



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

Resultat presenterade vi MediaAkademins seminarium den 21 november 2007.

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 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 genomfördes 15/10 – 29/10 2007. Undersökningarna har genomförts av *TNS Gallup* i Göteborg. Kontaktperson på *TNS Gallup* har från starten varit Pär Källeskog. Undersökningsledare för 2007 års studie är Matz Johansson.

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 2007 ingår 27 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 studien 2006 återfanns frågor om olika gruppers moral, om hur människors livssituation har förändrats och om dagspressens förhållande till Internet. I årets undersökning ingår ånyo frågor om olika gruppers moral och hur den har förändrats liksom frågor om storföretagens ansvar och hur de lever upp till dem.



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

Resultat presenterade vid MediaAkademin seminarium den 21 november 2007.

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

Undersökningen

MEDIEAKADEMIN

**250 telefonintervjuer
750 nätenkättsvar**

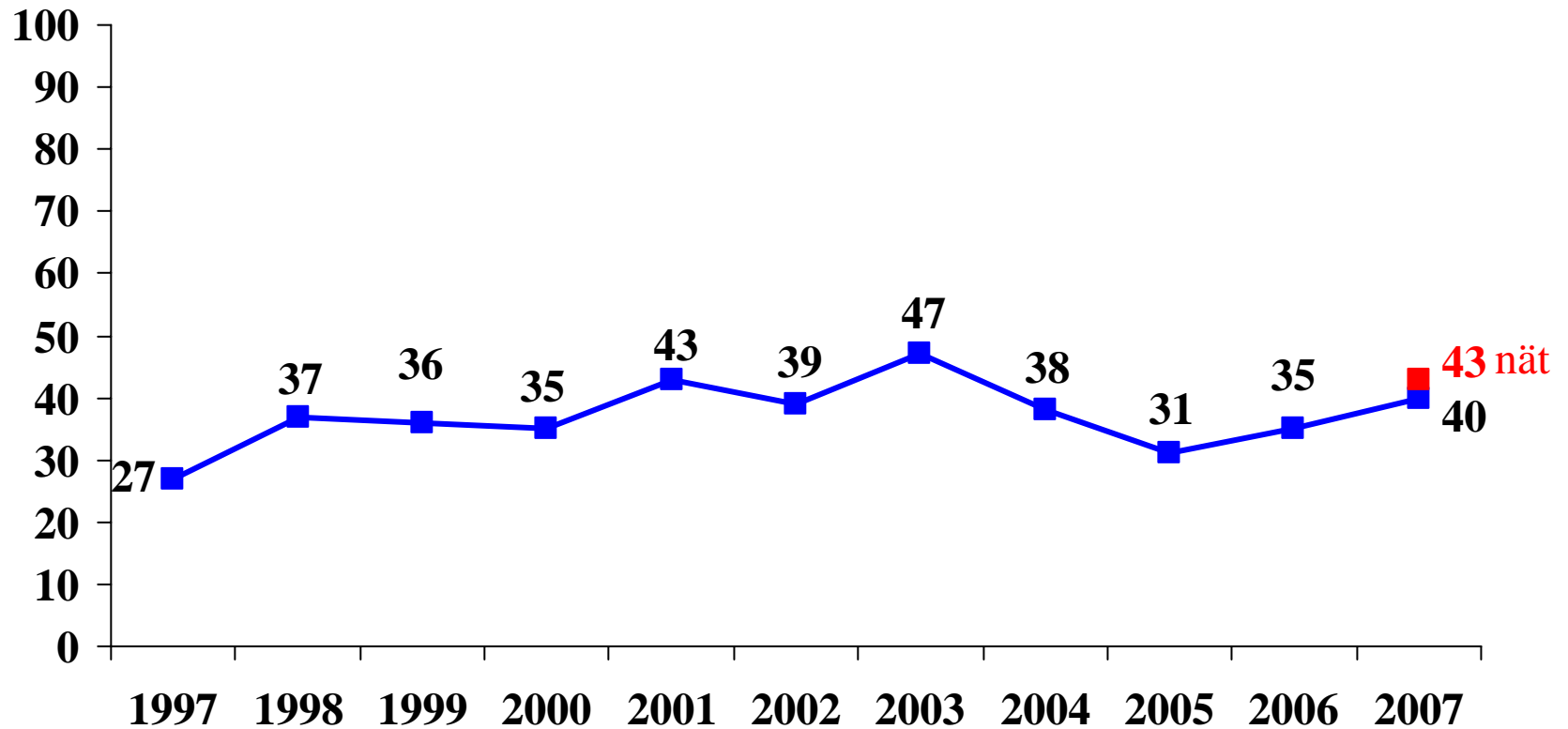
**genomförda
15/10 – 29/10 2007**

**av
TNS Gallup
Göteborg**

Förtroende:
Samhällsinstitutioner

MEDIEAKADEMIN

Riksdagen

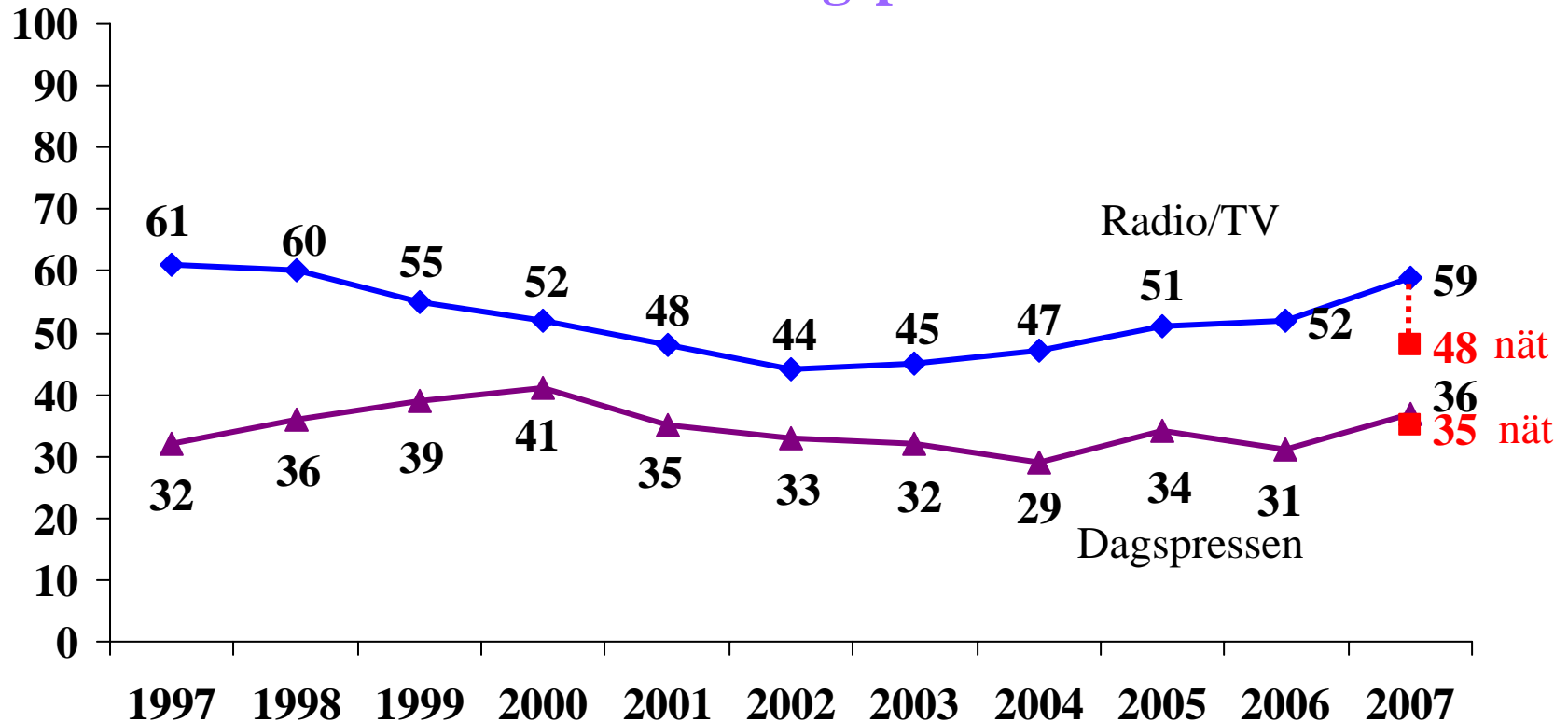


Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 250 telefonintervjuer och 750 nätenkäter under perioden 15/10 – 29/10 2007. Tidigare undersökningar är enbart genomförda per telefon. Andel mycket/ganska stort förtroende bland dem som har åsikt. Frågan löd: ”Hur stort förtroende har Du för det sätt på vilket följande institutioner och verksamheter sköter sitt arbete?”

