



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

Resultat presenterade vid MedieAkademin seminarium den 10 november 2010

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

MEDIEAKADEMINS FÖRTROENDEBAROMETER

Sören Holmberg och Lennart Weibull

MedieAkademin har sedan 1997 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 olika 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 är sedan 2008 helt och hållet nätenkäter omfattande 1 000 personer och genomförd av TNS Gallup (2008) respektive TNS Sifo (sedan 2009). Undersökningen 2010 genomfördes 15/10 – 19/10. Kontaktperson med undersökningsföretagen har från starten t o m 2008 varit Pär Källeskog. Undersökningsledare för 2010 års studie är Matz Johansson. Kerstin Gidsäter på SOM-institutet har alla år redigerat och sammanställt rapporterna.

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 2010 ingår 38 institutioner/företag/medier.

Några år har även andra aspekter på samhällsförtroende och media undersökts. I undersökningen 2007 ingick frågor om olika gruppers moral och hur den har förändrats liksom frågor om storföretagens ansvar och hur de lever upp till dem. Studien 2008 omfattar speciella frågor om mediernas rapportering om EU och olika delar av Sverige, och om hur mediernas innehåll påverkar människors kunskaper, åsikter, livsstilar, humör och känslor. I 2009 års undersökning ingår frågor om hur svenska folket bedömer balansen i massmediernas rapportering om Alliansregeringen, oppositionen och det svenska ordförandeskapet i EU. Dessutom ingår frågor om Internetanvändning och bedömningar av Internet som ett instrument för demokrati. År 2010 års studie innehåller en serie frågor kring hur människor uppfattar och vill ha den moderna staden. Och var man vill bo.



