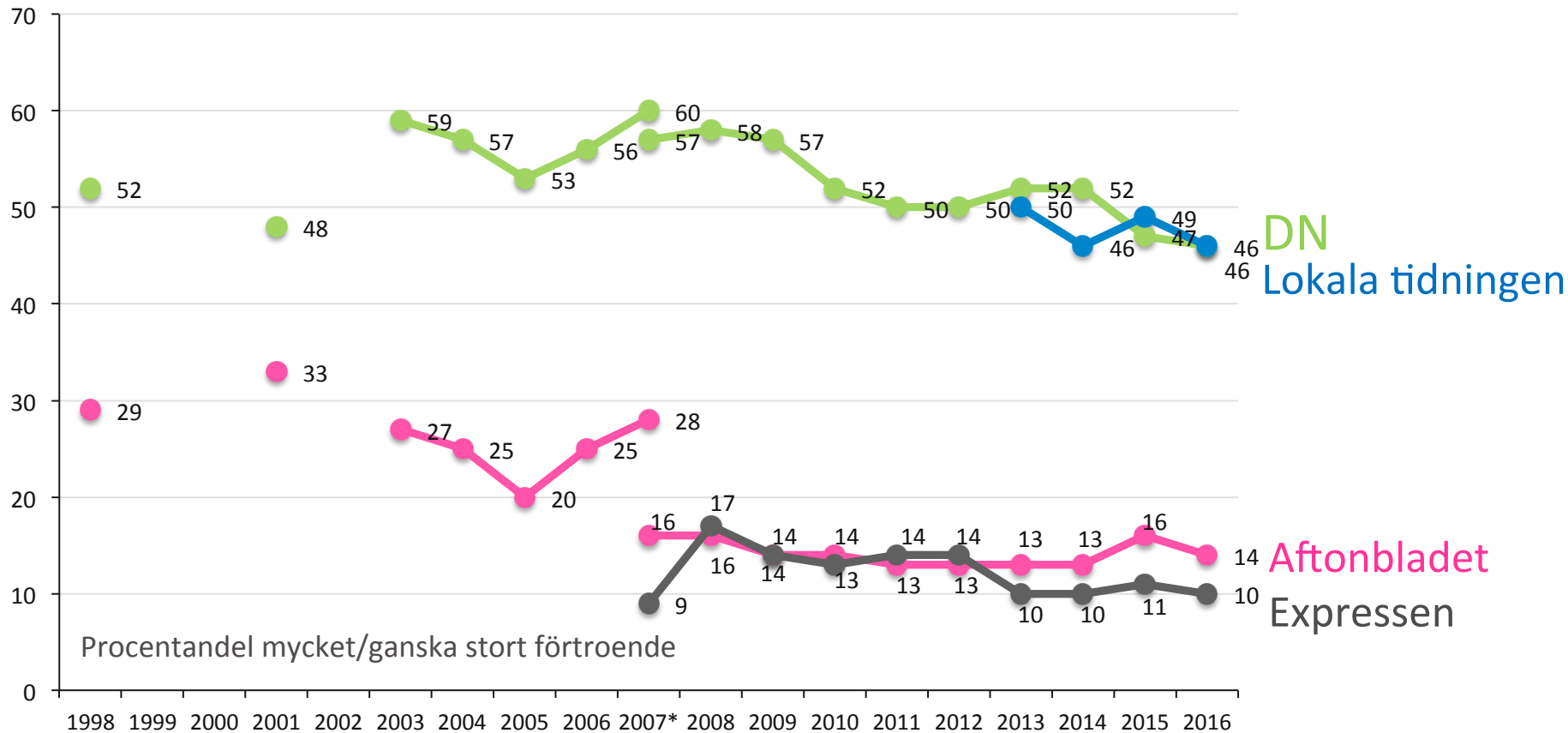
FÖRTROENDE FÖR POLITISKA PARTIER

Placering		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1	(1) M	55	46	44	42	33	34	34
2	(2) S	32	21	23	34	36	33	27
3	(3) C	-	-	-	10	12	22	20
3	(5) V	-	-	-	17	22	19	20
4	(5) L (FP)	-	-	-	20	19	19	19
5	(5) KD	-	-	-	15	12	19	16
5	(4) MP	-	-	-	29	32	21	16
6	(6) SD	6	6	7	9	11	13	15
7*	FI	-	-	-	-	-	-	12

