

**FÖRTROENDE-
BAROMETER
2005**

MEDIEAKADEMIN

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

Resultat presenterade vi MedieAkademin seminarium den 1 december 2005.

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, medier och varumärken/företag. 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 i slutet på oktober och början på november bygger på svar från omkring 750 slumpmässigt utvalda personer mellan 16 – 74 år. Undersökningen 2005 omfattade 766 intervjupersoner och genomfördes 28/10 - 14/11 2005. För intervjuerna som görs per telefon har *TNS Gallup* (före 2004 *NFO Infratest*) i Göteborg svarat. Kontaktperson på *TNS Gallup/AB NFO Infratest* har från starten varit Pär Källeskog. Huvudansvariga för 2005 års studie är Ulrik Röman.

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 2005 ingår 28 institutioner/företag/varumärken och 10 ledare.

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 finns en serie frågor om framtidsbedömningar.



766 telefonintervjuer

genomförda

25/10 – 14/11 2005

av

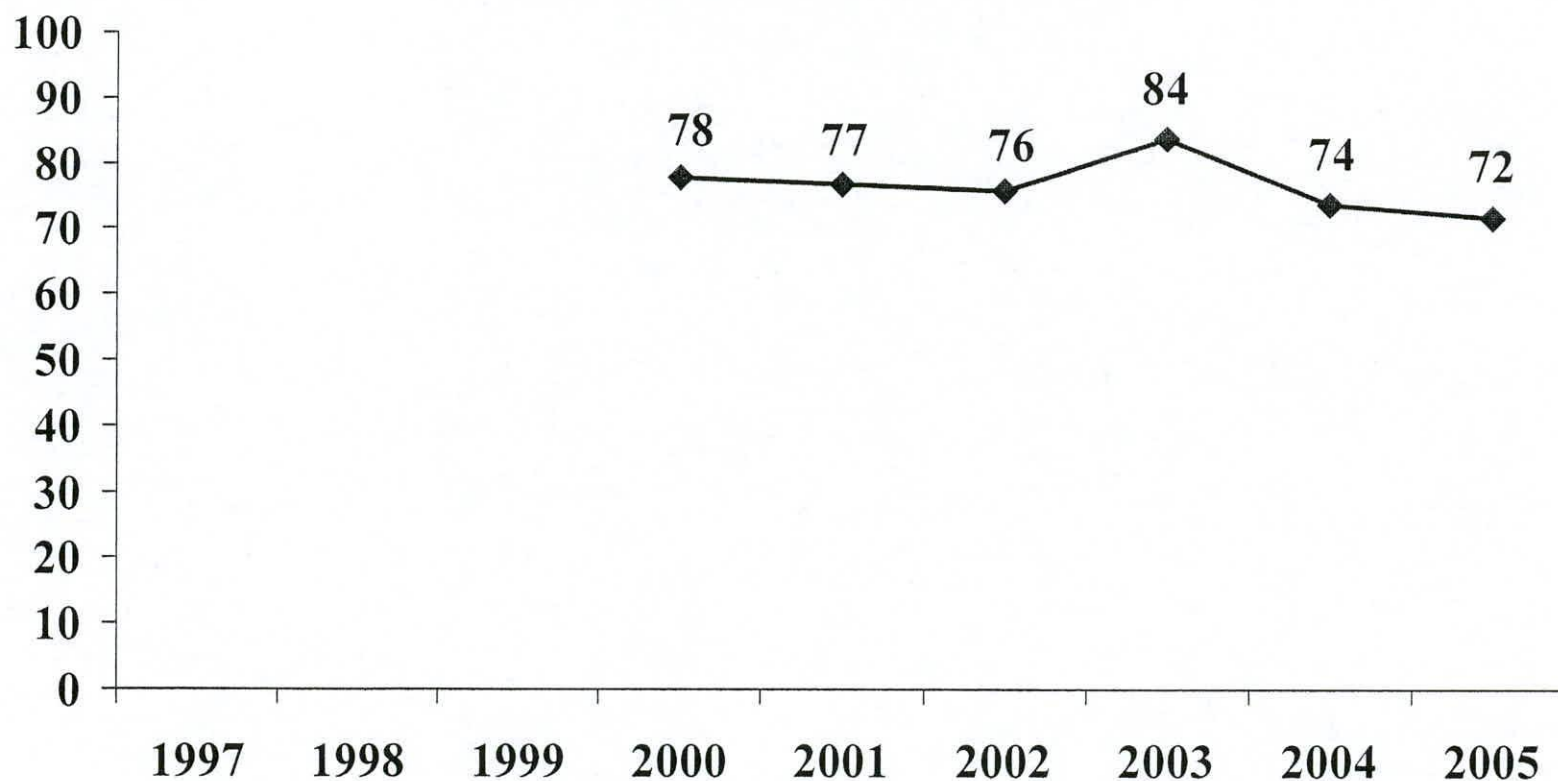
TNS Gallup

Göteborg

**Förtroende:
Samhällsinstitutioner**

MEDIEAKADEMIN

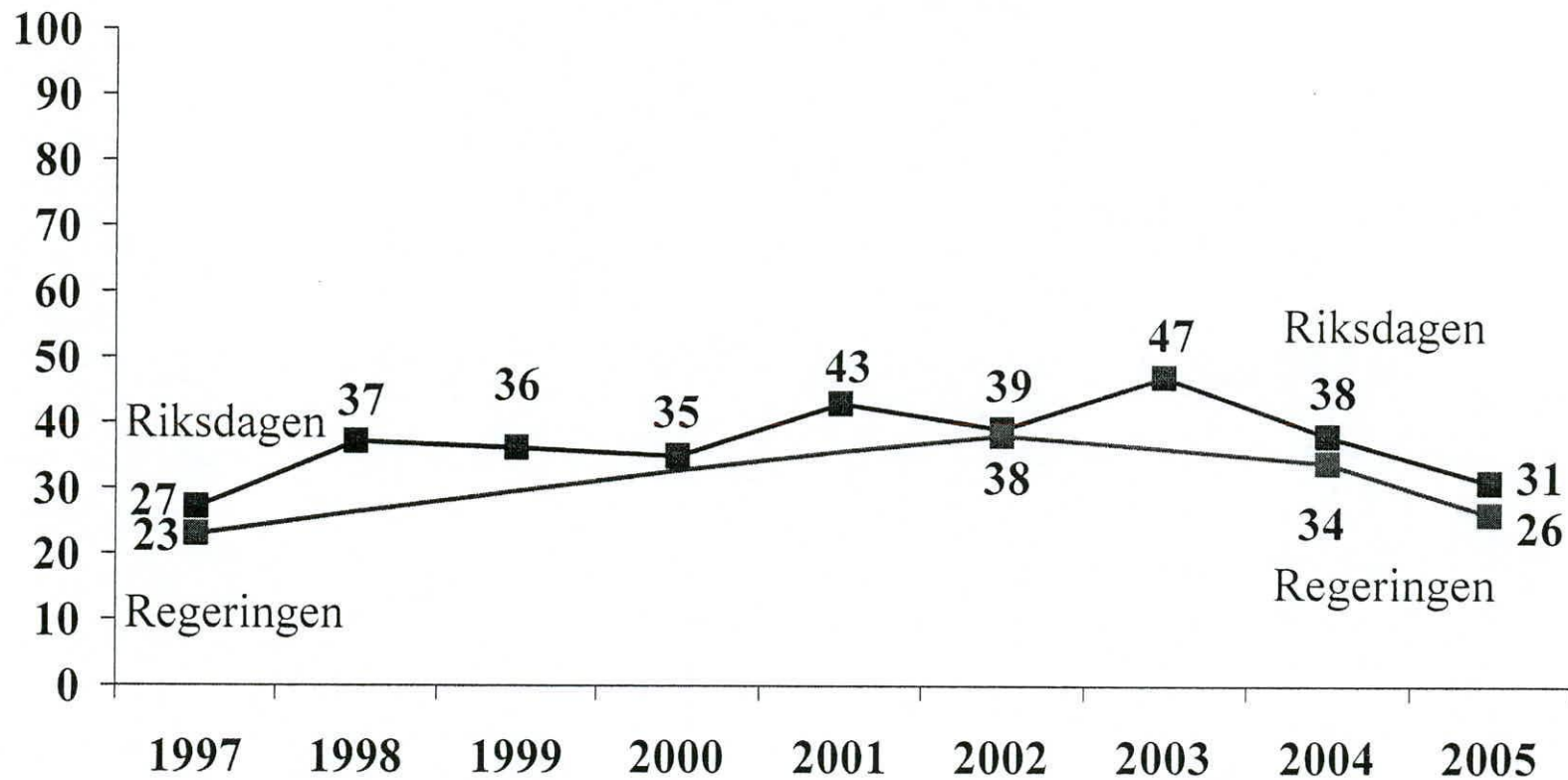
Universitet



Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 766 telefonintervjuer under perioden 25/10 – 14/11 2005. 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?"



