

FÖRTROENDEBAROMETERN

2022

Allmänhetens förtroende för institutioner,
politiska partier, massmedier & företag


KANTAR PUBLIC



Medieakademin

VILL DU HA TILLGÅNG TILL ANALYSER, INSIKTER OCH KUNSKAPSNÄTVERK?

Medieakademin verksamhet bygger på att företag och organisationer är medlemmar och genom sitt engagemang och medlemsavgift möjliggör att vi kan göra våra datadrivna analyser. Dessa analyser presenteras som rapporter, och insikter från dessa sprids bl a genom de medlemsträffar som vi arrangerar. Blir ditt företag eller organisation medlem får du och dina kollegor tillgång till specialrapporter och inbjudningar till våra nätverksmiddagar där vi diskuterar rapporternas innehåll. Genom Medieakademin medgrundande av konferensen MEG – som nu uppgått i Bok & Biblioteks-mässan – får våra medlemmar också fria biljetter till Bok & Biblioteks-mässan.



Syftet med Medieakademin är att fördjupa mediedebatten och ge mer utrymme för fria diskussioner om samhälle, politik och kultur.

MEDIEAKADEMINS STYRELSE

Emanuel Karlsten (ordförande)
Anna Rosenqvist
Lars Rundblom
Toivo Sjören
Gustav Martner
Henrik Ekengren Oscarsson
Jonas Ohlsson
Åsa Ashjari
Josefin Meyer
Beata Jungselius
Therese Bohlin
Anna Serner
Erika Bissmarck

MEDLEMMAR

GÖTEBORGS
UNIVERSITET

Göteborgs-Posten

KANTAR PUBLIC

 Länsförsäkringar
Göteborg och Bohuslän

MAQS LAW FIRM



CASTELLUM

thinc
WE MAKE YOU SHINE

| ESS GROUP |

GÖTEBORGS
FAMILJEN

SEMCON

Svenska kyrkan 

morris | law.

STENDAHL'S

mig

Svenska
FilminstitutetVÄSTSVENSKA
HANDELSKAMMAREN

goodfellows

brainforest.

go:teborg&co

BUSINESS REGION
GÖTEBORG

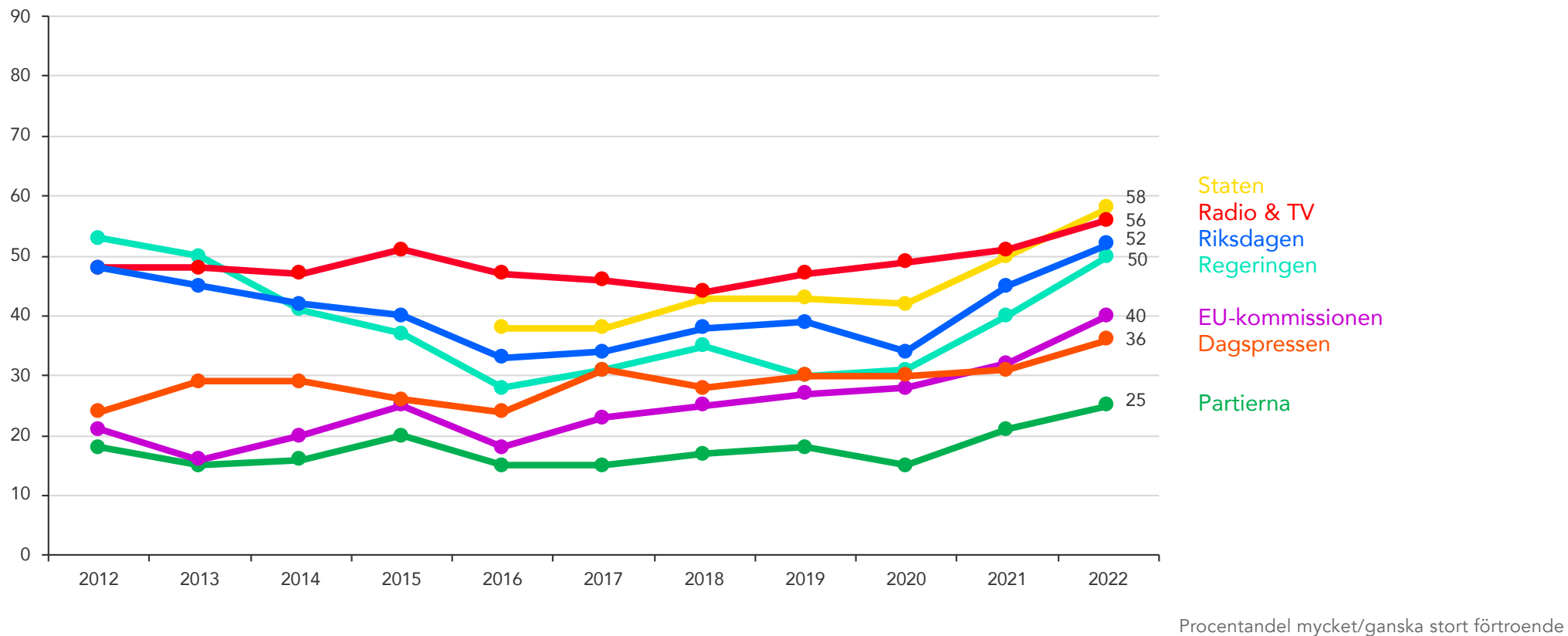
MEDIEAKADEMINS FÖRTROENDEBAROMETER 2022

- Medieakademins förtroendebarmeter har genomförts årligen sedan 1997.
- Årets mätning har genomförts av Kantar Public.
- 2022 års undersökning omfattar 1201 webb-intervjuer med personer 16 år eller äldre.
- Fältperioden ägde rum den 21 februari - 2 mars 2022.



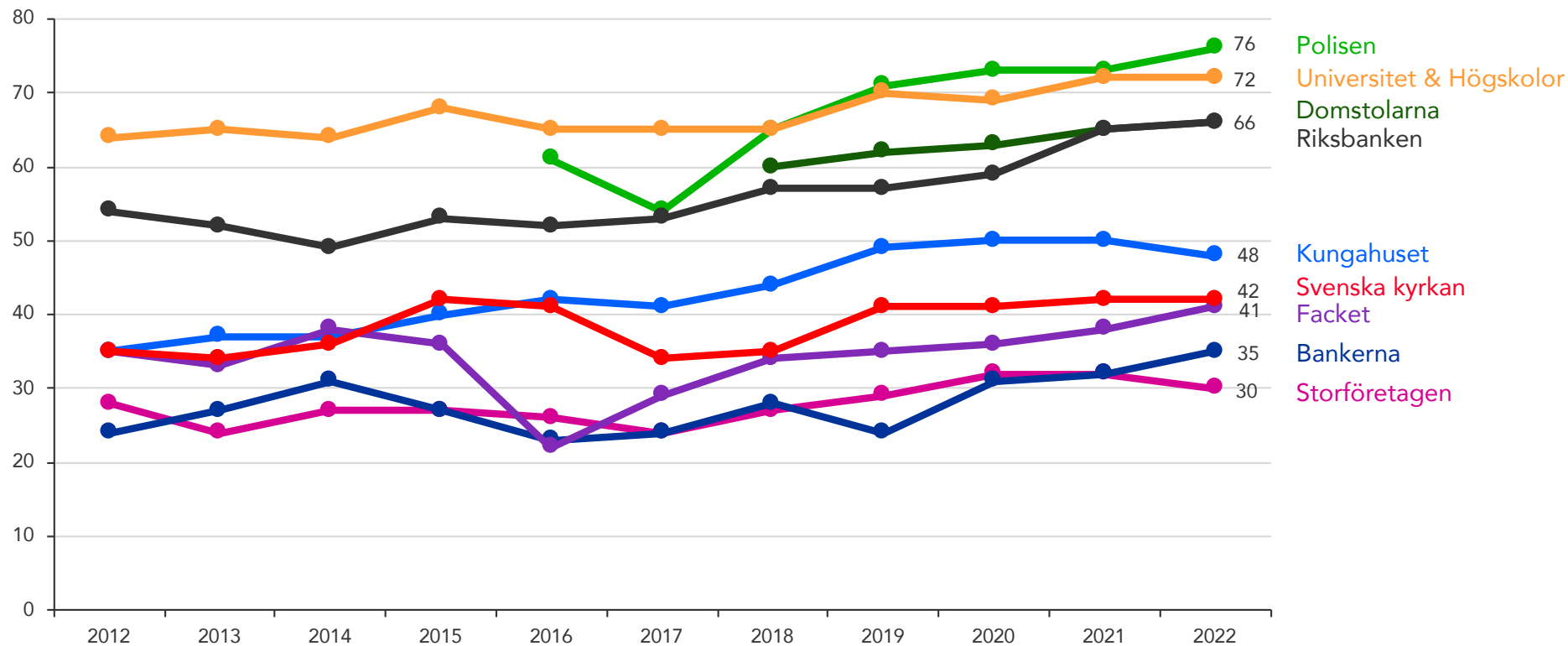
FÖRTROENDE FÖR SAMHÄLLSINSTITUTIONER

Uppåtgående förändring sedan 2021



FÖRTROENDE FÖR SAMHÄLLSINSTITUTIONER

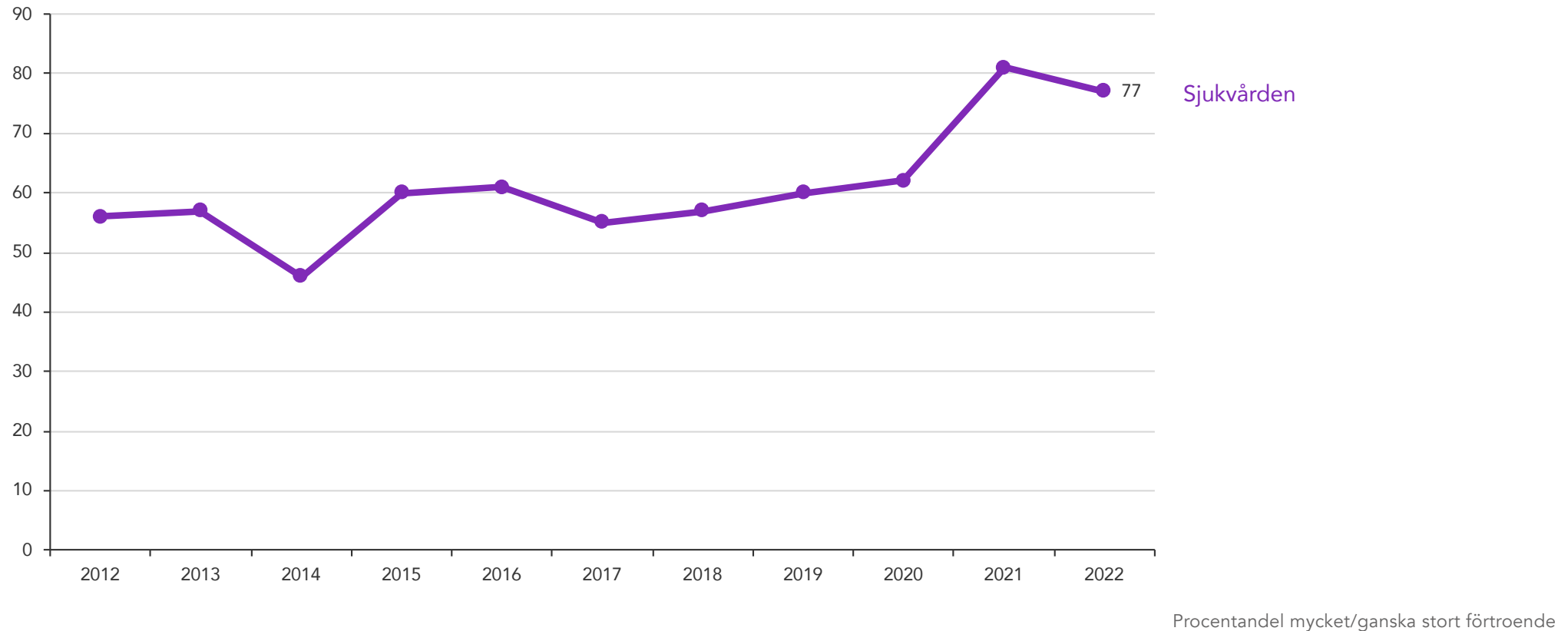
Ingen eller liten förändring sedan 2021



Procentandel mycket/ganska stort förtroende

FÖRTROENDE FÖR SAMHÄLLSINSTITUTIONER

Nedåtgående förändring sedan 2021



FÖRTROENDEBAROMETERN

Institutioner där förtroendet förbättrats mest sedan 2021

	2021	2022	Förändring*
MSB	41	55	+14
Regeringen	40	50	+10
Staten	50	58	+8
Socialdemokraterna	35	43	+8
EU-kommissionen	32	40	+8
Röda korset	52	59	+7
Riksdagen	45	52	+7
Folkhälsomyndigheten	58	63	+5
Radio/TV	51	56	+5
Dagspressen	31	36	+5
Försäkringskassan	21	26	+5