() Placering 2015
*Ny fråga 2016



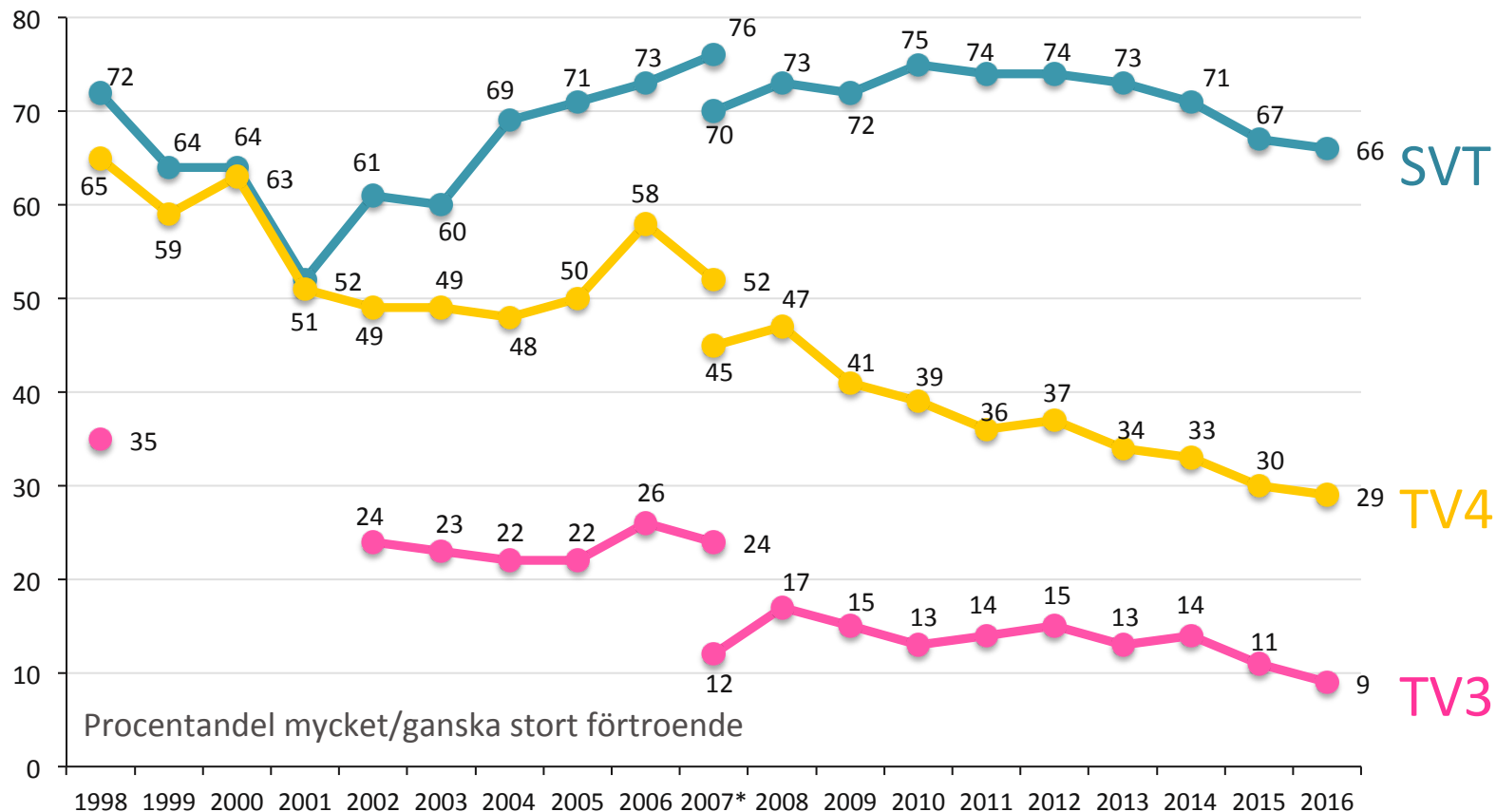
FÖRTROENDE FÖR DAGSPRESS



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



FÖRTROENDE FÖR TV



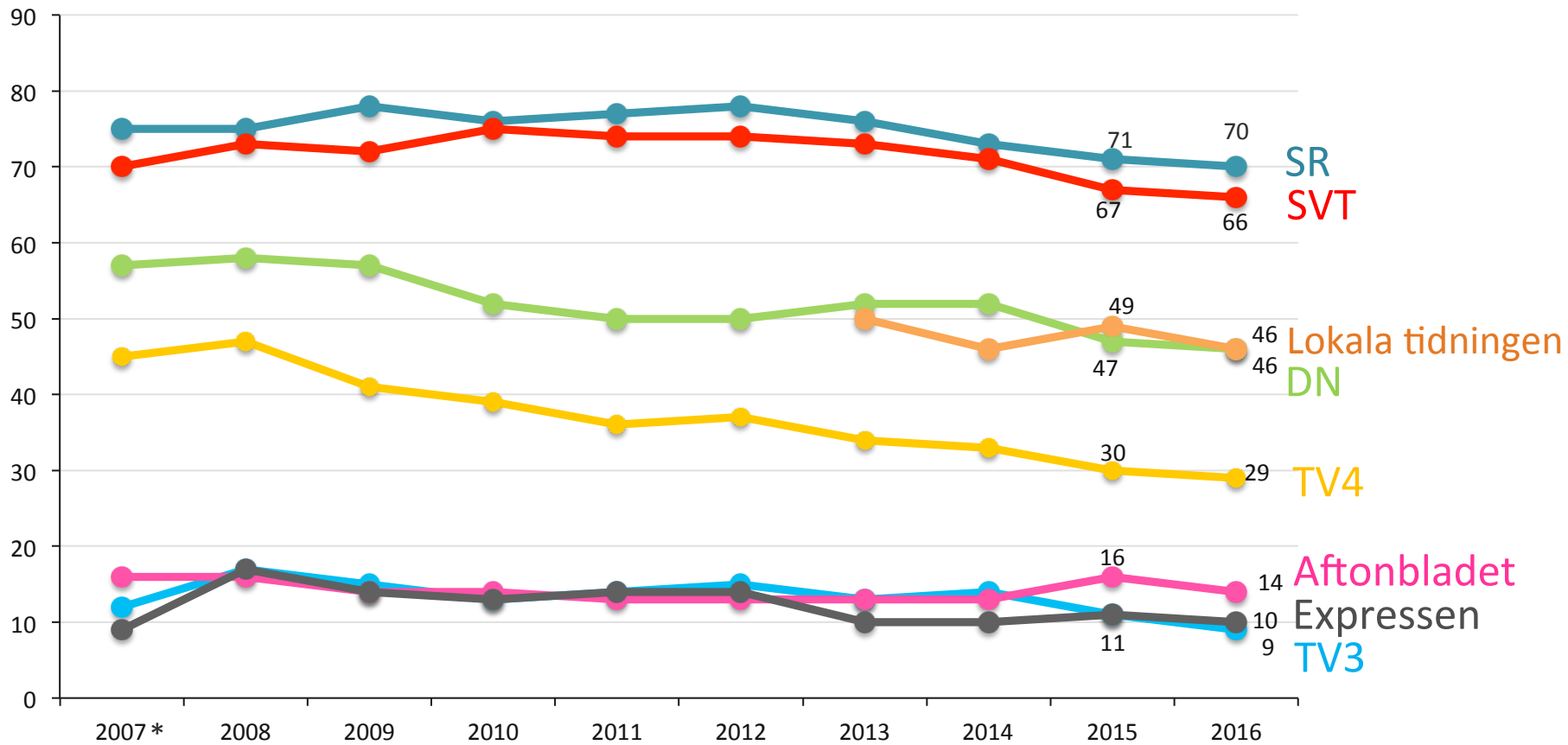
* Före 2007: telefonmätningar, 2007: både telefon- och nätmätningar, efter 2007: enbart nätmätningar



