

# Ju mer vi är tillsammans

Tjugosju kapitel om politik, medier och samhälle

SOM-undersökningen 2003

SOM-rapport nr 34

Sören Holmberg och Lennart Weibull

(red)

***Redaktörer:*** Sören Holmberg och Lennart Weibull

***Administrativ redaktör:*** Kerstin Gidsäter

***Omslag och redigering:*** Henny Östlund

***Tryck:*** Grafikerna Livréna i Kungälv AB, 2004

ISBN: 91-89673-04-2

ISSN: 0284-4788

ISRN: GU-STJM-SOM--34--SE

# INNEHÅLL

Förord 7

*Sören Holmberg och Lennart Weibull*  
Ju mer vi är tillsammans 9

## SAMHÄLLE

*Marie Demker*  
Vänster och höger i flyktingopinionen 33

*Lennart Nilsson*  
Medborgarna och den offentliga sektorns gränser 41

*Sören Holmberg och Lennart Weibull*  
Samlande institutionsförtroende 51

*Bo Rothstein*  
Förtroende i det multikulturella samhället 75

*Larsåke Larsson*  
Synen på PR- och reklamkonsulter 81

*Sören Holmberg och Lennart Weibull*  
Vetenskapen står stark i folkopinionen 93

*Michele Micheletti och Dietlind Stolle*  
Politiska konsumenter: marknaden som arena för politiska val 103

*Lennart Weibull*  
Svenskarnas syn på omvärlden 117

## OPINION

*Sören Holmberg*  
Folkets uppskattning, partiledarnas belöning? 135

<i>Lars Nord och Jesper Strömbäck</i> Ett rungande nej – men till vad?	143
<i>Rutger Lindahl</i> EU ja, men...	155
<i>Ulf Bjereld</i> Svenskarna, Nato och Irak-kriget	165
<i>Lennart Nilsson</i> Monarki eller republik?	171
<i>Sören Holmberg</i> Kärnkraftsanhängarna har gått om	183
<i>Per Hedberg</i> Vikande stöd för vindkraften	193
<b>MASSMEDIER</b>	
<i>Josefine Sternvik</i> Svårbedömda läsvanor	203
<i>Monica Reichenberg och Ingela Wadbring</i> Lätt och svårt i tidningspråk	221
<i>Jan Strid</i> Tio års radiolyssnande: en översikt	235
<i>Åsa Nilsson</i> Vanliga och mer ovanliga dagars medieanvändning	241
<i>Jan Strid</i> Viktigast i tidningen 1979-2003	261
<i>Ingela Wadbring</i> Gratistidningskamp på Stockholms gator – igen	271
<i>Lennart Weibull</i> Förtroendet för mediernas innehåll	283

*Rudolf Antoni*  
Bokläsning i det 21 århundradet 297

*Lars Höglund*  
Ändrade biblioteks- och informationsvanor 309

*Annika Bergström*  
Internetanvändningens fas II 319

*Göran Bolin*  
Mobiltelefon och mediegeneration. 329

## **DOKUMENTATION**

*Åsa Nilsson*  
Den nationella SOM-undersökningen 2003 345

Författarna 363

Deltagande projekt 367

Adresser 369

## **BILAGOR**

Informationsbroschyr, frågeformulär (I och II), publikationer 373



## FÖRORD

*Ju mer vi är tillsammans* är den 33:e publikationen från SOM-Institutet vid Göteborgs universitet sedan den första blygsamma avrapporteringen 1987. De första skrifterna bestod av kortfattade redovisningar av medverkande forskare, där svaren på enskilda frågor avrapporterades. De senaste årens volymer har i ökande utsträckning kunnat presentera långa mätserier om svenskarnas vanor och attityder inom politik och medier författade av ledande forskare från olika discipliner.

*Ju mer vi är tillsammans* tar sin utgångspunkt i den nationella SOM-undersökningen från senhösten 2003. Liksom de senaste undersökningarna omfattar den *två* riksrepresentativa undersökningar på vardera 3 000 slumpmässigt valda personer i åldersintervallet 15-85 år. Undersökningarna har genomförts parallellt och innehåller delvis gemensamma frågor. Fältarbetet genomfördes huvudsakligen i oktober 2003. Ansvarig för datainsamlingen har varit Kinnmark DM i Göteborg med Magnus Kinnmark som fältledare. Närmare uppgifter om likheter och skillnader mellan de två enkäterna finns i metoddokumentationen i bokens slut.

*Ju mer vi är tillsammans* innehåller i första hand kapitel som uppdaterar politik-, opinions- och medietrender och som i sin uppläggning knyter mycket nära an till motsvarande kapitel i tidigare års redovisningar från SOM-institutet. Så analyseras exempelvis utvecklingen av samhällsförtroendet, partiledarnas popularitet, synen på kärnkraften och vindkraften, läsningen av dagstidningar, inställningen till flyktningpolitiken, medieteknologin i de svenska hushållen, biblioteksbesök mm. En andra typ av kapitel är de som ger en fördjupning inom ett särskilt område som exempelvis svenskarnas syn på forskning i politiskt konsumtionsbeteende och bedömningar av EMU-valet. Varje författare svarar själv för slutsatserna i respektive kapitel. Som redaktörer har vi begränsat oss till en teknisk redigering samt till ett inledande översiktkapitel på bokens huvudtema.

SOM-undersökningarna genomförs av SOM-institutet, en forsknings- och utbildningsorganisation vid Göteborgs universitet. Institutet drivs gemensamt av Förvaltningshögskolan, Institutionen för journalistik och masskommunikation samt Statsvetenskapliga institutionen vid Göteborgs universitet. Undersökningsledare för den nationella SOM-undersökningen 2003 har varit fil kand Åsa Nilsson, som även svarar för metoddokumentationen. Bokproduktionen har Kerstin Gidsäter samordnat. Undertecknade har varit projektansvariga för de nationella SOM-undersökningarna sedan starten 1986.

