



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

Resultat presenterade vi MedieAkademin seminarium den 21 november 2006.

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 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 MedieAkademiens 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

MedieAkademiens förtroendebarmeter har genomförts årligen sedan 1997. Datainsamlingen i slutet på oktober och början på november bygger på svar från omkring 750 slumpmässigt utvalda personer mellan 16 – 74 år. Undersökningen 2006 omfattade 778 intervjupersoner och genomfördes 17/10 – 26/10 2006. För intervjuerna som görs per telefon har *TNS Gallup* i Göteborg svarat. Kontaktperson på *TNS Gallup* har från starten varit Pär Källeskog. Undersökningsledare för 2006 års studie är Lennart Nyberg.

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, Saab 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 2006 ingår 31 institutioner/företag/medier/partier.

Några år har även andra aspekter på samhällsförtroendet undersökts. I 2003 års mätning ställdes t ex särskilda frågor om synen på mediernas innehåll och etiska förhållningssätt. I studien 2004 ingick en serie frågor om olika normativa krav på storföretag. I 2005 års undersökning fanns en serie frågor om framtidsbedömningar. I årets studie återfinns frågor om olika gruppers moral, om hur människors livssituation har förändrats och om dagspressens förhållande till Internet.



778 telefonintervjuer

genomförda

17/10 – 26/10 2006

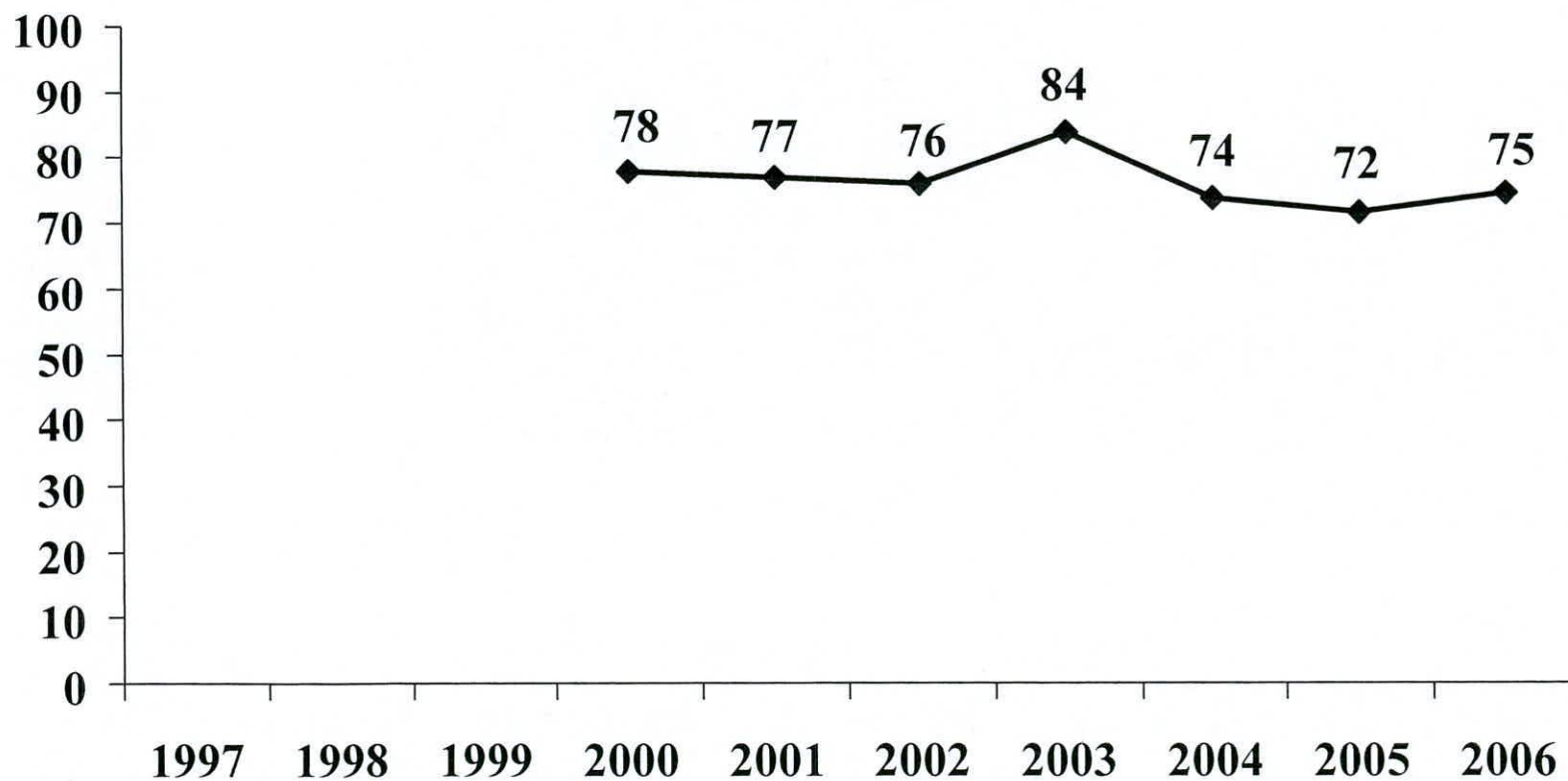
av

TNS Gallup

Göteborg



Universitet

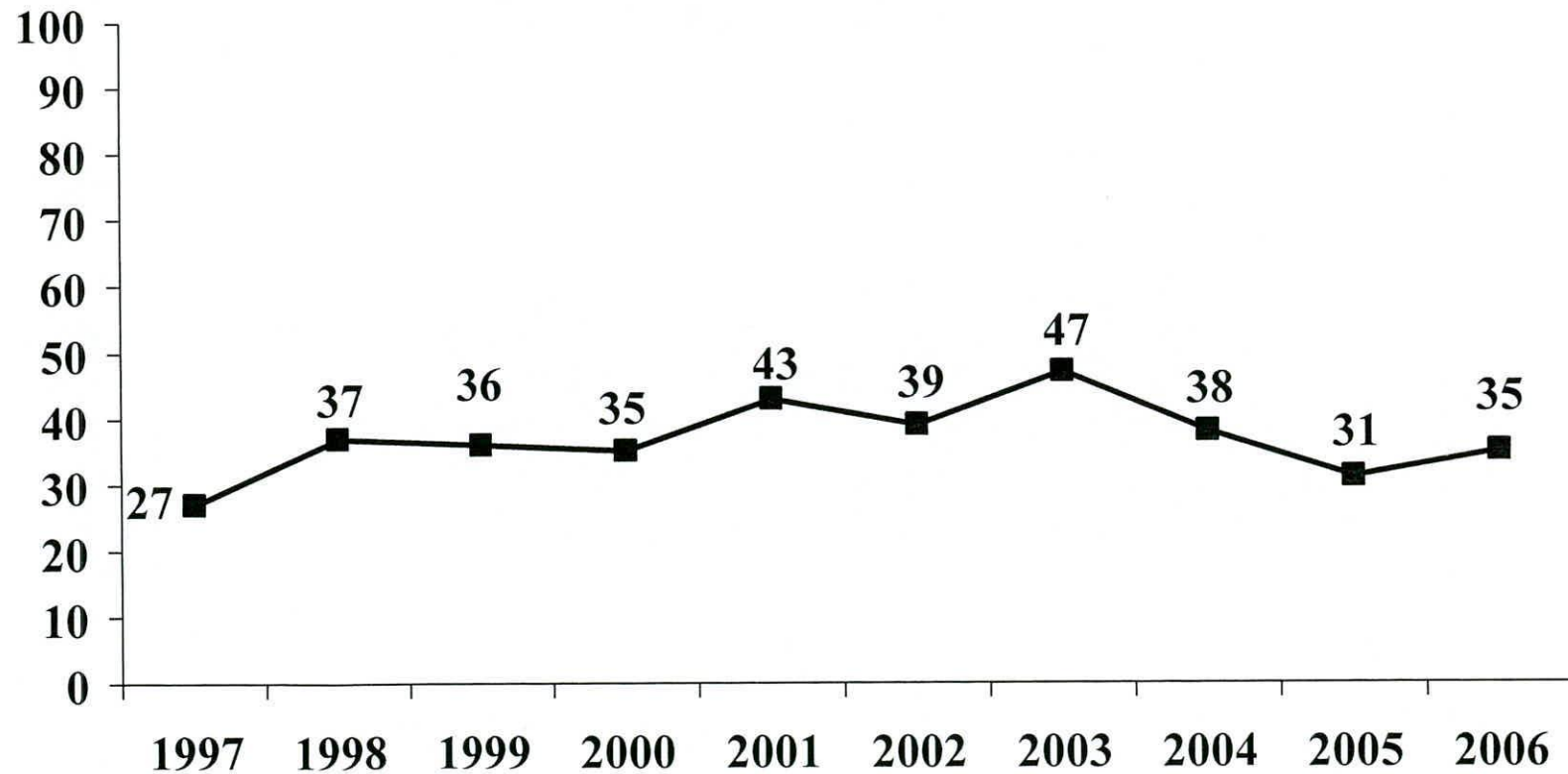


Källa: MedieAkademien/TNS Gallup AB. 778 telefonintervjuer under perioden 17/10 – 26/10 2006. Andel mycket/ganska stort förtroende bland dem som har åsikt. Frågan löd: "Hur stort förtroende har Du för det sätt på vilket följande institutioner och verksamheter sköter sitt arbete?"