FÖRTROENDE FÖR MASSMEDIER

PRESS, RADIO & TV

Procentandel mycket/ganska stort förtroende

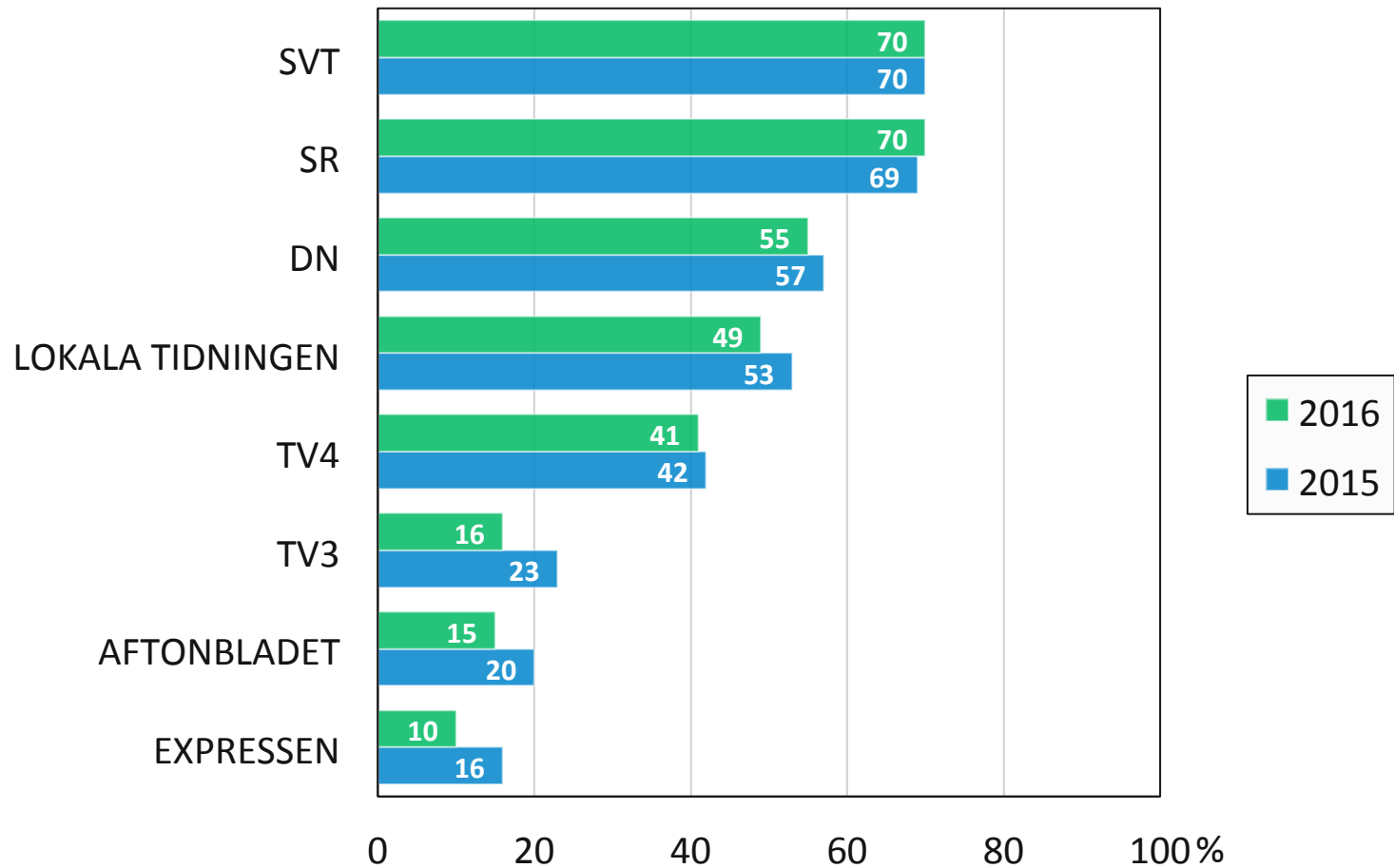


* Före 2007: telefonmätningar, 2007: både telefon- och nätmätningar, efter 2007: enbart nätmätningar