Förtroende:
Samhällsinstitutioner

MEDIEAKADEMIN

Radio/TV och dagspressen

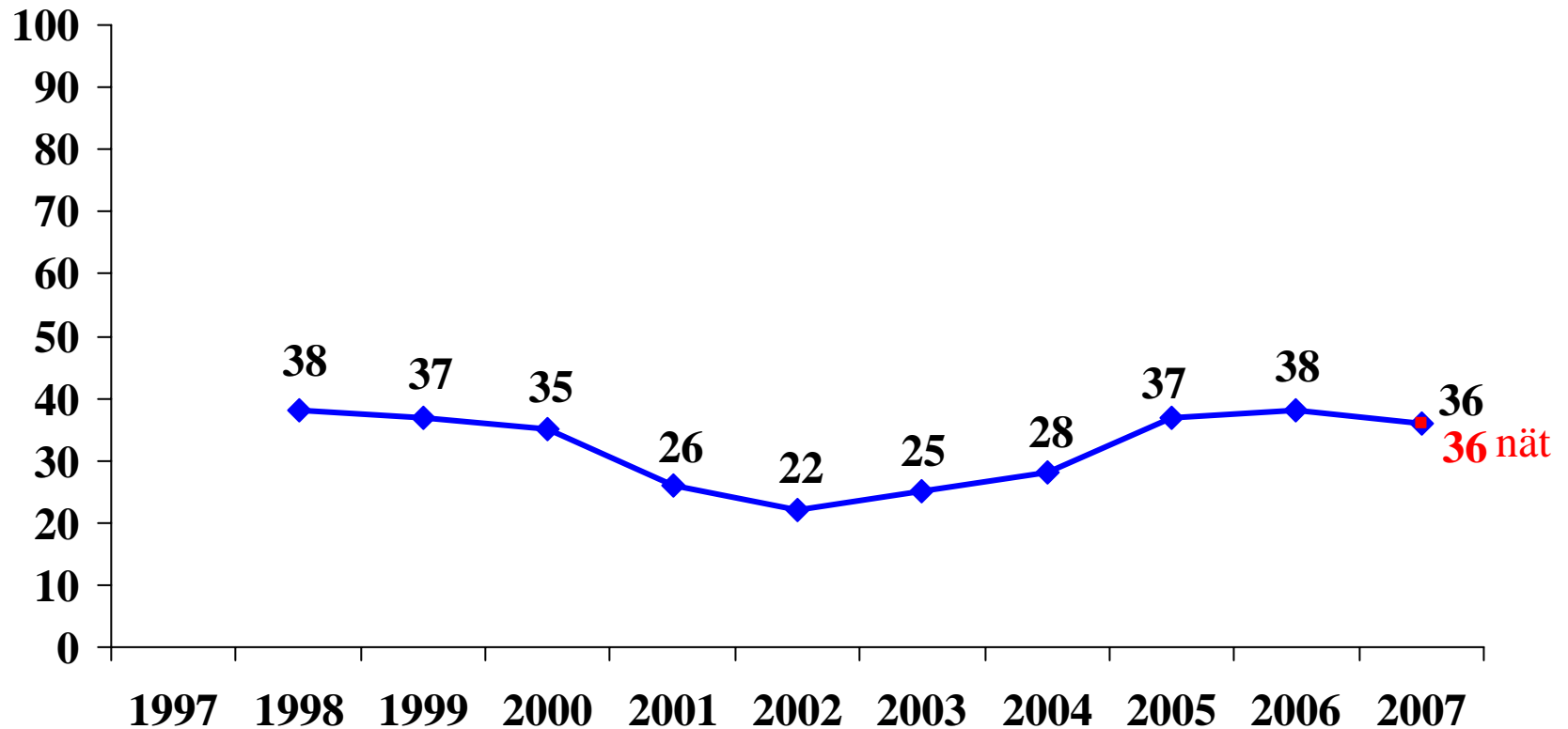


Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 250 telefonintervjuer och 750 nätenkäter under perioden 15/10 – 29/10 2007. Tidigare undersökningar är enbart genomförda per telefon. Andel mycket/ganska stort förtroende bland dem som har åsikt. Frågan löd: ”Hur stort förtroende har Du för det sätt på vilket följande institutioner och verksamheter sköter sitt arbete?”