*Positiv förändring i procentenheter

Procentandel mycket/ganska stort förtroende

FÖRTROENDEBAROMETERN

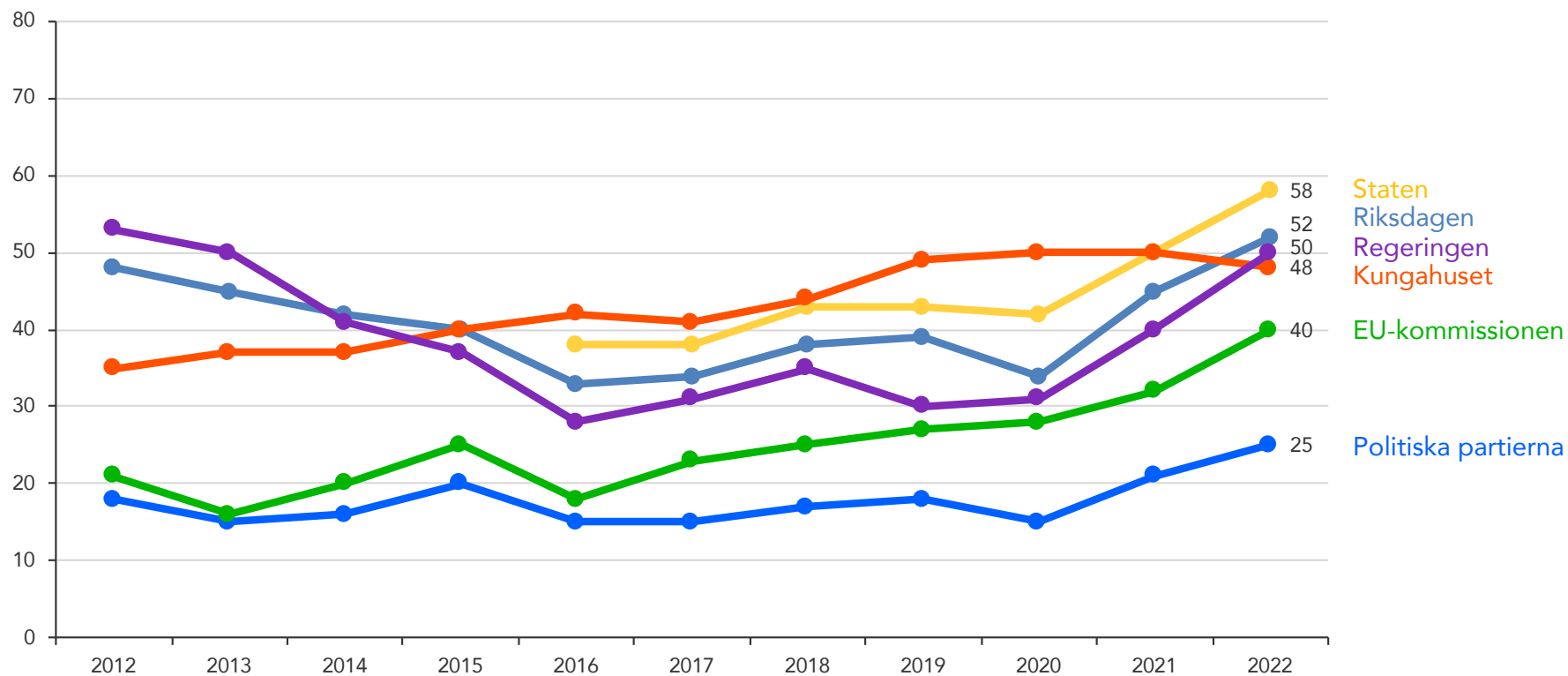
Institutioner där förtroendet försämrats mest sedan 2021

	2021	2022	Förändring*
Ericsson	33	24	-9
SAS	27	21	-6
SJ	32	26	-6
H&M	24	19	-5
Telia Company	31	26	-5

*Negativ förändring i procentenheter

Procentandel mycket/ganska stort förtroende

FÖRTROENDE FÖR SAMHÄLLSINSTITUTIONER

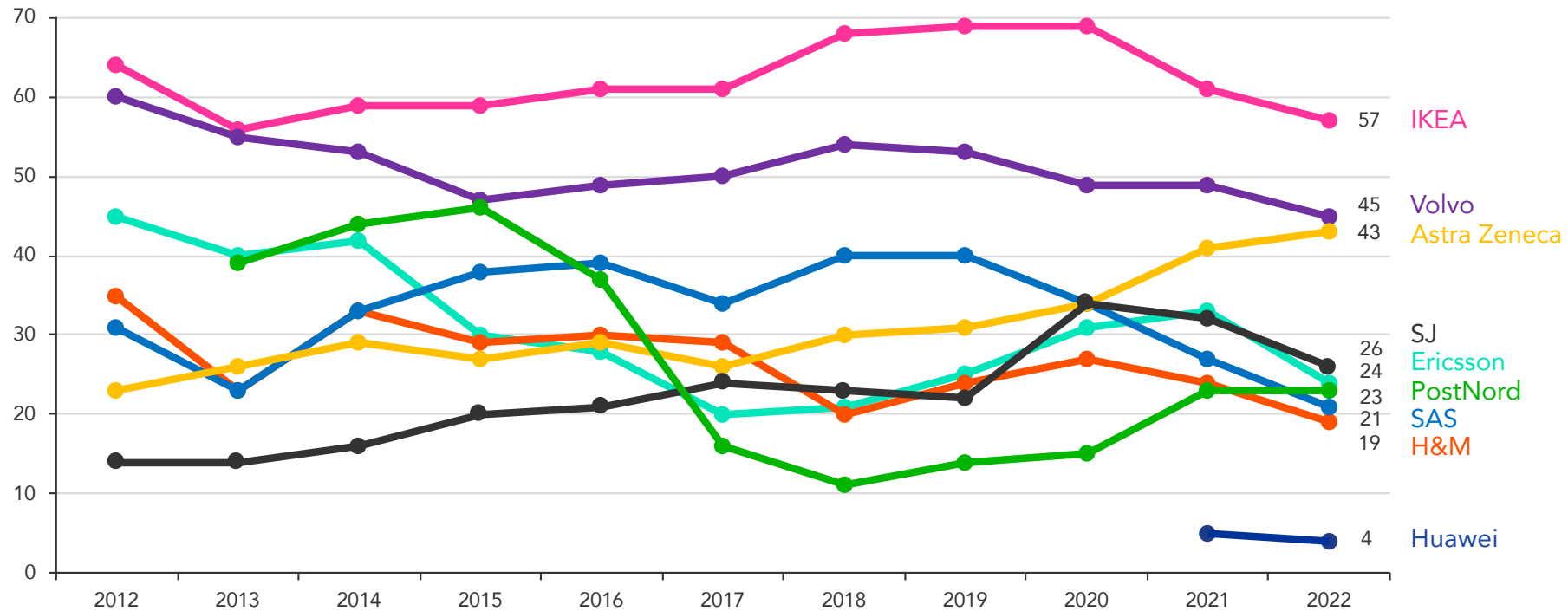


Procentandel mycket/ganska stort förtroende

FÖRTROENDE FÖR SAMHÄLLSINSTITUTIONER

Placering			2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
1	(1)	Sjukvården	56	57	46	60	61	55	57	60	62	81	77
2	(2)	Polisen	-	-	-	-	61	54	65	71	73	73	76
3	(3)	Universitet/högskolor	64	65	64	68	65	65	65	70	69	72	72
4	(4)	Domstolarna	-	-	-	-	-	-	60	62	63	65	66
4	(4)	Riksbanken	54	52	49	53	52	53	57	57	59	65	66
5	(6)	Staten	-	-	-	-	38	38	43	43	42	50	58
6	(5)	Radio/TV	48	48	47	51	47	46	44	47	49	51	56
7	(7)	Riksdagen	48	45	42	40	33	34	38	39	34	45	52
8	(9)	Regeringen	53	50	41	37	28	31	35	30	31	40	50
9	(6)	Kungahuset	35	37	37	40	42	41	44	49	50	50	48
10	(8)	Svenska kyrkan	35	34	36	42	41	34	35	41	41	42	42
11	(10)	Facket	35	33	38	36	22	29	34	35	36	38	41
12	(11)	EU-kommissionen	21	16	20	25	18	23	25	27	28	32	40
13	(12)	Dagspressen	24	29	29	26	24	31	28	30	30	31	36
14	(11)	Bankerna	24	27	31	27	23	24	28	24	31	32	35
15	(11)	Storföretagen	28	24	27	27	26	24	27	29	32	32	30
16	(13)	Politiska partierna	18	15	16	20	15	15	17	18	15	21	25

FÖRTROENDE FÖR UTVALDA FÖRETAG

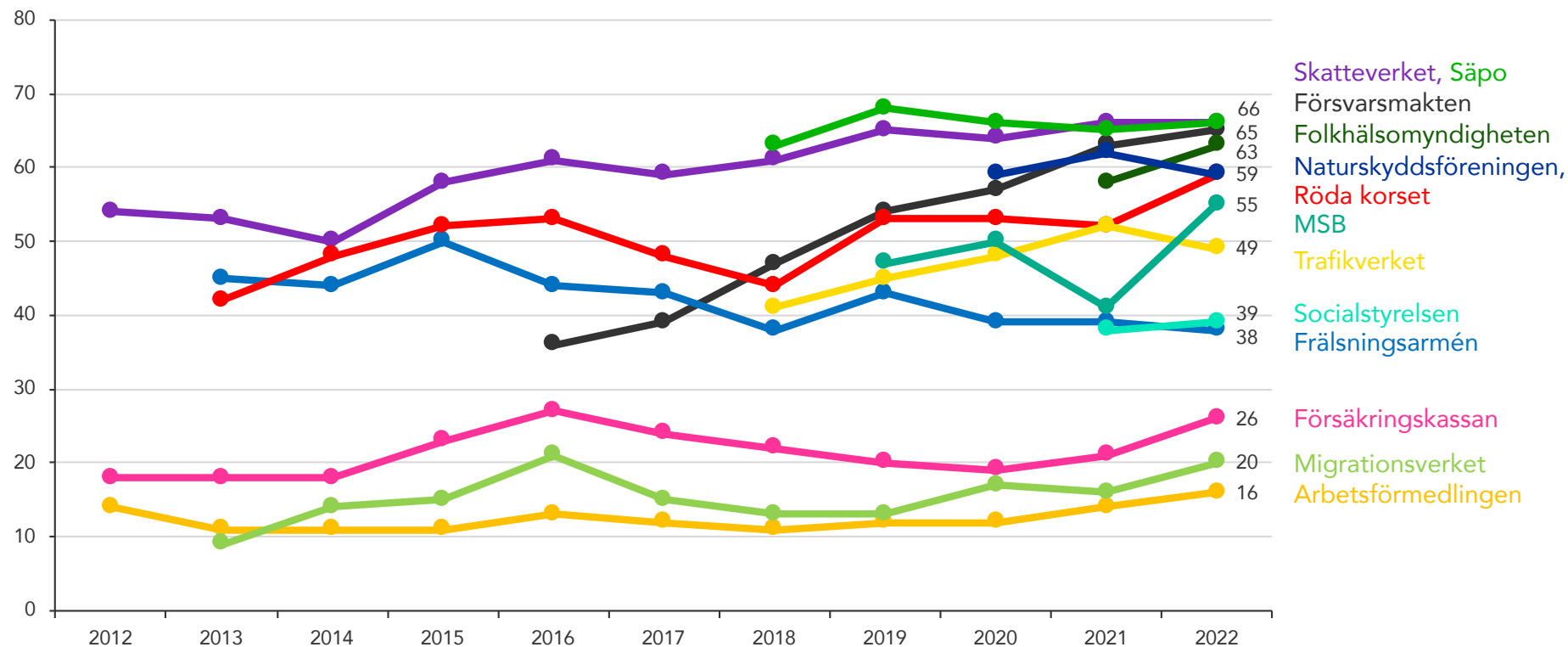


Procentandel mycket/ganska stort förtroende

FÖRTROENDE FÖR FÖRETAG

Placering			2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
1	(1)	Systembolaget	-	63	59	65	70	70	71	78	76	73	71
2	(3)	ICA	-	48	48	54	55	55	59	62	55	58	60
3	(2)	IKEA	64	56	59	59	61	61	68	69	69	61	57
4	(4)	Volvo	60	55	53	47	49	50	54	53	49	49	45
5	(5)	Coop	-	35	38	36	37	39	42	42	39	42	43
5	(6)	Astra Zeneca	23	26	29	27	29	26	30	31	34	41	43
6	(7)	Vattenfall	15	20	21	20	20	21	25	22	32	33	32
7	(8)	SJ	14	14	16	20	21	24	23	22	34	32	26
7	(9)	Telia Company	28	17	26	27	25	26	24	27	30	31	26
7	(10)	Volkswagen	-	31	32	31	17	19	21	22	27	28	26
8	(7)	Ericsson	45	40	42	30	28	20	21	25	31	33	24
9	(13)	PostNord	-	39	44	46	37	16	11	14	15	23	23
10	(11)	SAS	31	23	33	38	39	34	40	40	34	27	21
11	(12)	H&M	35	23	33	29	30	29	20	24	27	24	19
12	(14)	Huawei	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5	4

FÖRTROENDE FÖR MYNDIGHETER OCH VÄLGÖRENHETSORGANISATIONER

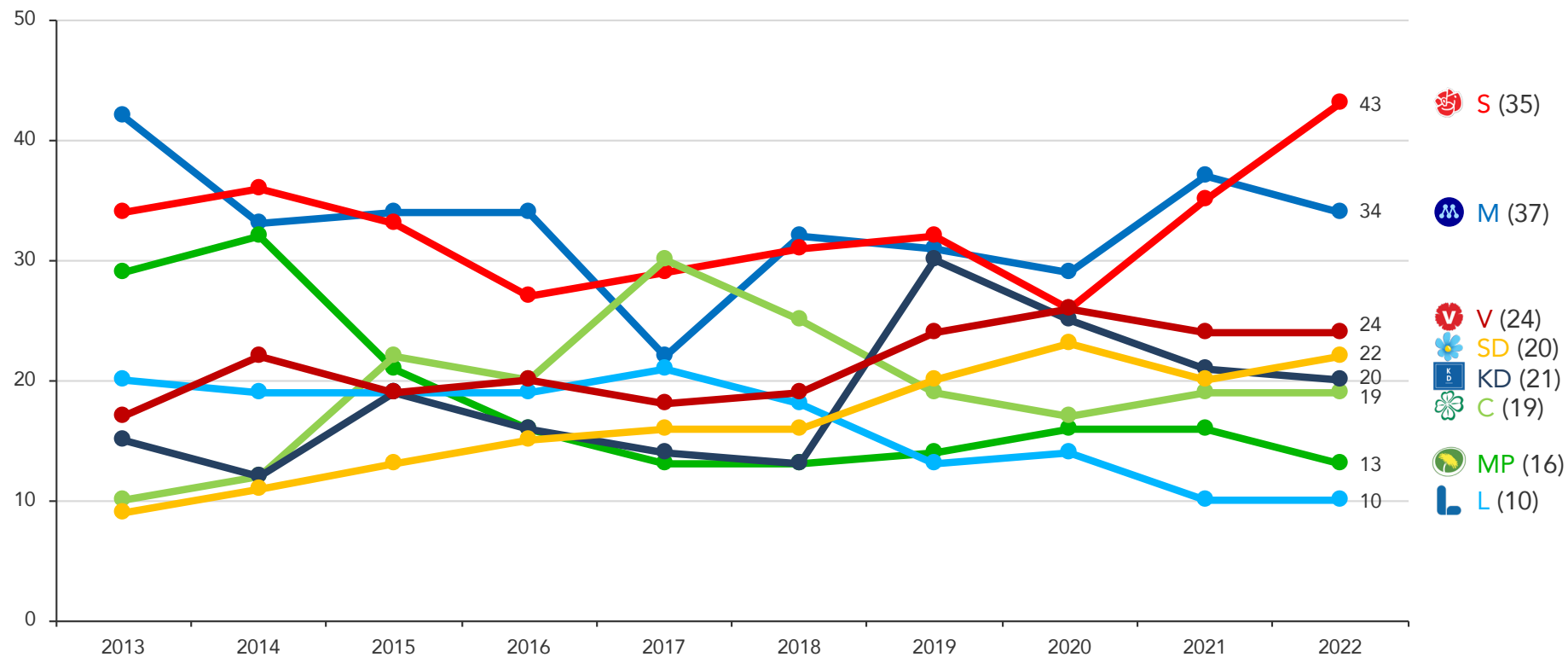


Procentandel mycket/ganska stort förtroende

FÖRTROENDE FÖR MYNDIGHETER OCH VÄLGÖRENHETSORGANISATIONER

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Skatteverket	57	54	53	50	58	61	59	61	65	64	66	66
Försäkringskassan	18	18	18	18	23	27	24	22	20	19	21	26
Arbetsförmedlingen	14	14	11	11	11	13	12	11	12	12	14	16
Migrationsverket			9	14	15	21	15	13	13	17	16	20
Försvarsmakten						36	39	47	54	57	63	65
Frälsningsarmén			45	44	50	44	43	38	43	39	39	38
Röda korset			42	48	52	53	48	44	53	53	52	59
Folkhälsomyndigheten											58	63
Trafikverket								41	45	48	52	49
Säpo								63	68	66	65	66
MSB									47	50	41	55
Naturskyddsföreningen										59	62	59
Socialstyrelsen											38	39