Förtroende:
Samhällsinstitutioner

MEDIEAKADEMIN

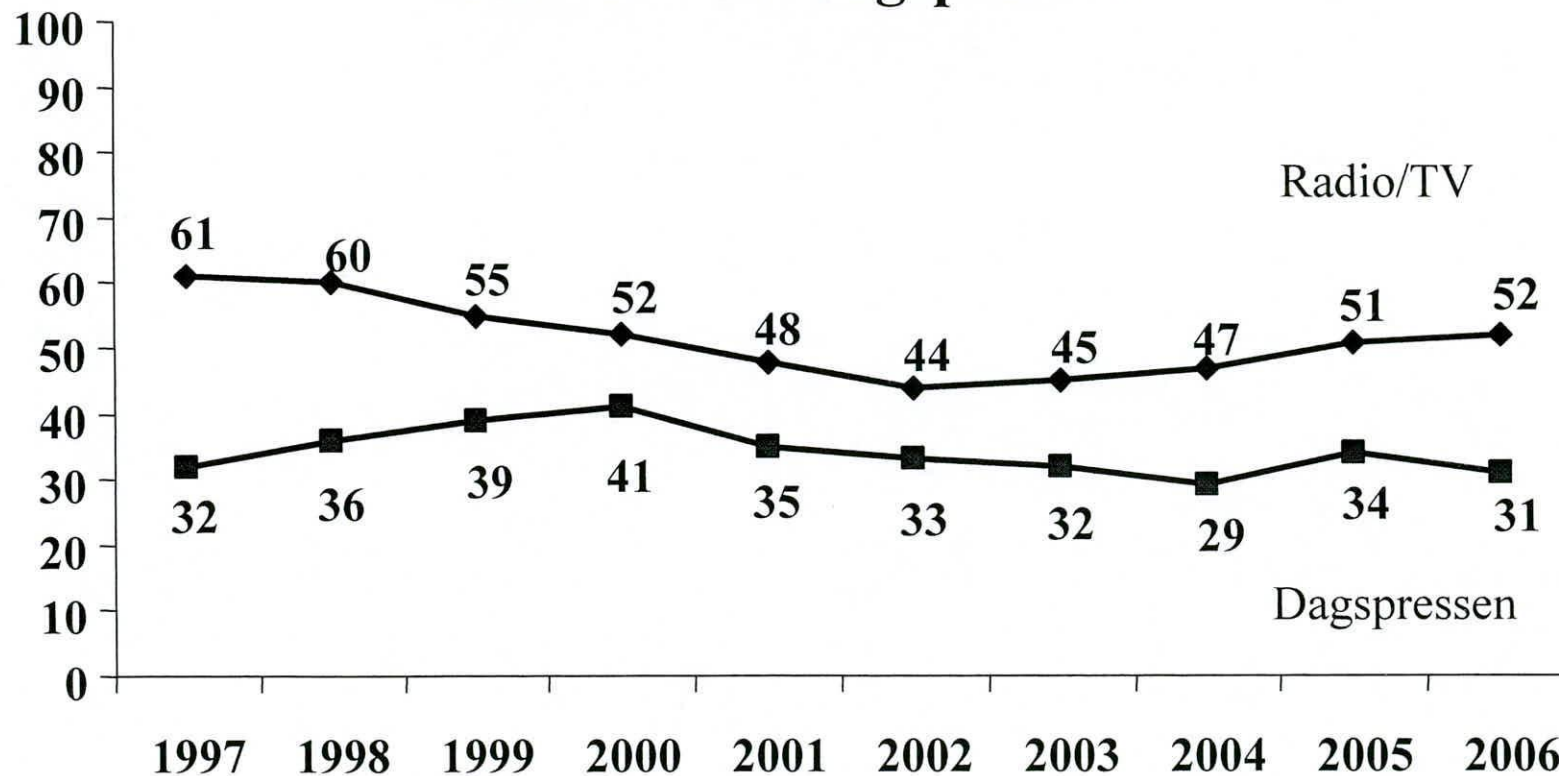
Riksdagen



Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 778 telefonintervjuer under perioden 17/10 – 26/10 2006. 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?"



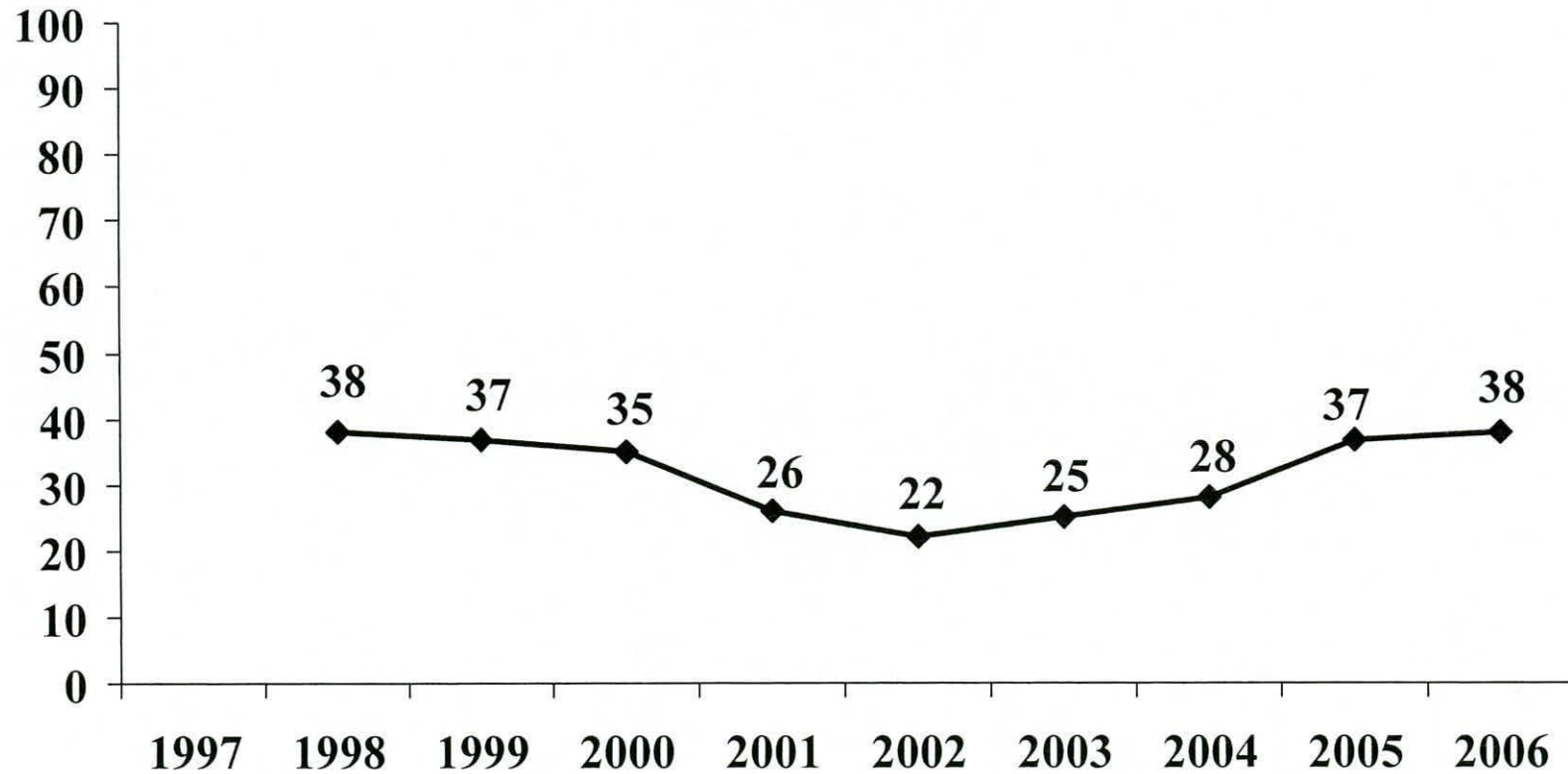
Radio/TV och dagspressen



Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 778 telefonintervjuer under perioden 17/10 – 26/10 2006. 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?"