Förtroende:
Samhällsinstitutioner

MEDIEAKADEMIN

Storföretagen

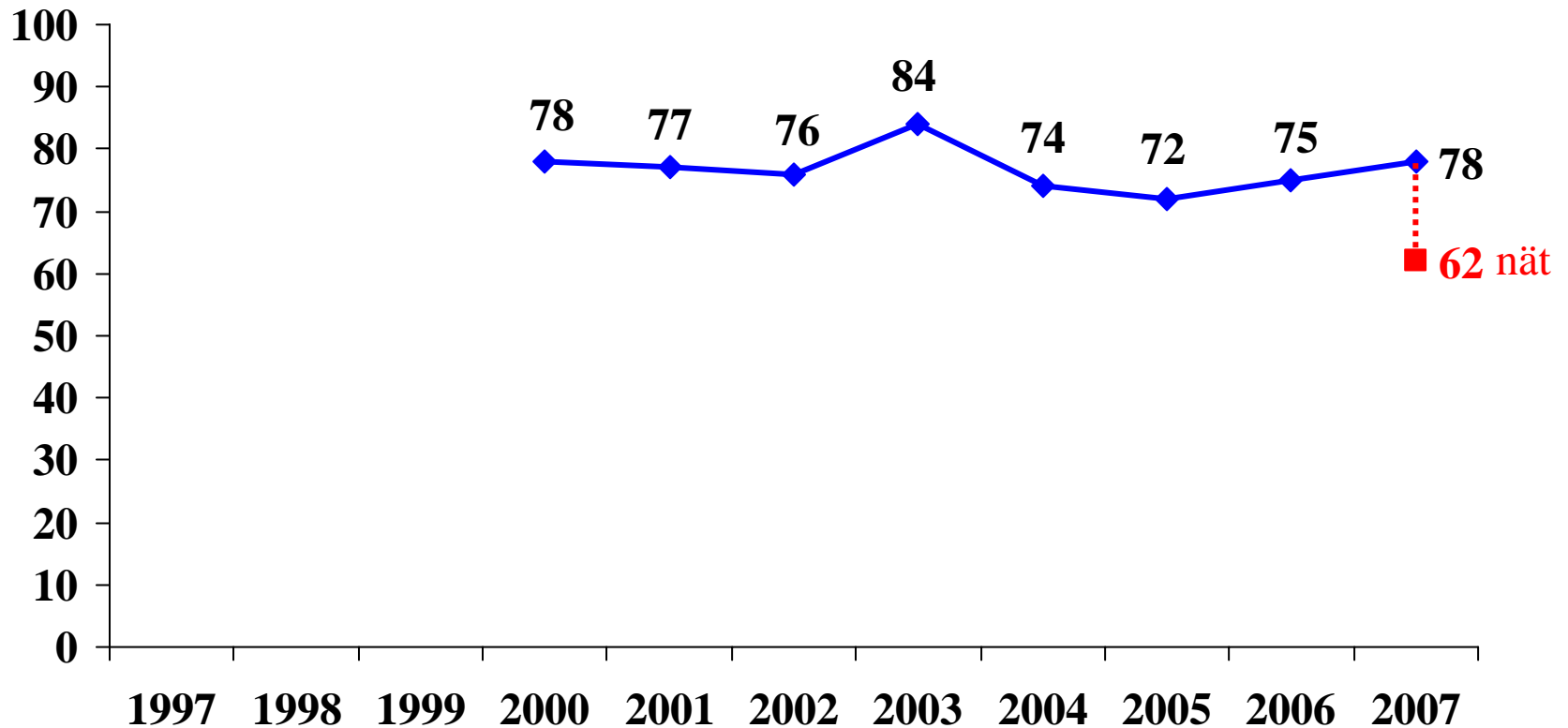


Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 250 telefonintervjuer och 750 nätenkäter under perioden 15/10 – 29/10 2007. Tidigare undersökningar är enbart genomförda per telefon. Andel mycket/ganska stort förtroende bland dem som har åsikt. Frågan löd: ”Hur stort förtroende har Du för det sätt på vilket följande institutioner och verksamheter sköter sitt arbete?”

Förtroende:
Samhällsinstitutioner

MEDIEAKADEMIN

Universitet



Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 250 telefonintervjuer och 750 nätenkät under perioden 15/10 – 29/10 2006. Tidigare undersökningar är enbart genomförda per telefon. 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

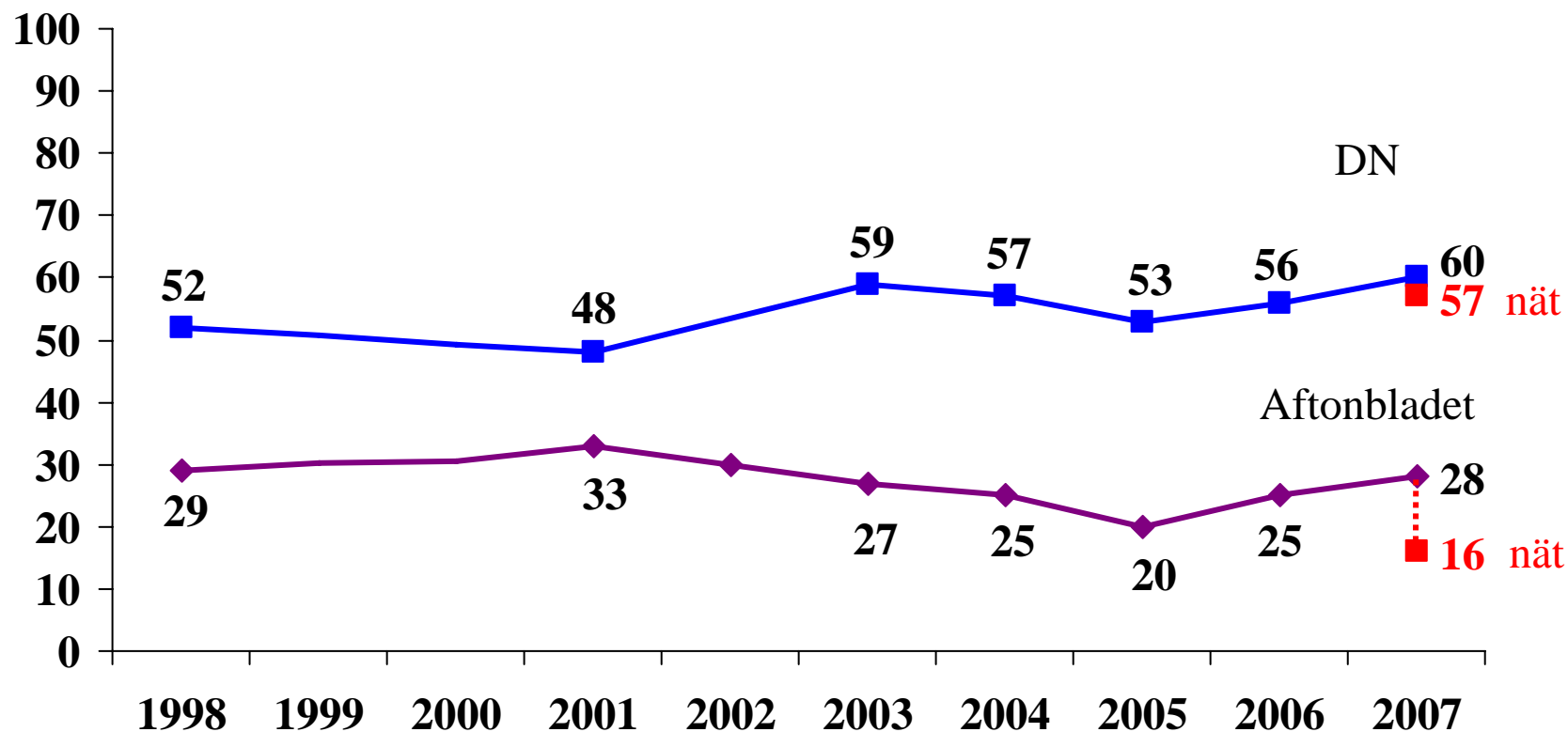
Samhällsinstitution	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	
											tel	nät
Universitet	-	-	-	78	77	76	84	74	72	75	78	62
Radio/TV	61	60	55	52	48	44	45	47	51	52	59	48
Riksdagen	27	37	36	35	43	39	47	38	31	35	40	43
Storföretagen	-	38	37	35	26	22	25	28	37	38	36	36
Dagspressen	32	36	39	41	35	33	32	29	34	31	36	35
Facket	-	-	-	-	-	32	34	29	32	32	35	32
EU-kommissionen	-	-	-	12	20	15	14	18	17	21	23	29
Partierna	-	18	15	14	20	18	18	-	17	16	22	20

Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 250 telefonintervjuer och 750 nätenkät under perioden 15/10 – 29/10 2006. Tidigare undersökningar är enbart genomförda per telefon. 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