FÖRTROENDE FÖR POLITISKA PARTIER



() Förtroende 2021

Procentandel mycket/ganska stort förtroende

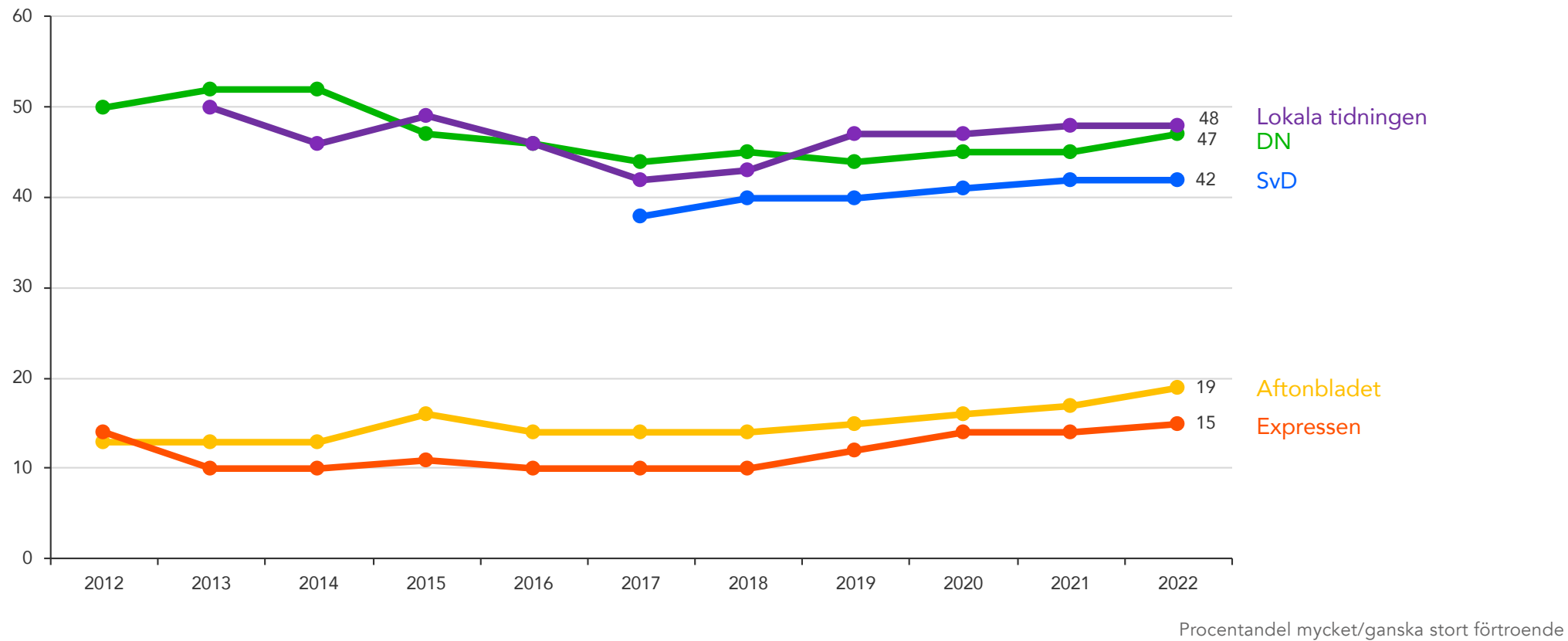
FÖRTROENDE FÖR POLITISKA PARTIER

Placering			2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
2	(2)	 S	23	34	36	33	27	29	31	32	26	35	43
1	(1)	 M	44	42	33	34	34	22	32	31	29	37	34
3	(3)	 V	-	17	22	19	20	18	19	24	26	24	24
5	(5)	 SD	7	9	11	13	15	16	16	20	23	20	22
4	(4)	 KD	-	15	12	19	16	14	13	30	25	21	20
6	(6)	 C	-	10	12	22	20	30	25	19	17	19	19
7	(7)	 MP	-	29	32	21	16	13	13	14	16	16	13
8	(8)	 L	-	20	19	19	19	21	18	13	14	10	10