Riksdag och regering

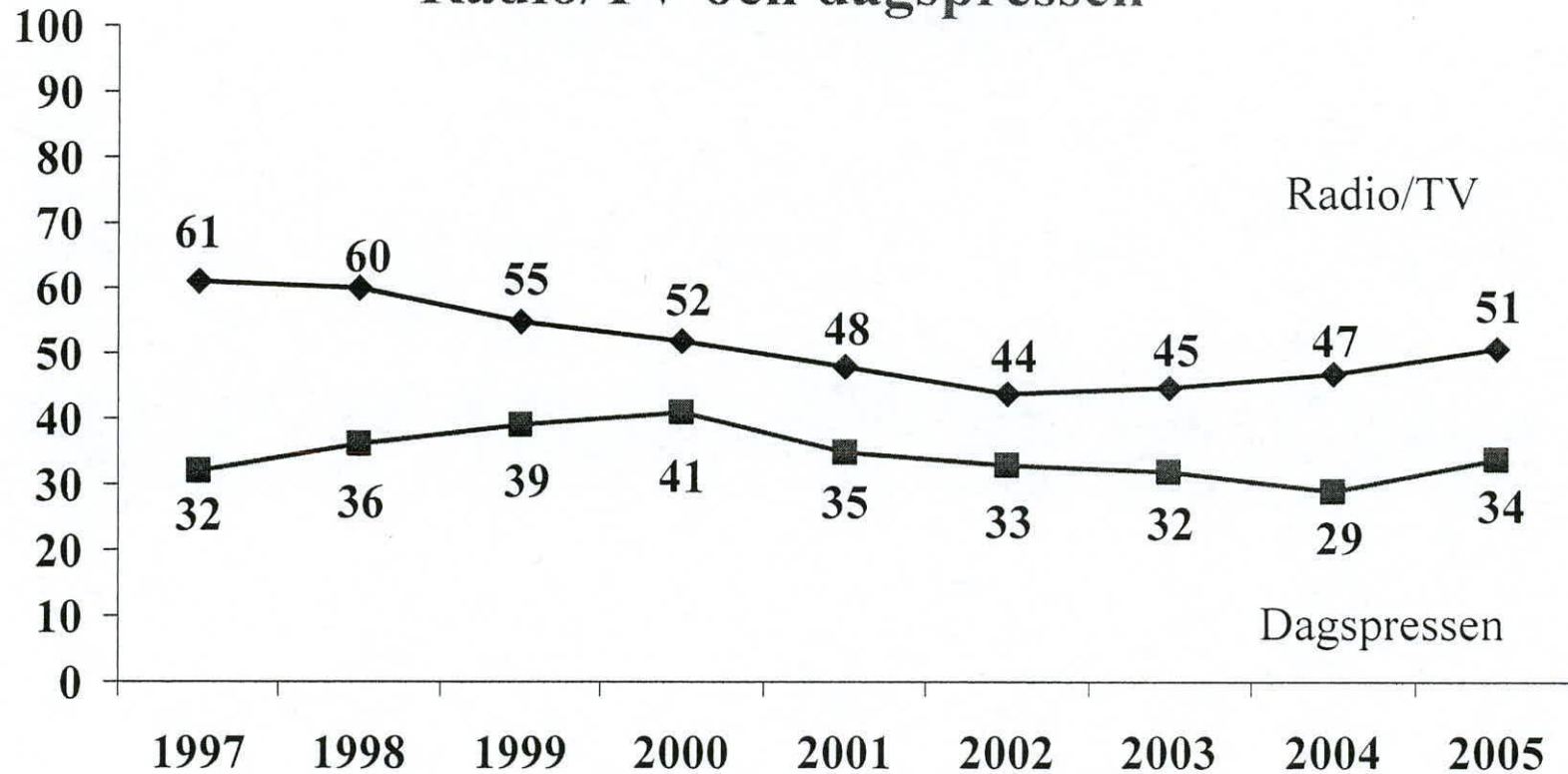


Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 766 telefonintervjuer under perioden 25/10 – 14/11 2005. Andel mycket/ganska stort förtroende bland dem som har åsikt. Frågan löd: "Hur stort förtroende har Du för det sätt på vilket följande institutioner och verksamheter sköter sitt arbete?"

**Förtroende:
Samhällsinstitutioner**

MEDIEAKADEMIN

Radio/TV och dagspressen

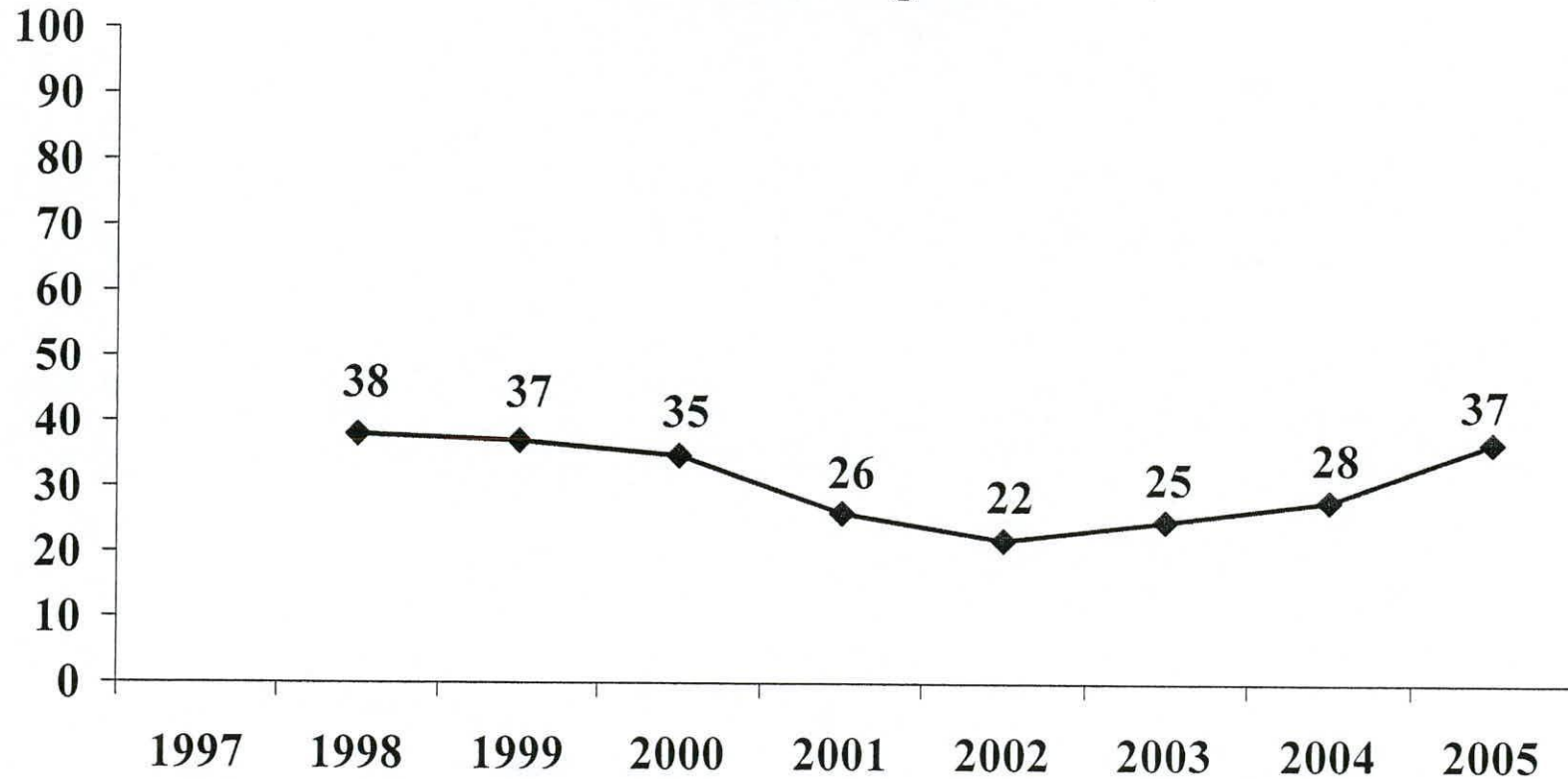


Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 766 telefonintervjuer under perioden 25/10 – 14/11 2005. Andel mycket/ganska stort förtroende bland dem som har åsikt. Frågan löd: "Hur stort förtroende har Du för det sätt på vilket följande institutioner och verksamheter sköter sitt arbete?"