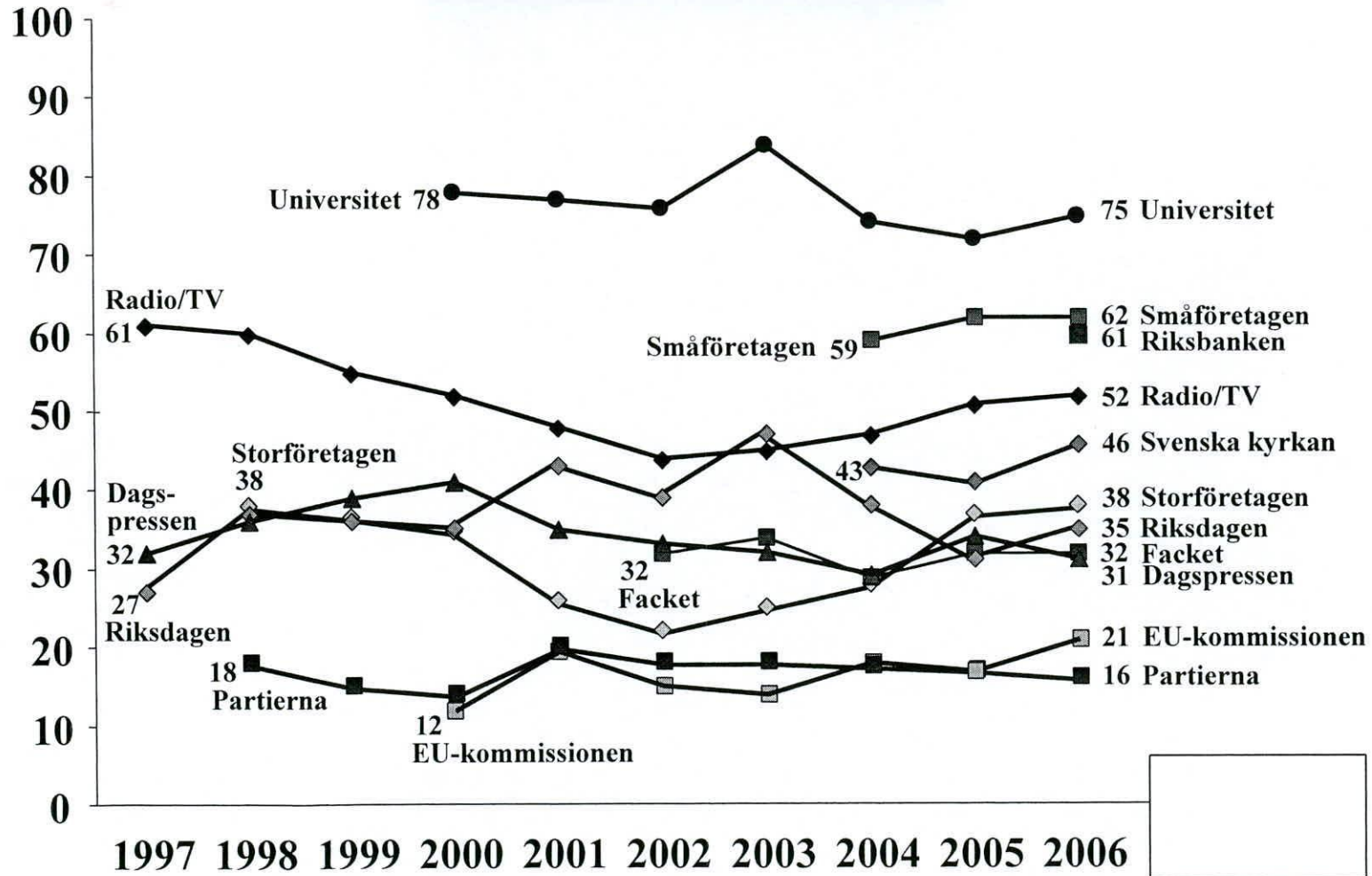
Storföretagen



Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 778 telefonintervjuer under perioden 17/10 – 26/10 2006. 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**

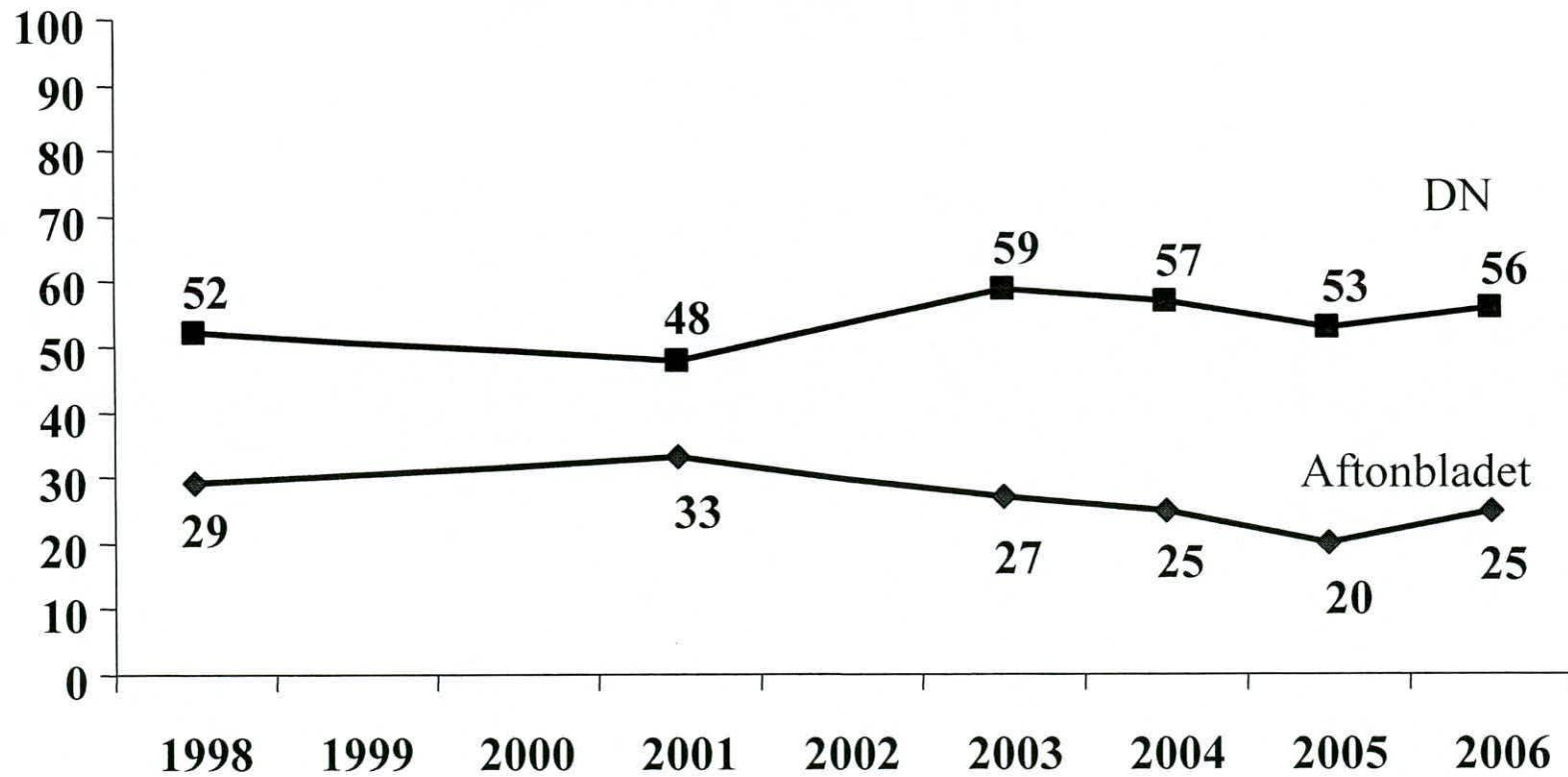
MEDIEAKADEMIN



Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 778 telefonintervjuer under perioden 17/10 – 26/10 2006. 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?"