Dataunderlaget från tidigare SOM-undersökningar finns tillgängligt via Svensk Samhällsvetenskaplig Datatjänst (SSD) vid Göteborgs universitet. De publikationer som hittills utgivits av SOM-institutet finns förtecknade längst bak i föreliggande volym.

Göteborg i maj 2004

*Sören Holmberg*  
Statsvetenskapliga institutionen  
Göteborgs universitet

*Lennart Weibull*  
Institutionen för journalistik och  
masskommunikation  
Göteborgs universitet



# JU MER VI ÄR TILLSAMMANS

SÖREN HOLMBERG OCH LENNART WEIBULL

*”Ju mer vi är tillsammans, tillsammans, tillsammans  
ju mer vi är tillsammans, ju gladare vi bli.  
För mina vänner är dina vänner och mina vänner är dina vänner.  
Ju mer vi är tillsammans ju gladare vi bli.”*

De flesta svenskar känner igen slagdängan ’Ju mer vi är tillsammans...’. Flertalet kan säkert också nynna melodin som med sin lättsjungna refräng passar utmärkt som allsång. Några, åtminstone bland de äldre, vet nog dessutom att den lanserades i Sverige av revycharmören Ernst Rolf på 1920-talet. Sedan är det troligen slut på allmänbildningen, men det finns flera intressanta detaljer att tillfoga.<sup>1</sup>

’Ju mer vi är tillsammans...’ är ursprungligen en engelsk låt med titeln ’The more we get together’ som var vanlig i Music Hall-underhållning i början av förra seklet. Ernst Rolf som hämtade många av sina melodier från revyscener i Berlin, Paris och London hämtade hem den till en revy på Casino i Oslo år 1923. Det årets Casino-revy, som omplanterades till Oscars i Stockholm 1924, var en överdådig föreställning. På scenen fanns en stor bassång med glasvägg mot publiken där bl a en vattenballett framfördes. I föreställningen förekom många melodier som skulle bli slagdängor under lång tid, t ex ’Bättre och bättre dag för dag’ och ’I min blommiga blå krinolin’.

Revyn hette Lykkeland. I ledmotivet med samma namn talades det om ett land av poesi, där människor lever i harmoni och där livet liknar sagan.<sup>2</sup> Revyn sätts upp i en situation då Norge respektive Sverige framträder som lyckliga öar i en omgivning som var allt annat än lycklig. I Finland hade det blodiga inbördeskriget just upphört men lämnat djupa sår. Europa i söder präglades av sviterna efter första världskriget. Just 1923 hade hyperinflationen drabbat Tyskland och många människor hade blivit medellösa. Normän och svenskar kunde leva gott i Berlin och München på av sina värdesäkra kronor. I Norge och Sverige pekade också det mesta uppåt. Modern demokrati hade införts i Sverige genom den kvinnliga rösträtten 1921 och regeringsunderlaget hade breddats genom att socialdemokraterna hade kunnat bilda regering vid två tillfällen i början av 1920-talet. Lyckolandet var en oas i en värld präglad av konflikter.

Även om det alltid är vanskligt att dra paralleller mellan dåtid och nutid finns det likheter mellan 1920-talet och 2000-talets första år, främst den ökade oron i omvärlden. Händelserna i New York och Washington den 11 september 2001 synliggjorde en konflikt som snart kom att eskalera. Afghanistankriget, den amerikanska invasionen i Irak, terrordåd på olika håll även i Europa har gjort världen osäkrare.

Och stabiliteten i Europa påverkades genom att EU splittrades i synen på Irakkriget. Till detta kom Sars epidemin i Sydostasien. Världen hade blivit osäker. I den situationen är den vanliga reaktionen att slå vakt om det man har, om det egna landet och den egna gruppen.

Att vi i titeln på årets SOM-bok valt en slagdänga från 1920-talet har sin bakgrund i att vi tyckt oss se sådana tendenser i den svenska opinionen. Vår tes är dock inte att det råder någon slags nationell isolationism i Sverige. Men kanske en mer avvaktande hållning. I folkomröstningen om EU 1994 fanns det fortfarande möjlighet att med politiska insatser på elitnivå nå ett ja, medan det inte var möjligt vid EMU-omröstningen knappt tio år senare.

Den avvaktande hållningen återkommer på olika områden, men inte på alla. I vad mån omvärldssynen verkligen inverkar på opinionsbildningen i övrigt är öppen fråga. Opinioner kan skapas snabbt och mönstren till en början vara mångtydiga. Det är därför nödvändigt att alltid pröva motbilder och ställa frågor om hur en kortsiktig opinion förhåller sig till långsiktiga trender. Det är sådant som är vägledande för oss som sysslar med surveyundersökningar och varje år ställer frågor till medborgarna.

I detta inledande kapitel gäller frågan de övergripande tendenserna. På samma sätt som tidigare år (Holmberg och Weibull, 2002, 2003) gör vi det genom att lyfta fram och kommentera ett antal exempel på trender som på ett översiktligt sätt speglar förändringstendenser i politik och samhälle – mot bakgrund av opinionsutvecklingen i Sverige under de gångna två decennierna.

## **Svenska samhällsproblem i en oroande värld**

Förändringarna i omvärlden förefaller åtminstone ytligt sett ha en mycket liten påverkan på medborgarnas bedömningar av vad som är de viktigaste politiska problemen i Sverige. Bedömningarna bygger på en öppen enkätfråga som ställts på samma sätt i SOM-undersökningarna sedan 1987. Svarspersonerna har kunnat uppge upp till tre samhällsproblem; genomsnittspersonen anger knappt två och cirka 80 procent anger åtminstone något problemområde (tabell 1).