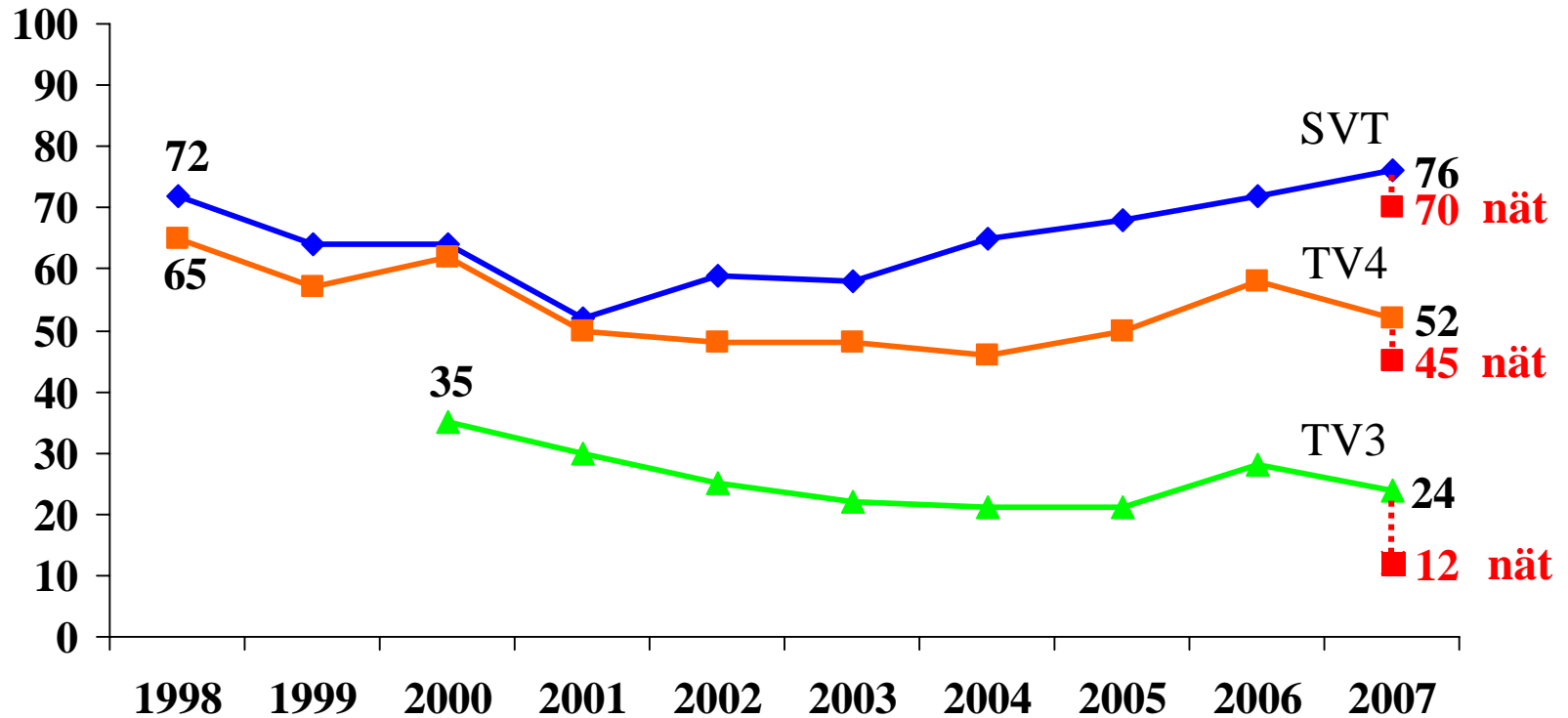


Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 250 telefonintervjuer och 750 nätenkäter under perioden 15/10 – 29/10 2007. Tidigare undersökningar är enbart genomförda per telefon. Andel mycket/ganska stort förtroende bland dem som har åsikt. Frågan löd: ”Hur stort förtroende har Du för det sätt på vilket följande institutioner och verksamheter sköter sitt arbete?”

Förtroende:
Massmedier

MEDIEAKADEMIN

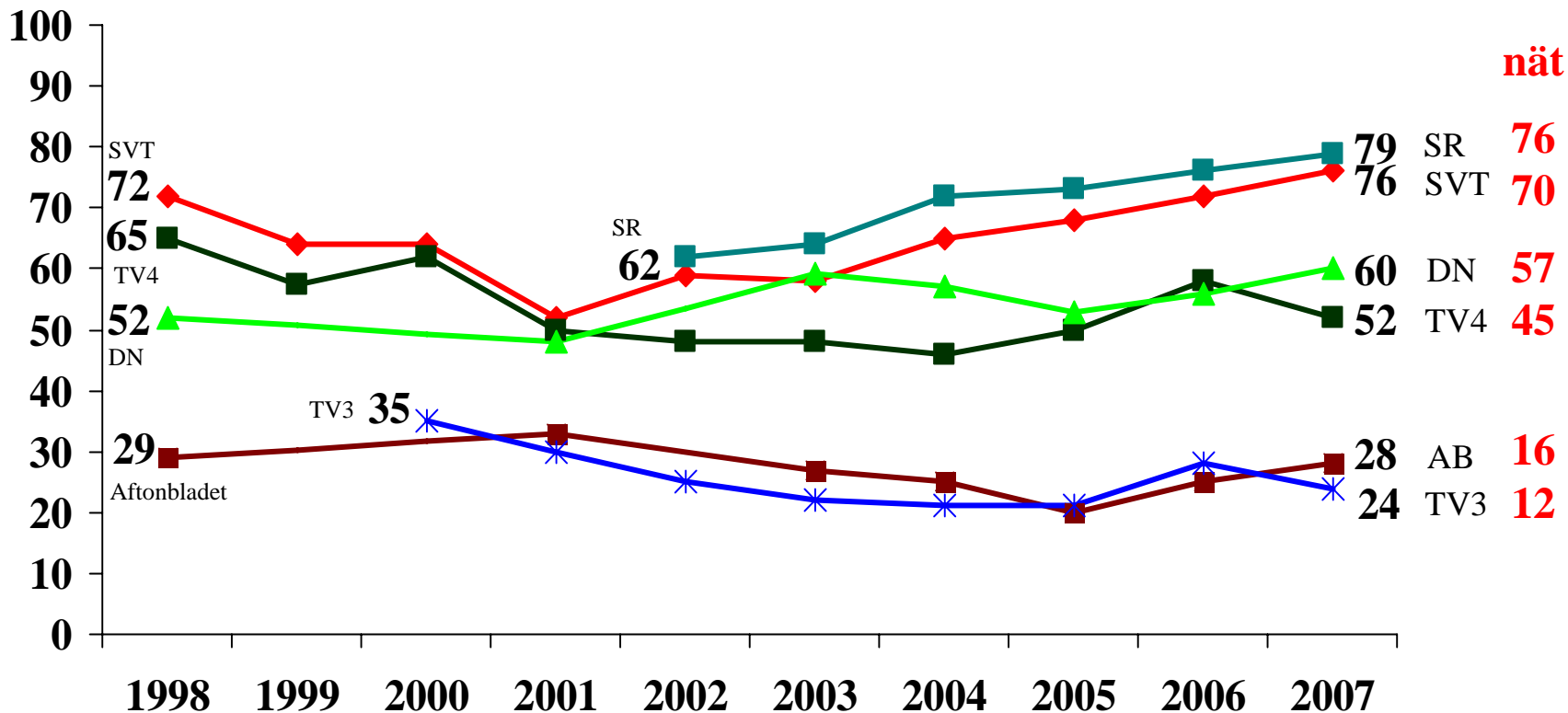
SVT, TV4 och TV3



Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 250 telefonintervjuer och 750 nätenkäter under perioden 15/10 – 29/10 2007. Tidigare undersökningar är enbart genomförda per telefon. 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