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

Resultat presenterade vid MedieAkademin seminarium den 10 november 2010

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

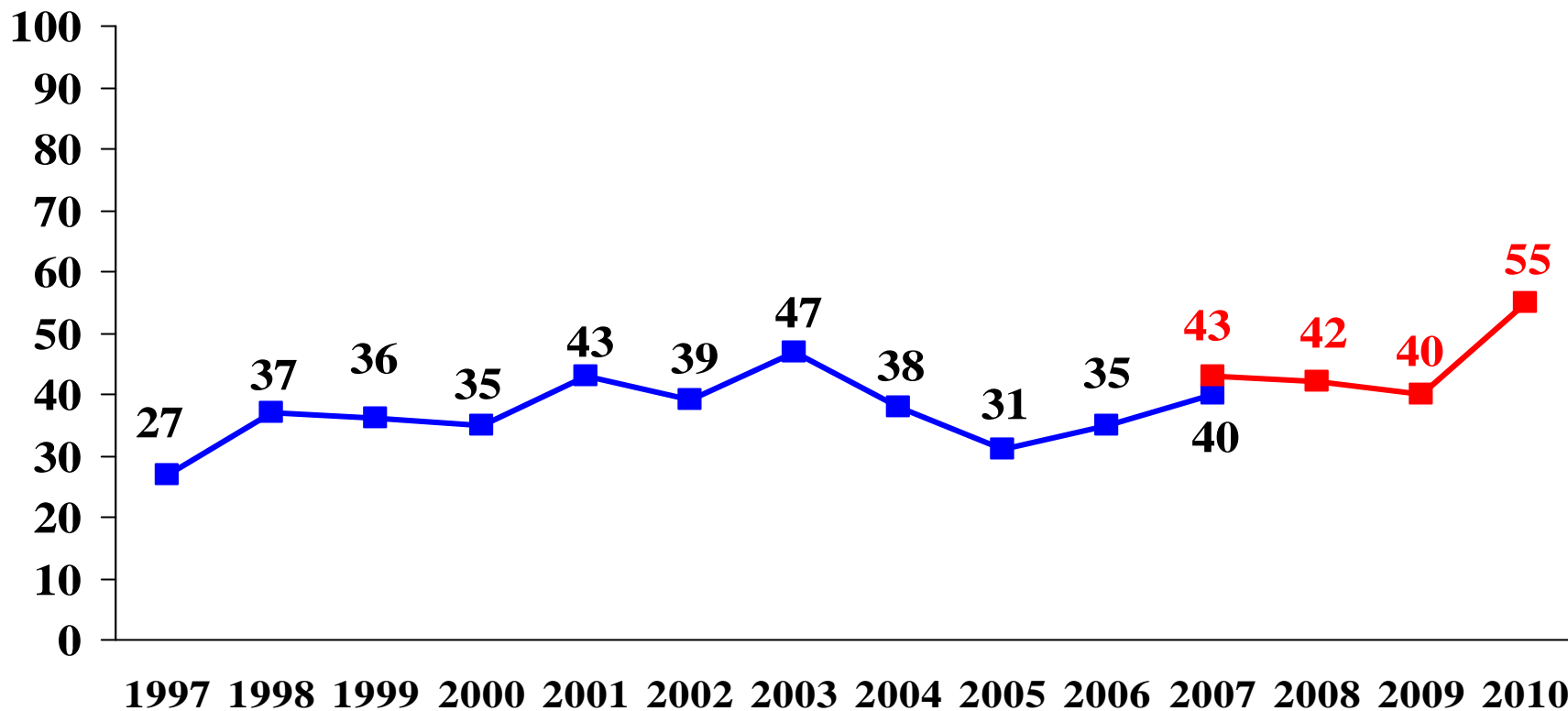


1 000 nätenkättsvar
undersökningen genomförd 15/10 – 19/10 2010
av
TNS SIFO

**Förtroende:
Samhällsinstitutioner**

MEDIEAKADEMIN

Riksdagen

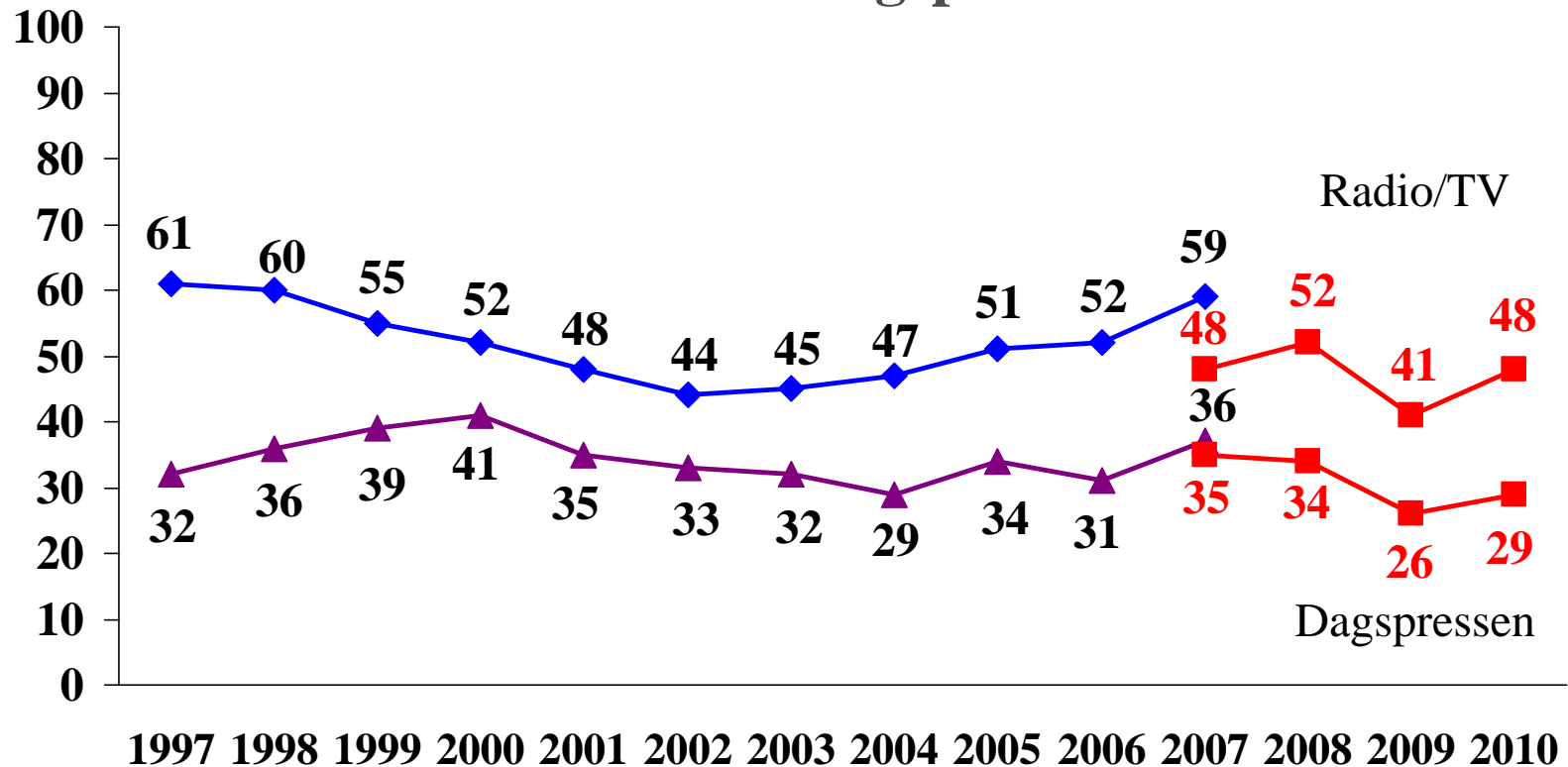


Källa: MedieAkademin/TNS Sifo AB. 1 000 nätenkäter under perioden 15/10 – 19/10 2010. Tidigare undersökningar 1997 - 2006 är enbart genomförda per telefon. År 2007 genomfördes både telefon- och nätmätningar. Från och med 2008 görs enbart nätmätningar. Andel mycket/ganska stort förtroende bland dem som 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

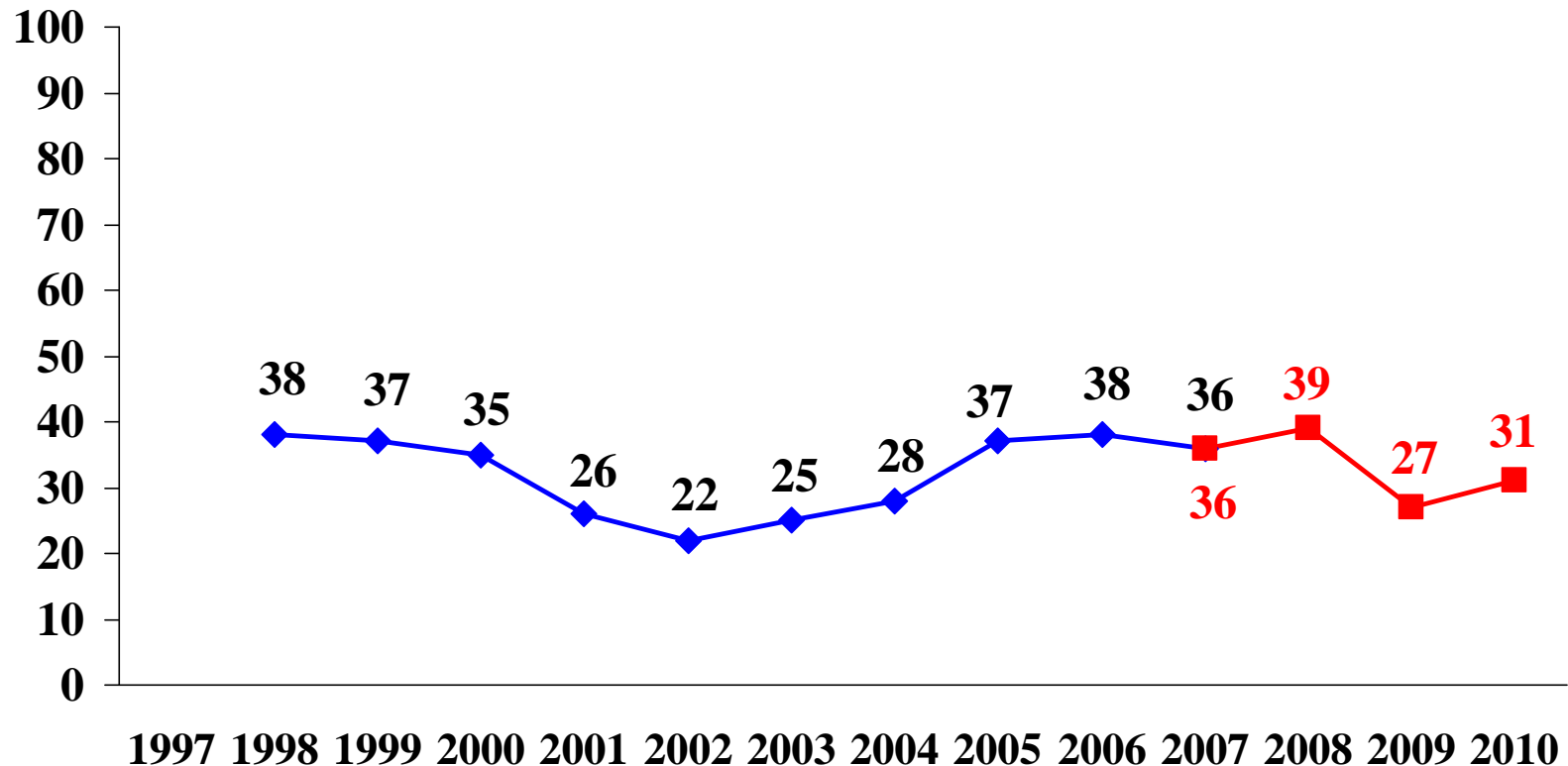


Källa: MedieAkademin/TNS Sifo AB. 1 000 nätenkäter under perioden 15/10 – 19/10 2010. Tidigare undersökningar 1997 - 2006 är enbart genomförda per telefon. År 2007 genomfördes både telefon- och nätmätningar. Från och med 2008 görs enbart nätmätningar. Andel mycket/ganska stort förtroende bland dem som 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