Sjukvård, utbildning och äldreomsorg är sedan slutet av 1990-talet de tre dominerande frågorna i medborgarnas ögon. Sjukvården och äldreomsorg uppvisar en viss långsiktig ökning, medan utbildningsfrågorna minskat i betydelse de senaste åren. Också sysselsättningsfrågorna har långsiktigt gått ner som samhällsproblem och nämns de senaste åren av knappt 15 procent. Samma tendens har synen på den svenska ekonomin som problemområde. Ett tredje område som idag ligger betydligt lägre än för femton år sedan är miljön: år 2001 är andelen som nämner miljön som problem 6 procent – den lägsta procentandel som uppmätts i tidsserien, medan andelen 1987 var 48 och valåret 1988 hela 62 procent. Lag och ordning uppfattas som en något mindre viktig fråga men är det problemområde som uppvisar den största ökningen mellan 2002 och 2003 – från 12 till 17 procent.

**Tabell 1 Svenskarnas viktigaste frågor 1987-2003 (procent)**

**Fråga:** "Vilken eller vilka frågor eller samhällsproblem tycker Du är viktigast i Sverige idag? Ange högst tre frågor/ samhällsproblem.

Fråga	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Sjukvård	14	21	22	24	20	19	22	18	15	25	35	30	41	39	41	40	43
Utbildning	12	9	12	10	11	9	4	8	7	10	22	34	36	35	37	32	23
Pensioner/äldrevärd	10	10	16	13	16	14	16	12	10	17	19	15	21	23	22	24	21
Invandring/flyktingfrågor	7	8	11	14	13	19	25	12	14	13	10	8	13	12	13	19	11
Sysselsättning	15	6	2	7	39	49	59	58	51	42	50	51	28	14	14	14	14
Lag och ordning	20	13	38	11	15	8	9	11	25	14	13	15	16	15	12	12	17
Sveriges ekonomi	8	10	9	32	24	39	29	32	24	10	7	9	7	6	9	10	11
Miljö	48	62	46	32	38	19	17	20	27	10	10	9	11	9	9	10	6
Skatter	7	9	14	13	6	3	2	3	2	4	6	7	5	8	7	7	6
Familj/barnomsorg	6	9	8	8	7	8	9	6	4	6	7	7	5	7	6	7	7
Socialpolitik	3	5	3	6	9	7	5	6	6	7	4	17	6	7	6	6	9
Religion/moral	1	4	3	2	2	2	1	2	3	5	2	2	3	4	4	4	5
EU/EMU	1	3	3	7	6	11	9	15	7	3	3	4	3	4	3	3	7
Infrastruktur/kommunikationer	1	1	1	2	1	0	0	1	0	0	1	1	1	2	2	2	1
Jordbruks- regionalpolitik	2	2	2	1	3	1	1	0	0	0	1	1	1	1	2	2	1
Offentlig sektor/privatiseringar	3	2	2	4	2	3	2	2	3	7	2	2	2	2	1	1	4
Energi/kärnkraft	7	6	8	11	1	2	2	1	2	2	2	2	0	1	1	1	1
Antal svarande	1672	1642	1578	1582	1573	1889	1557	1704	1707	1779	1754	3561	3503	3546	3638	3606	3675

**Kommentar:** Samtliga personer som besvarat enkäten ingår i procentbasen.

Det är svårt att relatera några av utvecklingstendenserna när det gäller svenska samhällsproblem till den internationella händelseutvecklingen. Möjligen kan den något ökade uppmärksamheten för samhällsekonomin reflektera omvärldstendenserna, men den samlade problembilden i Sverige förefaller inte ha påverkats nämnvärt. Konkret är det exempelvis endast knappt två procent som på den öppna frågan om svenska samhällsfrågor nämnde terrorism, försvars- eller säkerhetsfrågor som ett problem 2003. Ännu ligger dessa frågor i huvudsak utanför landets gränser. Resultatet bekräftar tidigare iakttagelser om att världspolitiken sällan förmår sätta sin prägel på svensk partipolitik (Petersson, 1982, Bjereld & Demker 2002)

Svarspersonerna har även fått ta ställning till i vilken utsträckning de känner oro för ett antal givna nationella och internationella utvecklingstendenser. De fyra som toppar oroslistan 2003 är nynazism, organiserad brottslighet, terrorism och miljöförstöring. På samtliga fyra områden är det över hälften av allmänheten som anger området som mycket oroande (tabell 2). Oron för terrorism sjönk mellan 2001 och 2002 men har 2003 på nytt ökat. Att undersökningen gjordes någon månad efter mordet på Anna Lindh har säkert haft betydelse för uppgången. Men oron för terrorism nådde ändå inte samma rekordhöga nivå som 1986 (65 procent), det år när Olof Palme mördades på Sveavägen i Stockholm.

Den oro som människor ger uttryck för gäller alltså i viss utsträckning omvärldshot som terrorism. Men det gäller inte generellt, och inte alla "omvärldshot". År 2003 fick svarspersonerna även ta ställning till alternativet 'Företagens globalisering'. Här var det dock endast 17 procent som upplevde utvecklingen som mycket oroande (jfr Michele Michelettis och Dietlind Stolles artikel i föreliggande volym).

## **Mindre tilltro till svensk ekonomi**

Från och med andra hälften av 1990-talet blev bedömningen av den svenska samhällsekonomin alltmer positiv. År 2000 ansåg nästan samtliga att samhällsekonomin hade blivit bättre eller att den var på samma nivå som tidigare; endast tio procent menade sig se en försämring. Det var de bästa siffror som uppmätts i någon SOM-undersökning och därmed klart över de positiva siffrorna från slutet av 1980-talet. Hösten 2001 svängde emellertid ekonomibedömningarna kraftigt tillbaka åt det negativa hållet. Kurvorna kastades om och andelen som såg en försämring ökade snabbt (figur 1a).