**Förtroende:
Samhällsinstitutioner**

MEDIEAKADEMIN

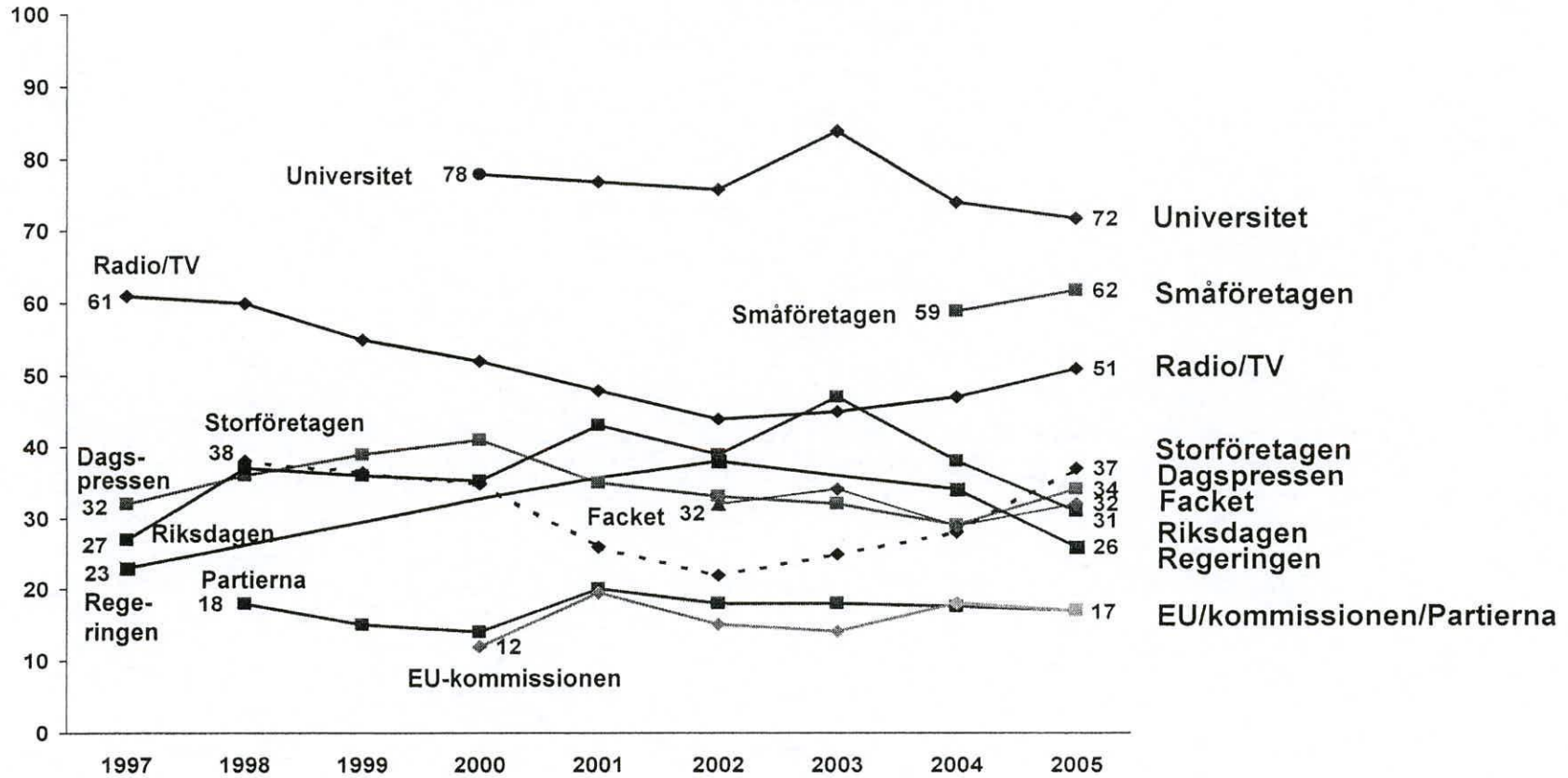
Storföretagen



Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 766 telefonintervjuer under perioden 25/10 – 14/11 2005. 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

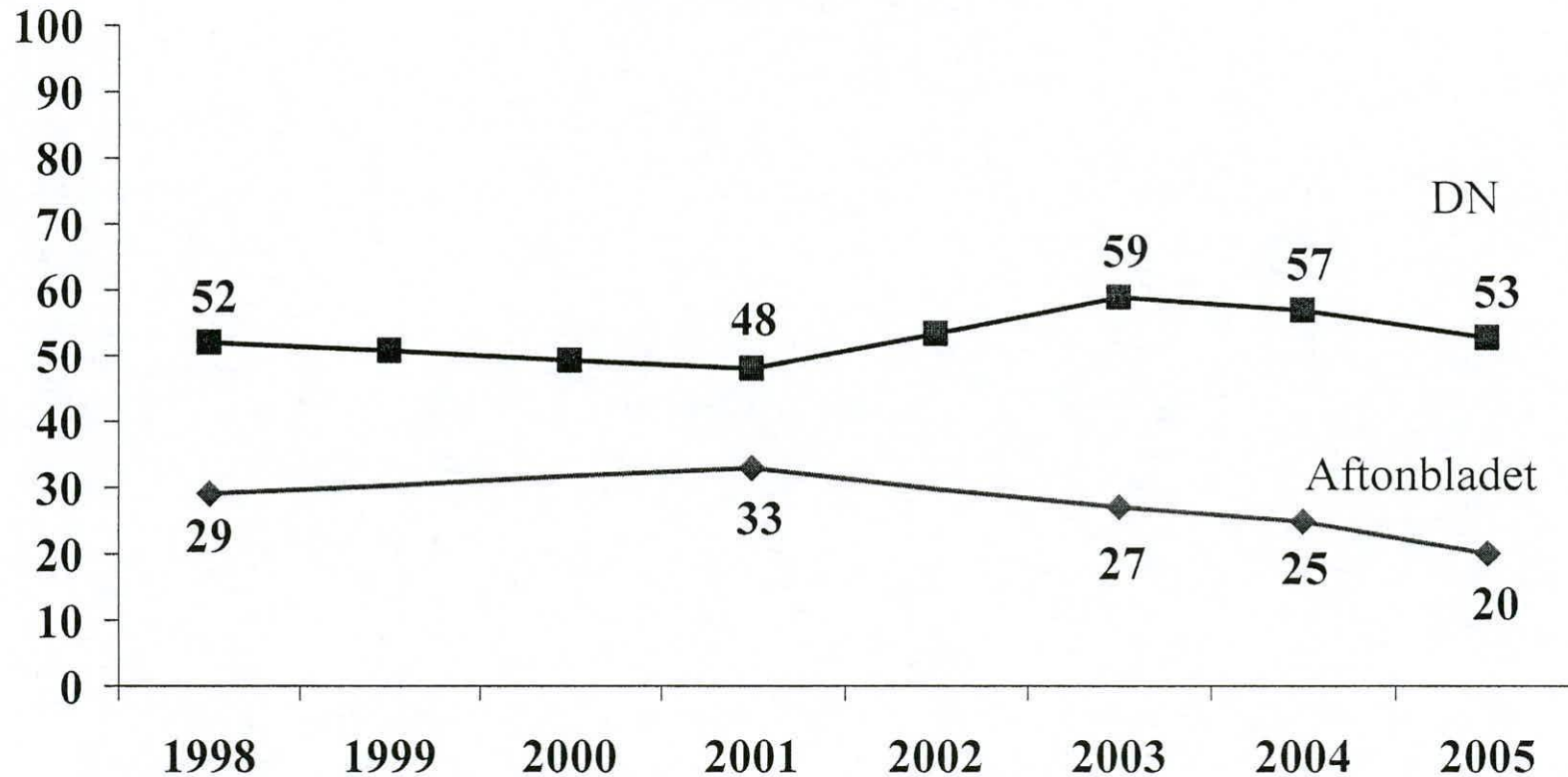
MEDIEAKADEMIN



Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 766 telefonintervjuer under perioden 25/10 – 14/11 2005. 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?"