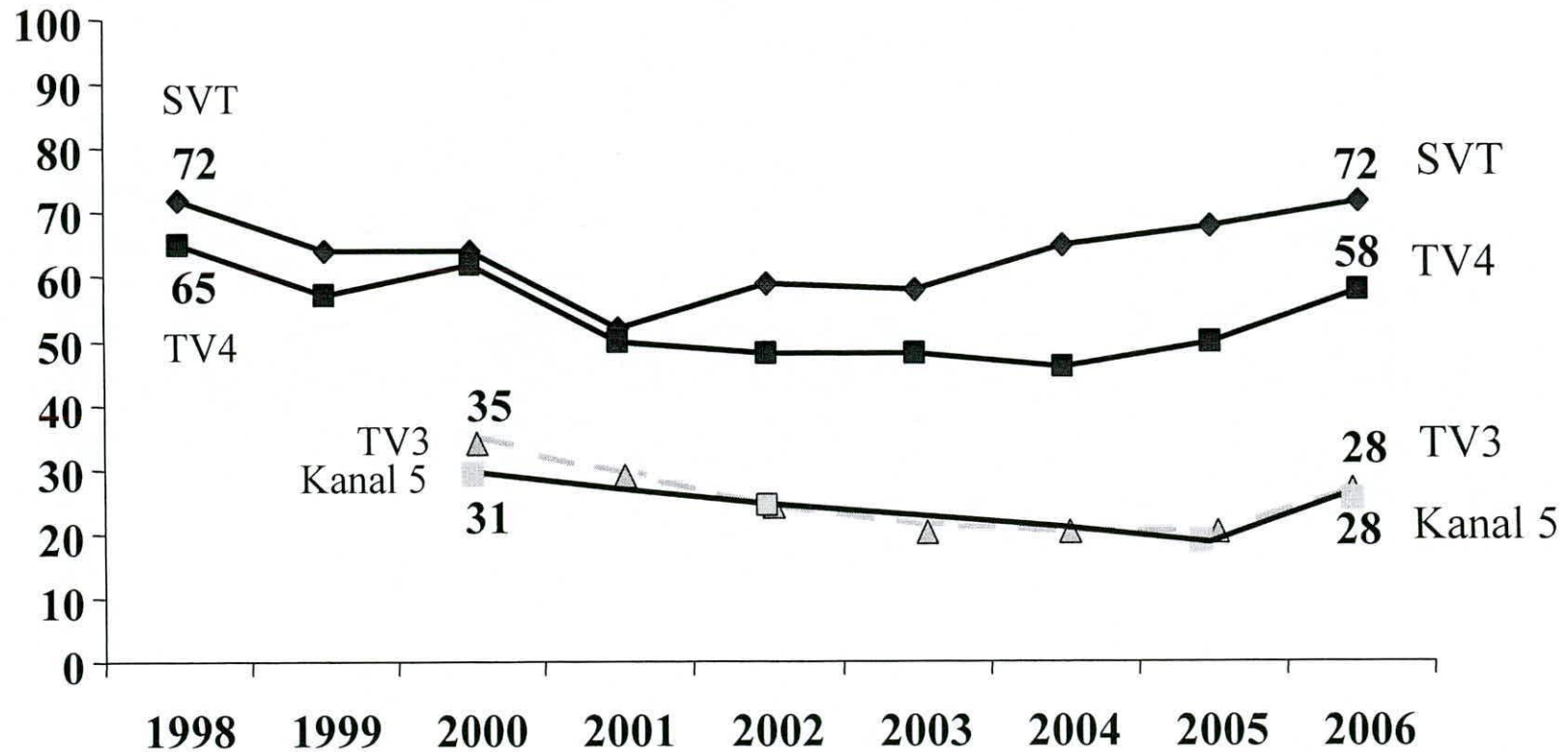
DN och Aftonbladet



Källa: MedieAkademin och TNS Gallup AB. 778 telefonintervjuer under perioden 17/10 – 26/10 2006. Andel mycket/ganska stort förtroende bland dem som har åsikt. Frågan löd: ” Hur stort förtroende har Du för det sätt på vilket radio, TV-kanaler och dagstidningar sköter sitt arbete?”



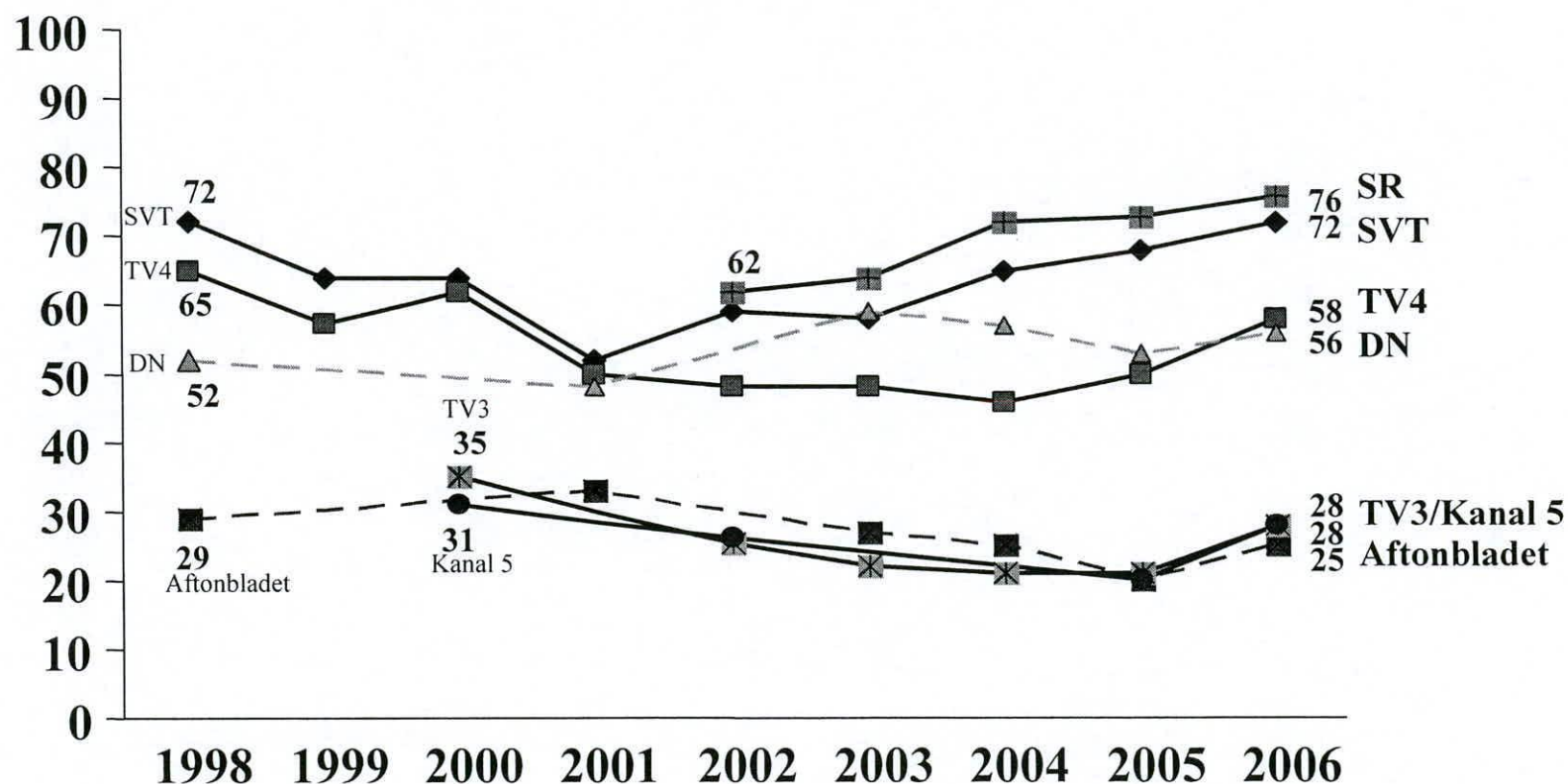
SVT, TV4, TV3 och Kanal 5



Källa: MedieAkademin och TNS Gallup AB. 778 telefonintervjuer under perioden 17/10 – 26/10 2006. Andel mycket/ganska stort förtroende bland dem som har åsikt. Frågan löd: ” Hur stort förtroende har Du för det sätt på vilket radio, TV-kanaler och dagstidningar sköter sitt arbete?”