Den kritiska bedömningen har fortsatt att öka. År 2003 har den negativa värderingen fått majoritet i befolkningen. Omsvängningen är dock långt ifrån den kraftiga ökning i negativ syn som iaktogs mellan 1989 och 1990 – och som framgått i det föregående ligger inte svensk ekonomi högt i svaren i dag på den öppna frågan om samhällsproblem. De dystra ekonomibedömningarna 2001 tolkades som en möjlig följd av terrorattackerna i New York. När data ses i ett längre perspektiv är det dock mera troligt att problemen hos enskilda svenska storföretag som exempelvis Ericsson har haft en inverkan. Det kan inte heller bortses ifrån att den diskussion om den svaga europeiska konjunkturen som fanns med i debatten om EMU kan ha haft betydelse för svenskarnas negativa ekonomiska bedömningar.

**Tabell 2 Vad oroar svenska folket, 1986–2003. Andel som svarat "mycket oroande" (procent)**

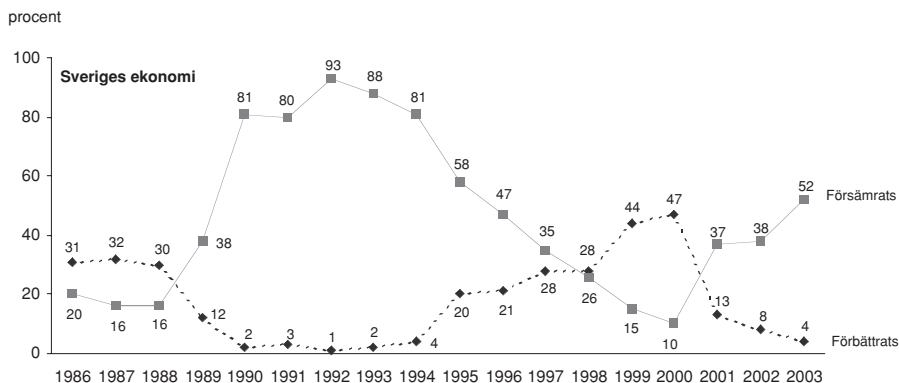
**Fråga:** "Om Du ser till läget i dag, vad upplever Du själv som mest oroande inför framtiden?"

	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Max
Miljöförstöring	72					58		51	50	56					38	38	43	50	72
Stor arbetslöshet						56		60	48	68					17	25	38	40	68
Terrorism	64		51			39		31	28	38					27	59	41	52	64
Ny nazism															56	54	54	57	57
Organiserad brottslighet																45	47	56	56
De militära rustningarna	52		45																52
Förändringar i jordens klimat															37	39	40	40	40
Ekonomisk kris						39		37	30	29					9	17	24	23	39
Ökat antal flyktingar								38	30	29					17	20	27	28	38
Fattigdomen i tredje världen										37					37	35	33	37	37
Ett nytt världskrig																34	26	34	34
Situationen i Ryssland																			31
Befolkningsökningen	18		28					31	22	18					12				28
Motsättningarna mellan rika och fattiga länder	27		24																27
Militära konflikter						25		25	19										25
Risken för ett stormaktskrig			24																24
Militanta veganer															19				19
U-båtskränkningarna			17																17
Företagens globalisering																		16	16
Motorcykelgång															15				15

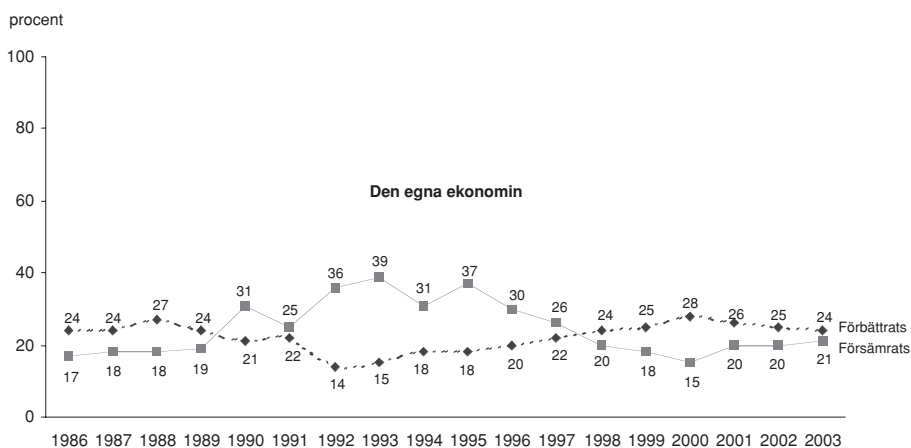
**Källa:** Riks-SOM-undersökningen

**Kommentar:** Procenten har beräknats bland dem som svarat på åtminstone någon delfråga. 1986-1993 ställdes frågan specifikt om "läget i världen i dag".

**Figur 1a Allmänhetens bedömning av hur den svenska ekonomin har utvecklats under det senaste året: andel som anser att ekonomin har förbättrats respektive försämrats 1986-2003 (procent)**



**Figur 1b Allmänhetens bedömning av hur den egna ekonomiska situationen har utvecklats under det senaste året: andel som anser att ekonomin har förbättrats respektive försämrats 1986-2003 (procent)**



Oavsett vad som ligger bakom tveksamheten om samhällsekonomin visar det sig att medborgarnas syn på den egna hushållsekonomin utveckling endast förändrats marginellt (figur 1b). Efter toppåret 2000 med 28 procent som anger en förbättring av den egna hushållsekonomin har dock andelen gått ner till 24 procent 2003. Samtidigt har andelen som menar att det blivit sämre gått upp något, även om

andelen som upplever sig få det bättre är högre än andelen som menar sig få det sämre; för de flesta har det dock inte varit någon förändring.