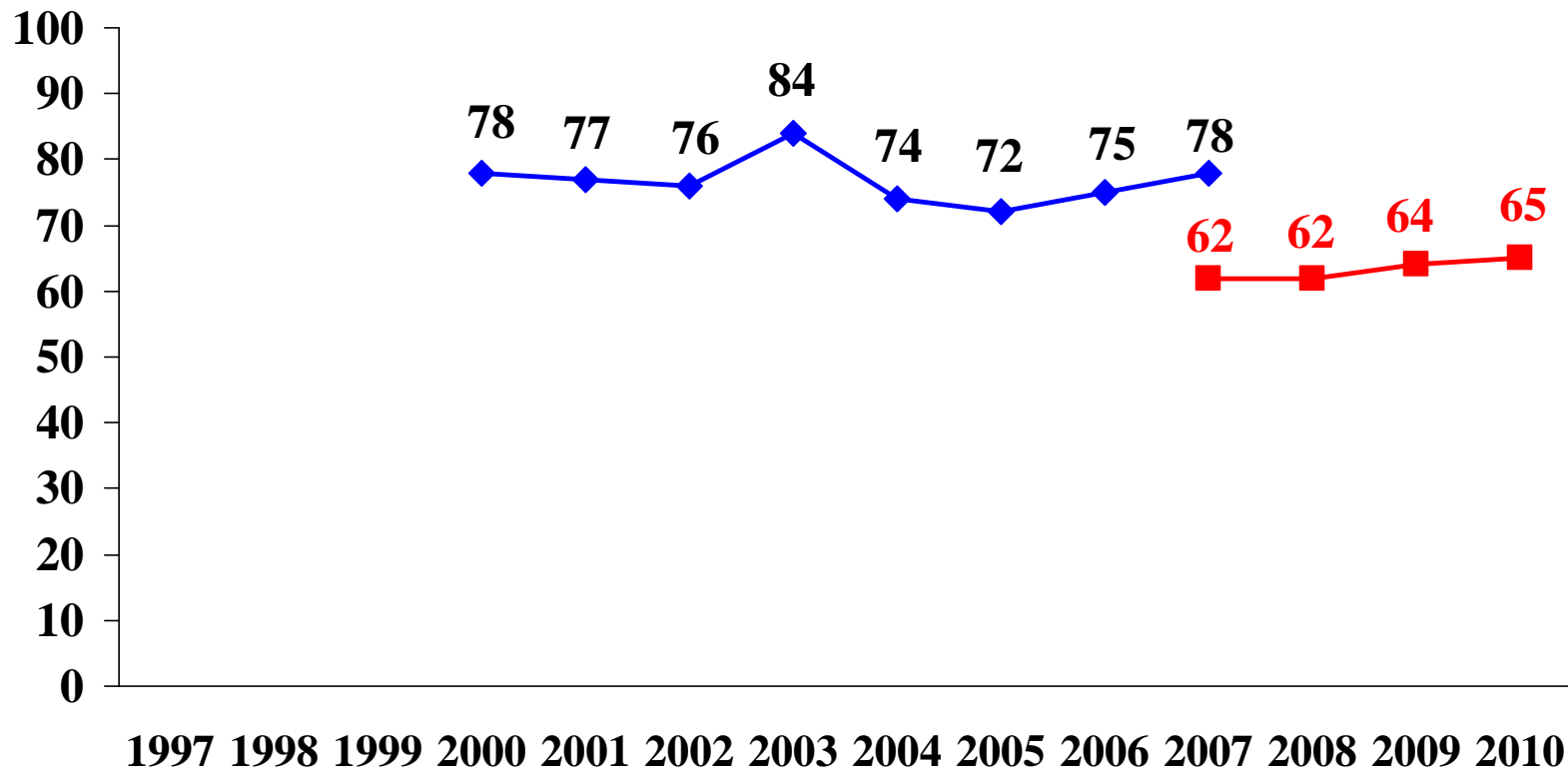


Källa: MedieAkademin/TNS Sifo AB. 1 000 nätenkäter under perioden 15/10 – 19/10 2010. Tidigare undersökningar 1997 - 2006 är enbart genomförda per telefon. År 2007 genomfördes både telefon- och nätmätningar. Från och med 2008 görs enbart nätmätningar. Andel mycket/ganska stort förtroende bland dem som 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/högskolor



Källa: MedieAkademin/TNS Sifo AB. 1 000 nätenkäter under perioden 15/10 – 19/10 2010. Tidigare undersökningar 1997 - 2006 är enbart genomförda per telefon. År 2007 genomfördes både telefon- och nätmätningar. Från och med 2008 görs enbart nätmätningar. 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