**Förtroende:
Massmedier**

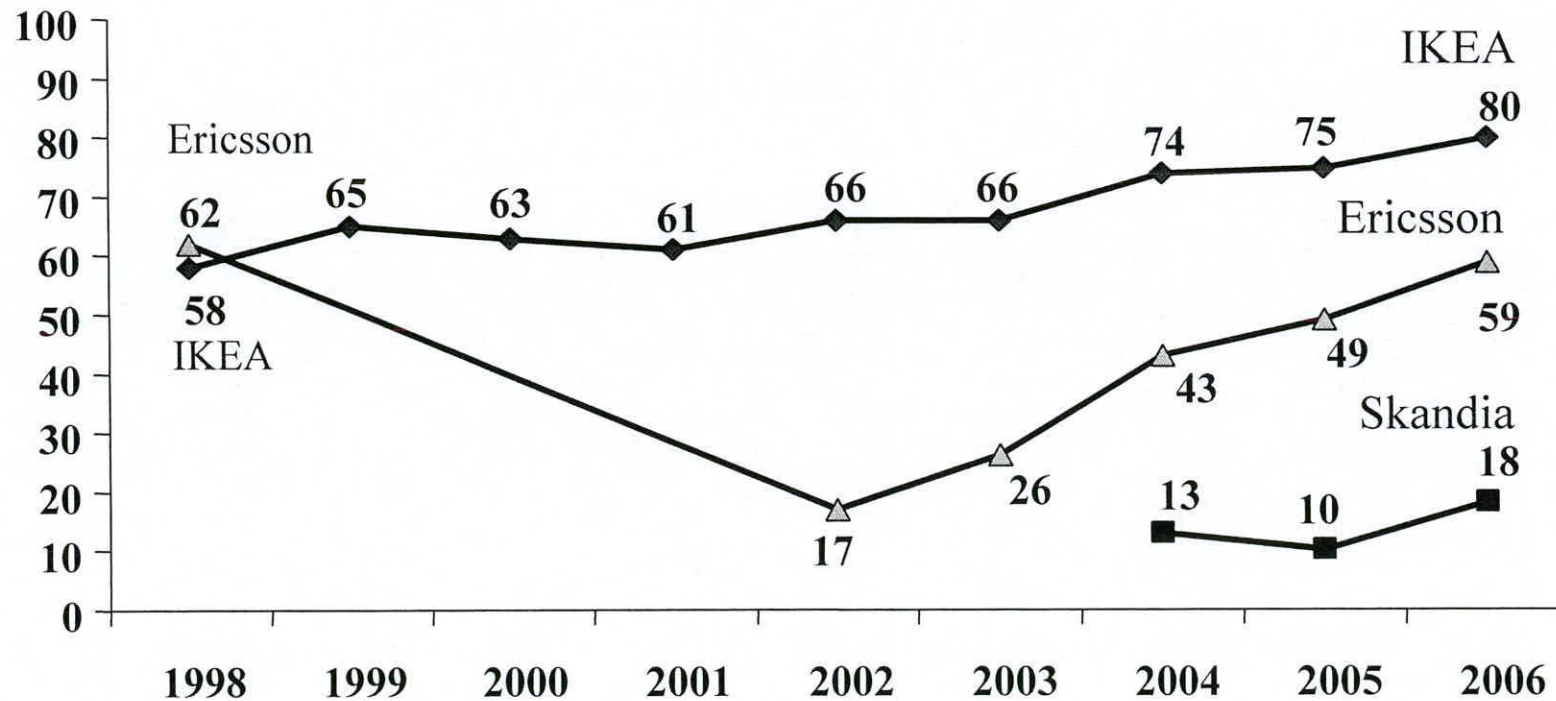
MEDIEAKADEMIN



Källa: MedieAkademin och TNS Gallup AB. 778 telefonintervjuer under perioden 17/10 – 26/10 2006. Andel mycket/ganska stort förtroende bland dem som har åsikt. Frågan löd: ” Hur stort förtroende har Du för det sätt på vilket radio, TV-kanaler och dagstidningar sköter sitt arbete?”



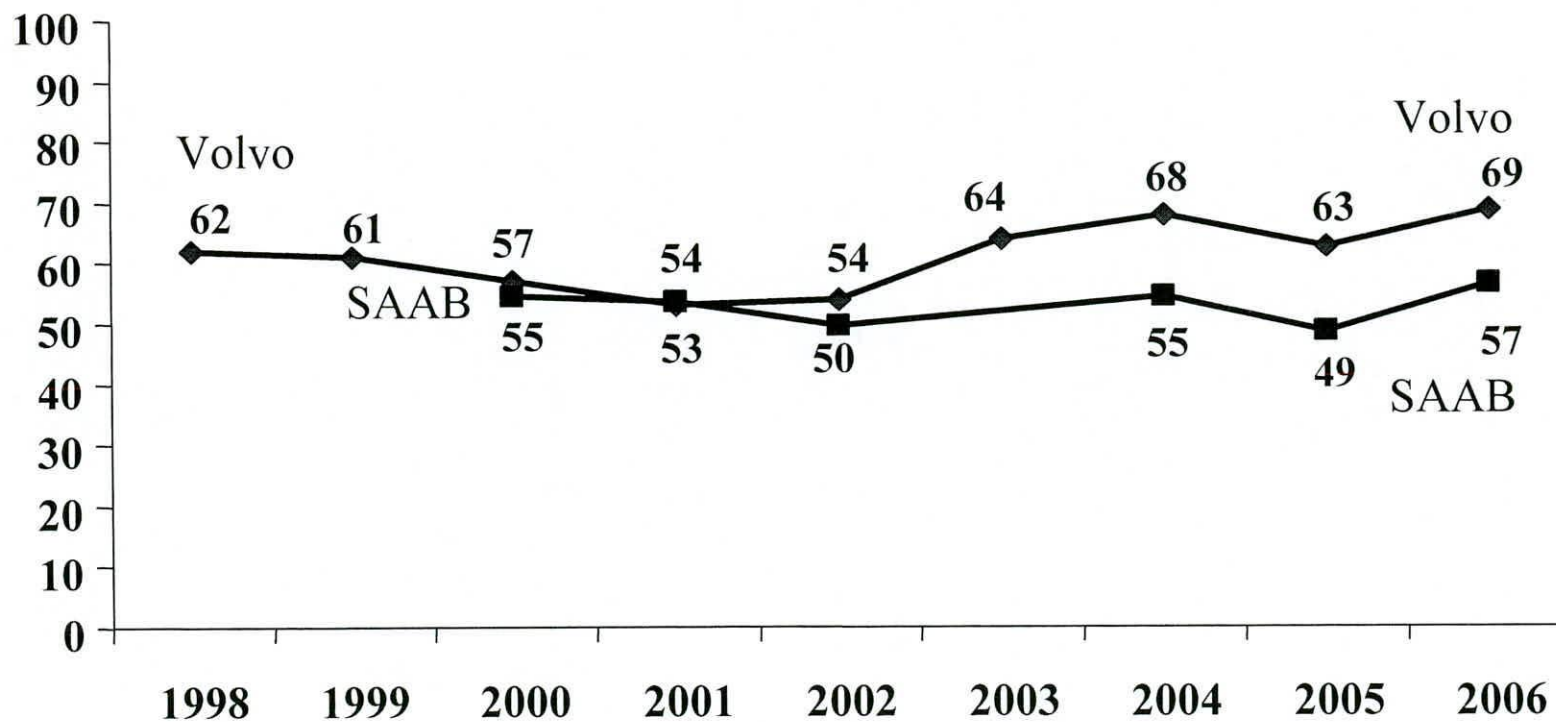
IKEA, Skandia och Ericsson



Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 778 telefonintervjuer under perioden 17/10 – 26/10 2006. Andel mycket/ganska stort förtroende bland personer med kännedom. Frågan löd: "Hur stort förtroende har Du för det sätt på vilket följande företag och varumärken sköter sitt arbete?"