Också i hushållsbedömningarna gäller att tendensen i början av 2000-talet inte har någon likhet med situationen under lågkonjunkturen i början av 1990-talet. Då ökade andelen som upplevde sig ha fått det sämre mycket kraftigt under några få år. I jämförelse med vad som hände då är förändringarna de tre senaste åren jämförelsevis små.

Vi har också i SOM-undersökningarna frågat om hur det kommer att gå med ekonomin. Medborgarnas ekonomiska framtidsbedömningar reflekterar mer ett politiskt ställningstagande och färgas av vem som sitter i regeringen. Bland framför allt moderata och kristdemokratiska sympatisörer är andelen som 2003 anger att samhällsekonomin kommer att försämrans nästan 50 procent, bland socialdemokraterna endast 30 procent. Övriga partiers sympatisörer ligger relativt nära genomsnittet. Samma mönster uppträder i fråga om vänster-höger åsikt: personer som placerar sig till vänster gör något mindre negativa framtidsbedömningar än de som placerar sig till höger. Siffrorna kan jämföras med uppgångsåret 2000, då socialdemokratiska sympatisörer trodde mest och moderata sympatisörer trodde minst på en förbättring av samhällsekonomin.

När det gäller bedömningar av den egna hushållsekonomens framtid finns dock inte detta slag av partipolitiskt mönster i svaren. Det gäller också 2003 års studie.

## **Stabila mönster i synen på partier och politik**

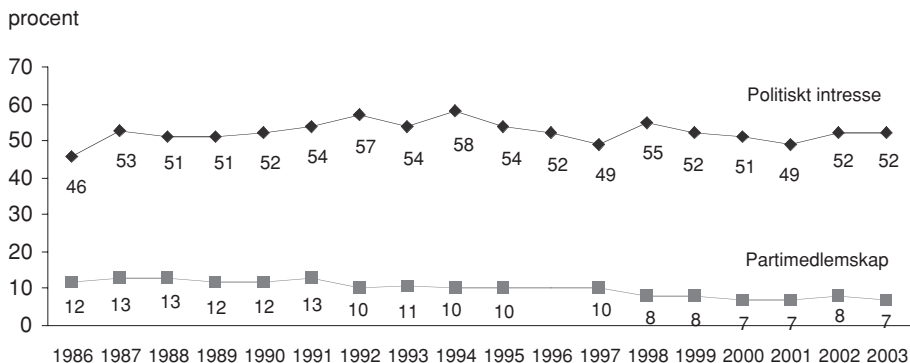
En effekt av oron efter terroristattacken i New York 2001 var en ökad uppslutning kring politikens institutioner (jfr kapitlet om samhällsförtroende och Österman m fl 2004). Ett ökat politiskt intresse eller en ökad vilja att sluta upp kring det parti man sympatiserar med märktes dock inte. Omvärldssituationen tycks inte påverka människors grundläggande inrikes förhållningssätt till partier och politik.

Det politiska intresset och partiövertygelsen uppvisar ett likartat mönster över alla undersökta år. Andelen politiskt intresserade ligger 2003 på drygt 50 procent och har de senaste åren varit mycket stabil (figur 2a). Partiövertygelsen – andelen medborgare som uttrycker en stark övertygelse om det parti de sympatiserar med – följer också ett fast mönster och påverkas i första hand av den s k elektorala cykeln (Holmberg, 1993). Med detta menas att allmänhetens partiövertygelse är högre under valår än i mellanvalsperioder. Cykeln bekräftas av nedgången mellan 2002 och 2003.

Vi kan också iaktta att den elektorala cykeln endast gäller för riksdagsval. EMU-omröstningen 2003 påverkade inte graden av partiövertygelse bland medborgarna. Det är samma mönster som för Europaparlamentsvalen 1995 och 1999; partiövertygelsen dessa år var klart lägre än de föregående valåren 1994 och 1998.

En långsiktig tendens är försvagningen av partiövertygelsen över tid. Den försvagningen ligger i linje med de sjunkande siffrorna för partimedlemskap (figur 2a, Petersson m fl 2000).

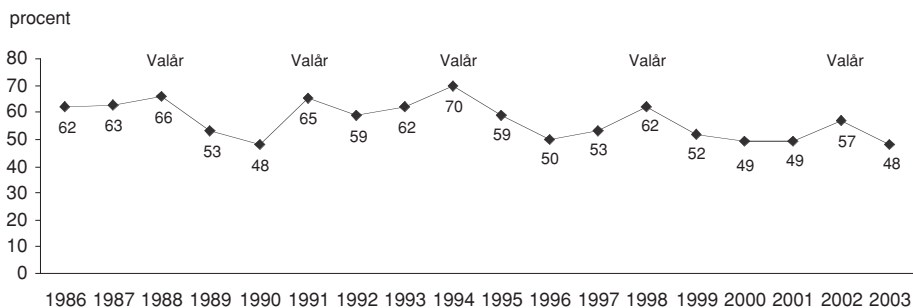
**Figur 2a** Andel som uppger sig vara mycket eller ganska intresserade av politik och andel som är medlem i något politiskt parti (procent)



**Kommentar:** Samtliga svarspersoner ingår i procentbasen

**Figur 2b** Grad av partiövertygelse (procent)

**Fråga:** (Ställdes till dem som angett vilket parti de tycker bäst om idag). ”Anser Du Dig vara en övertygad anhängare av detta parti?”



**Kommentar:** Resultaten visar andelen personer som svarat mycket eller något övertygad. Samtliga svarspersoner ingår i procentbasen.