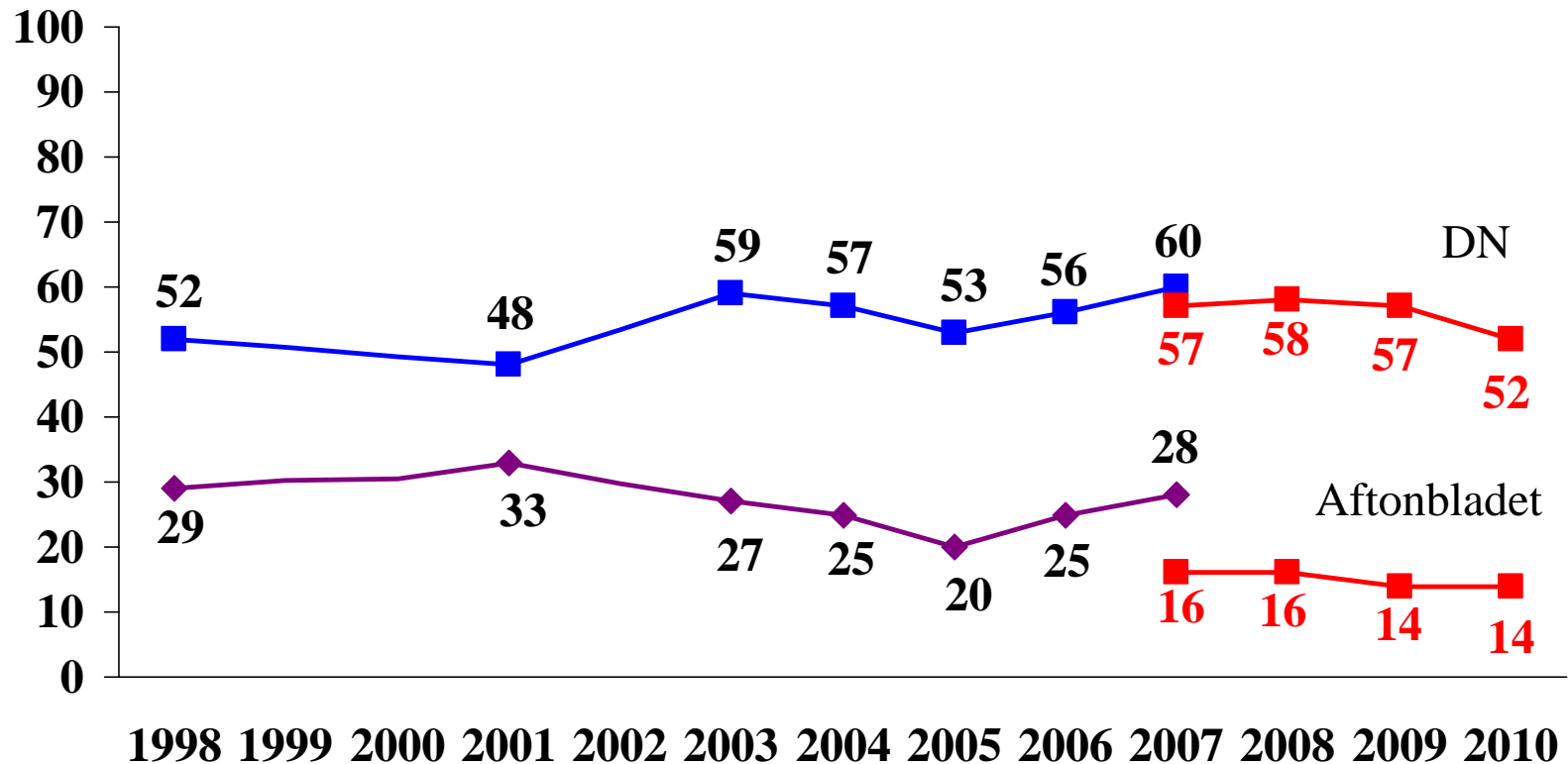
Samhällsinstitution	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
											nät	nät	nät	nät
Universitet/högskolor	-	-	-	78	77	76	84	74	72	75	62	62	64	65
Riksbanken	-	-	-	-	-	-	-	-	-	61	-	58	56	63
Regeringen	23	-	-	-	-	38	-	34	-	-	-	41	47	62
Riksdagen	27	37	36	35	43	39	47	38	31	35	43	42	40	55
Kungahuset	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	50
Radio/TV	61	60	55	52	48	44	45	47	51	52	48	52	41	48
Bankerna	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	33	31	37
Svenska kyrkan	-	-	-	-	-	-	-	43	41	46	-	34	33	32
Storföretagen	-	38	37	35	26	22	25	28	37	38	36	39	27	31
Facket	-	-	-	-	-	32	34	29	32	32	32	29	28	29
Dagspressen	32	36	39	41	35	33	32	29	34	31	35	34	26	29
EU-kommissionen	-	-	-	12	20	15	14	18	17	21	29	23	22	26
Politiska partierna	-	18	15	14	20	18	18	-	17	16	20	21	16	22

Källa: MedieAkademin/TNS Sifo AB. 1 000 nätenkäter under perioden 15/10 – 19/10 2010. Tidigare undersökningar 1997 - 2006 är enbart genomförda per telefon. År 2007 genomfördes både telefon- och nätmätningar. Från och med 2008 görs enbart nätmätningar. 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

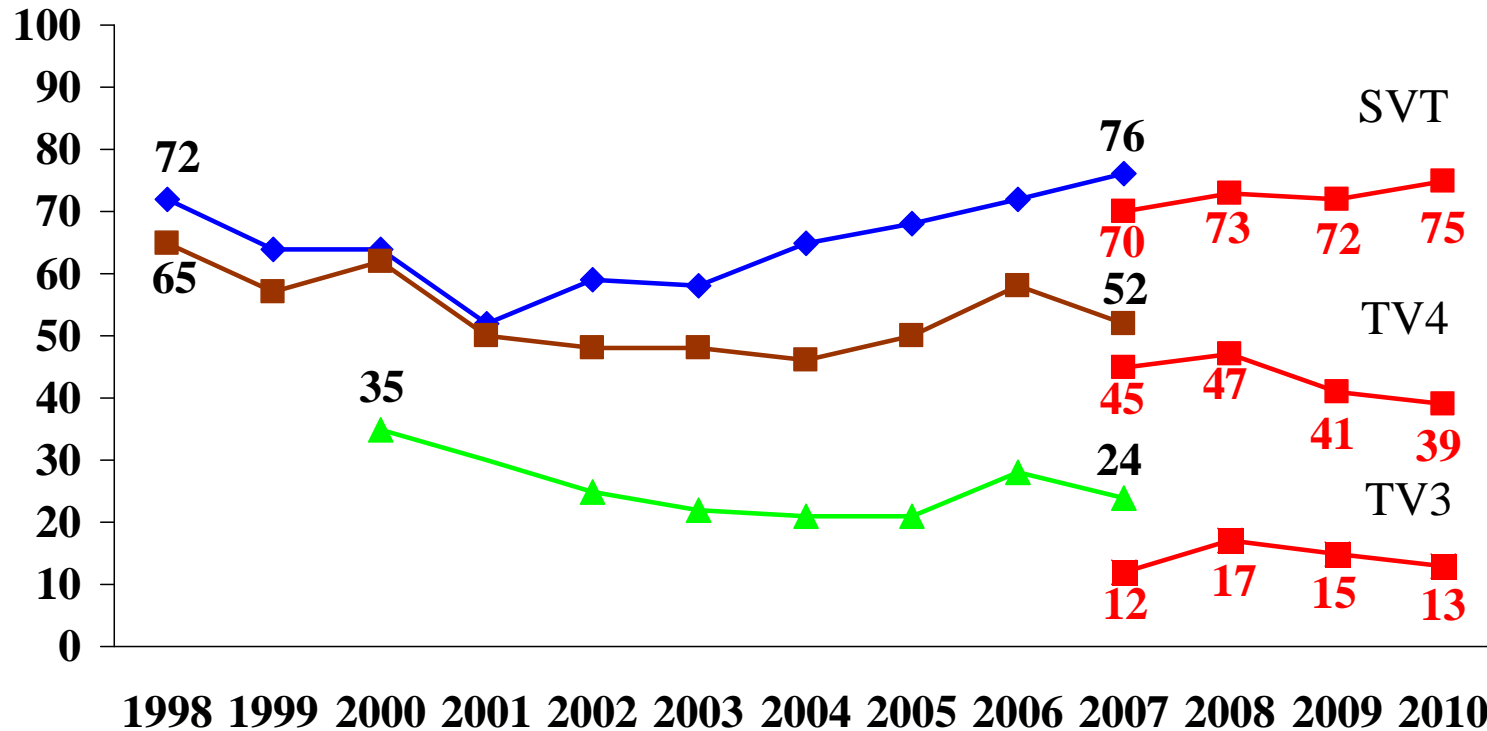


Källa: MedieAkademin/TNS Sifo AB. 1 000 nätenkäter under perioden 15/10 – 19/10 2010. Tidigare undersökningar 1997 - 2006 är enbart genomförda per telefon. År 2007 genomfördes både telefon- och nätmätningar. Från och med 2008 görs enbart nätmätningar. Andel mycket/ganska stort förtroende bland dem som 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