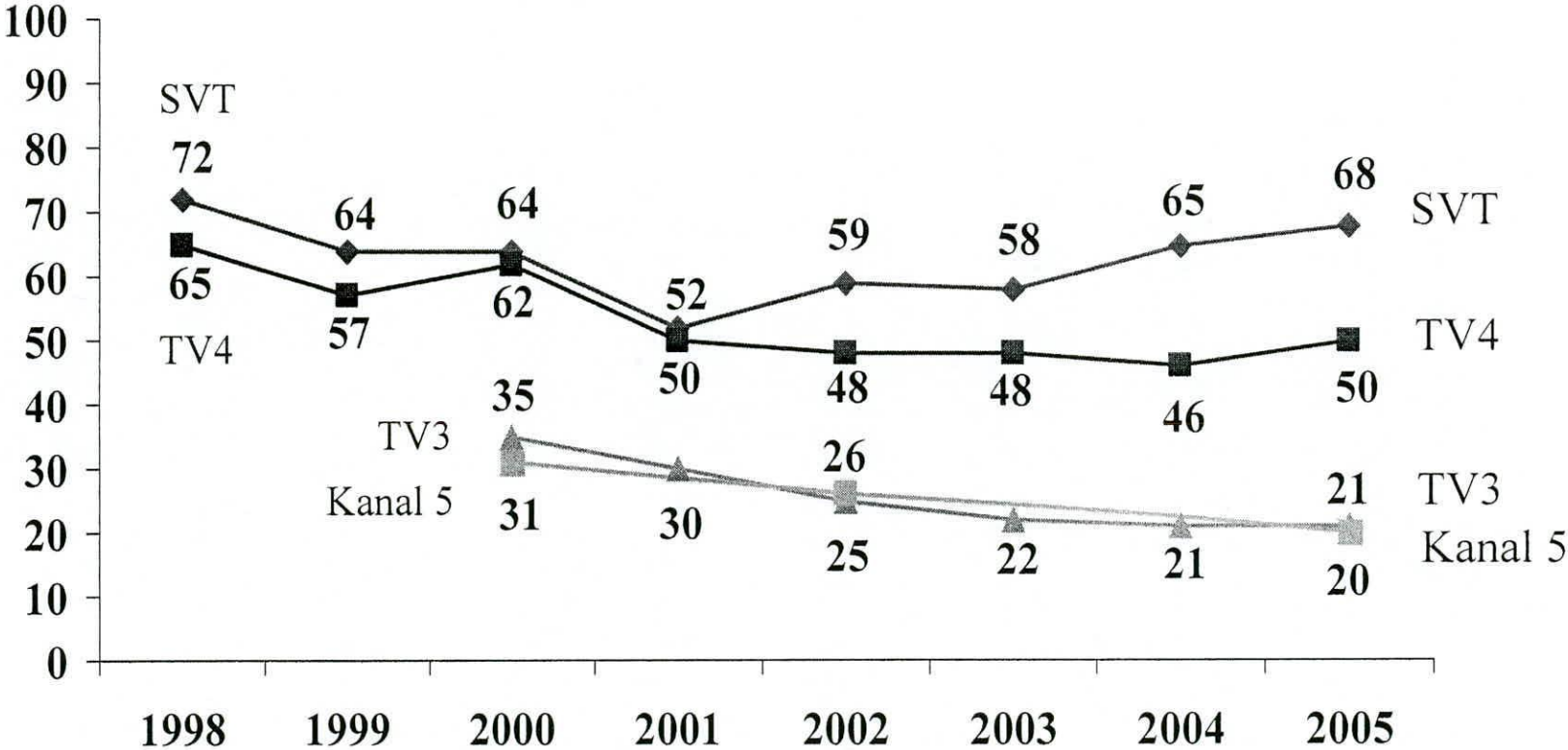
DN och Aftonbladet



Källa: MedieAkademin och TNS Gallup AB. 766 telefonintervjuer under perioden 25/10 – 14/11 2005. 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?”

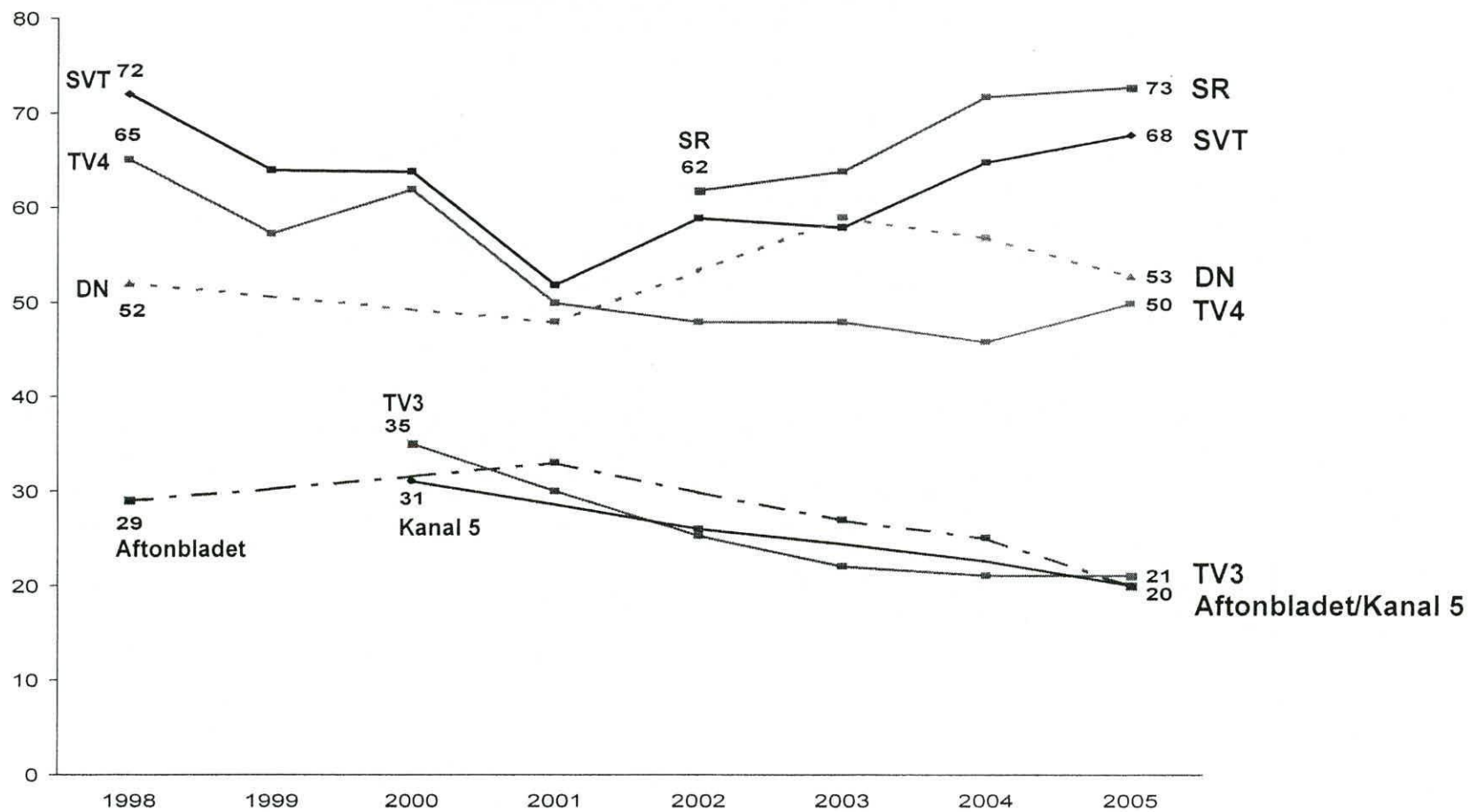


SVT, TV4, TV3 och Kanal 5



Källa: MedieAkademin och TNS Gallup AB. 766 telefonintervjuer under perioden 25/10 – 14/11 2005. 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?”