### Positiv bild av svenska demokrati

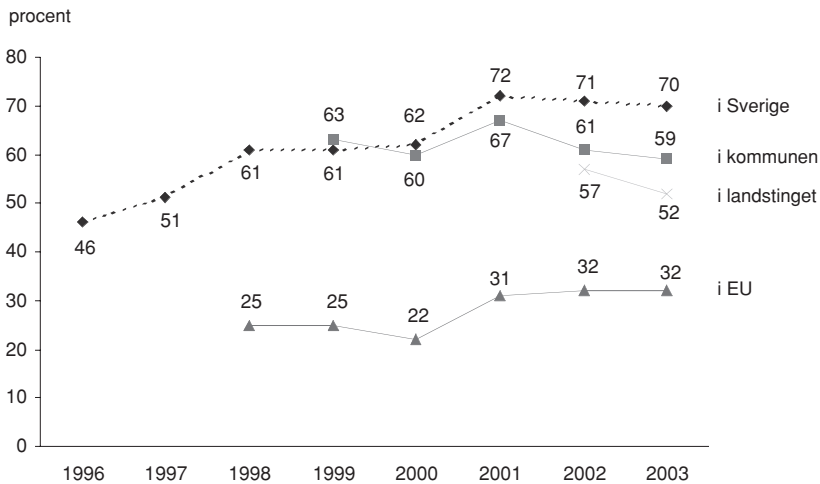
Partiernas problem är dock inte detsamma som att också demokratin har problem. Andelen personer som anger att de är nöjda med hur svensk demokrati fungerar är fortsatt hög och bland den högsta i EU. Dessutom har förtroendet för demokratin ökat på alla nivåer. I 2003 års SOM-studie förklarar 70 procent av svarspersonerna



att de är mycket eller ganska nöjda med det sätt på vilket demokratin fungerar i Sverige (figur 3). Det är en ökning med nästan tio procentenheter i jämförelse med 2000, en ökning som med stor sannolikhet kan sättas i samband med omvärldshöjden. Särskilt intressant är att 2001 års siffra handlar om en ökning från en redan hög nivå.

**Figur 3 Nöjd med hur demokratin fungerar (procent)**

**Fråga:** ”På det hela taget, hur nöjd är Du med det sätt på vilket demokratin fungerar i?”



**Kommentar:** Resultaten visar andel som svarar *mycket* eller *ganska nöjd*. Övriga svarsalternativ är inte särskilt nöjd och inte alls nöjd. Personer som besvarat frågan ingår i procentbasen.

Bedömningen av demokratin i den egna kommunen och landstinget ligger något lägre än värderingen av den nationella demokratin och ännu lägre ligger synen på demokratin inom EU. Ett gemensamt drag är att nöjdheten med både den lokala demokratin och EU-demokratin också ökade med nästan tio procentenheter mellan 2000 och 2001. Därefter skiljer sig dock tendenserna. Den lokala demokratin har fallit tillbaka till andelarna före 2001, medan synen på demokratin inom EU har bibehållit den högre nivån.

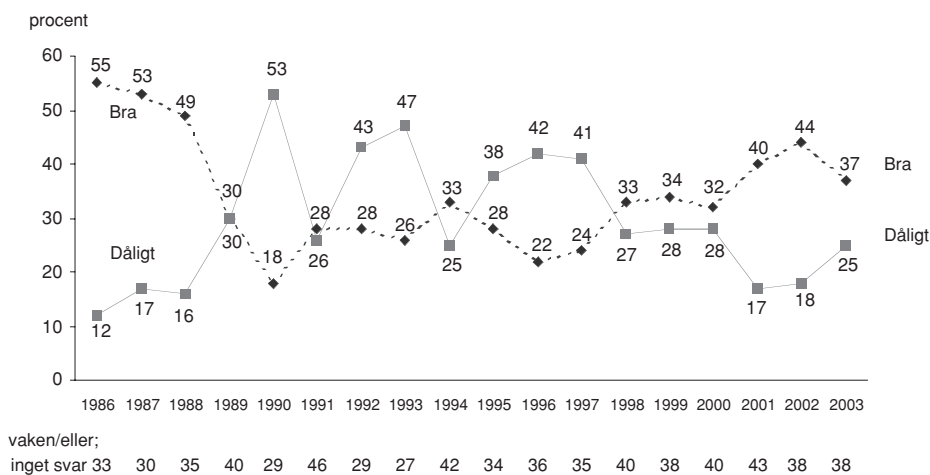
### Bedömningen av regeringens arbete

Människors bedömning av hur demokratin fungerar handlar inte bara om demokrati. Den handlar också om hur demokratin fungerar. Mer kortsiktiga och prak-

tiska förhållanden spelar även in. En sådan faktor är synen på hur regeringen sköter sitt jobb. Regeringens *Job Performance* är en viktig omständighet i sammanhanget. I SOM-studierna har vi mätt bedömningarna av hur regeringen sköter sitt jobb sedan starten 1986. På individnivå är korrelationen ( $r$ ) mellan demokratibedömningarna och värderingen av hur regeringen sköter sig förväntat positiv och relativt stark (+.50 2003). Personer som uppskattar regeringens arbete tenderar att tycka att demokratin fungerar väl medan personer som är kritiska till hur regeringen sköter sig har en tendens att också vara mindre positiva till demokratins funktions-sätt.