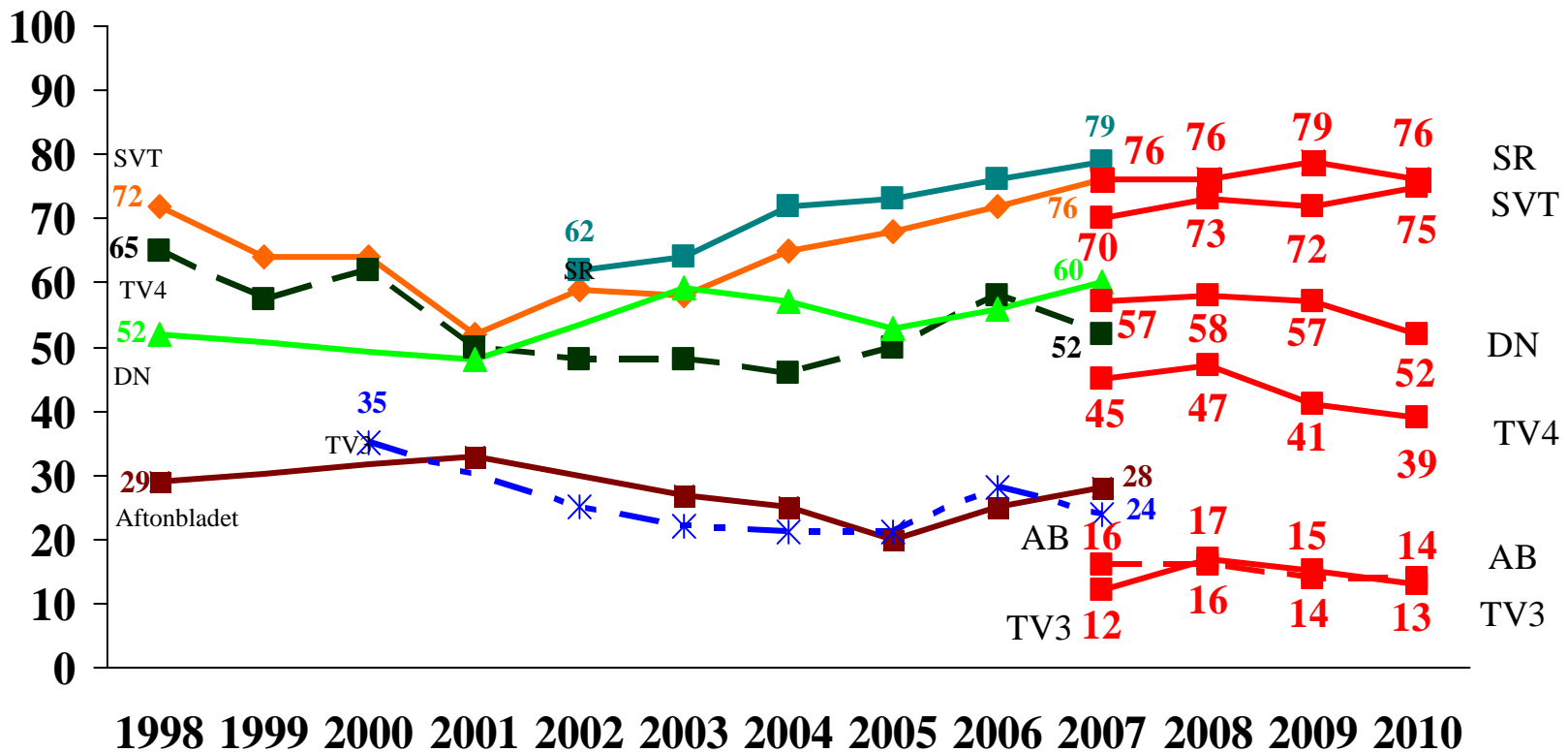


Källa: MedieAkademin/TNS Sifo AB. 1 000 nätenkäter under perioden 15/10 – 19/10 2010. Tidigare undersökningar 1997 - 2006 är enbart genomförda per telefon. År 2007 genomfördes både telefon- och nätmätningar. Från och med 2008 görs enbart nätmätningar. Andel mycket/ganska stort förtroende bland dem som har åsikt. Frågan löd: ”Hur stort förtroende har Du för det sätt på vilket följande institutioner och verksamheter sköter sitt arbete?”

Förtroende:
Massmedier

MEDIEAKADEMIN

Press, radio och TV



Källa: MedieAkademin/TNS Sifo AB. 1 000 nätenkäter under perioden 15/10 – 19/10 2010. Tidigare undersökningar 1997 - 2006 är enbart genomförda per telefon. År 2007 genomfördes både telefon- och nätmätningar. Från och med 2008 görs enbart nätmätningar. 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:
Nätmedier**