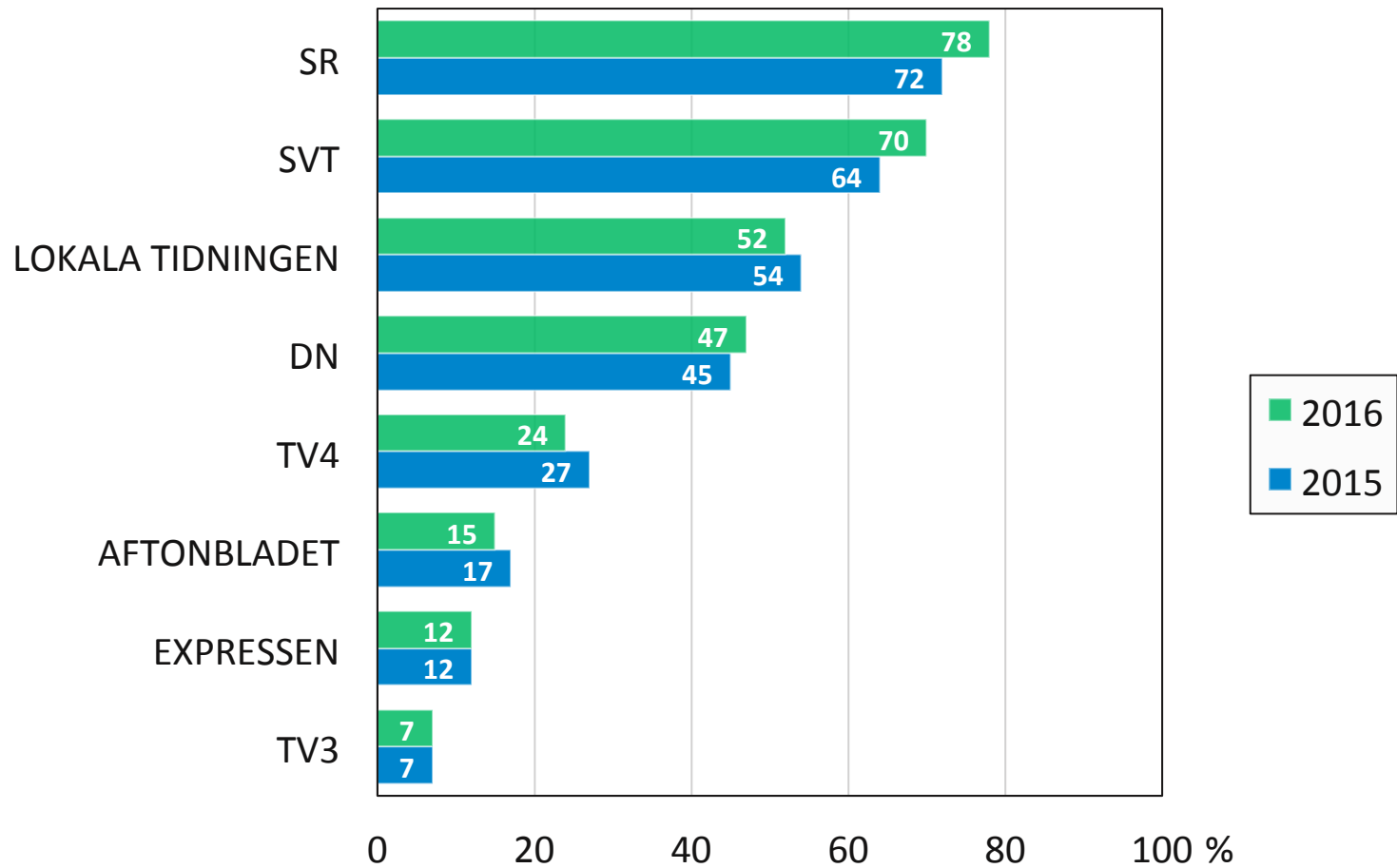
MEDIEFÖRTROENDE

MINSKAT FÖRTROENDE BLAND DE YNGSTA (16-29 ÅR)