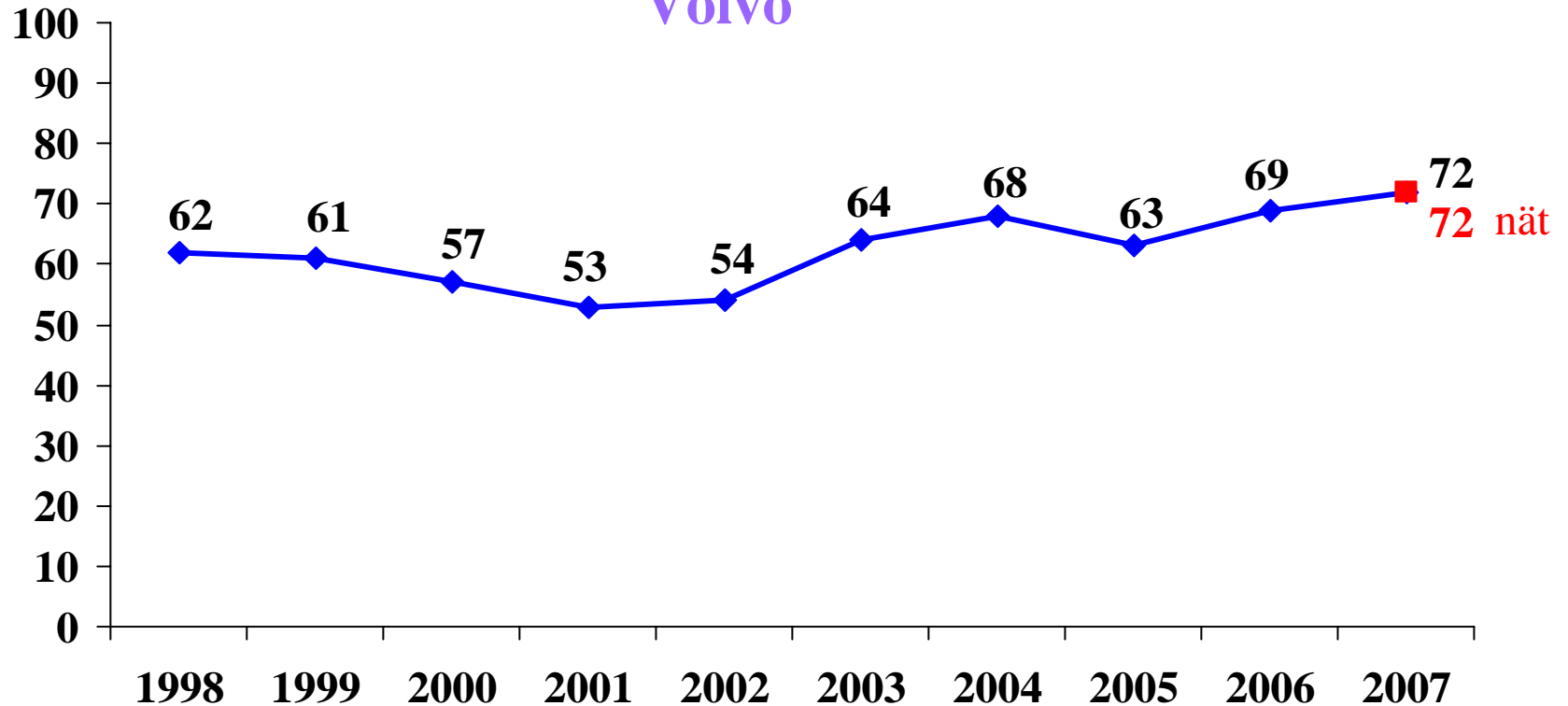


Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 250 telefonintervjuer och 750 nätenkäter under perioden 15/10 – 29/10 2007. Tidigare undersökningar är enbart genomförda per telefon. Andel mycket/ganska stort förtroende bland dem som har åsikt. Frågan löd: "Hur stort förtroende har Du för det sätt på vilket följande institutioner och verksamheter sköter sitt arbete?"

Förtroende:
Företag

MEDIEAKADEMIN

Volvo

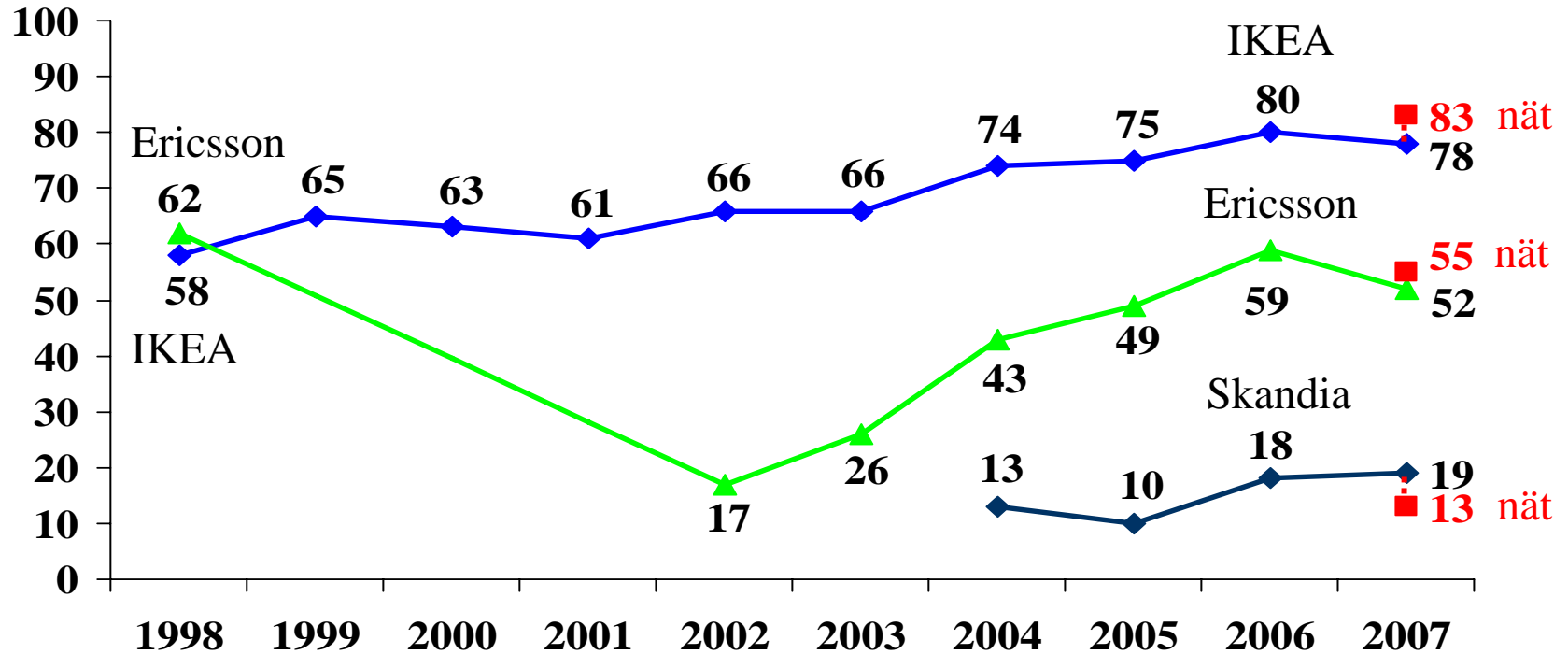


Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 250 telefonintervjuer och 750 nätenkäter under perioden 15/10 – 29/10 2007. Tidigare undersökningar är enbart genomförda per telefon. Andel mycket/ganska stort förtroende bland dem som har åsikt. Frågan löd: ”Hur stort förtroende har Du för det sätt på vilket följande institutioner och verksamheter sköter sitt arbete?”

Förtroende:
Företag

MEDIEAKADEMIN

IKEA, Ericsson och Skandia



Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 250 telefonintervjuer och 750 nätenkäter under perioden 15/10 – 29/10 2007. Tidigare undersökningar är enbart genomförda per telefon. 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