MEDIEAKADEMIN

**Procent mycket/ganska
stort förtroende bland
personer med en åsikt**

Aftonbladet.se

18

Newsmill.se

12

Sourze.se

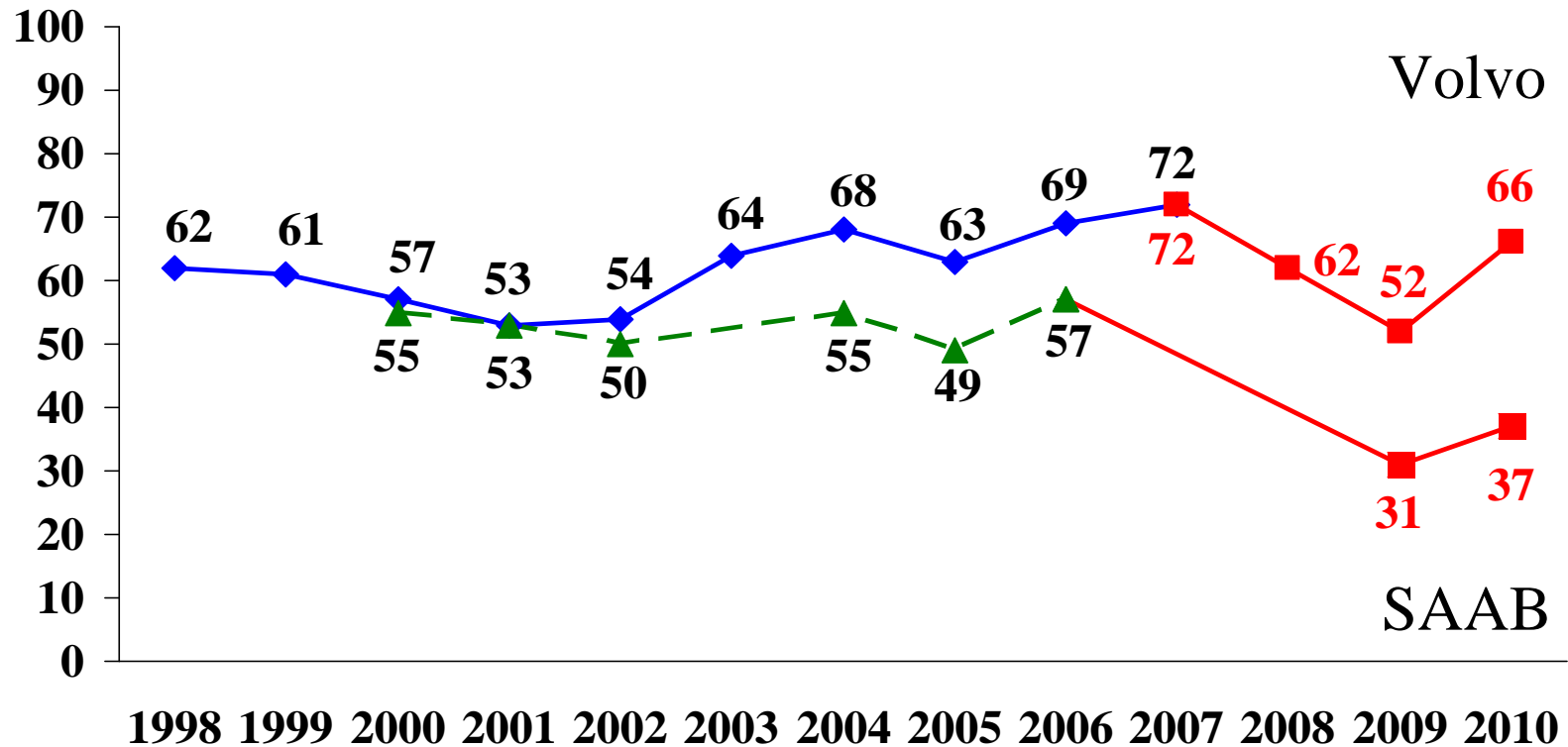
5

Källa: MedieAkademin/TNS Sifo AB. 1 000 nätenkäter under perioden 15/10 – 19/10 2010. Tidigare undersökningar 1997 - 2006 är enbart genomförda per telefon. År 2007 genomfördes både telefon- och nätmätningar. Från och med 2008 görs enbart nätmätningar. Andelen svarande som svarade ”ingen uppfattning” på förtroendefrågan är 15% för Aftonbladet.se, 74% för Newsmill.se och 79% för Sourze.se. Obs! att denna förtroendefråga hade ett explicit svarsalternativ ”ingen uppfattning”.