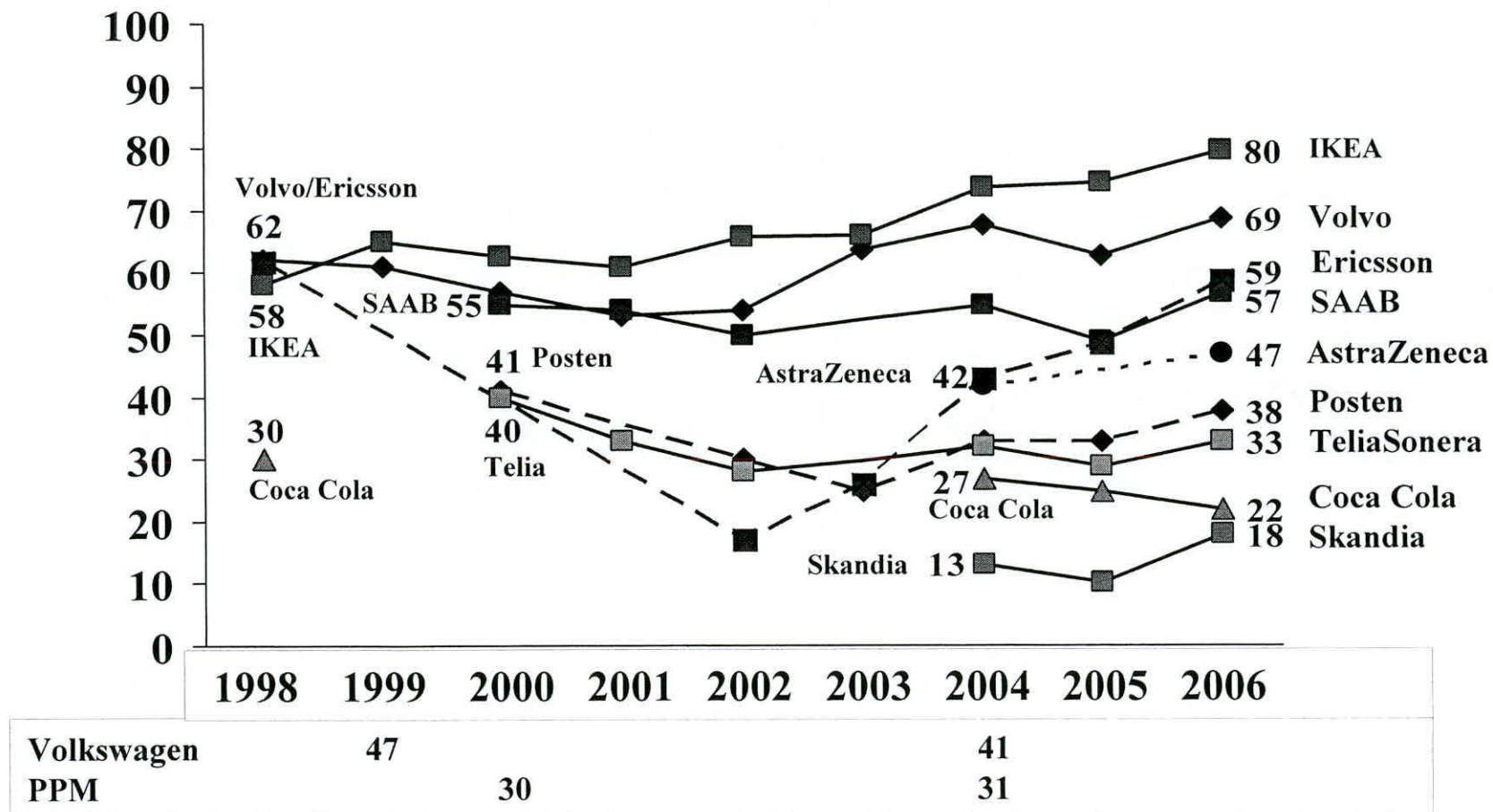
Volvo och SAAB



Källa: MedieAkademien/TNS Gallup AB. 778 telefonintervjuer under perioden 17/10 – 26/10 2006. Andel mycket/ganska stort förtroende bland personer med kännedom. Frågan löd: "Hur stort förtroende har Du för det sätt på vilket följande företag och varumärken sköter sitt arbete?"

**Förtroende:
Företag**

MEDIEAKADEMIN



Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 778 telefonintervjuer under perioden 17/10 – 26/10 2006. Andel mycket/ganska stort förtroende bland personer med kännedom. Frågan löd: "Hur stort förtroende har Du för det sätt på vilket följande företag och varumärken sköter sitt arbete?"



1. Radio/TV	99	16. Sverigedemokraterna	97
2. Dagspressen	99	17. Småföretagen	96
3. Socialdemokraterna	99	18. EU-kommissionen	96
4. Posten	99	19. Facket	95
5. Sveriges Television	98	20. Svenska Kyrkan	95
6. Riksdagen	98	21. SAAB	95
7. De politiska partierna	98	22. Riksbanken	94
8. TV4	98	23. Coca Cola	94
9. IKEA	98	24. Telia Sonera	94
10. Sveriges Radio	97	25. Skandia	94
11. Storföretagen	97	26. Aftonbladet	94
12. Moderaterna	97	27. Universitet/högskolor	91
13. Ericsson	97	28. AstraZeneca	87
14. Volvo	97	29. TV3	85
15. Folkpartiet	97	30. Dagens Nyheter	82
		31. Kanal 5	81

Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 778 telefonintervjuer under perioden 17/10 – 26/10 2006.
Andel personer som besvarar förtroendefrågorna.

**Topplistan:
Förtroende**

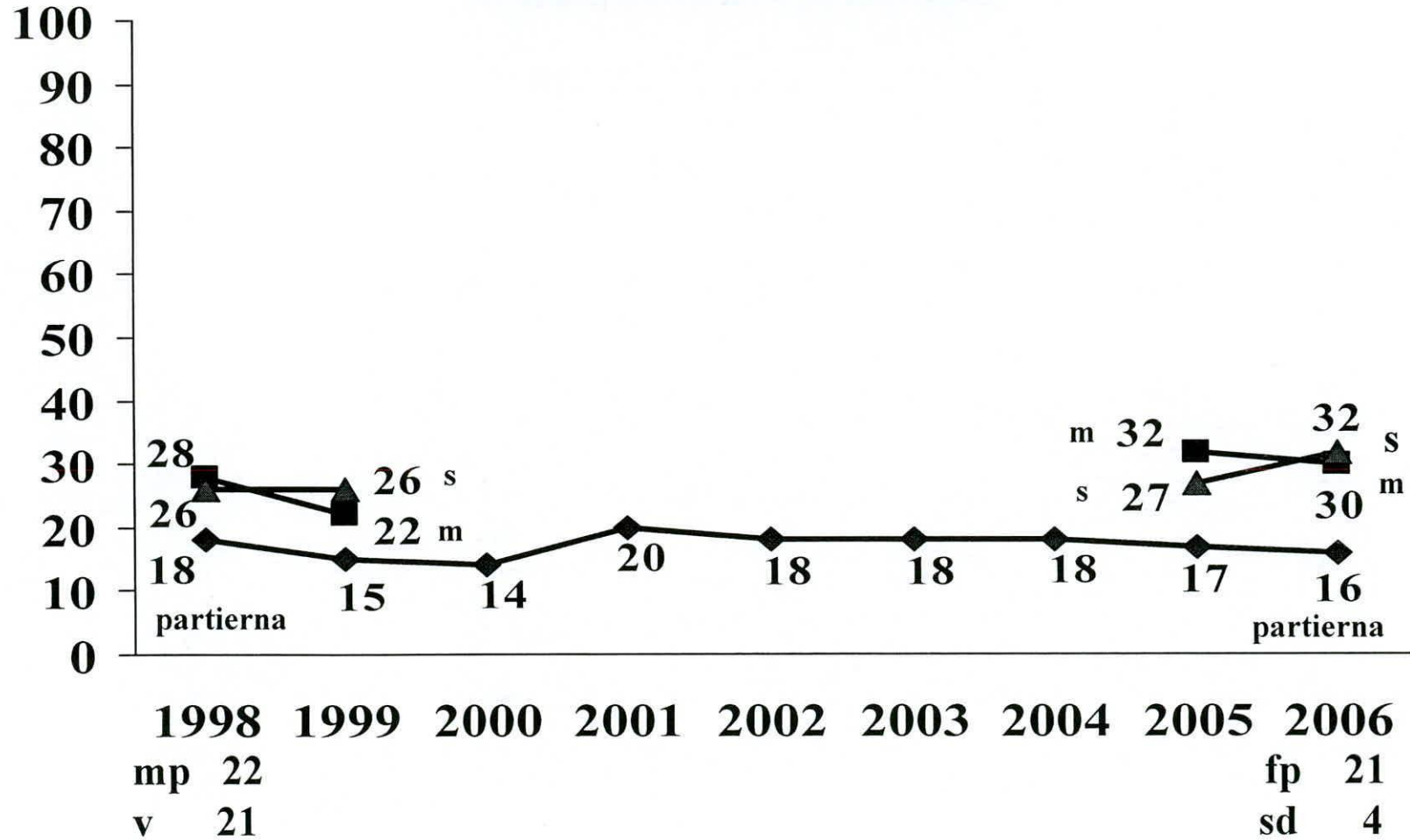
MEDIEAKADEMIN

1. IKEA	80	16. Posten	38
2. Sveriges Radio	76	17. Riksdagen	35
3. Universitet/högskolor	75	18. Telia Sonera	33
4. Sveriges Television	72	19. Socialdemokraterna	32
5. Volvo	69	20. Facket	32
6. Småföretagen	62	21. Dagspressen	31
7. Riksbanken	61	22. Moderaterna	30
8. Ericsson	59	23. TV3	28
9. TV4	58	24. Kanal 5	28
10. SAAB	57	25. Aftonbladet	25
11. Dagens Nyheter	56	26. Coca Cola	22
12. Radio/TV	52	27. EU-kommissionen	21
13. AstraZeneca	47	28. Folkpartiet	21
14. Svenska kyrkan	46	29. Skandia	18
15. Storföretagen	38	30. Partierna	16
		31. Sverigedemokraterna	4

Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 778 telefonintervjuer under perioden 17/10 – 26/10 2006.
Andel mycket + ganska stort förtroende bland personer som uppger kännedom.