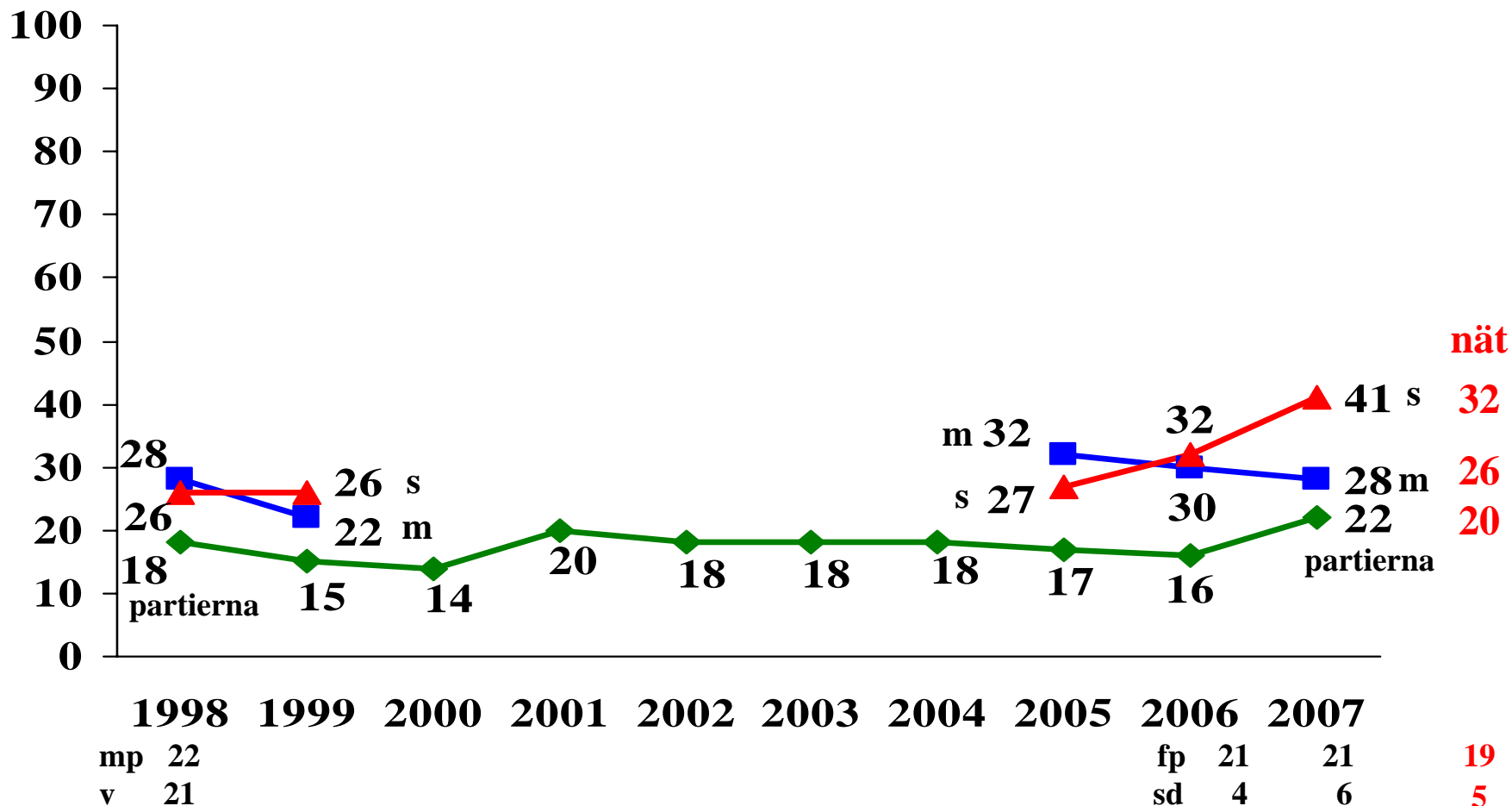
MEDIEAKADEMIN

Företag	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	
										tel	nät
IKEA	58	65	63	61	66	66	74	75	80	78	83
Volvo	62	61	57	53	54	64	68	63	69	72	72
Ericsson	62	-	-	-	17	26	43	49	59	52	55
H&M	-	-	-	-	-	-	42	-	-	45	47
AstraZeneca	-	-	-	-	-	-	42	-	47	43	37
Stockholmsbörsen	-	-	-	-	-	-	-	-	-	41	32
SAS	-	-	-	-	-	-	39	-	-	40	34
Coca Cola	30	-	-	-	-	-	27	25	22	20	21
Skandia	-	-	-	-	-	-	13	10	18	19	13

Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 250 telefonintervjuer och 750 nätenkät under perioden 15/10 – 29/10 2006. Tidigare undersökningar är enbart genomförda per telefon. 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



Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 250 telefonintervjuer och 750 nätenkäter under perioden 15/10 – 29/10 2007. Tidigare undersökningar är enbart genomförda per telefon. 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?”

Kännedom

MEDIEAKADEMIN

1. Radio/TV	99	15. Facket	96
2. Sveriges Television	99	16. Coca Cola	96
3. Socialdemokraterna	98	17. SAS	95
4. Dagspressen	98	18. Sverigedemokraterna	95
5. TV4	98	19. Aftonbladet	94
6. Storföretagen	98	20. Skandia	93
7. Moderaterna	98	21. H&M	92
8. Ericsson	98	22. EU-kommissionen	90
9. Riksdagen	97	23. Universitet/högskolor	90
10. De politiska partierna	97	24. AstraZeneca	89
11. IKEA	97	25. TV3	85
12. Sveriges Radio	97	26. Dagens Nyheter	84
13. Volvo	97	27. Stockholmsbörsen	81
14. Folkpartiet	96		

Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 250 telefonintervjuer under perioden 15/10 – 29/10 2007. Resultaten visar andel personer som besvarar förtroendefrågorna.

Topplistan:
Förtroende

MEDIEAKADEMIN

	tel	nät		tel	nät
1. Sveriges Radio	79	76	15. SAS	40	34
2. IKEA	78	83	16. Storföretagen	36	36
3. Universitet/högskolor	78	62	17. Dagspressen	36	35
4. Sveriges Television	76	70	18. Facket	35	32
5. Volvo	72	72	19. Moderaterna	28	26
6. Dagens Nyheter	60	57	20. Aftonbladet	28	16
7. Radio/TV	59	48	21. TV3	24	12
8. Ericsson	52	55	22. EU-kommissionen	23	29
9. TV4	52	45	23. Partierna	22	20
10. H&M	45	47	24. Folkpartiet	21	19
11. AstraZeneca	43	37	25. Coca Cola	20	21
12. Socialdemokraterna	41	32	26. Skandia	19	13
13. Stockholmsbörsen	41	32	27. Sverigedemokraterna	6	5
14. Riksdagen	40	43			

Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 250 telefonintervjuer och 750 nätenkäter under perioden 15/10 – 29/10 2007. Andel mycket + ganska stort förtroende bland personer som uppger kännedom. Resultaten är rangordnade efter utfallet i telefonstudien. Rangordningen efter nätstudien är mycket likartad. Rangkorrelationen (Spearman's Rho) är +.96 mellan de två rangordningarna.