Förtroende:
Företag

MEDIEAKADEMIN

Utlandsägda svenska bilföretag

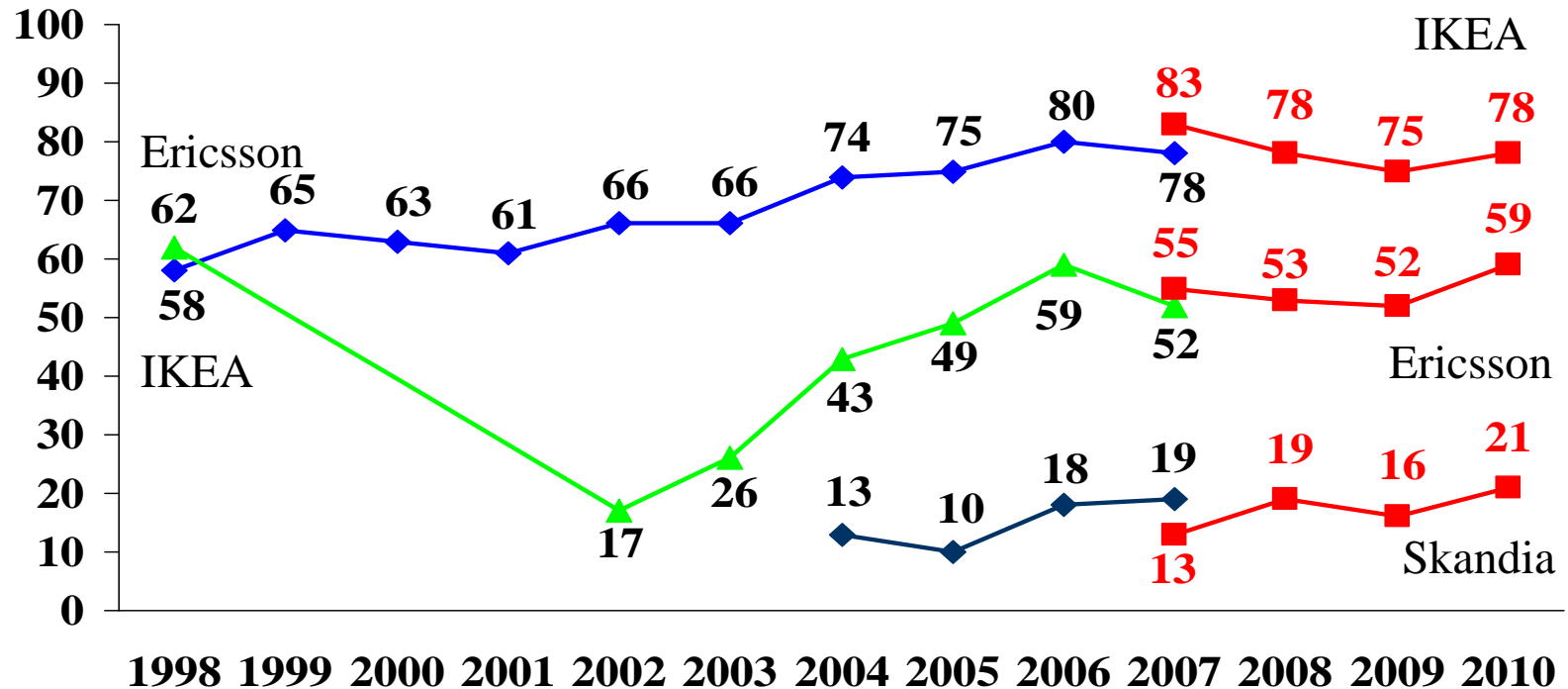


Källa: MedieAkademin/TNS Sifo AB. 1 000 nätenkäter under perioden 15/10 – 19/10 2010. Tidigare undersökningar 1997 - 2006 är enbart genomförda per telefon. År 2007 genomfördes både telefon- och nätmätningar. Från och med 2008 görs enbart nätmätningar. Andel mycket/ganska stort förtroende bland dem som 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 Sifo AB. 1 000 nätenkäter under perioden 15/10 – 19/10 2010. Tidigare undersökningar 1997 - 2006 är enbart genomförda per telefon. År 2007 genomfördes både telefon- och nätmätningar. Från och med 2008 görs enbart nätmätningar. 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 nät	2008 nät	2009 nät	2010 nät
IKEA	58	65	63	61	66	66	74	75	80	83	78	75	78
Volvo	62	61	57	53	54	64	68	63	69	72	62	52	66
Ericsson	62	-	-	-	17	26	43	49	59	55	53	52	59
H&M	-	-	-	-	-	-	42	-	-	47	45	46	48
SAS	-	-	-	-	-	-	39	-	-	34	32	29	38
SAAB	-	-	55	53	50	-	55	49	57	-	-	31	37
AstraZeneca	-	-	-	-	-	-	42	-	47	37	39	33	36
TeliaSonera*	-	-	40	33	28	-	-	29	-	-	-	-	33
Vattenfall	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	27	26
Coca Cola	30	-	-	-	-	-	27	25	22	21	22	22	22
Skandia	-	-	-	-	-	-	13	10	18	13	19	16	21
SJ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	21

*** Före 2004 enbart Telia**

Källa: MedieAkademin/TNS Sifo AB. 1 000 nätenkäter under perioden 15/10 – 19/10 2010. Tidigare undersökningar 1997 - 2006 är enbart genomförda per telefon. År 2007 genomfördes både telefon- och nätmätningar. Från och med 2008 görs enbart nätmätningar. 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

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007 nät	2008 nät	2009 nät	2010 nät
V	21	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
S	26	26	-	-	-	-	-	27	32	32	36	26	32
MP	22	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
C	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
FP	-	-	-	-	-	-	-	-	21	19	-	-	-
KD	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
M	28	22	-	-	-	-	-	32	30	26	29	40	55
SD	-	-	-	-	-	-	-	-	4	5	4	5	6
PP	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	8	4
Partierna	18	15	14	20	18	18	18	17	16	20	21	16	22

Källa: MedieAkademin/TNS Sifo AB. 1 000 nätenkäter under perioden 15/10 – 19/10 2010. Tidigare undersökningar 1997 - 2006 är enbart genomförda per telefon. År 2007 genomfördes både telefon- och nätmätningar. Från och med 2008 görs enbart nätmätningar. 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?" I nätmätningen 2009 är Moderaterna överrepresenterade i jämförelse med institutens telefonmätningar i oktober/ november och Socialdemokraterna är på ett motsvarande sätt underrepresenterade. På en fråga om bästa parti fick M 33 procent och S endast 23 procent i MedieAkademin/TNS Sifos nätmätning 2009. Motsvarande resultat är 23 procent för S och 37 procent för M i Sifos: nätmätning 2010.