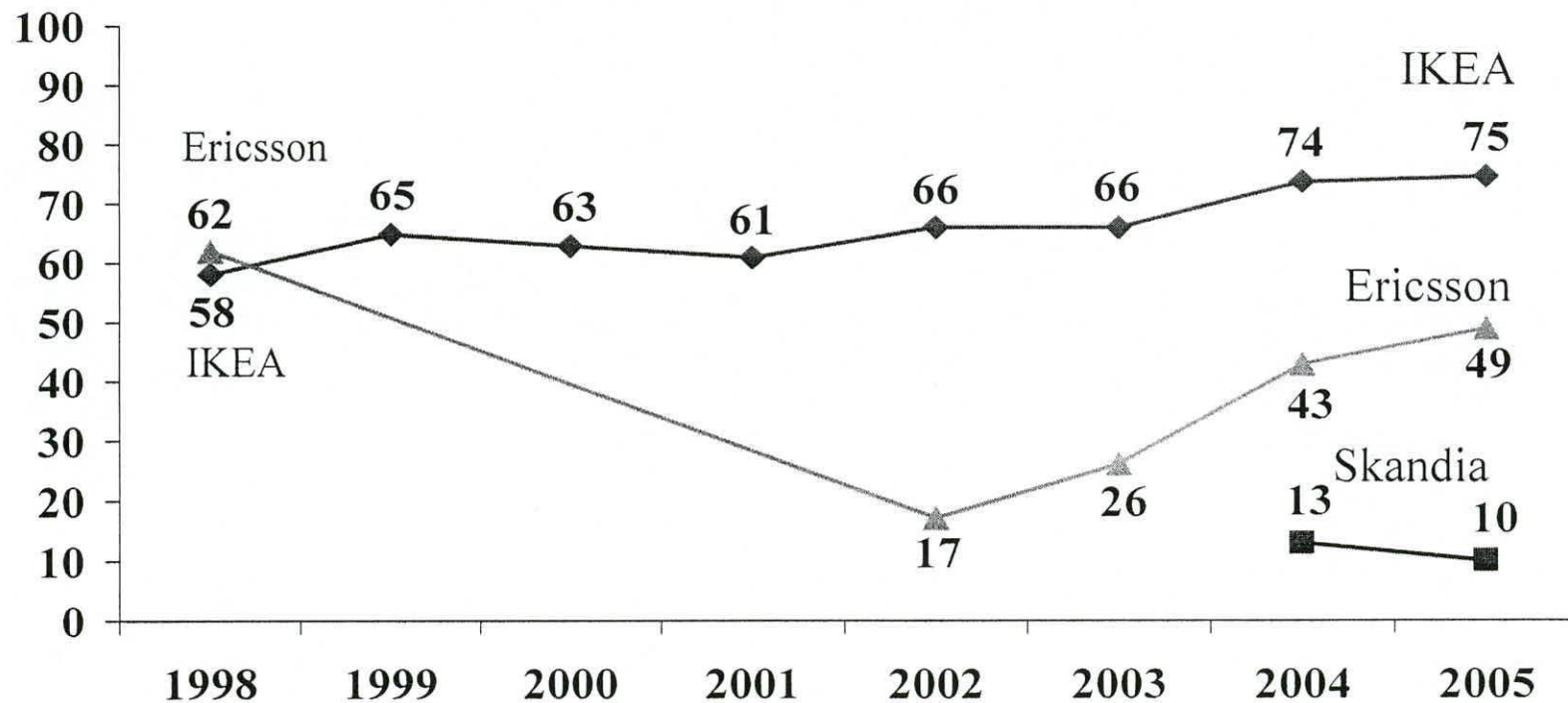
**Förtroende:
Massmedier**
MEDIEAKADEMIN



Källa: MedieAkademin och TNS Gallup AB. 766 telefonintervjuer under perioden 25/10 – 14/11 2005. 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?”



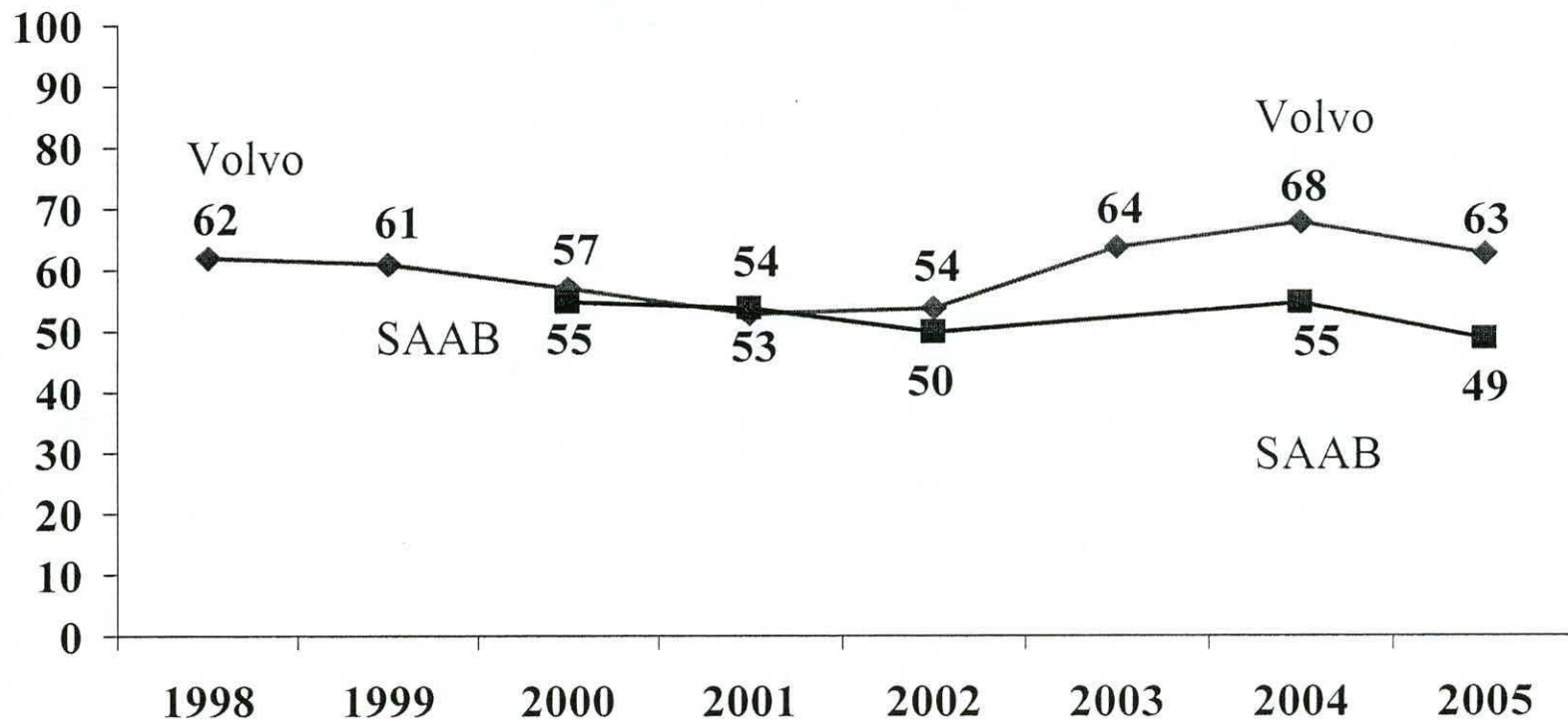
IKEA, Skandia och Ericsson



Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 766 telefonintervjuer under perioden 25/10 – 14/11 2005. 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?"