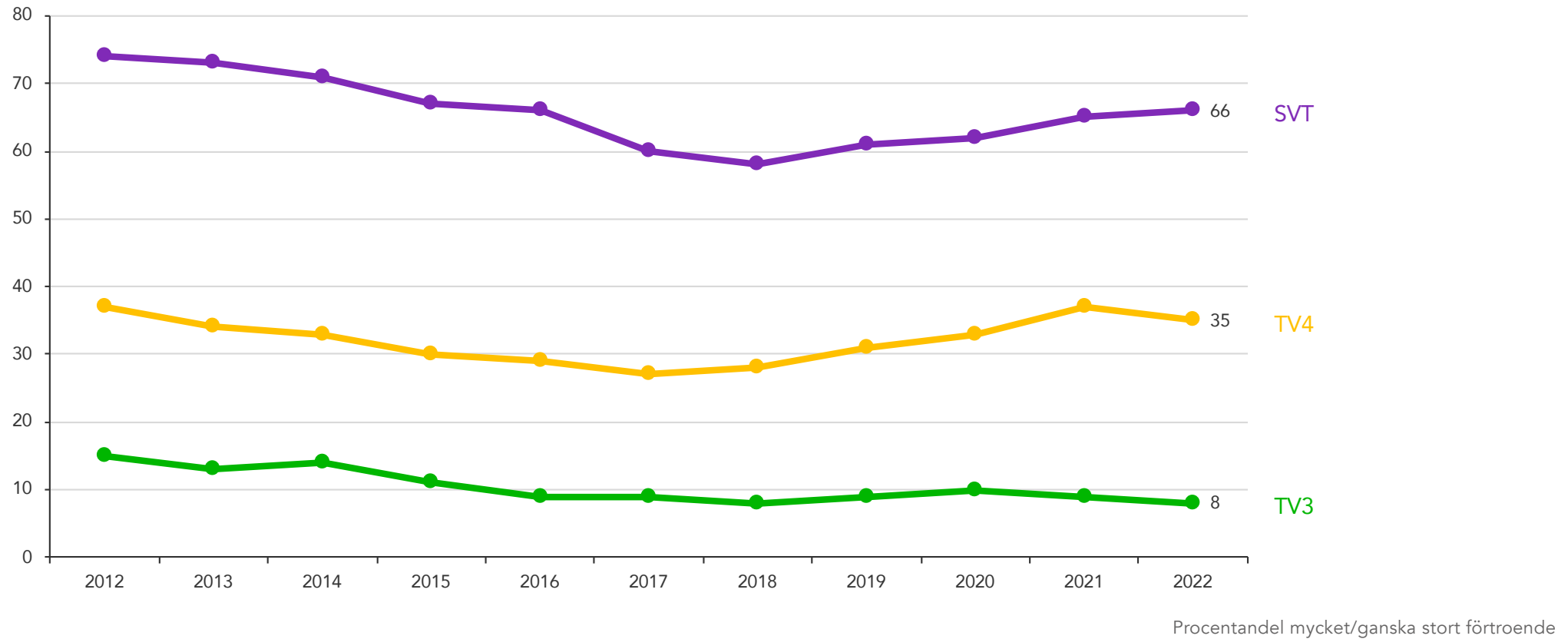
() Placering 2021

Procentandel mycket/ganska stort förtroende

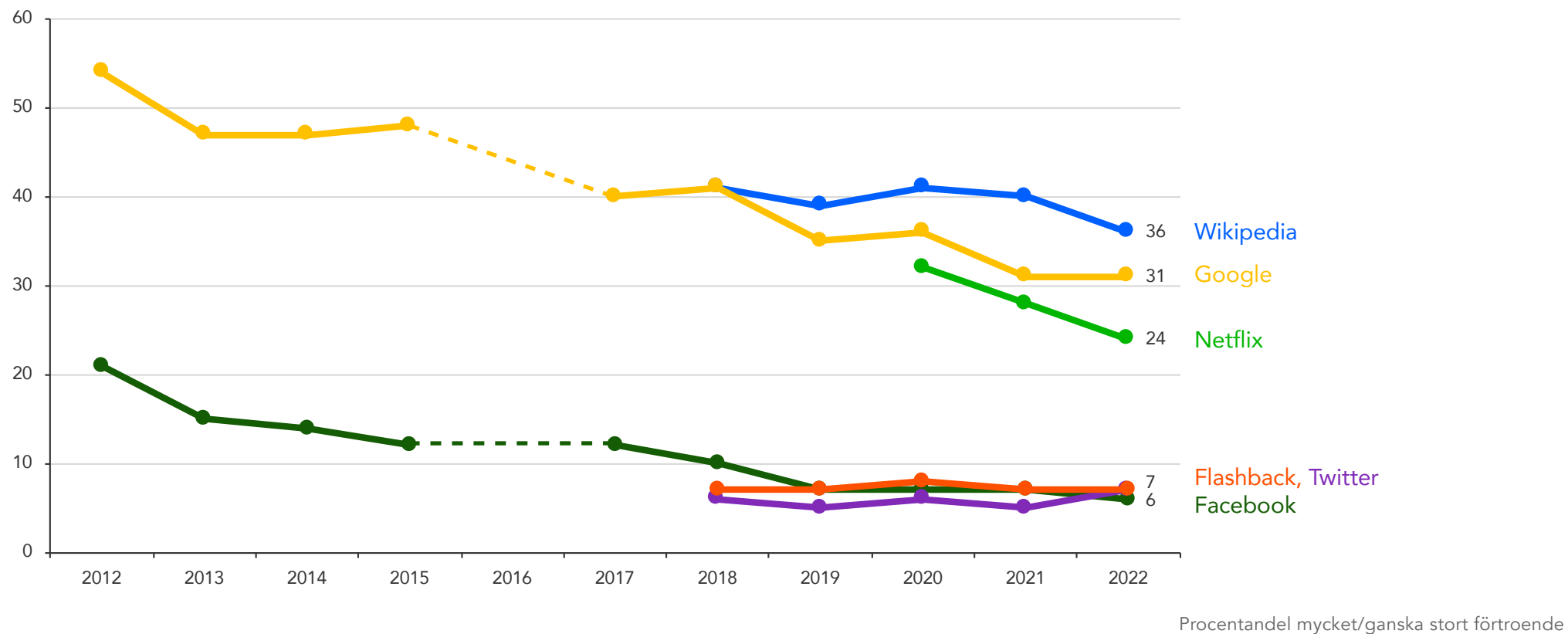
FÖRTROENDE FÖR DAGSPRESS



FÖRTROENDE FÖR TV

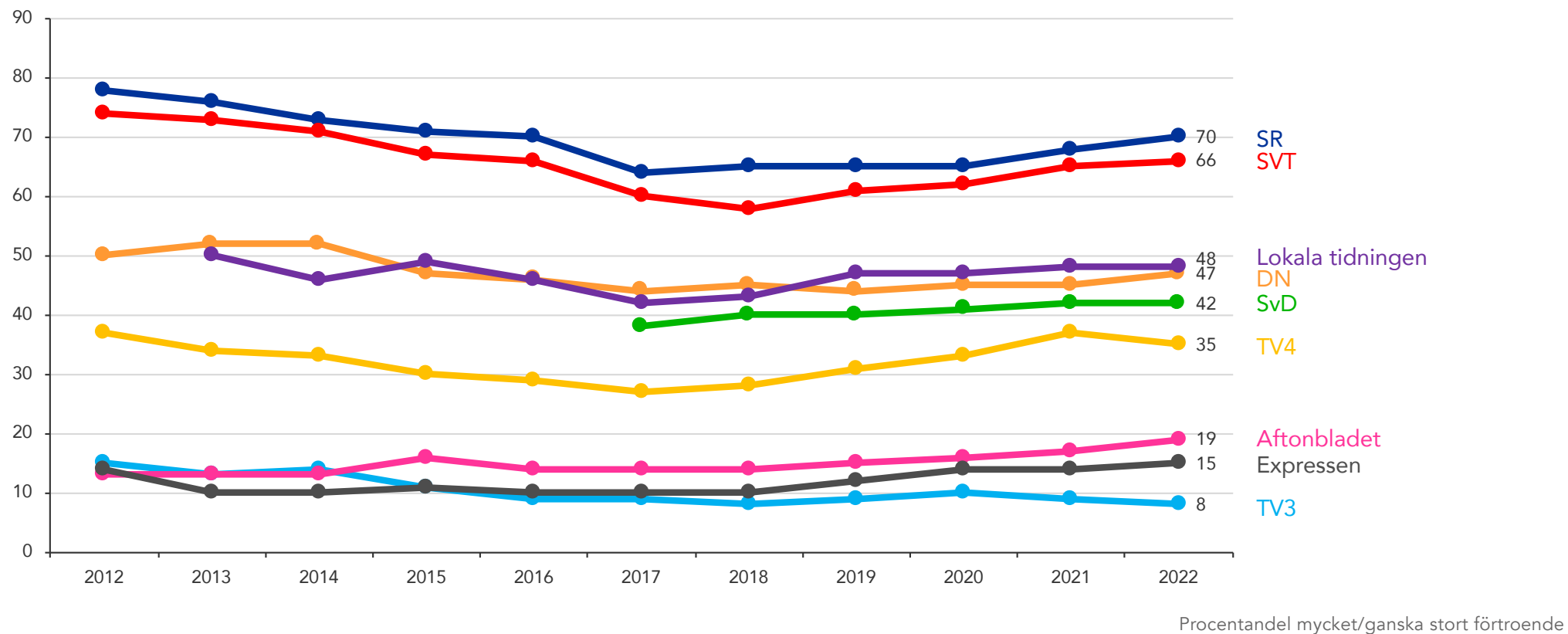


FÖRTROENDE FÖR INTERNETSIDOR OCH SOCIALA MEDIEPLATTFORMAR



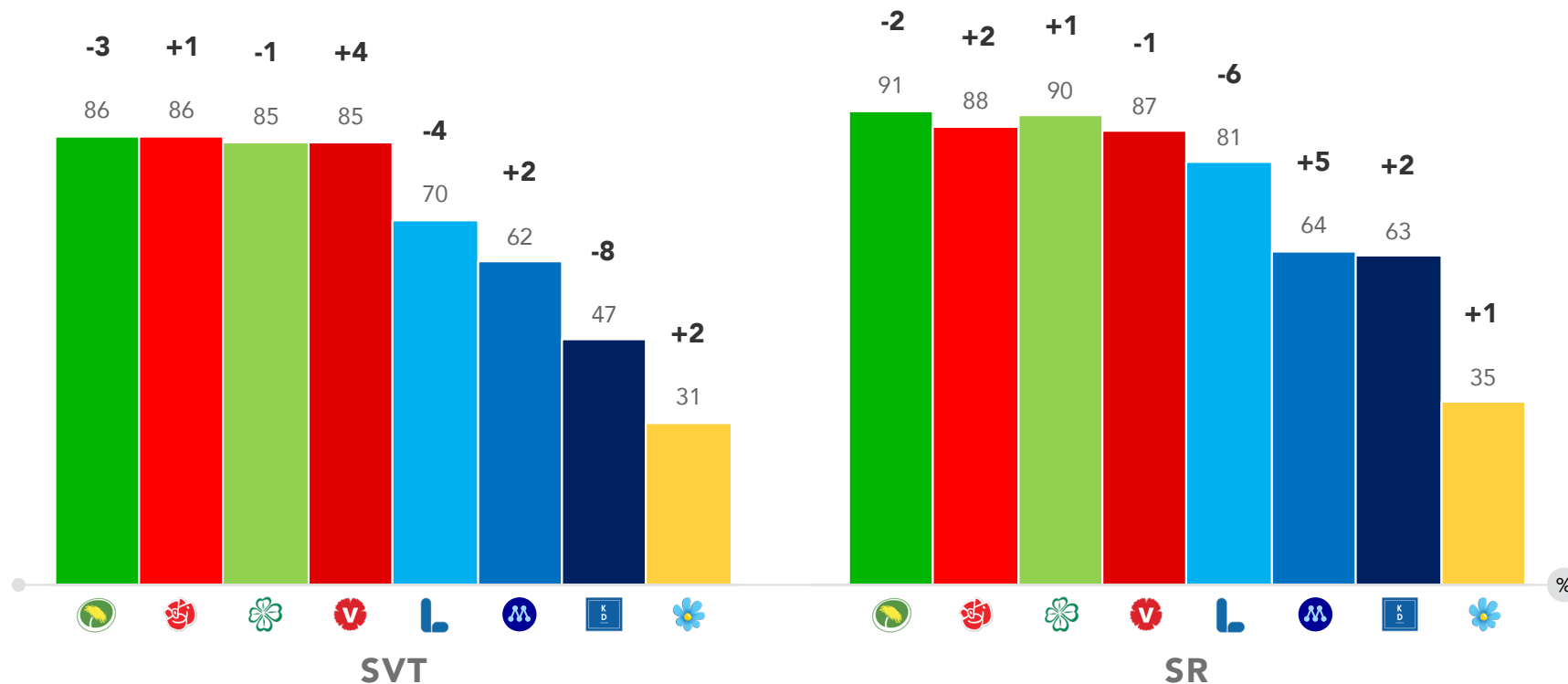
FÖRTROENDE FÖR MEDIER

Press, radio & tv



FÖRTROENDE FÖR SR & SVT

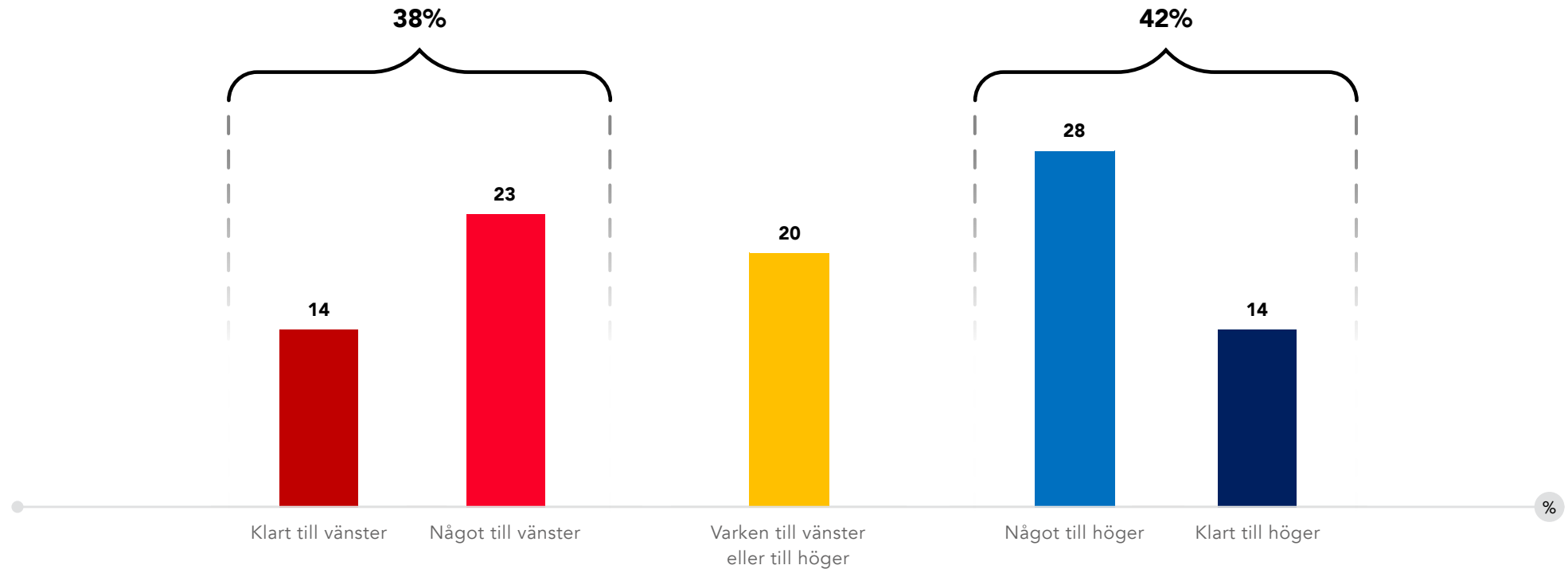
Jämförelse mellan partierna – Förändring jämfört med 2021 i procentenheter



Procentandel mycket/ganska stort förtroende

VÄNSTER-HÖGERIDEOLOGI

Väljarna placerar sig själva



VÄNSTER-HÖGERIDEOLOGI

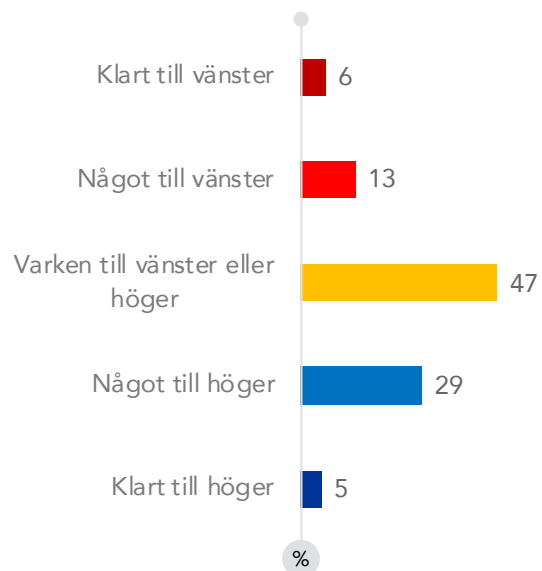
Väljarna placerar mediernas nyhetsbevakning på en vänster-högerskala

SR**svt****4**

VÄNSTER-HÖGERIDEOLOGI

Väljarna placerar mediernas nyhetsbevakning på en vänster-högerskala

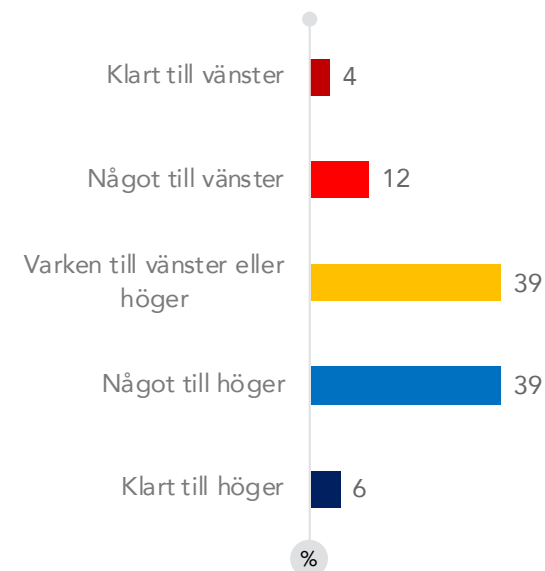
DN.