**Topplistan
Förtroende**

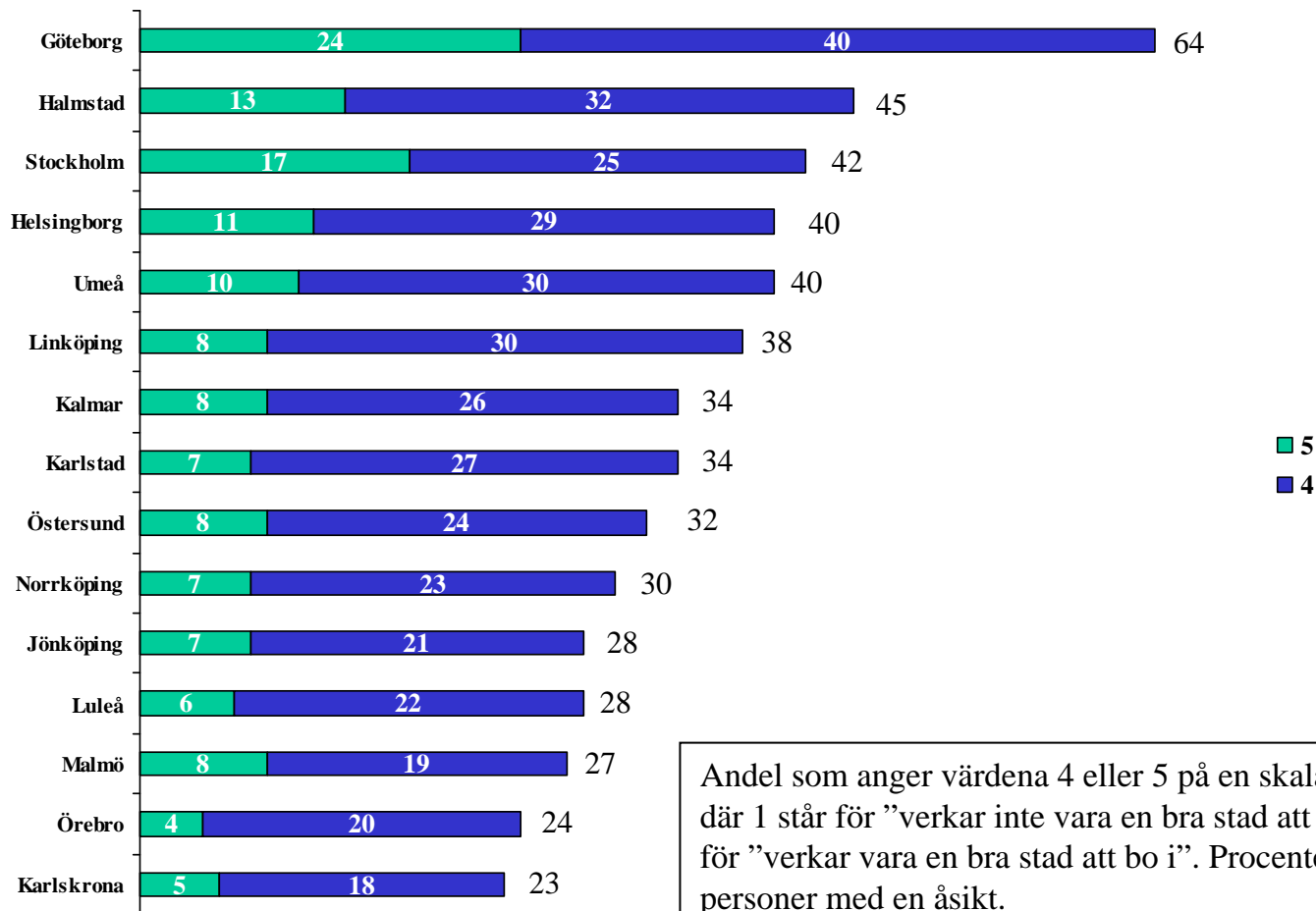
MEDIEAKADEMIN

1. IKEA	78	20. TeliaSonera	33
2. Sveriges Radio	76	21. Socialdemokraterna	32
3. Sveriges Television	75	22. Svenska kyrkan	32
4. Volvo	66	23. Storföretagen	31
5. Universitet/högskolor	65	24. Facket	29
6. Riksbanken	63	25. Dagspressen	29
7. Regeringen	62	26. EU-kommissionen	26
8. Ericsson	59	27. Vattenfall	26
9. Riksdagen	55	28. Coca Cola	22
10. Moderaterna	55	29. Partierna	22
11. Dagens Nyheter	52	30. Skandia	21
12. Kungahuset	50	31. SJ	21
13. H&M	48	32. Aftonbladet.se	18
14. Radio/TV	48	33. Aftonbladet	14
15. TV4	39	34. TV3	13
16. SAS	38	35. Newsmill.se	12
17. Bankerna	37	36. Sverigedemokraterna	6
18. Saab	37	37. Sourze.se	5
19. AstraZeneca	36	38. Piratpartiet	4

Källa: MedieAkademin/TNS Sifo AB. 1 000 nätenkäter under perioden 15/10 – 19/10 2010. Andel mycket + ganska stort förtroende bland personer som har åsikt.

Populära städer 2010

MEDIEAKADEMIN



Andel som anger värdena 4 eller 5 på en skala mellan 1 och 5, där 1 står för "verkar inte vara en bra stad att bo i" och 5 står för "verkar vara en bra stad att bo i". Procenten beräknad bland personer med en åsikt.



Fem städer i topp hos unga (16 – 29 år)

Göteborg	77%
Stockholm	49%
Umeå	43%
Halmstad	43%
Linköping	41%



Fem städer i topp hos äldre (60 – 74 år)

Göteborg	57%
Halmstad	48%
Helsingborg	47%
Linköping	44%
Umeå/Karlstad	42%

**Populära städer
2010**

MEDIEAKADEMIN

Minst populära städer

Samtliga

Malmö	47%
Karlskrona	32%
Luleå	29%
Stockholm	29%
Örebro	27%
Östersund	26%
Jönköping	25%
Helsingborg	23%
Umeå	23%

Källa: MedieAkademin/TNS Sifo AB. 1 000 nätenkäter under perioden 15/10 – 19/10 2010. Andel som anger 1 – 2 på en skala från 1 till 5, där 1 står för ”verkar inte vara en bra stad att bo i” och 5 står för ”verkar vara en bra stad att bo i”.



Minst populära städer

Bland unga

Malmö	47%
Karlskrona	36%
Östersund	30%
Örebro	29%
Luleå	29%

Källa: MedieAkademin/TNS Sifo AB. 1 000 nätenkäter under perioden 15/10 – 19/10 2010. Andel som anger 1 – 2 på en skala från 1 till 5, där 1 står för ”verkar inte vara en bra stad att bo i” och 5 står för ”verkar vara en bra stad att bo i”.

Syn på livet i storstaden och på landsbygden

MEDIEAKADEMIN

Storstad Landsbygd

Öppenhet för nya idéer



Rikt socialt umgänge



Företagsanda



Arbetsmoral



Hög livskvalitet



Medmänsklighet



Lokalt engagemang



Fråga: ”I vad mån anser du följande vara utmärkande för livet i storstad respektive på landsbygd”? Bedömningen skall anges på en skala mellan 1 och 5 och där 1 står för ”Mest utmärkande för storstad” och 5 står för ”Mest utmärkande för landsbygd” och 3 för ”lika mycket storstad som landsbygd”. I figuren är andelarna för storstad de som markerat 1 eller 2 och landsbygd de som markerat 4 eller 5. Summan blir inte 100 procent, eftersom de som markerat 3 inte ingår i figuren.

Vad utmärker storstaden?

MEDIEAKADEMIN

	Alla	De yngsta (16 – 19)	De äldsta (60 – 72)	Boende i Stockholm
Öppenhet för nya idéer	56	66	51	67
Rikt socialt umgänge	33	59	22	39
Företagsanda	32	49	32	41
Arbetsmoral	13	20	13	26
Hög livskvalitet	12	19	12	18
Medmänsklighet	7	10	7	8
Lokalt engagemang	8	13	7	9
Antal svar	1000	148	333	178

Källa: MedieAkademin/TNS Sifo AB. 1 000 nätenkäter under perioden 15/10 – 19/10 2010. *Fråga:* I vad mån anser du följande vara utmärkande för livet storstad respektive landsbygd? Bedömningen skall anges på en skala mellan 1 och 5 och där 1 står för ”Mest utmärkande för storstad” och 5 står för ”Mest utmärkande för landsbygd” och 3 för ”lika mycket storstad som landsbygd”. Procentsiffrorna visar andelen personer som tillskriver storstaden (1+2) de angivna egenskaperna.

Var vill man helst bo?

**Om man kunde välja
fritt**

MEDIEAKADEMIN

	Samtliga	Kvinnor	Män	Unga (16 – 29)	Äldre (60 – 74)	Boende i Stockholm
Storstad: centralt	15	15	14	33	12	25
Storstad: ytterområde/förort	14	15	13	11	15	37
Stad eller större tätort: centralt	16	16	15	18	16	5
Stad eller större tätort: ytterområde	17	17	18	18	17	11
Mindre tätort	19	19	20	8	21	9
Landsbygd	19	18	20	12	19	13
Antal svar	1000	487	513	148	333	178

Källa: MedieAkademin/TNS Sifo AB. 1 000 nätenkäter under perioden 15/10 – 19/10 2010. Fråga: Om du fick välja fritt var skulle du då helst vilja bo?

**Boendepreferens
efter vad man bor
2010**

MEDIEAKADEMIN

	Bor i: Storstad: centralt	Storstad: ytterområde	Stad/större tätort: centralt	Stad/större tätort: ytterområde	Mindre tätort	Ren landsbygd
Vill helst bo i:						
Storstad: centralt	60	14	18	6	4	3
Storstad: ytterområde	14	50	5	10	3	2
Stad/större tätort: centralt	9	8	45	17	5	4
Stad/större tätort: ytterområde	7	13	10	42	16	6
Mindre tätort	0	7	15	15	55	8
Ren landsbygd	10	8	7	10	17	77
Totalt	100	100	100	100	100	100
Antal svar	78	158	156	156	169	99

**FÖRTROENDE-
BAROMETER
2010**

MEDIEAKADEMIN

Presentationen finns att ladda ner på

www.medieakademin.se