**Förtroende:
Politiska partier**

MEDIEAKADEMIN



Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 778 telefonintervjuer under perioden 17/10 – 26/10 2006.
Andel mycket + ganska stort förtroende bland personer som uppger kännedom.



Den nya regimen

**Riksdagen, Partierna, EU-kommissionen, Riksbanken, Storföretagen,
moderaterna och folkpartiet**

Marknadsekonomi

Volvo, Saab, Ericsson, AstraZeneca, Ikea och Småföretagen

Public Service

Sveriges Television, Sveriges Radio, Dagens Nyheter och Radio-TV

Underhållningsbranschen

TV3, Kanal 5, TV4 och Aftonbladet

Förlorarna

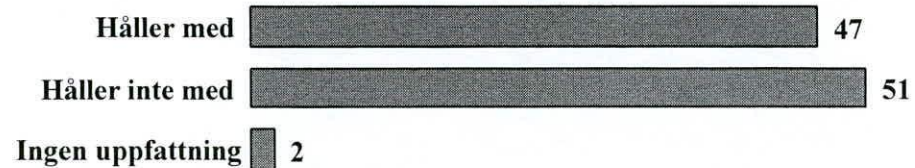
Facket, socialdemokraterna, TeliaSonera och Posten

Oplacerade

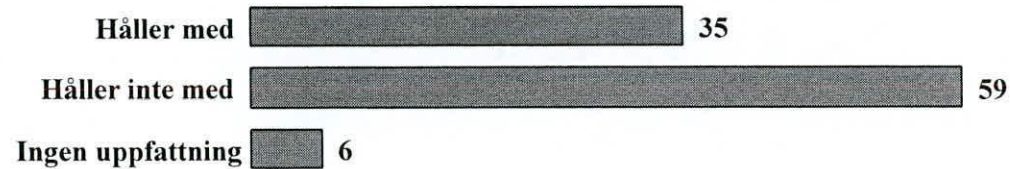
Dagspressen, Coca Cola, Svenska kyrkan, sverigedemokraterna och Universiteten



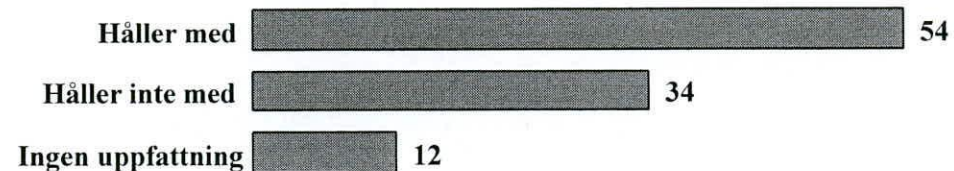
Fråga: Innehållet i dagstidningar på Internet är svårare att överblicka än innehållet i papperstidningar



Fråga: Personer som läser den lokala papperstidningen har inget behov av att besöka tidningens nyhetssajt



Fråga: Internet är en nödvändig förutsättning för att hålla sig informerad om aktuella händelser



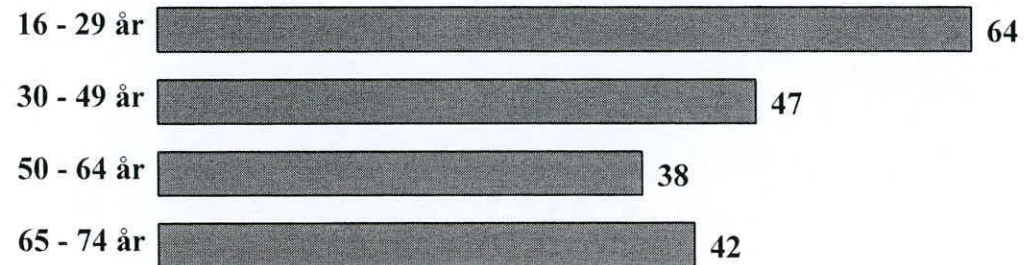
Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 778 telefonintervjuer under perioden 17/10 – 26/10 2006.

Fråga: I vilken utsträckning håller Du med eller håller Du inte med om följande påståenden som finns i debatten om nya medier.
Resultaten visar procentenheter.

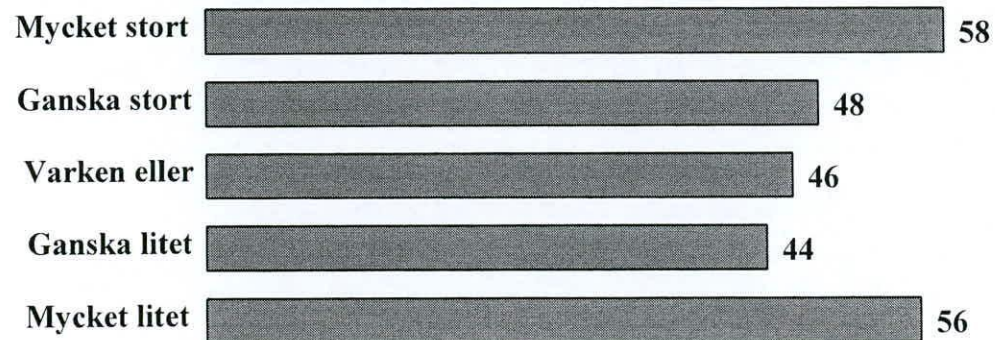


Andel som håller med om att Internet är en nödvändig förutsättning för att hålla sig informerad om aktuella händelser

Ålder



Förtroende för dagspress

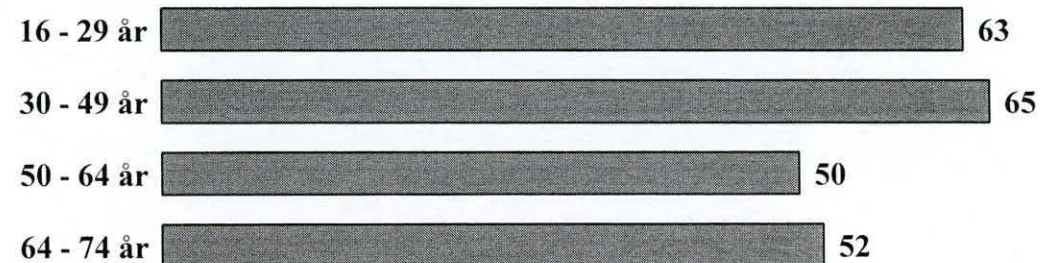


Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 778 telefonintervjuer under perioden 17/10 – 26/10 2006.
Resultaten visar procentenheter.

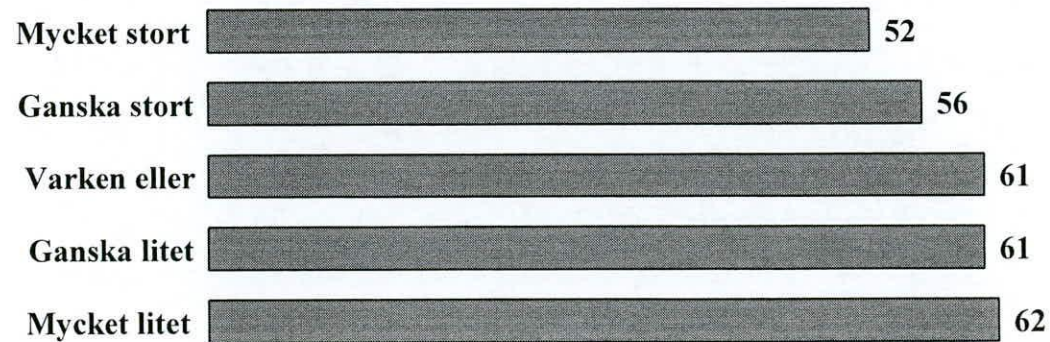


Andel som inte håller med om att den som läser den lokala papperstidningen inte har något behov av att besöka tidningens nyhetssajt

Ålder



Förtroende för dagspress

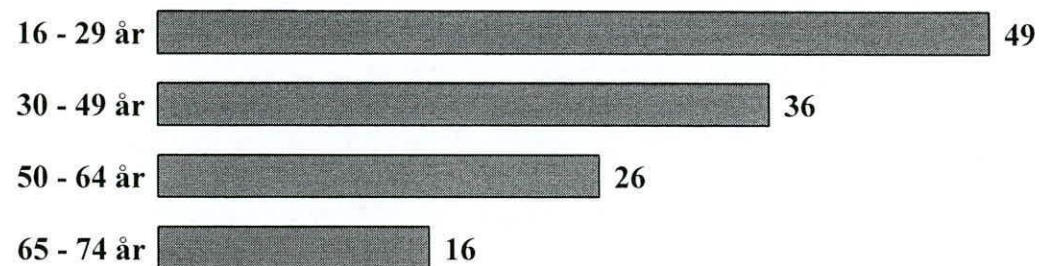


Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 778 telefonintervjuer under perioden 17/10 – 26/10 2006. Resultaten visar procentenheter.