AFTONBLADET



EXPRESSEN



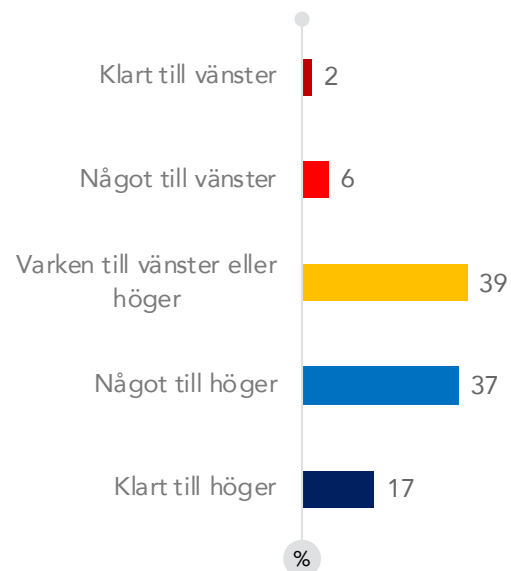
VÄNSTER-HÖGERIDEOLOGI

Väljarna placerar mediernas nyhetsbevakning på en vänster-högerskala

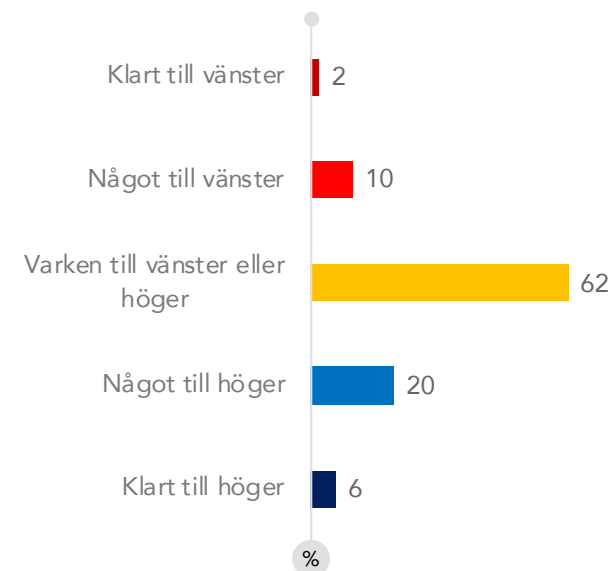
Lokala tidningen



SVD

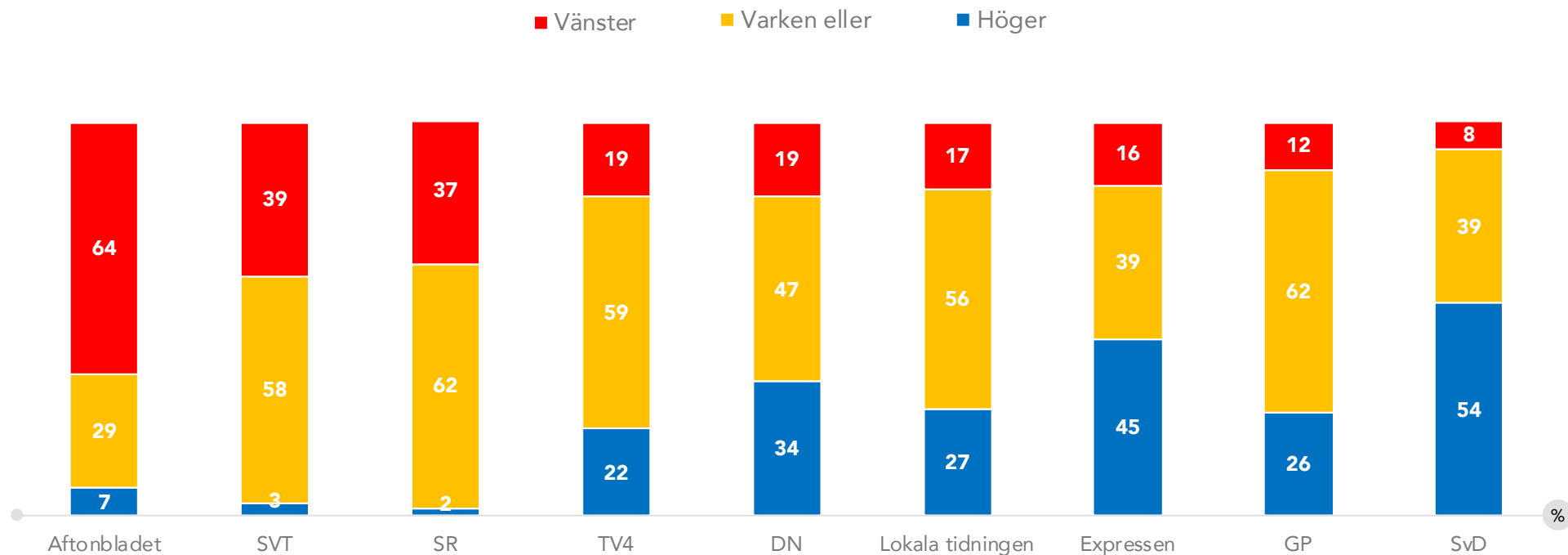


GP



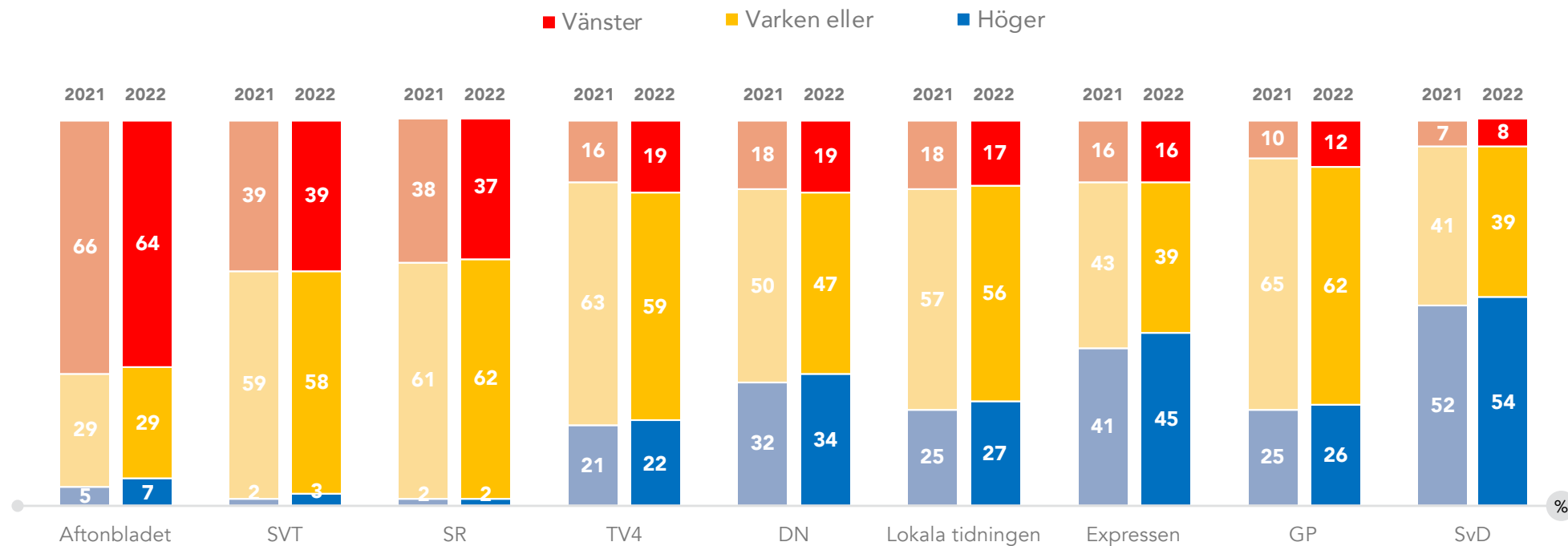
VÄNSTER-HÖGERIDEOLOGI

Väljarna placerar mediernas nyhetsbevakning på en vänster-högerskala

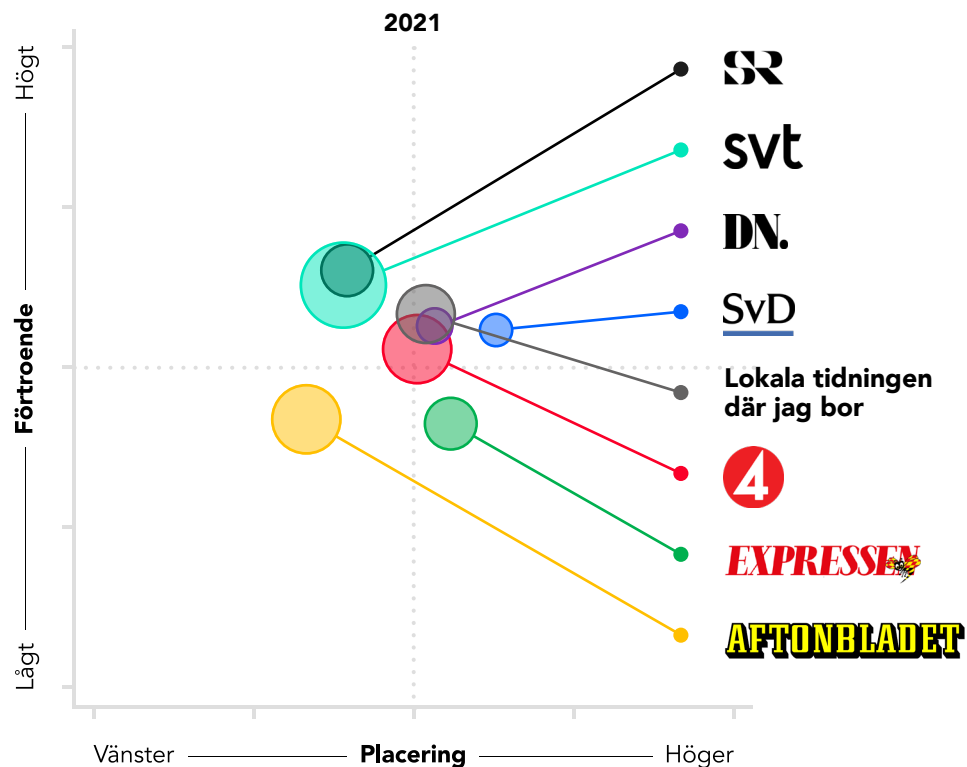


VÄNSTER-HÖGERIDEOLOGI

Väljarna placerar mediernas nyhetsbevakning på en vänster-högerskala

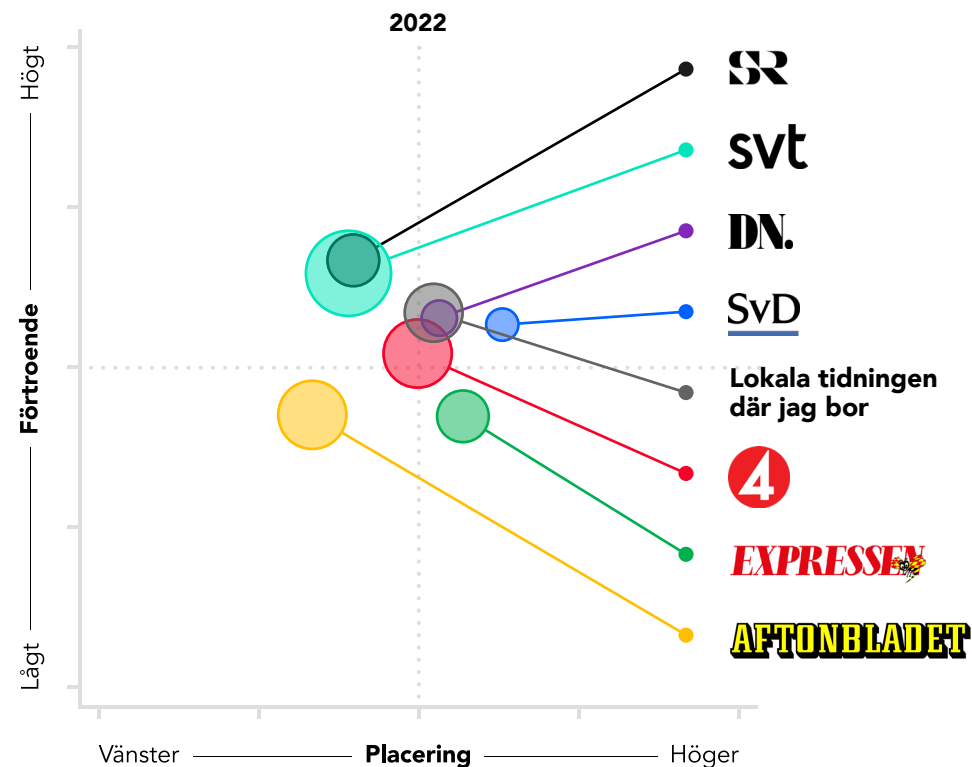
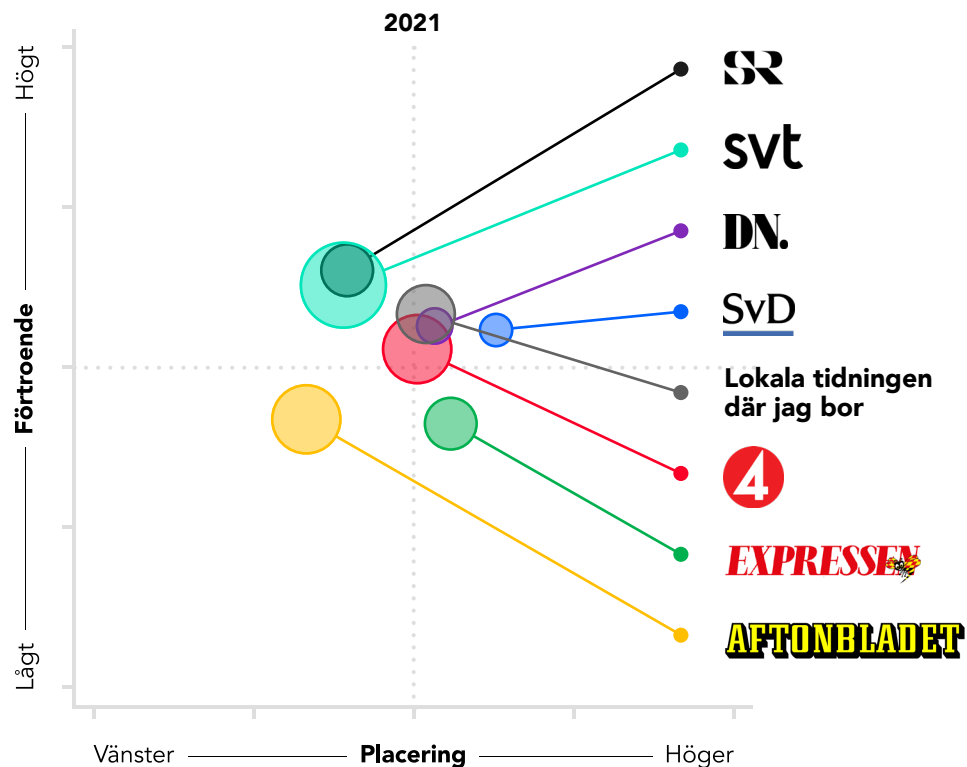


FÖRTROENDE OCH VÄNSTER-HÖGERPLACERING AV MEDIER OCH DERAS NYHETSBEVAKNING

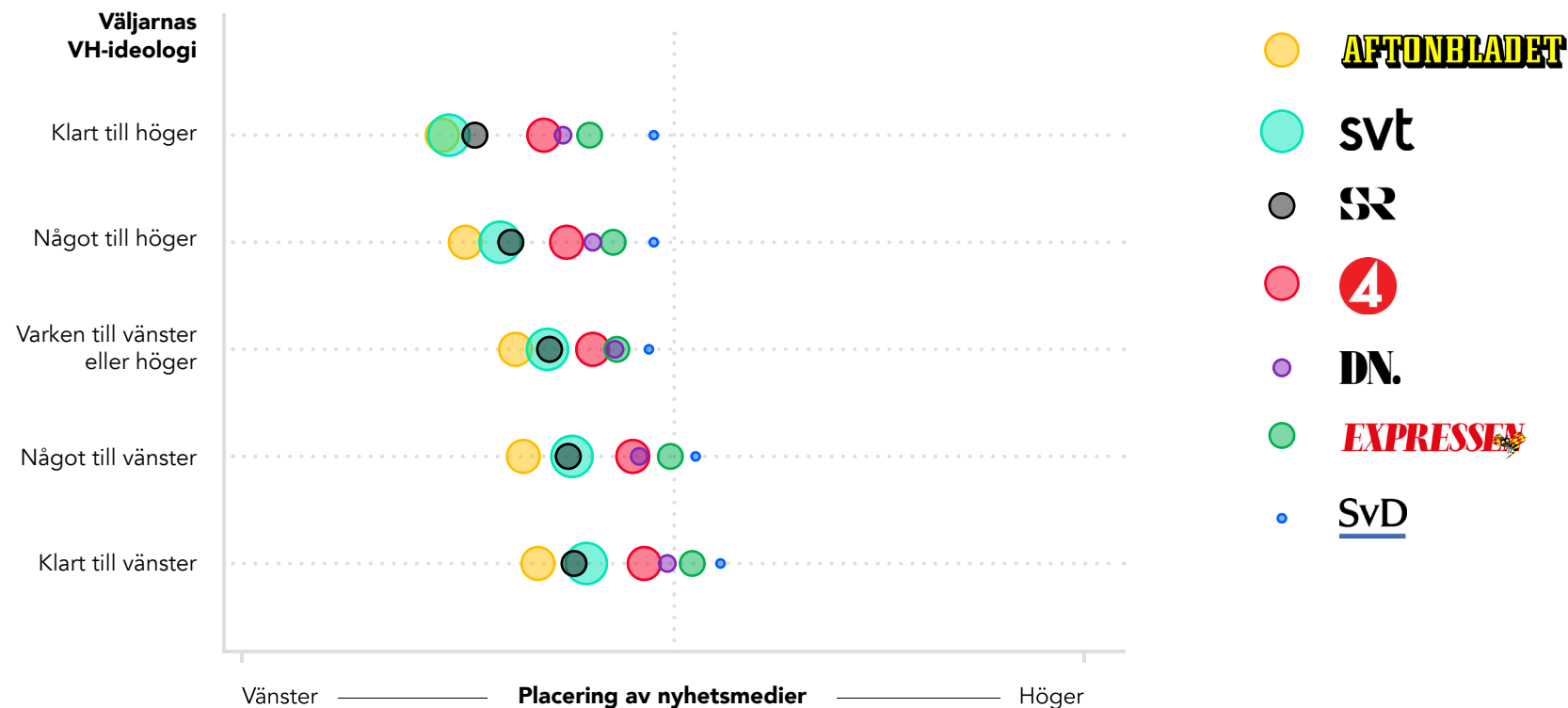


Genomsnittligt förtroende för och genomsnittliga vänster-högerplaceringar av sju nyhetsmedier. Cirklarnas storlek illustrerar mediernas publik.