**Figur 4 Bedömning av hur regeringen sköter sitt arbete (procent)**

**Fråga:** ”Hur tycker Du regeringen sköter sin uppgift?”



**Kommentar:** Procentbasen utgörs av samtliga svarspersoner.

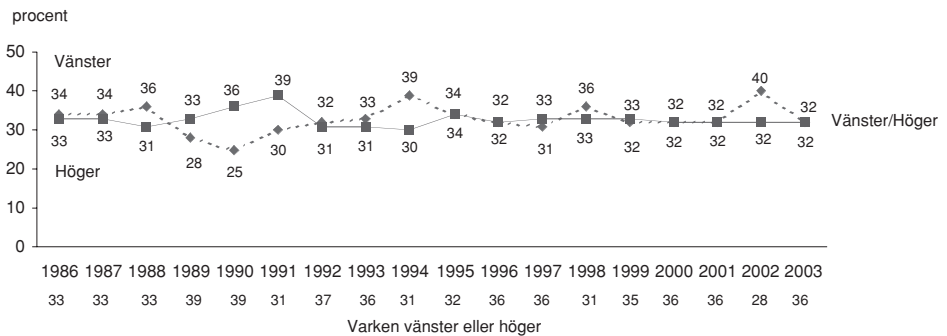
Resultaten i figur 4 visar att värderingen av regeringens arbete var som mest positiv under åren 1986-1988 för att sedan falla som en sten 1989-1990 när regeringen Carlsson (s) ändrade den ekonomiska politiken och släppte fram en högre arbetslöshet (Lindvall 2004). Uppskattningen av regeringens arbete har sedan dess långsamt återhämtat sig, men har ännu inte nått tillbaka till de positiva siffror som rådde under Ingvar Carlssons första regeringsår. Carlssonregeringens bästa uppskattningssiffra var 55 procent 1986. Regeringen Bildt (m) nådde som högst 28 procent 1992. Göran Perssons s-regering uppvisade sin bästa uppskattningsprocent år 2002 (44 procent).

## Fortsatt ideologisk balans

Den ideologiska vänster-högerorienteringen har sedan mitten av 1980-talet kännetecknats av mycket små förändringar och tendensen kvarstår 2003 (figur 5). Det har varken blåst klar vänster- eller klar högervind i opinionen. I mätningen 2003 är det ännu en gång exakt samma andel som placerade sig ideologiskt till höger som till vänster.

**Figur 5 Ideologisk vänster-högerplacering (procent)**

**Fråga:** ”Man talar ibland om att politiska åsikter kan placeras in på en vänster-högerskala. Var någonstans skulle Du placera Dig själv på en sådan vänster-högerskala?”



**Kommentar:** Resultaten visar andelen som uppgivit att de är klart eller något till vänster respektive klart eller något till höger, eller angivit att de är ”varken vänster eller höger”. Personer som inte besvarat frågan är ej medtagna i analysen. De utgör omkring 3 – 4 procent av svarspersonerna genom åren.

Den ökning i vänsterståndpunkt som framträdde år 2002 återfinns inte längre 2003. Därmed bekräftas en tidigare iakttagelse att det också i fråga om ideologisk orientering finns en viss valårseffekt; andelen som placerar sig till vänster ökar under valåren. För fyra av de fem valåren i SOM-undersökningarnas tidsserie ligger andelen vänsterorienterade högst. Det femte valåret – 1991 – är ett undantag, men bekräftar ändå regeln: då bröts den nedåtgående tendensen för vänsterorientering under åren av sk högergång och ersattes av en vänsteruppgång.

## Teknikexpansion och digitala åldersklyftor

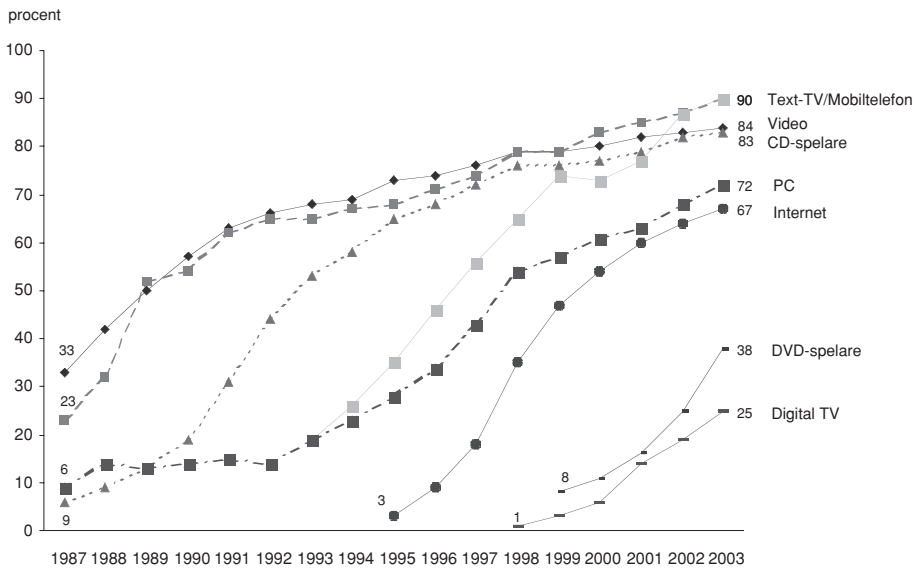
Vi har som medborgare i princip tre sätt att informera oss om vad som händer i omvärlden, oavsett det är i lokalsamhället eller globalt: vi kan själva iaktta det, vi

kan få reda på det genom förmedling av andra människor och vi kan ta del av det genom massmedier. Människors informationsvägar är beroende både av vilka frågor det gäller och vilken position man har i samhället. När det gäller politik och samhälle är det särskilt medierna som fått en allt större roll. Det är inte för mycket sagt att för flertalet människor är den politiska, ekonomiska och kulturella världen huvudsakligen formad av mediernas bild.

I alla moderna mediasystem är det en blandning av dagspress, radio och TV som dominerar som nyhetskällor och därmed på olika sätt bidrar till bilden av omvärlden. Inom radio och TV finns det i Sverige sedan ett decennium ett ökande antal kanaler som konkurrerar om uppmärksamheten. Visserligen dominerar public service-medierna ännu så länge nyhetsvanorna, men mediasystemet har blivit allt mer fragmenterat och allt smalare medier har etablerats (Mediebarometern, 2004). Hushållen har också successivt investerat i ny medieteknologi. Den senare har inte bara gällt medier som text-TV eller video, som sedan länge har en hög spridning i hushållen, utan under senare år framför allt persondator och mobiltelefon – och senast DVD-spelare och digital-TV (figur 6).