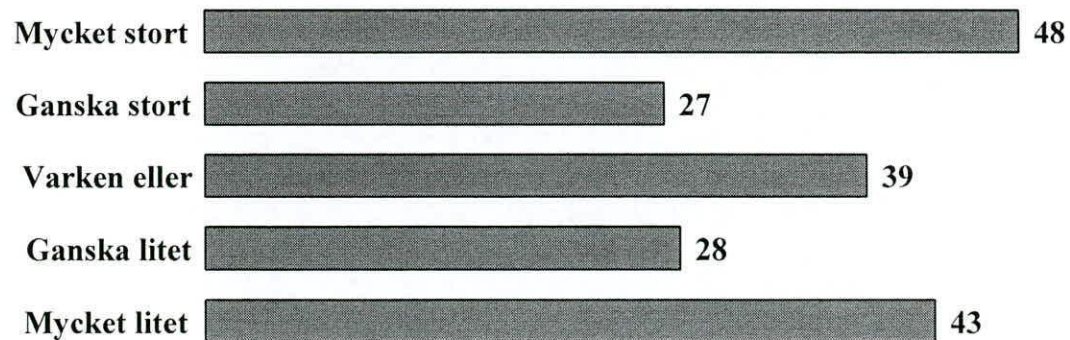


Andel som inte håller med om att dagstidningar på Internet är mindre överskådliga än på papper

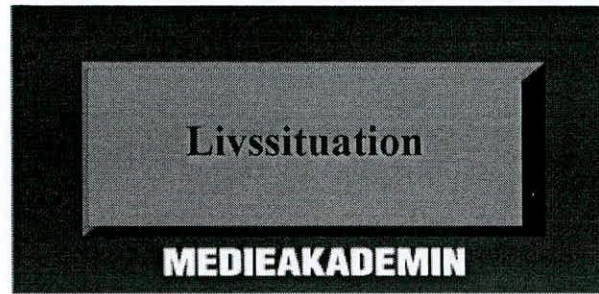
Ålder



Förtroende för dagspressen

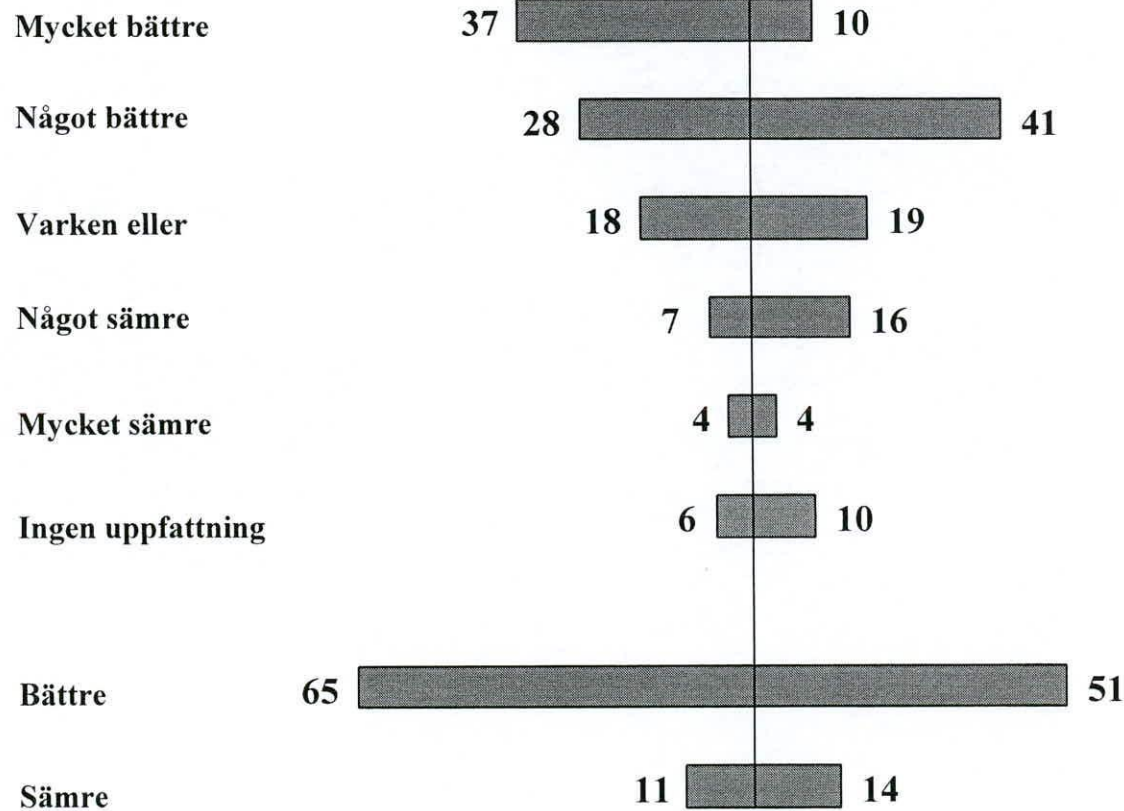


Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 778 telefonintervjuer under perioden 17/10 – 26/10 2006. Resultaten visar procentenheter.



Egen livssituation

De flesta svenskars livssituation



Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 778 telefonintervjuer under perioden 17/10 – 26/10 2006.

Fråga: Om Du ser 10 – 15 år tillbaka i tiden, tycker Du att det blivit bättre eller sämre i fråga om din egen livssituation och de flesta svenskars livssituation. Resultaten visar procentenheter.

Livssituation

MEDIEAKADEMIN

	procent mycket bättre	
	egen	de flesta svenskars
samtliga	37	10
män	38	11
kvinnor	37	10
16 - 29 år	29	8
30 - 49 år	48	12
50 - 64 år	35	8
65 - 74 år	25	12
arbetarfamilj	32	9
jordbrukarfamilj	27	10
tjänstemannafamilj	40	12
högre tjänstemannafamilj	53	12
företagarfamilj	38	12
lågutbildade	25	9
mellanutbildade	35	11
högutbildade	47	10

Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 778 telefonintervjuer under perioden 17/10 – 26/10 2006.

Fråga: Om Du ser 10 – 15 år tillbaka i tiden, tycker Du att det blivit bättre eller sämre i fråga om din egen livssituation och de flesta svenskars livssituation.

Livssituation**MEDIEAKADEMIN**

	procent mycket bättre	
	egen	de flesta svenskers
samtliga	37	10
stockholmsområdet	45	12
östra Mellansverige	39	14
Småland med öarna	39	8
Sydsverige	37	10
Västsverige	35	10
norra Mellansverige	26	5
mellersta o övre Norrland	37	9
vänsterpartister	15	4
socialdemokrater	31	12
miljöpartister	42	4
centerpartister	27	4
folkpartister	45	13
kristdemokrater	61	5
moderater	49	14
sverigedemokrater	33	22
inget parti	31	7

Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 778 telefonintervjuer under perioden 17/10 – 26/10 2006.

Fråga: Om Du ser 10 – 15 år tillbaka i tiden, tycker Du att det blivit bättre eller sämre i fråga om din egen livssituation och de flesta svenskers livssituation.



	journalisternas moral	politikernas moral	företagsledarnas moral	svenska folkets moral
förbättrats kraftigt	1	1	1	1
förbättrats något	4	3	5	7
ungefär som idag	16	21	25	27
försämrats något	41	38	33	43
försämrats kraftigt	25	29	22	14
ingen uppfattning	13	8	14	8
	100%	100%	100%	100%
förbättrats – försämrats	-61	-63	-49	-49

Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 778 telefonintervjuer under perioden 17/10 – 26/10 2006.

Fråga: Om Du ser 10 – 15 år tillbaka i tiden, tycker Du att det blivit bättre eller sämre i fråga om journalisternas moral, politikernas moral, företagsledarnas moral och svenska folkets moral.

**FÖRTROENDE-
BAROMETER
2006**

MEDIEAKADEMIN