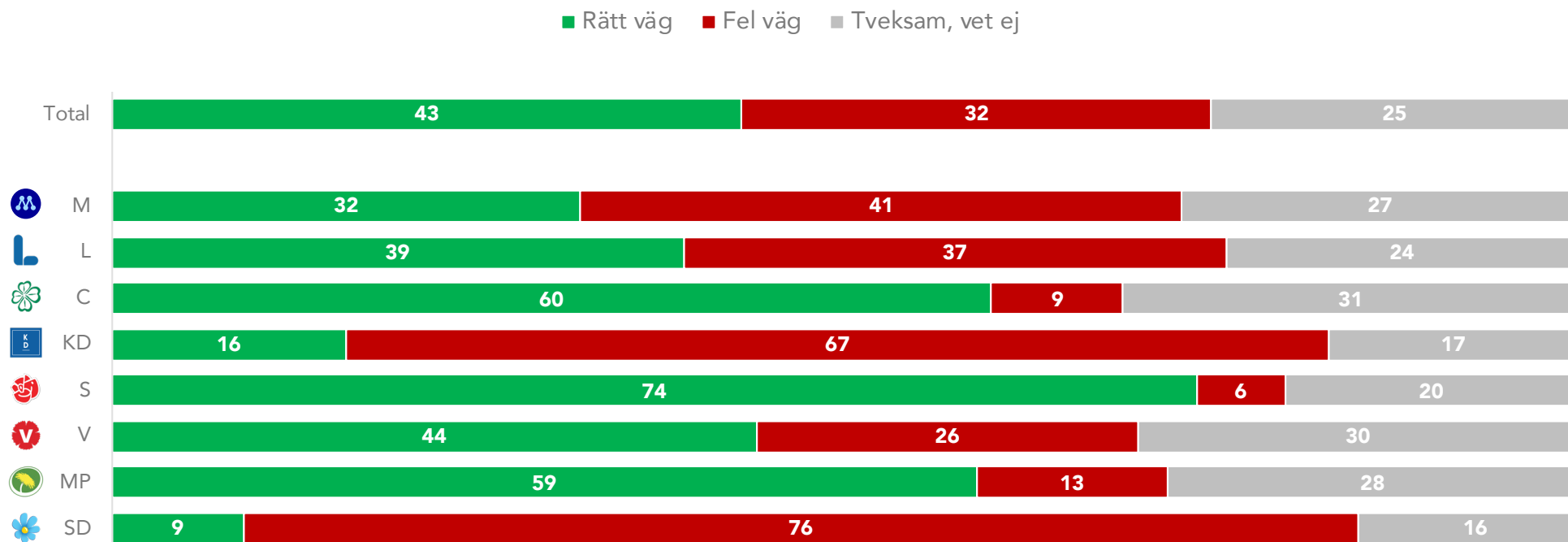
FÖRTROENDE OCH VÄNSTER-HÖGERPLACERING AV MEDIER OCH DERAS NYHETSBEVAKNING



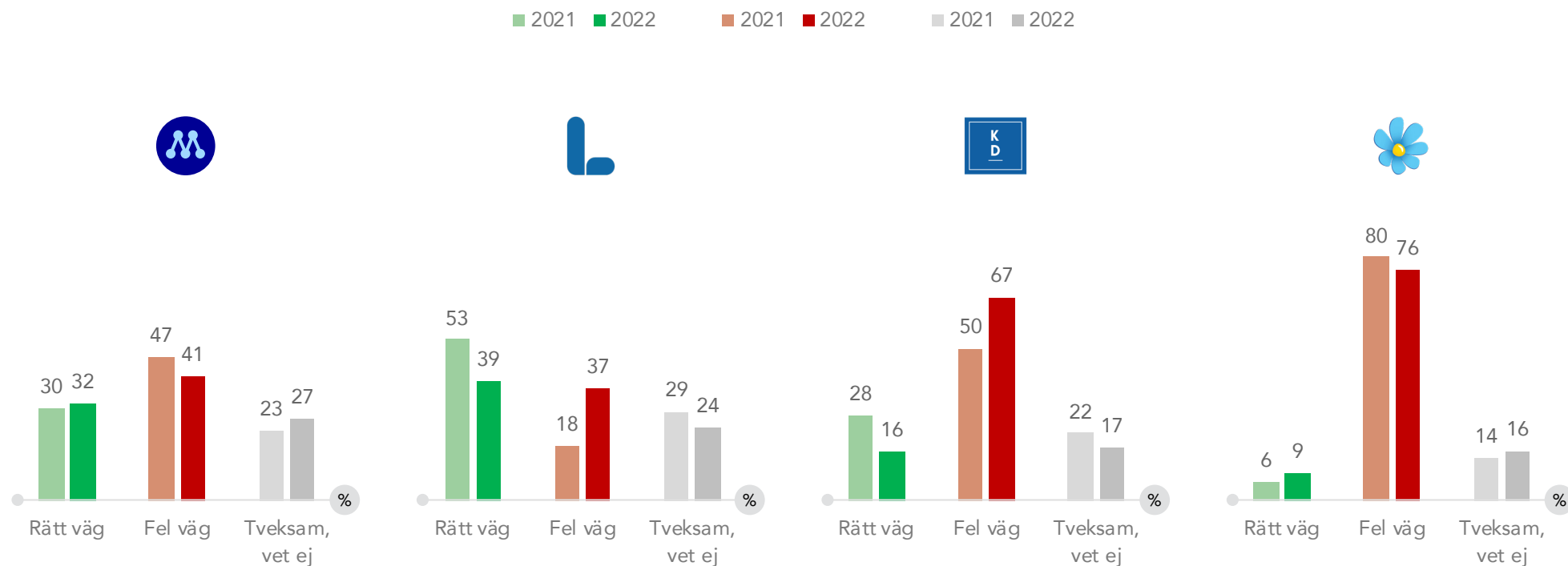
VÄNSTER-HÖGERPLACERING AV MEDIER BLAND VÄLJARE MED OLIKA VÄNSTER-HÖGERIDEOLOGI



ÄR SVERIGE PÅ RÄTT ELLER FEL VÄG?

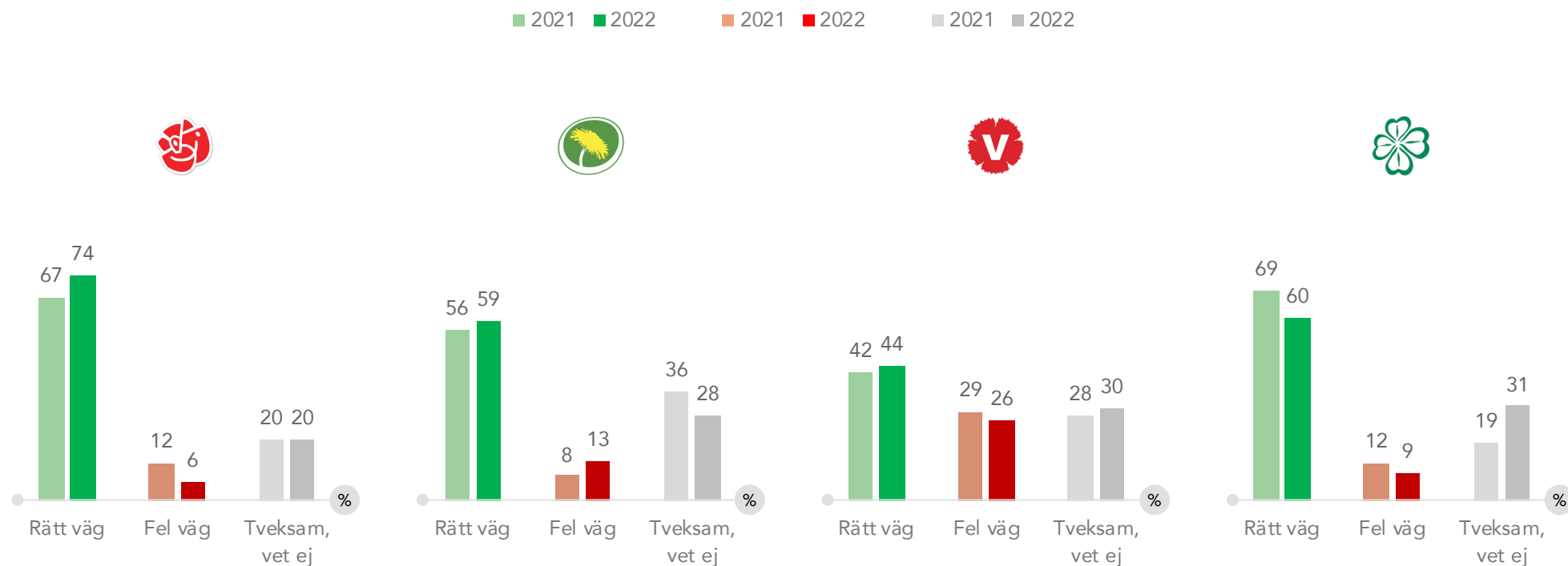


ÄR SVERIGE PÅ RÄTT ELLER FEL VÄG?



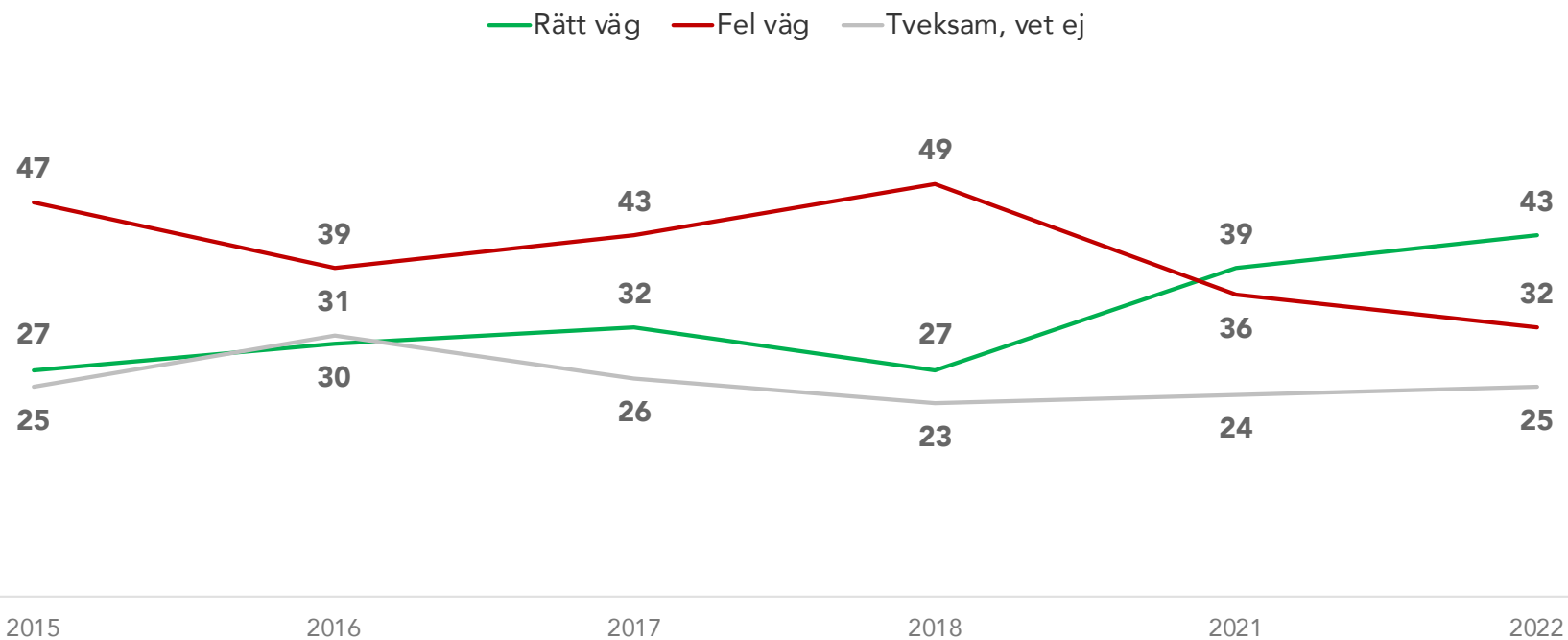
Notera att för en del grupper av partisympatisörer är antalet svarande lågt

ÄR SVERIGE PÅ RÄTT ELLER FEL VÄG?



Notera att för en del grupper av partisympatisörer är antalet svarande lågt

ÄR SVERIGE PÅ RÄTT ELLER FEL VÄG?



SOCIALA MEDIEPLATTFORMARS ANSVAR

Hur stort ansvar tycker du att sociala medieplattformar (t.ex. Facebook, Instagram, Tiktok och Twitter) har när det gäller följande?

**Ta bort innehåll som ökar
motsättningar mellan olika
samhällsgrupper**



**Ta bort innehåll som bidrar
till att sprida falska nyheter**



**Ta bort åsiktsreklam från
politiska partier**



SOCIALA MEDIEPLATTFORMARS ANSVAR

Hur stort ansvar tycker du att sociala medieplattformar (t.ex. Facebook, Instagram, Tiktok och Twitter) har när det gäller följande?

Ta bort pornografiskt innehåll



Ta bort åsikter som är extrema



Ta bort innehåll som diskriminerar minoritetsgrupper



SOCIALA MEDIEPLATTFORMARS ANSVAR

Andel som anser att sociala medieplattformar har mycket stort ansvar när det gäller följande

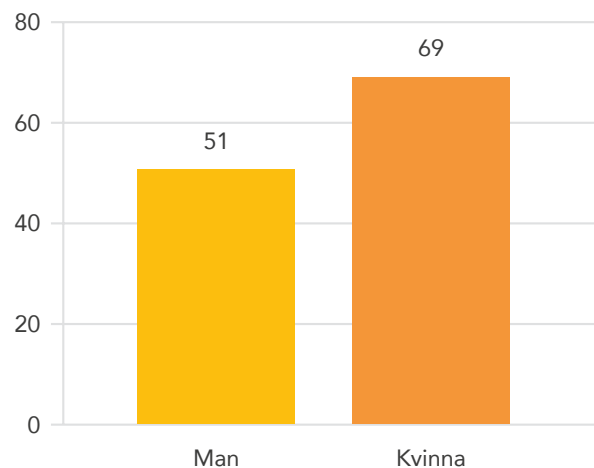


Procentandel mycket/ganska stort ansvar

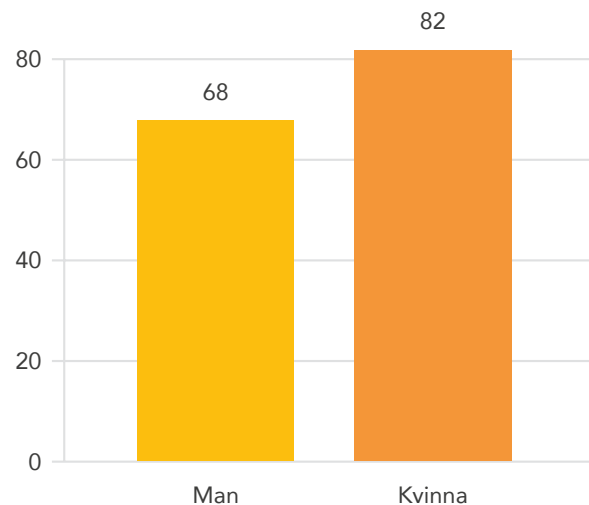
SOCIALA MEDIEPLATTFORMARS ANSVAR

Hur stort ansvar tycker du att sociala medieplattformar (t.ex. Facebook, Instagram, Tiktok och Twitter) har när det gäller följande?