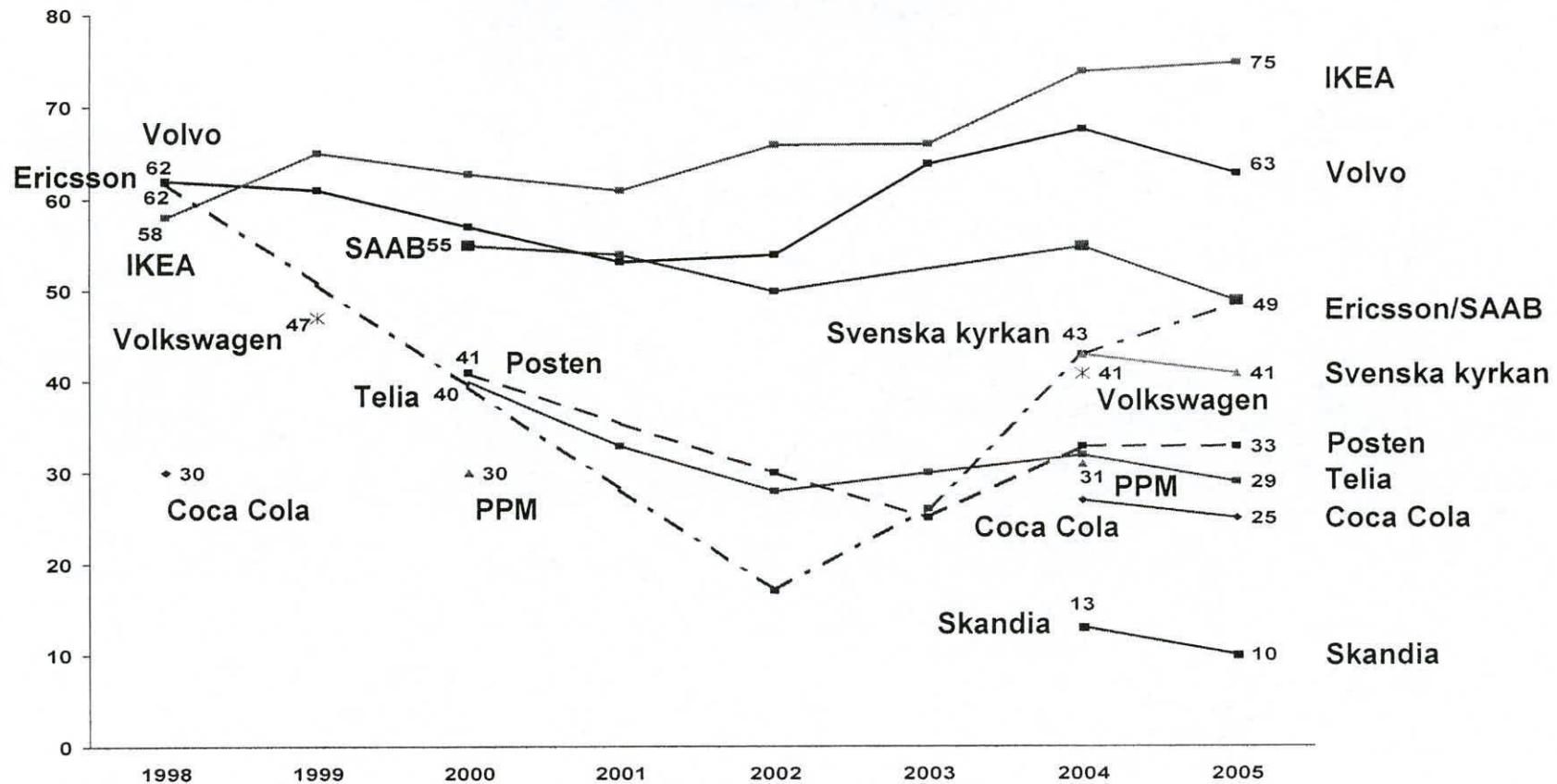


Volvo och SAAB



Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 766 telefonintervjuer under perioden 25/10 – 14/11 2005. 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/Varumärken
MEDIEAKADEMIN**



Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 766 telefonintervjuer under perioden 25/10 – 14/11 2005. 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	15. Svenska Kyrkan	97
2. Dagspressen	99	16. Småföretagen	97
3. Sveriges Television	99	17. Ericsson	96
4. Regeringen	99	18. EU-kommissionen	96
5. Riksdagen	99	19. Volvo	95
6. De politiska partierna	98	20. Coca Cola	95
7. Socialdemokraterna	98	21. Universitet/högskolor	94
8. TV4	98	22. Telia Sonera	94
9. Posten	98	23. Skandia	94
10. Sveriges Radio	98	24. Aftonbladet	93
11. IKEA	98	25. SAAB	92
12. Storföretagen	98	26. TV3	82
13. Moderaterna	97	27. Dagens Nyheter	82
14. Facket	97	28. Kanal 5	79

Källa: MedieAkademin/TNS Gallup B. 766 telefonintervjuer under perioden 25/10 – 14/11 2005.
Andel personer som besvarar förtroendefrågorna.

Topplistan: Förtroende

MEDIEAKADEMIN

1. IKEA	75	15. Posten	33
2. Sveriges Radio	73	16. Facket	32
3. Universitet/högskolor	72	16. Moderaterna	32
4. Sveriges Television	68	18. Riksdagen	31
5. Volvo	63	19. Telia	29
6. Småföretagen	62	20. Socialdemokraterna	27
7. Dagens Nyheter	53	21. Regeringen	26
8. Radio/TV	51	22. Coca Cola	25
9. TV4	50	23. TV3	21
10. SAAB	49	24. Aftonbladet	20
11. Ericsson	49	24. Kanal 5	20
12. Svenska kyrkan	41	26. EU-kommissionen	17
13. Storföretagen	37	26. De politiska partierna	17
14. Dagspressen	34	28. Skandia	10

Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 766 telefonintervjuer under perioden 25/10 – 14/11 2005.
Andel mycket + ganska stort förtroende bland personer som uppger kännedom.



Göran Persson	97
Ingvar Kamprad	93
Fredrik Reinfeldt	91
Christina Jutterström	80
KG Hammar	78
Björn von Sydow	76
Carl-Henrik Svanberg	67
Leif Johansson	66
Peter Örn	61
Anders Gerdin	56

Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 766 telefonintervjuer under perioden 25/10 – 14/11 2005.
Andel personer som besvarar förtroendefrågorna.

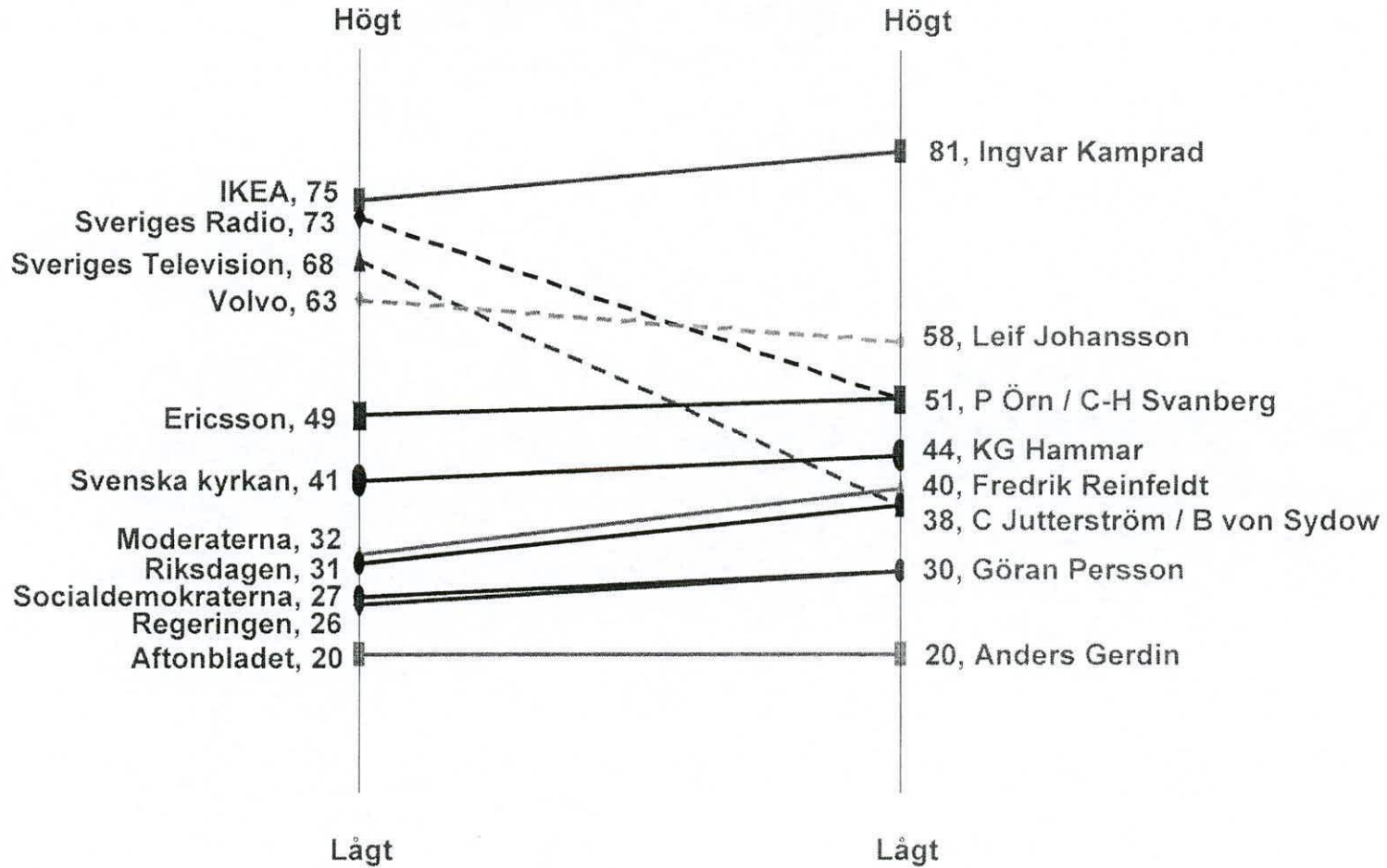


Ingvar Kamprad	81
Leif Johansson	58
Peter Örn	51
Carl-Henrik Svanberg	51
KG Hammar	44
Fredrik Reinfeldt	40
Björn von Sydow	38
Christina Jutterström	38
Göran Persson	30
Anders Gerdin	20

Källa: MedieAkademien/TNS Gallup AB. 766 telefonintervjuer under perioden 25/10 – 14/11 2005.
Andel personer som uppger mycket/ganska stort förtroende bland svarspersoner som besvarar förtroendefrågorna.