Huvuddimensioner i
förtroende-
bedömningarna

MEDIEAKADEMIN

Den nya regimen

Riksdagen, Partierna, EU-kommissionen, moderaterna och folkpartiet

Omhuldade storföretag

Volvo, Ericsson, Ikea och Storföretagen

Omdiskuterade storföretag

Skandia, Astra, SAS, Coca Cola, H&M, och Stockholmsbörsen

Public Service

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

Underhållningsbranschen

TV3, TV4, Aftonbladet och Dagspressen

Den gamla arbetarrörelsen

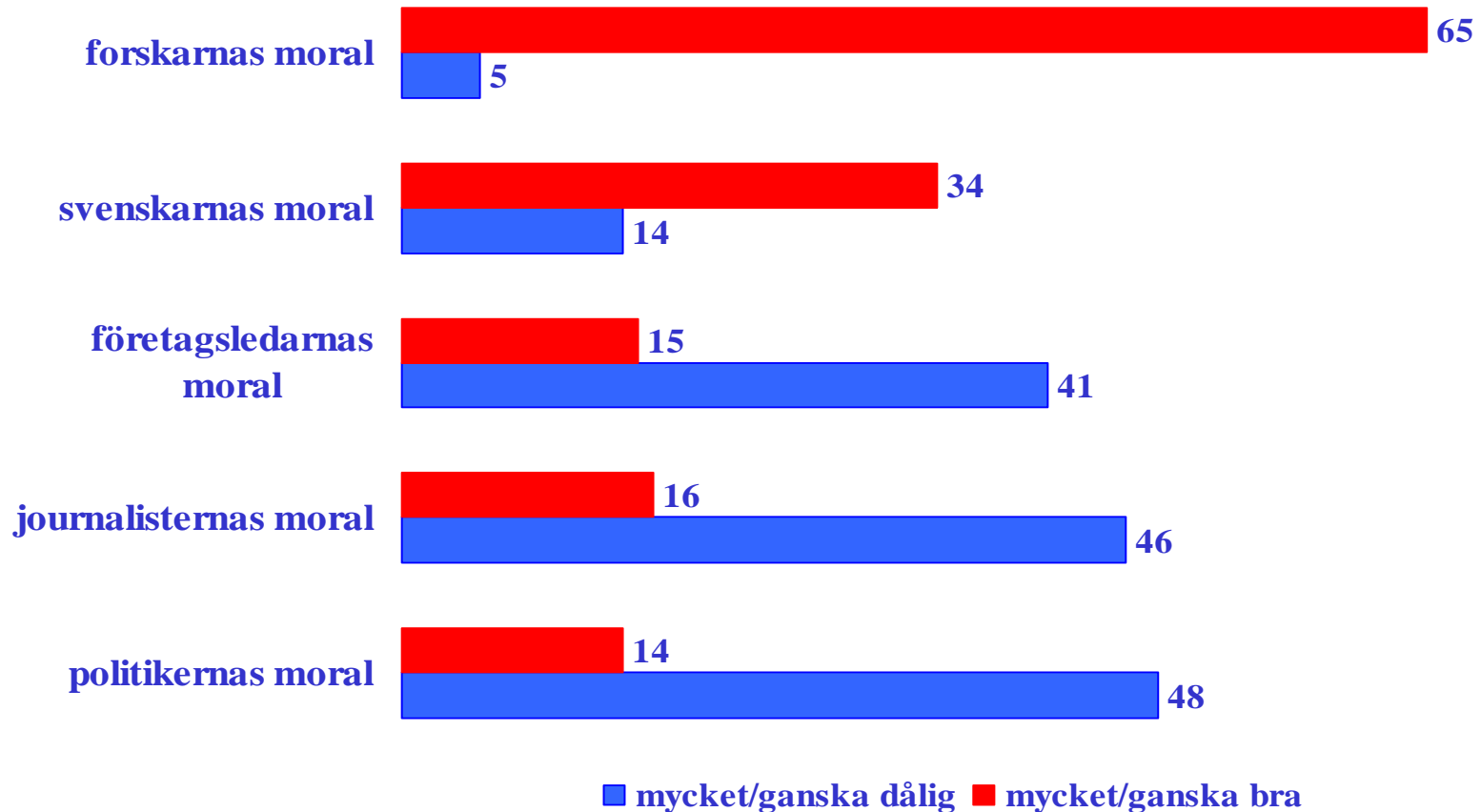
Facket och socialdemokraterna

I annan division

Universiteten och sverigedemokraterna



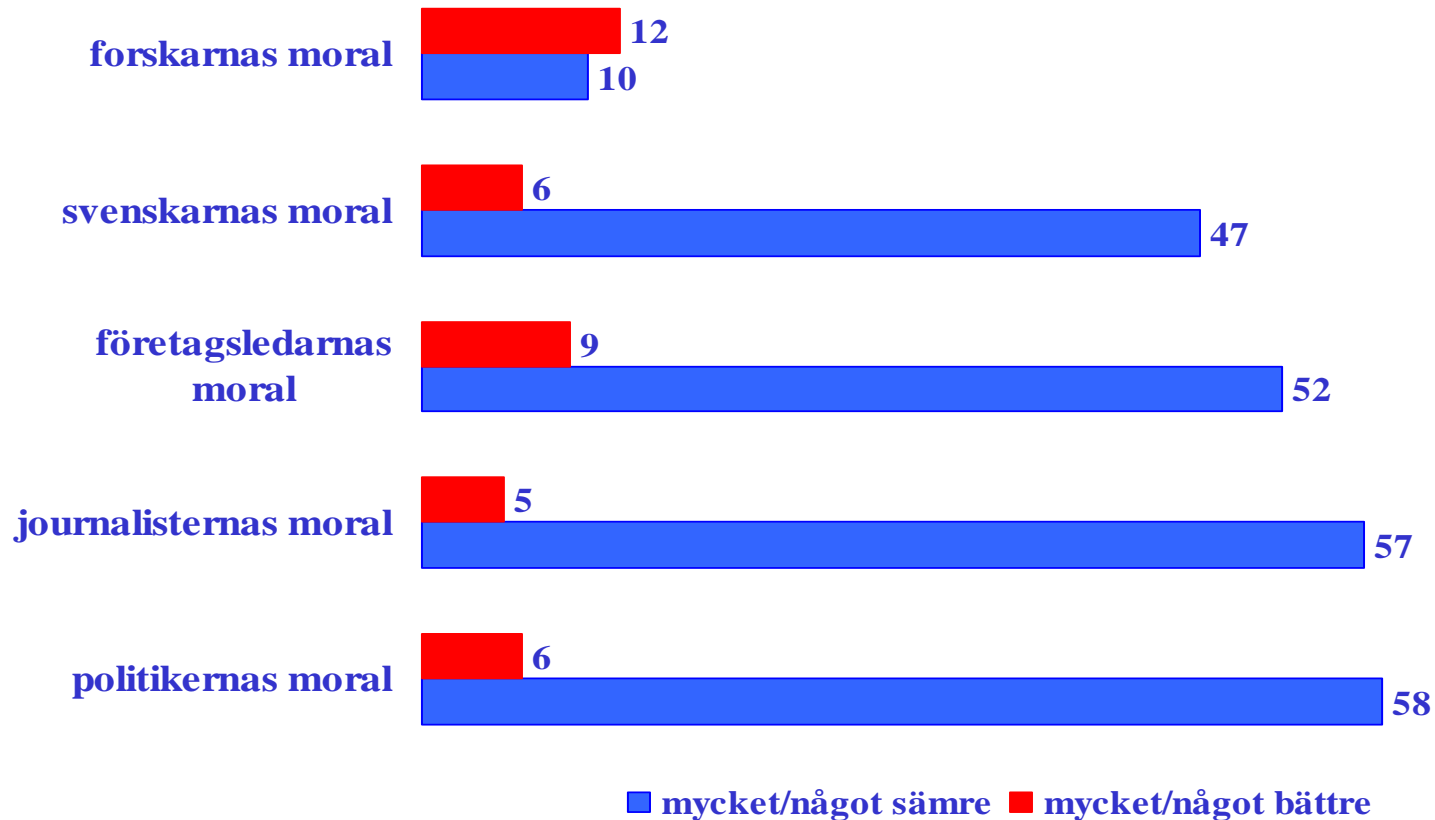
fråga: "Hur skulle Du allmänt sett vilja bedöma moralen hos följande grupper i samhället?"



Källa: MedieAkademien/TNS Gallup AB. 750 nätenkäter under perioden 15/10 – 29/10 2007. Enkätfrågan innehöll också svarsalternativen "varken bra eller dålig" och "ingen uppfattning". Procenten har beräknats bland personer som valde något av de sex svarsalternativen.



fråga: "Om Du ser 10 – 15 år bakåt i tiden, tycker Du moralen blivit bättre eller sämre i följande grupper?"



Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 750 nätenkäter under perioden 15/10 – 29/10 2007. Enkätfrågan innehöll också svarsalternativen "varken bättre eller sämre" och "ingen uppfattning". Procent har beräknats bland personer som valde något av de sex svarsalternativen.

Storföretagens ansvar

MEDIEAKADEMIN

fråga: ”I samhällsdebatten har frågan om storföretagens ansvar på följande områden diskuterats. Hur viktiga anser Du att följande krav är om Du använder en skala mellan 0 (inte alls viktigt) och 10 (mycket viktigt)?”

krav	mycket viktigt (8-10)	mitt emellan (3-7)	inte alls viktigt (0-2)	summa procent	medel- tal (0-10)
• Att de följer lagar och förordningar	85	15	0	100	9,0
• Att de tar ett samhällsansvar	75	24	1	100	8,4
• Att de är öppna för insyn från allmänheten	62	35	3	100	7,7
• Att de har en hög produktivitet	43	55	2	100	7,0
• Att de bidrar till välgörande ändamål	31	60	9	100	6,1
• Att de maximerar sin vinst	23	65	12	100	5,6

Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 750 nätenkäter under perioden 15/10 – 29/10 2007.