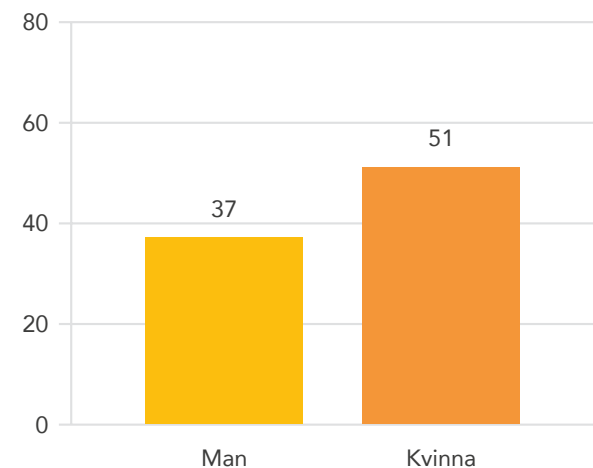
Ta bort innehåll som ökar
motsättningar mellan olika
samhällsgrupper



Ta bort innehåll som bidrar
till att sprida falska nyheter



Ta bort åsiktsreklam från
politiska partier

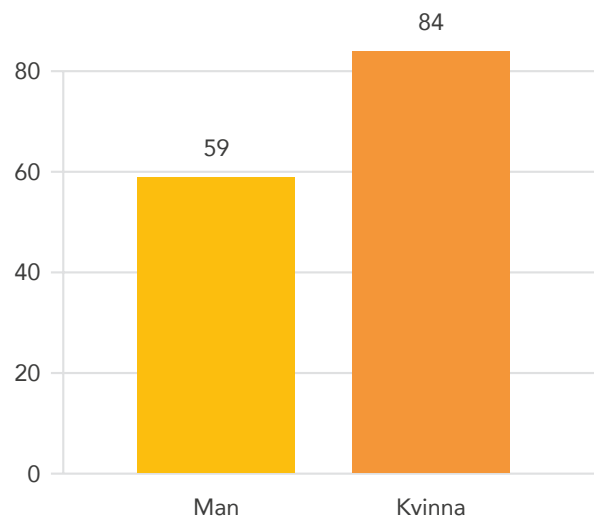


Procentandel mycket/ganska stort ansvar

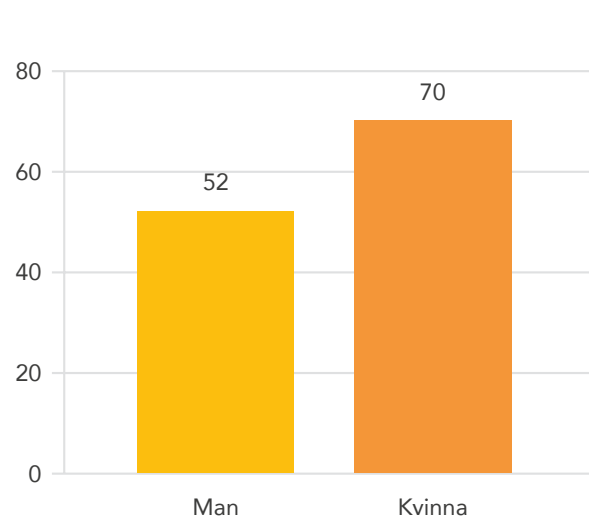
SOCIALA MEDIEPLATTFORMARS ANSVAR

Hur stort ansvar tycker du att sociala medieplattformar (t.ex. Facebook, Instagram, Tiktok och Twitter) har när det gäller följande?

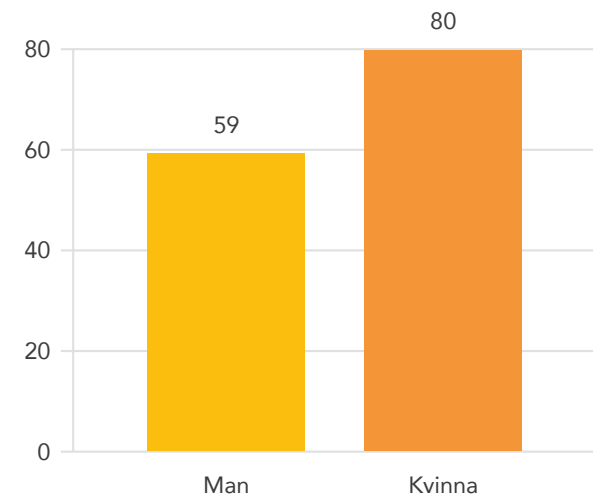
Ta bort pornografiskt innehåll



Ta bort åsikter som är extrema



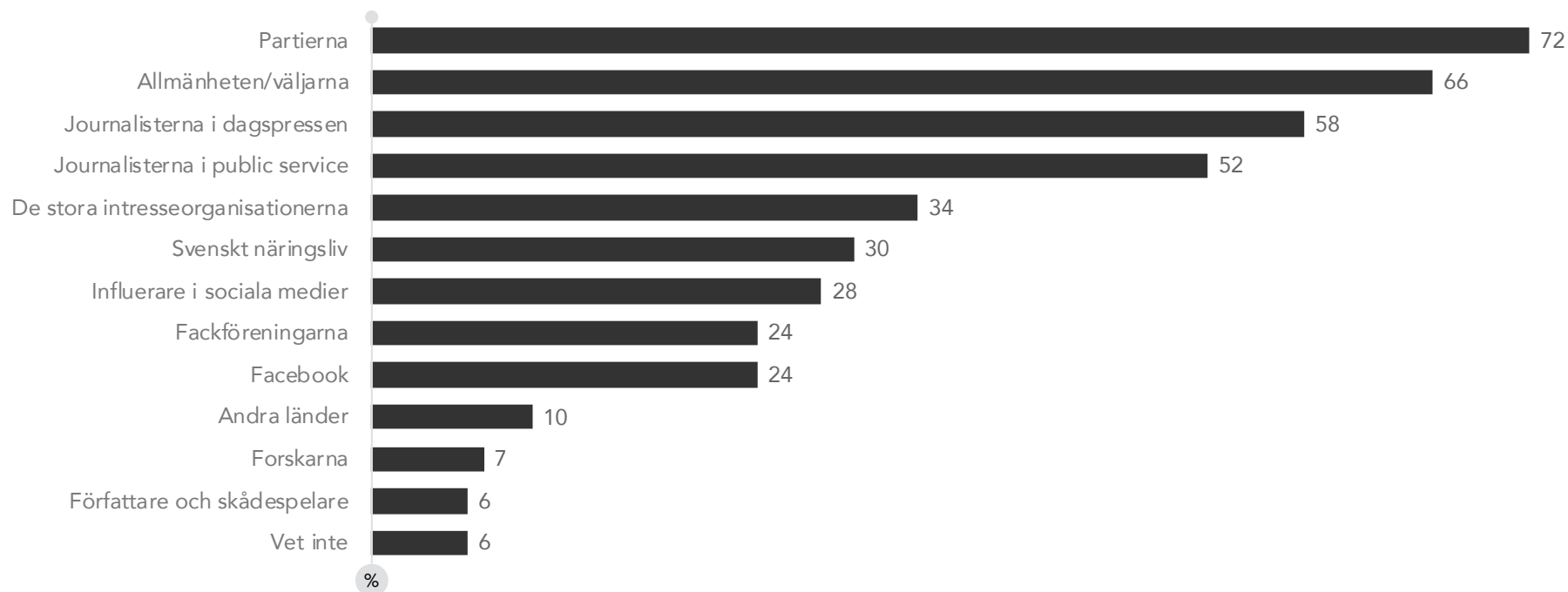
Ta bort innehåll som diskriminerar minoritetsgrupper



Procentandel mycket/ganska stort ansvar

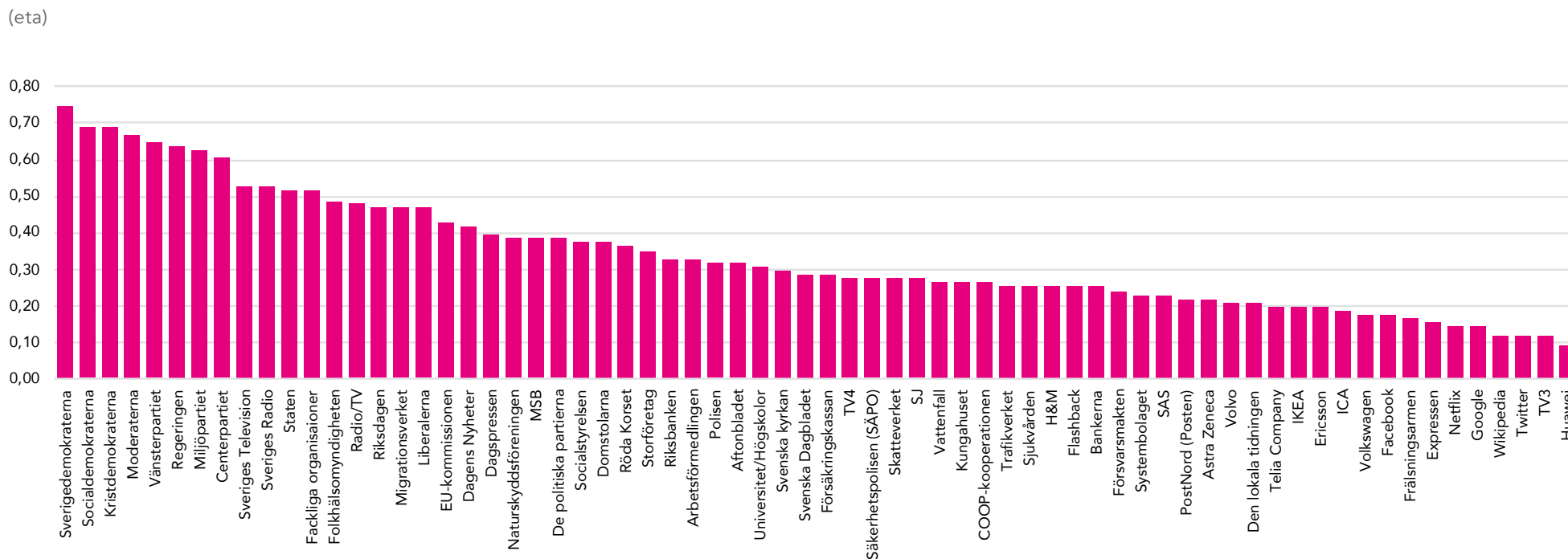
STORT INFLYTANDE PÅ VALET

Enligt din uppfattning, vilka av följande aktörer har ett stort inflytande över resultatet i det svenska riksdagsvalet i september? Flera svar är möjliga

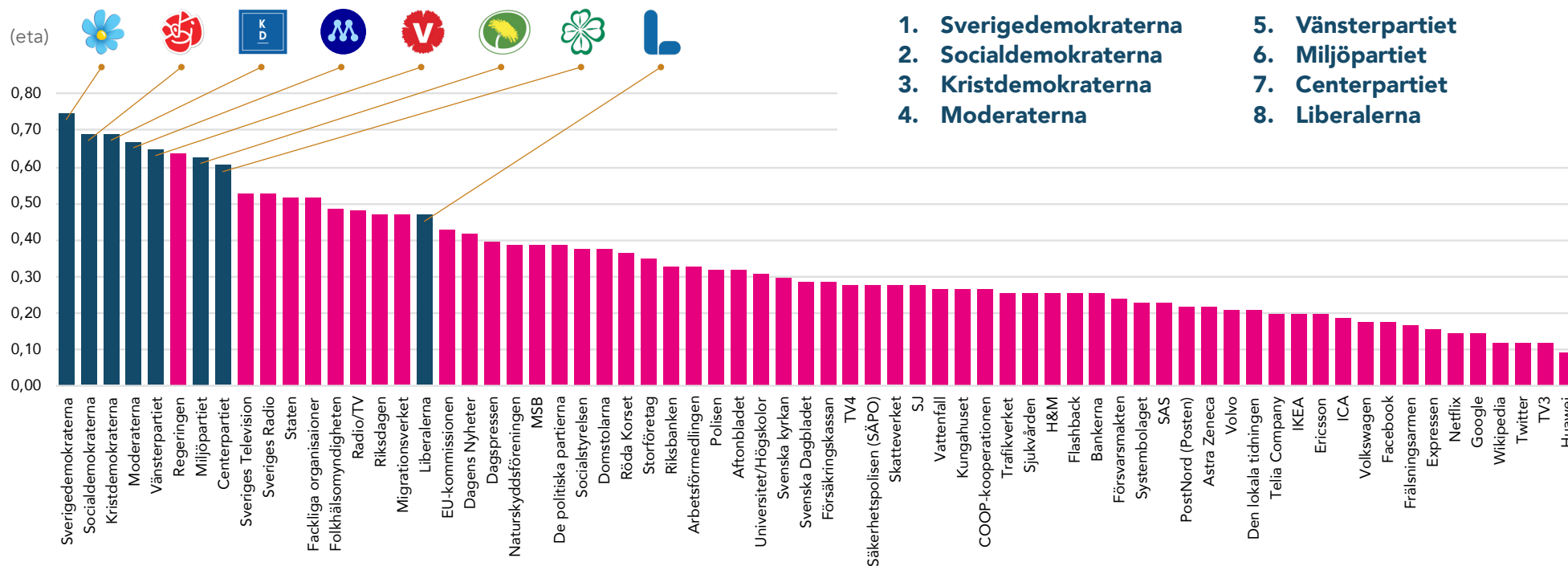


PARTIPOLITISERAT FÖRTROENDE?