**Förtroende:
Institutioner
vs ledare**

MEDIEAKADEMIN



Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 766 telefonintervjuer under perioden 25/10 – 14/11 2005.
Andel mycket + ganska stort förtroende bland personer som besvarar förtroendefrågorna.



Den starka staten

Regeringen, riksdagen, partierna, socialdemokraterna, Göran Persson, Telia, Posten och facket.

Marknadsekonomi

Ikea, Ingvar Kamprad, Leif Johansson, Carl-Henrik Svanberg, Volvo, Ericsson, Saab och småföretagen.

Underhållningsbranschen

TV3, Aftonbladet, Kanal 5, TV4, dagspressen, Coca Cola och Anders Gerdin.

Public service

Sveriges Radio, Sveriges Television, Peter Örn, Christina Jutterström, KG Hammar, Svenska kyrkan och radio-TV.

Moderat så klart

Moderaterna, Fredrik Reinfeldt, EU-kommissionen och storföretagen

Oplacerade

Skandia, Universitet/högskolor, Björn von Sydow, Dagens Nyheter



fråga: "Om Du ser 10 – 15 år framåt i tiden, tror Du att det kommer att bli bättre eller sämre i fråga om?"

	Mycket bättre	Något bättre	Varken bättre eller sämre	Något sämre	Ingen uppfattning
Din egen livssituation					
De flesta svenskars livssituation					

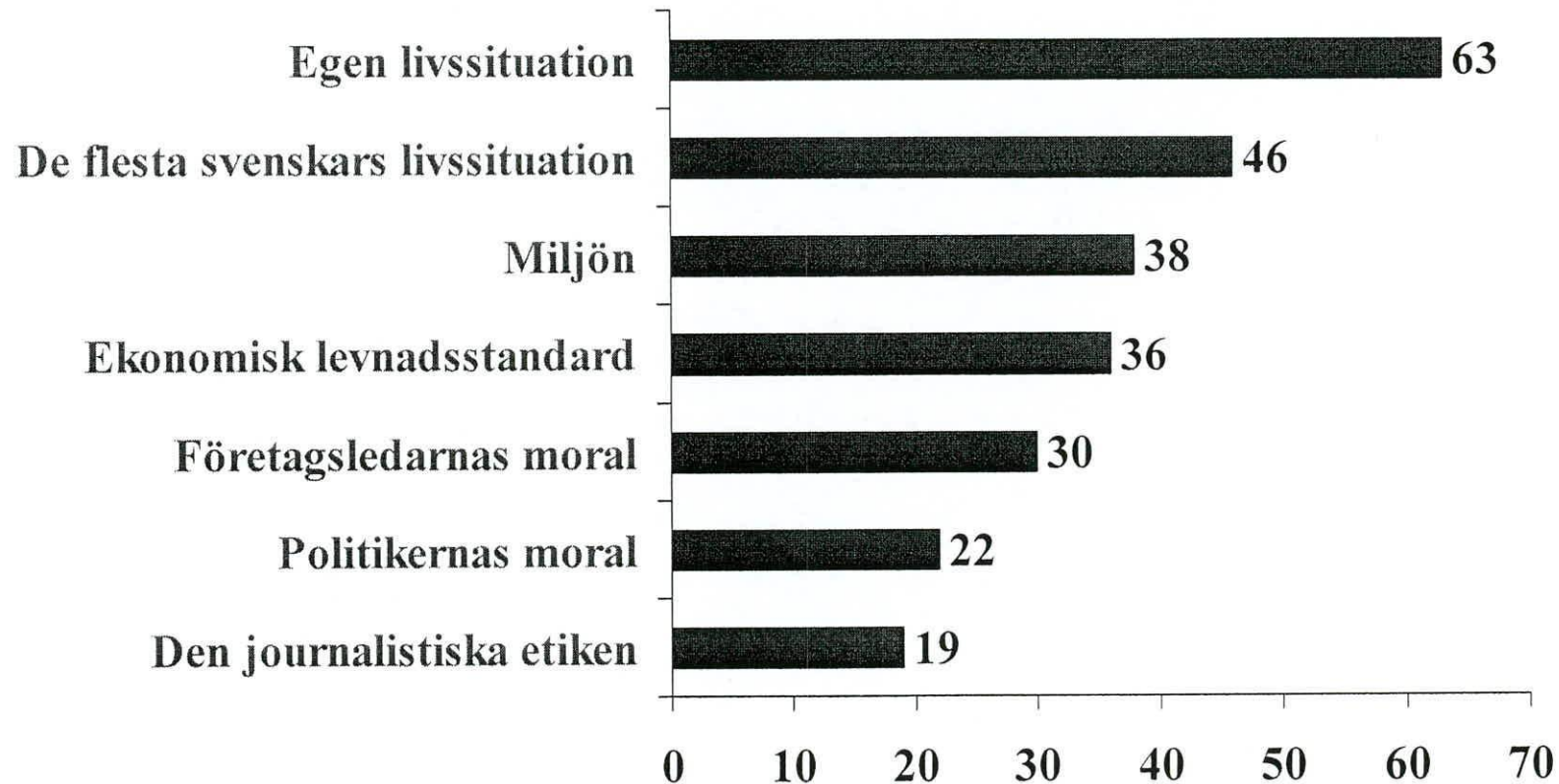
fråga: "Om Du ser 10 – 15 år framåt i tiden, hur tror Du att Sverige har förändrats när det gäller följande?"

	Förbättrats kraftigt	Förbättrats något	Ungefär som idag	Försämrats något	Försämrats kraftigt	Ingen uppfattning
Miljön						
Ekonomisk levnadsstandard						
Den journalistiska etiken						
Politikernas moral						
Företagsledarnas moral						

**Svenskarnas
framtidstro**

MEDIEAKADEMIN

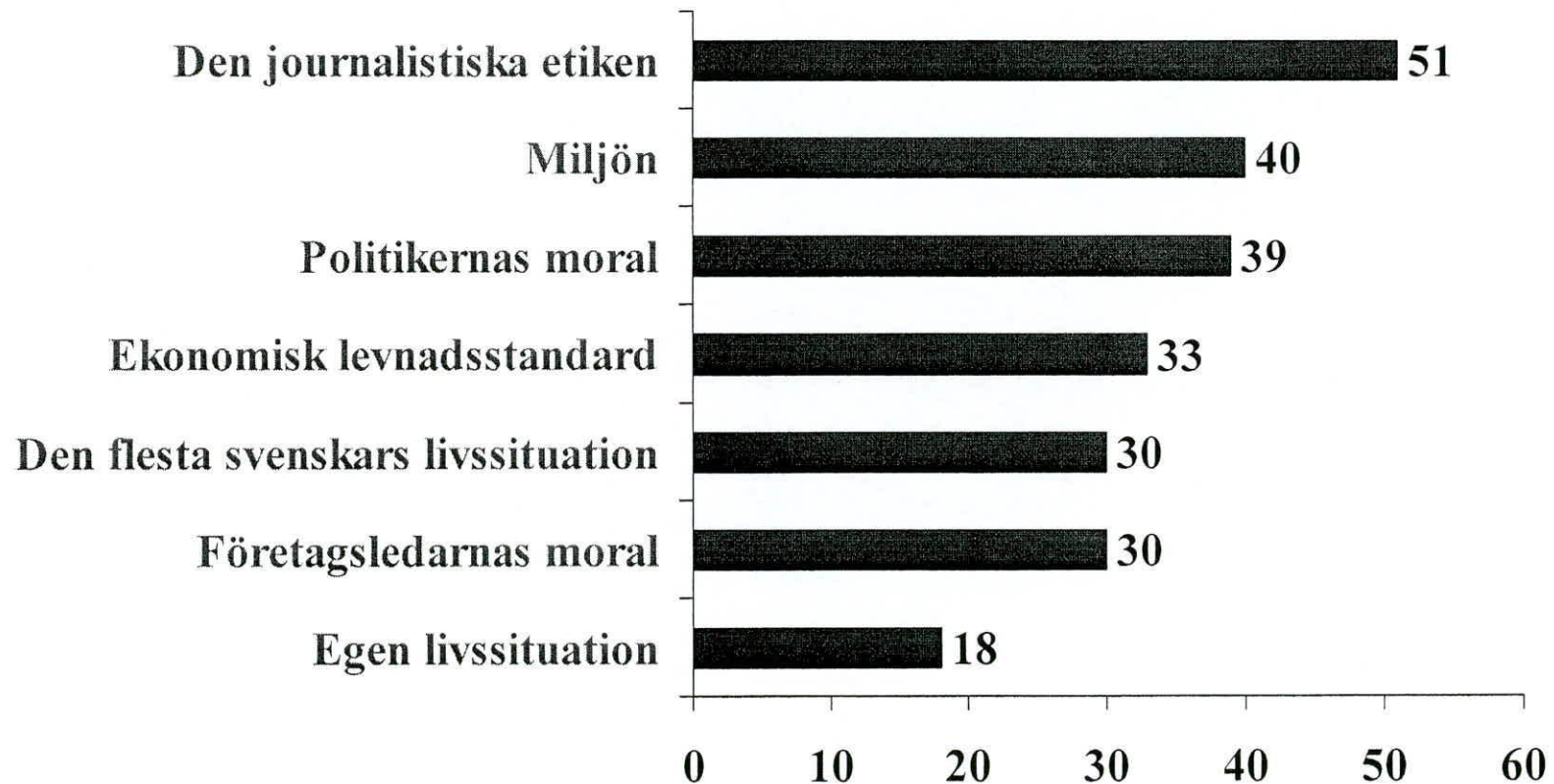
Om 10 – 15 år blir det mycket eller något bättre med:



Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 766 telefonintervjuer under perioden 25/10 – 14/11 2005.
Andel som svarat mycket/något bättre bland personer med åsikt.



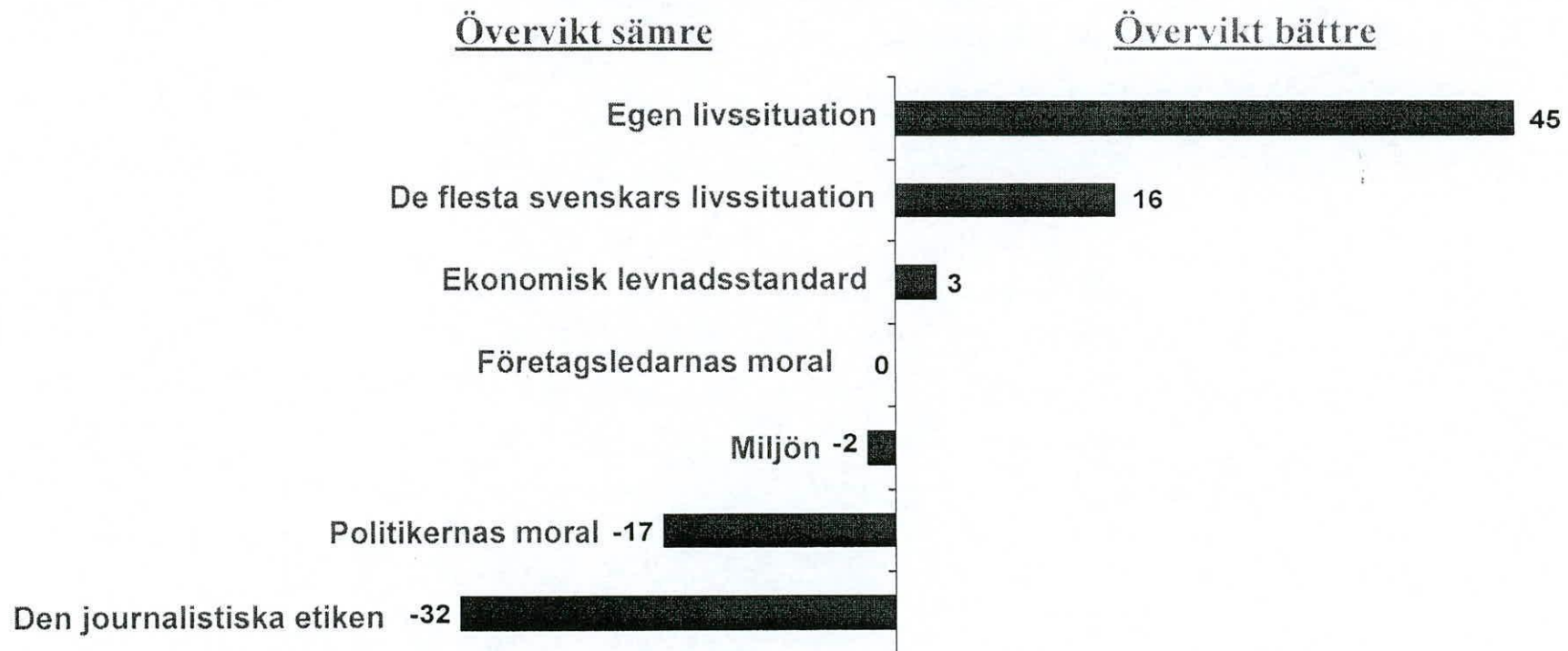
Om 10 – 15 år blir det mycket eller något sämre med:



Källa: MedieAkademien/TNS Gallup AB. 766 telefonintervjuer under perioden 25/10 – 14/11 2005.
Andel som svarat mycket/något bättre bland personer med åsikt.



Bedömning av om det blir bättre eller sämre de närmaste 10 – 15 åren i följande avseenden (balansmått)



Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 766 telefonintervjuer under perioden 25/10 – 14/11 2005.

Balansmått: Andel som anger att det blir mycket eller något bättre minus andelen som anger mycket eller något sämre bland personer som besvarat frågan.



Framtidstro och ålder

	15 – 29 år	30 – 49 år	50 – 64 år	65 – 74 år
Egen livssituation	+76	+70	+12	-24
De flesta svenskars livssituation	+38	+21	-4	-3
Ekonomisk levnadsstandard	+21	+11	-13	-15
Företagsledarnas moral	+21	+5	-20	-9
Miljön	-19	+3	-1	+18
Politikernas moral	-9	-17	-23	-24
Den journalistiska etiken	-22	-42	-33	-14

Källa: MedieAkademien/TNS Gallup AB. 766 telefonintervjuer under perioden 25/10 – 14/11 2005.

Balansmått: Andel som anger att det blir mycket eller något bättre minus andelen som anger mycket eller något sämre bland personer som besvarat frågan.



Framtidstro och kön

	Män	Kvinnor
Egen livssituation	+48	+41
De flesta svenskars livssituation	+21	+10
Ekonomisk levnadsstandard	+13	-5
Företagsledarnas moral	-2	+1
Miljön	+7	-10
Politikernas moral	-19	-16
Den journalistiska etiken	-33	-31

Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 766 telefonintervjuer under perioden 25/10 – 14/11 2005.

Balansmått: Andel som anger att det blir mycket eller något bättre minus andelen som anger mycket eller något sämre bland personer som besvarat frågan.

Framtidstro och klass

	Arbetarfamilj	Tjänstemannafamilj	Akademikerfamilj	Egen företagare
Egen livssituation	+47	+43	+47	+50
De flesta svenskars livssituation	+20	+12	+17	+11
Ekonomisk levnadsstandard	+4	+8	+2	+15
Företagsledarnas moral	+3	-6	-3	+5
Miljön	-8	-2	+8	+10
Politikernas moral	-16	-22	-19	-11
Den journalistiska etiken	-27	-44	-33	-24

Källa: MedieAkademin/TNS Gallup AB. 766 telefonintervjuer under perioden 25/10 – 14/11 2005.

Balansmått: Andel som anger att det blir mycket eller något bättre minus andelen som anger mycket eller något sämre bland personer som besvarat frågan.



Framtidstro och partisympati

	v	s	mp	c	fp	kd	m
Egen livssituation	+59	+42	+41	+32	+44	+23	+56
De flesta svenskars livssituation	+9	+23	+10	-3	+19	-19	+12
Ekonomisk levnadsstandard	-4	+12	-9	-10	-2	-19	+15
Företagsledarnas moral	-27	-6	+10	±0	-10	-8	+7
Miljön	+8	±0	+36	-6	+2	-4	+1
Politikernas moral	-18	-15	+5	-34	-25	-42	-13
Den journalistiska etiken	-35	-31	-35	-57	-35	-25	-36
Antal svar	24	215	22	30	63	26	145

Källa: MedieAkademien/TNS Gallup AB. 766 telefonintervjuer under perioden 25/10 – 14/11 2005.

Balansmått: Andel som anger att det blir mycket eller något bättre minus andelen som anger mycket eller något sämre bland personer som besvarat frågan.