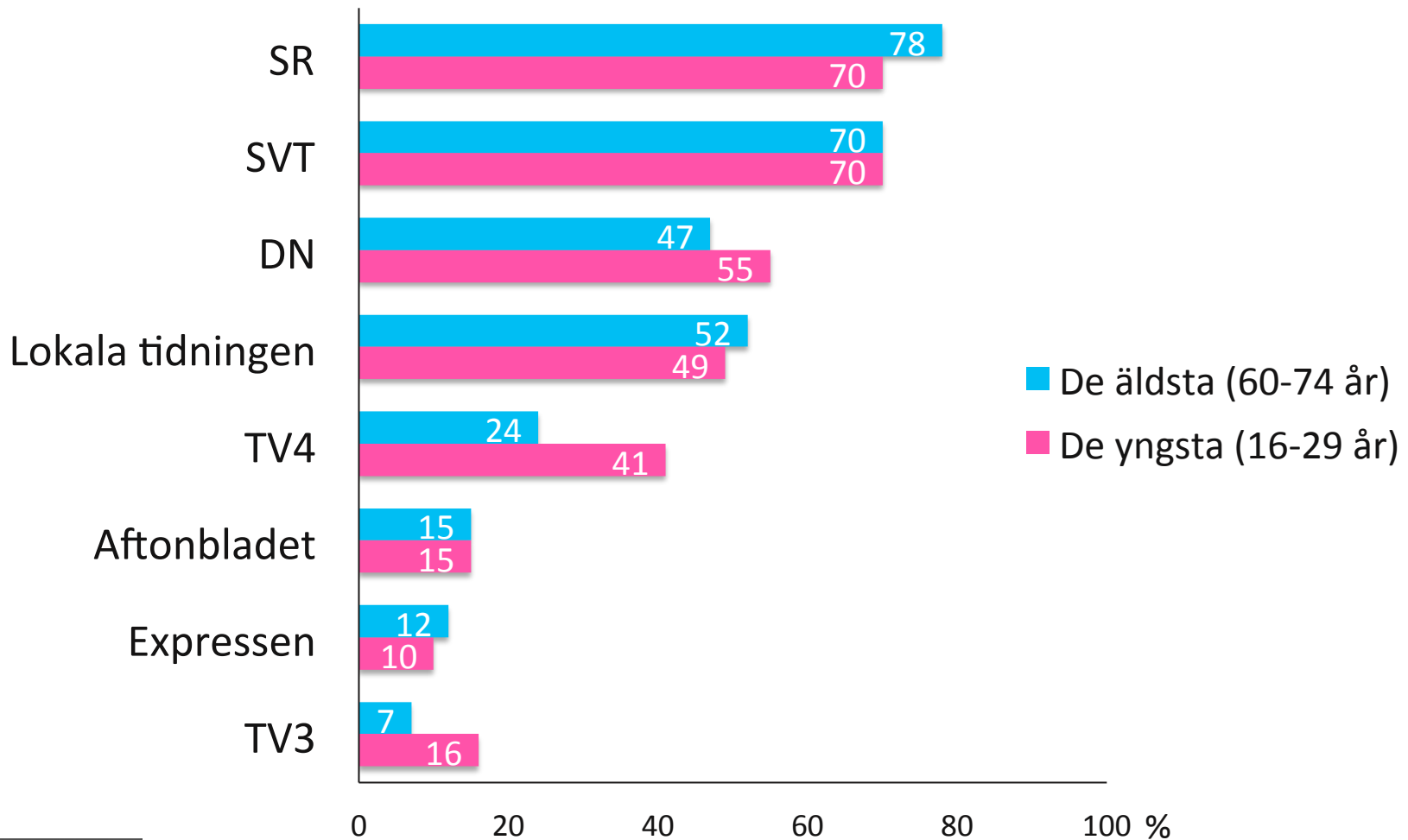
MEDIEFÖRTROENDE

MÖNSTER BLAND DE ÄLDSTA (60-74 ÅR)