Kravprofil
2004 och 2007

MEDIEAKADEMIN

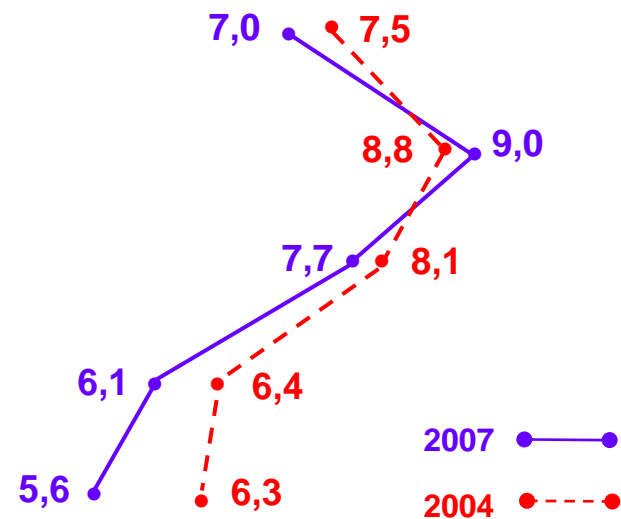
inte alls viktigt

mycket viktigt

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Det är viktigt att företag:

- har hög produktivitet
- följer lagar och förordningar
- är öppna för insyn från allmänheten
- bidrar till välgörande ändamål
- maximerar sin vinst



Partisypati
och
kravprofil

MEDIEAKADEMIN

inte alls viktigt

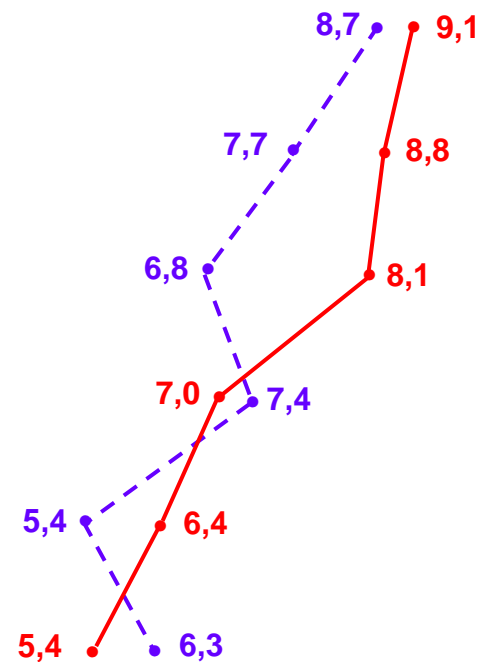
mycket viktigt

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Det är viktigt att företag:

- följer lagar och förordningar
- tar ett vidare samhällsansvar
- är öppna för insyn från allmänheten
- har en hög produktivitet
- bidrar till välgörande ändamål
- maximerar sin vinst

s-sympatisörer ● — ●
m-sympatisörer ● - - - ●



Ansvarsfulla företag och medier

MEDIEAKADEMIN

fråga: ”I vilken utsträckning anser Du att följande företag (och medier) lever upp till kraven att vara ett ansvarsfullt företag?”
Svarsalternativ mellan 0 (mycket dåligt) och 10 (mycket väl).

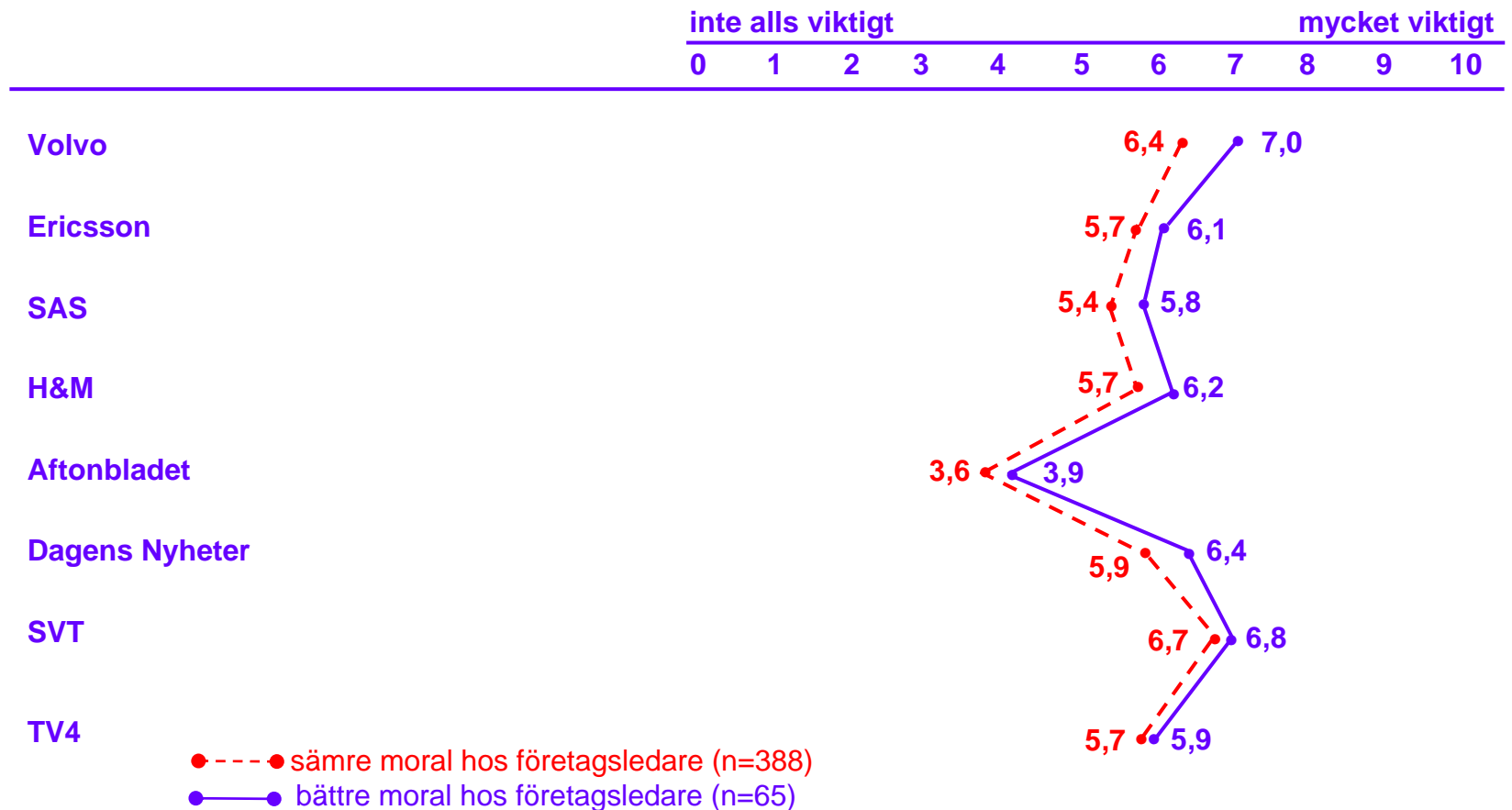
företag/medium	mycket väl (8-10)	mitt emellan (3-7)	mycket dåligt (0-2)	summa procent	medel- tal (0-10)
• Sveriges Television	37	60	3	100	6,7
• Volvo	33	64	3	100	6,5
• Dagens Nyheter	23	74	3	100	6,0
• Ericsson	21	73	6	100	5,9
• Hennes & Mauritz	21	73	6	100	5,9
• TV4	15	77	8	100	5,5
• SAS	15	77	8	100	5,5
• Aftonbladet	7	63	30	100	3,8

Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 750 nätenkäter under perioden 15/10 – 29/10 2007.

Moralvind
och
enskilda företag

MEDIEAKADEMIN

Bedömning av enskilda företag efter hur man anser att
företagsledarnas moral utvecklats de senaste 10 – 15 åren



**FÖRTROENDE-
BAROMETER
2007**

MEDIEAKADEMIN