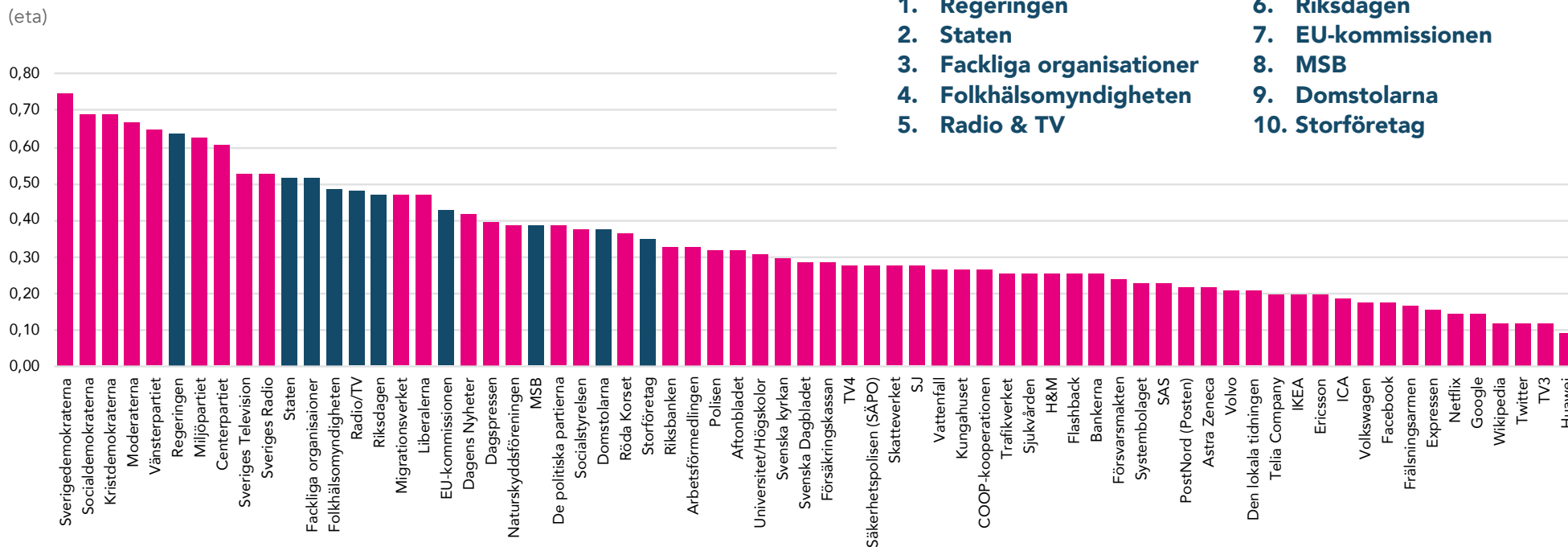
Korrelationen mellan partisympati och förtroende för 68 olika företag, medier, institutioner och partier (eta)



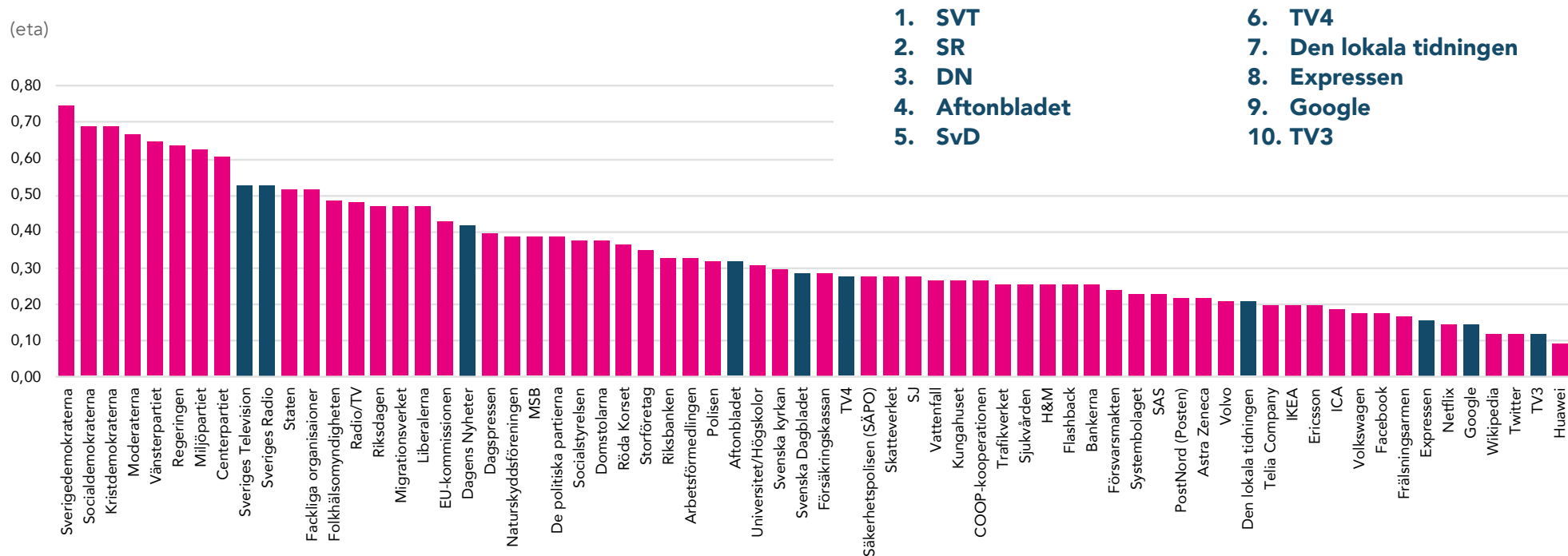
PARTIPOLITISERAT FÖRTROENDE FÖR PARTIER?



PARTIPOLITISERAT FÖRTROENDE FÖR MYNDIGHETER OCH SAMHÄLLSINSTITUTIONER?



PARTIPOLITISERAT FÖRTROENDE FÖR MEDIER/MEDIEFÖRETAG?



FÖRTROENDEBAROMETERN

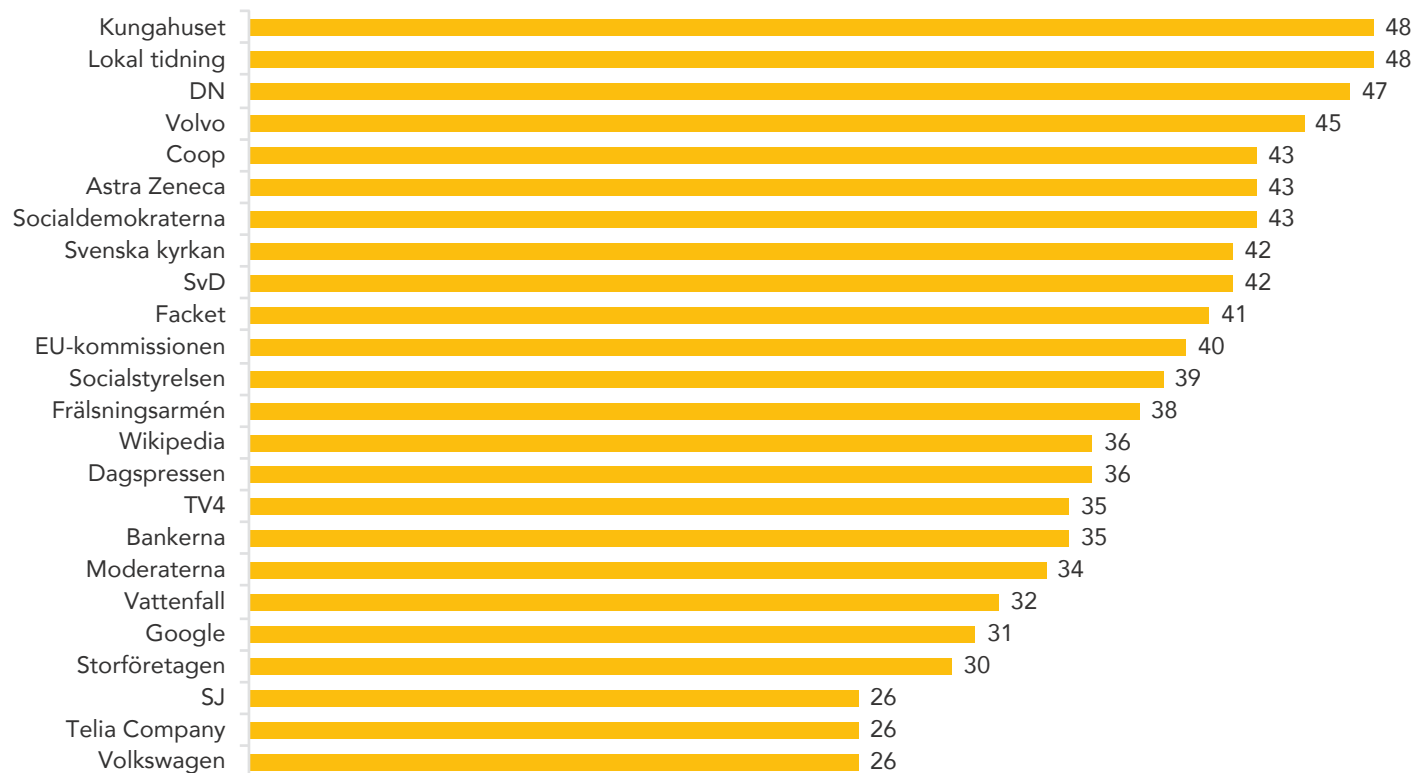
Toppen



Procentandel mycket/ganska stort förtroende

FÖRTROENDEBAROMETERN

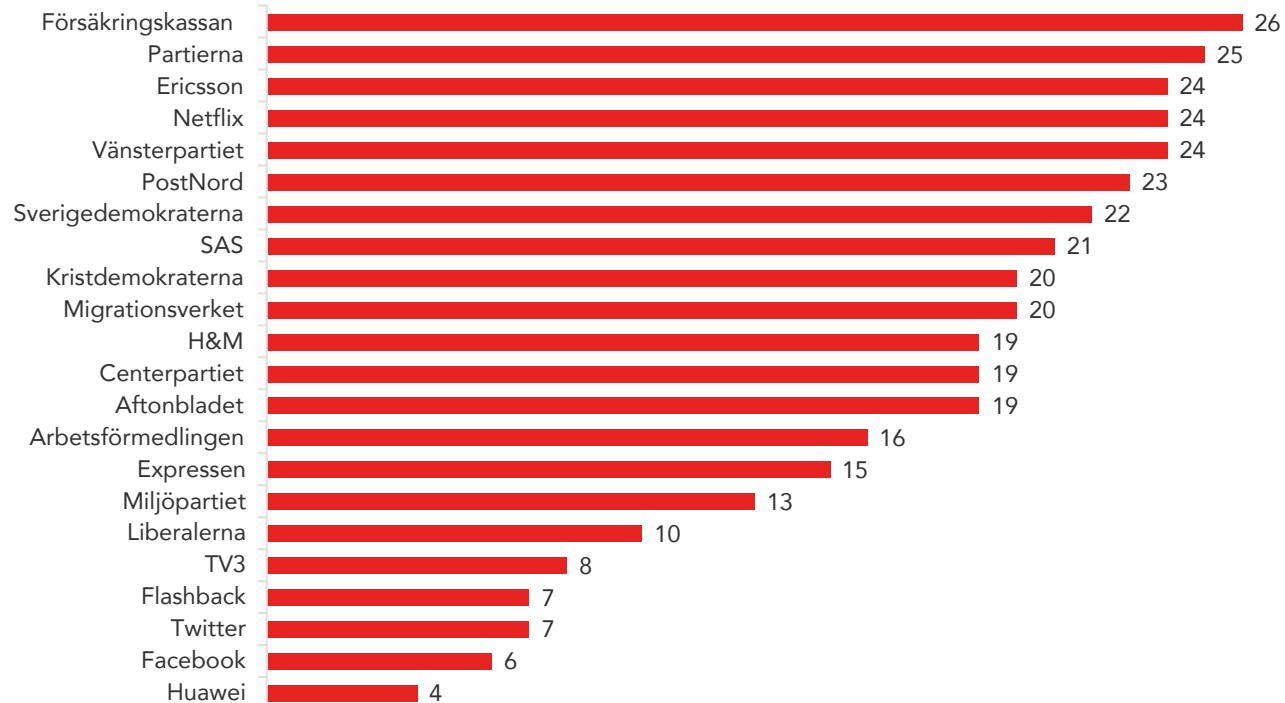
Mitten



Procentandel mycket/ganska stort förtroende

FÖRTROENDEBAROMETERN

Botten



Procentandel mycket/ganska stort förtroende

www.medieakademin.se

OM MÄTNINGEN

Medieakademins förtroendebarmeter har genomförts årligen sedan 1997. Under åren 1997-2006 genomfördes datainsamlingen via telefonintervjuer i slutet på oktober och början på november med svar från omkring 750 slumpmässigt utvalda personer mellan 16 – 74 år. Studierna är sedan 2008 helt och hållet nätenkäter omfattande cirka 1 000 personer och genomförd av TNS Gallup (2008) respektive TNS Sifo (2009-). Sedan 2012 genomförs undersökningen i början av året (v7-v9) Kontaktperson med undersökningsföretagen har från starten t o m 2008 varit Pär Källeskog. Undersökningsledare för 2016-2022 har varit Toivo Sjören tillsammans med Thea Eriksson Almgren. Samtliga undersökningar under dessa år har bestått av cirka 1200 webbintervjuer med allmänheten 16 år och äldre. Fältarbetet för Förtroendebarmeter 2022 ägde rum under perioden 21 februari-2 mars.

Förtroendebarmeter omfattar varje år dels 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 varierar från år till år. Vissa av institutionerna/medierna/företagen har mätts varje år, andra har studerats mer oregelbundet. Det totala antalet mätobjekt ligger vanligtvis mellan 60-70 stycken. I årets mätning, 2022, ingick 69 stycken.

Vid varje undersökningsomgång undersöks även andra fenomen som har bäring på frågor om samhällsförtroende och mediemakt. Medieakademin har under det senaste decenniet ställt frågor om bland annat balansen i mediernas rapportering, internetanvändning, sociala nätverk, förtroende för influerare i sociala medier och internationella opinionsbildare, stödet för public service-medierna, vilka personer som är mest uppskattade i mediesverige, om utvecklingen i Sverige går åt rätt håll eller fel håll, och var allmänheten placerar nyhetsmedier på en vänster-högerskala. Alla resultat från årets och tidigare Förtroendebarmeter kan laddas ned från Medieakademins hemsida.