MEDIEFÖRTROENDE

JÄMFÖRELSE MELLAN YNGSTA OCH DE ÄLDSTA

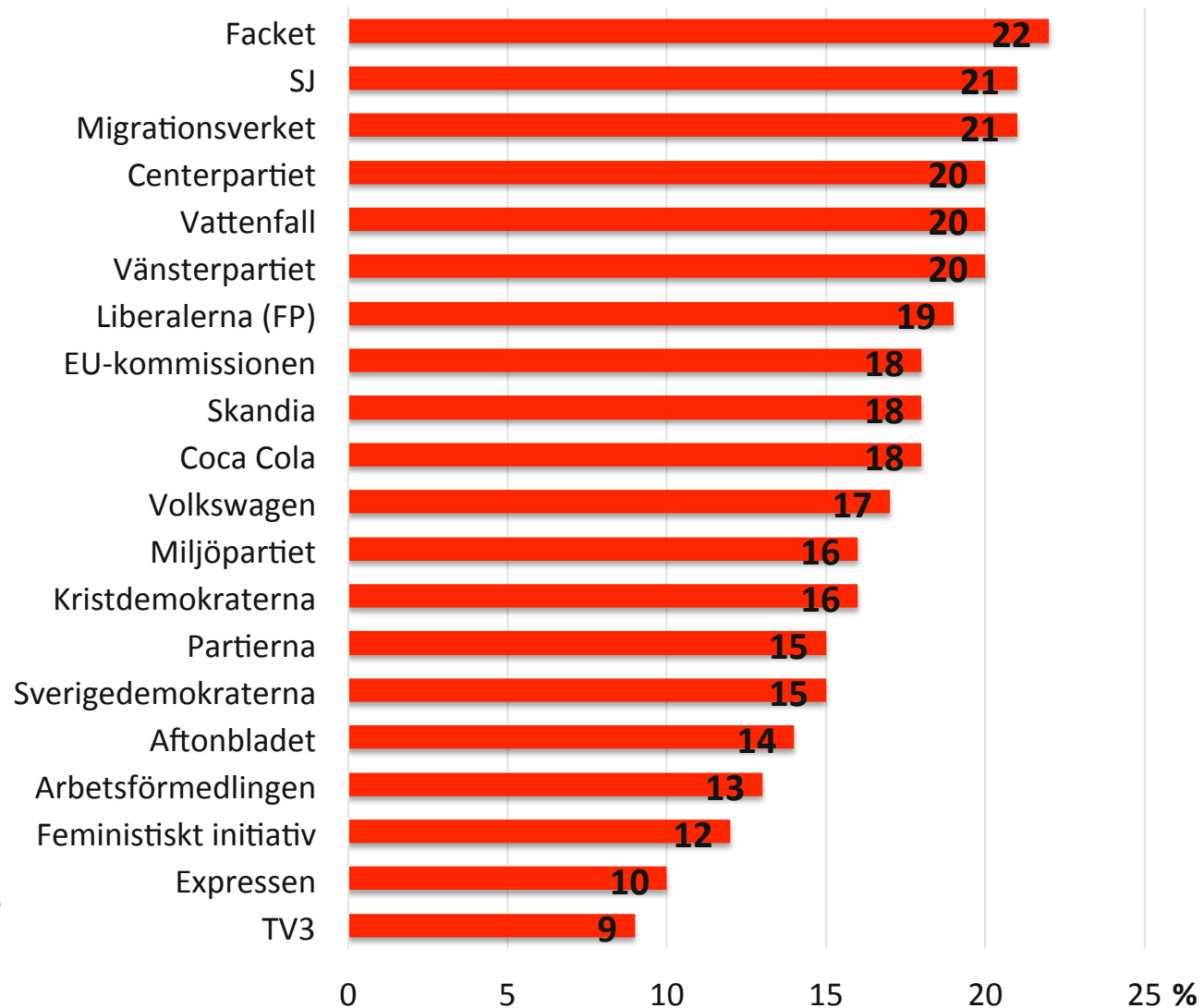


Procentandel mycket /ganska stort förtroende



FÖRTROENDEBAROMETERN 2016

BOTTEN

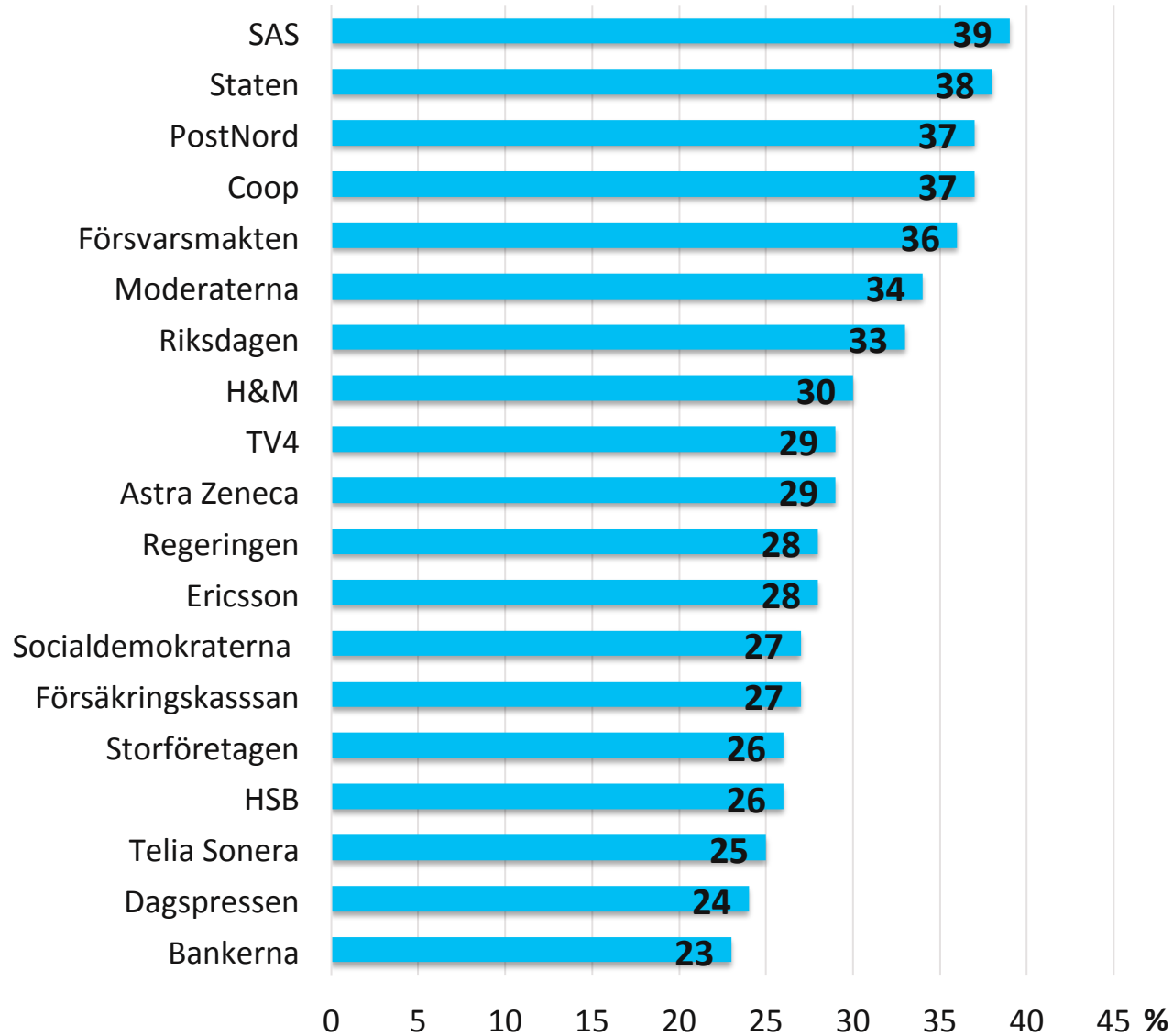


Procentandel mycket/
ganska stort förtroende



FÖRTROENDEBAROMETERN 2016

MITTEN

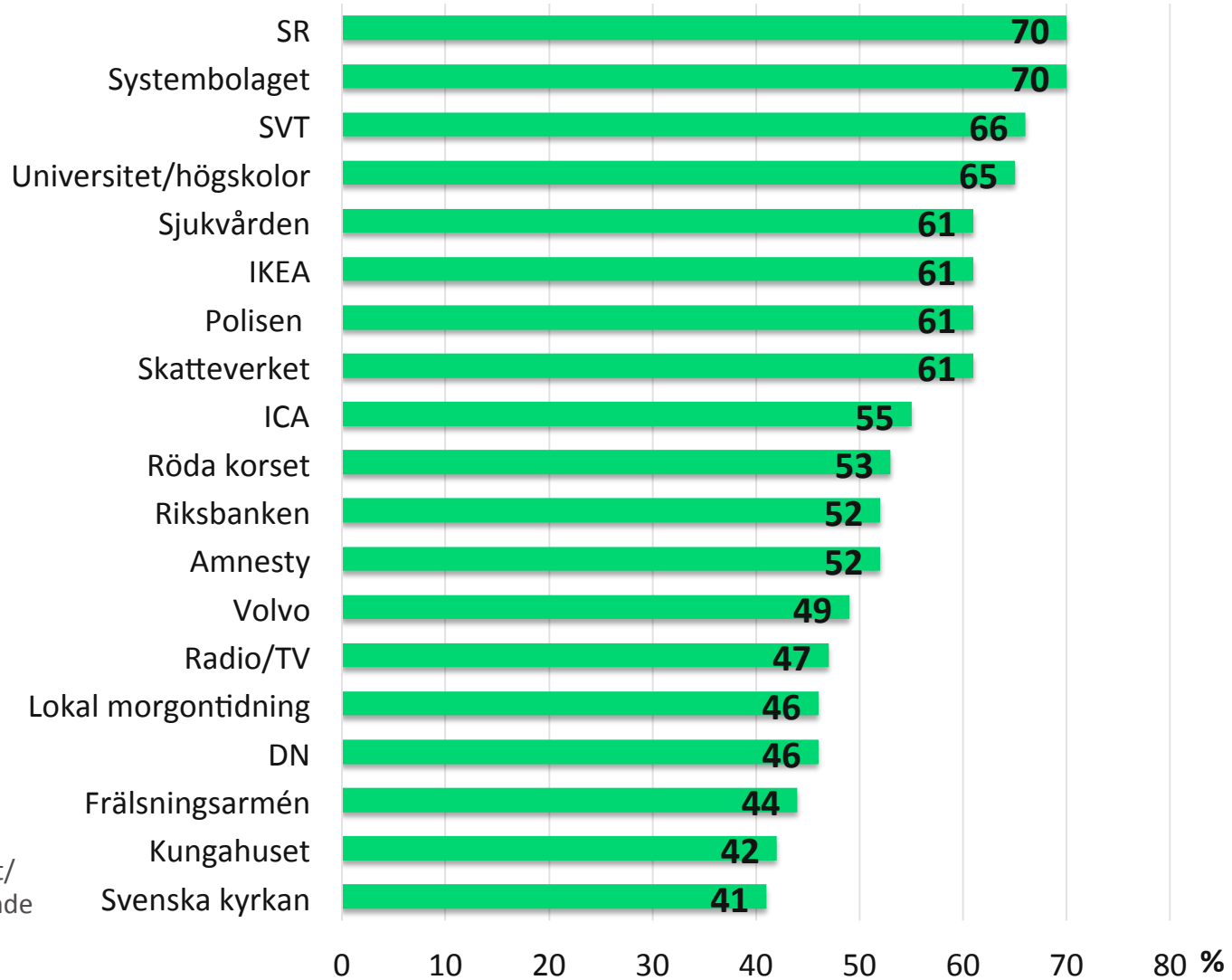


Procentandel mycket/
ganska stort förtroende



FÖRTROENDEBAROMETERN 2016

TOPPEN



Procentandel mycket/
ganska stort förtroende



FÖRTROENDEBAROMETERN

INSTITUTIONER DÄR FÖRTROENDET FÖRÄNDRATS SEDAN 2015

* Positiv förändring i procentenheter

	2015	2016	Förändring*
Migrationsverket	15	21	+6
Systembolaget	65	70	+5
Försäkringskassan	23	27	+4
Skatteverket	58	61	+3



Procentandel mycket/
ganska stort förtroende
bland personer med åsikt

FÖRTROENDEBAROMETERN

INSTITUTIONER DÄR FÖRTROENDET FÖRÄNDRATS SEDAN 2015

* Negativ förändring i procentenheter

	2015	2016	Förändring*
Volkswagen	31	17	-14
Facket	36	22	-14
PostNord	46	37	-9
Regeringen	37	28	-9
Riksdagen	40	33	-7
EU-kommissionen	25	18	-7



Procentandel mycket/
ganska stort förtroende
bland personer med åsikt

www.medicakademin.se



Om mätningen

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 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. År 2016 ägde intervjuer rum mellan den 2-13 mars, 1200 intervjuer genomfördes via webbaserad enkät och under ledning av Toivo Sjören. Intervjupersonerna var 15 år eller äldre.

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 ingick 60 institutioner/ företag/medier och i årets mätning, 2016, ingick 59 stycken.

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?”