**Figur 6 Tillgång till olika medieteknologier i svenska hushåll 1987-2003 (procent)**

**Fråga:** ”Vilka typer av utrustning har Du för närvarande tillgång till i Ditt hushåll?”



**Kommentar:** Procentbasen utgörs av samtliga svarspersoner.

De senaste tio årens komet i fråga om medieteknologi är utan konkurrens mobiltelefonen. På ett decennium har mobilinnehavet gått från under 20 procent till 90 procent. För text-TV tog motsvarande ökning två decennier och persondatorn har på femton år ännu inte nått dit. Samtidigt visar andelen Internetuppkopplade medborgare i stort sett samma lutning på kurvan, även om det där finns en minskande ökning efter 2001 och det finns anledning att misstänka att mättnadsgraden kommer att ligga på omkring 75 procent.

Oavsett ökningstakt är det klart att Sverige 2003 är ett digitaliserat land. Få länder kan redovisa tillgångssiffror på 90 procent för mobiltelefon, 72 procent för persondator, 67 procent för Internet och 25 procent för digital-TV. Visserligen står de olika teknologierna för olika användningsområden (jfr Annika Bergströms och Göran Bolins kapitel om Internetvanor respektive mobiltelefonanvändning) men sammantaget visar de höga siffrorna på en öppenhet att ta till sig ny teknik, låt vara att persondatorexpansionen har gått långsammare än många räknade med i mitten av 1990-talet.

**Tabell 3 Innehav av mobiltelefon och persondator efter ålder 1993 – 2003 (procent)**

Tillgång	Mobiltelefon										
	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Samtliga	19	26	35	45	56	65	74	73	77	87	89
15 – 29	19	28	45	52	62	74	84	84	87	97	98
30 – 49	26	34	41	54	68	77	83	81	85	94	95
50 – 64	19	26	39	48	54	64	78	75	79	89	92
65 – 85	4	5	6	16	27	31	41	46	50	63	66

Tillgång	Persondator										
	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Samtliga	19	23	28	34	43	54	57	61	63	68	71
15 – 29	26	29	37	43	60	65	71	77	75	80	82
30 – 49	25	29	34	46	55	72	74	78	79	84	88
50 – 64	16	22	28	28	35	48	54	60	66	70	72
65 – 85	3	5	5	5	10	11	13	19	20	25	31

**Kommentar:** Procentbasen utgörs av samtliga svarspersoner.

Den intressanta utvecklingen med mobiltelefonen i förhållande till persondatorn är att den förra teknologin inte uppvisar samma ålderskillnader i tillgång som den senare. Andelen äldre som har tillgång till mobiltelefon är förhållandevis hög,

medan ökningen i persondatortillgång går mycket långsamt bland pensionärer (tabell 3). Det är troligt att skillnaden har att göra att mobiltelefonen representerar en teknik som till den yttre formen bara är en förlängning av en gammal, medan datorn står för en radikalt annorlunda användningsteknik. En möjlig konsekvens är att mobiltelefonen på sikt blir en naturligare plattform för Internetanvändningen bland äldre än persondatorn.

Uppgången för digital-TV är tydlig, men trots allt lägre än vad många förväntat. Det hör till bilden att digital-TV till övervägande delen avser digitalplattformar för satellitmottagning och inte tillgång till teknik att ta emot svenska sändningar i det digitala marknätet. I praktiken innebär det att digital-TV ännu så länge betyder en ökad tillgång till film-, sport-, natur- och underhållningskanaler och mindre en ökning i fråga om nyheter och samhällsprogram (Mediebarometern, 2004).

### **Nyhetsvanorna stabila**

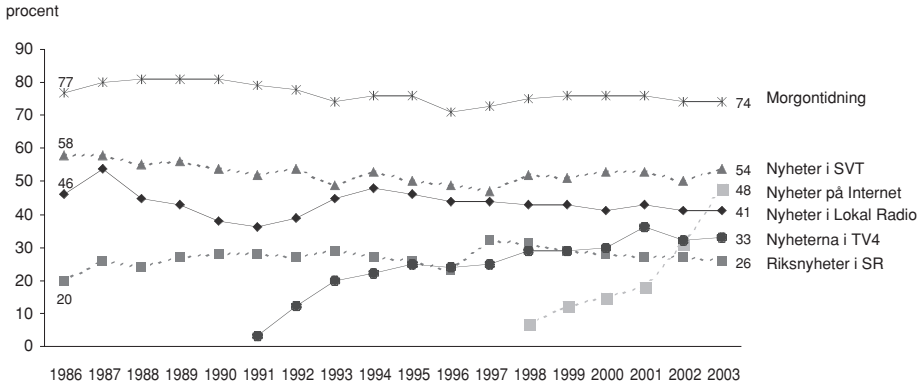
Även om utrustningsnivån är hög finns det samtidigt tydliga tendenser att användningen inte ökar i lika snabb takt som tillgången. En aspekt på detta är att de traditionella svenska nyhetsmedierna klarat sig bra i konkurrensen med den digitala teknologin (figur 7). Nyhetsanvändningen på nätet ökar – eftersom Internetmätningen enbart gäller flera gånger i veckan i jämförelse med fem dagar i veckan för övriga nyhetskanaler överskattas nätnyhetsanvändningen något – men förefaller ännu så länge inte påverka andra nyhetsvanor. Fördjupade analyser visar att det kan förklaras av att Internet framför allt är ett medium för människors uppdatering av vad som har hänt, medan de traditionella nyhetskällorna ger en mer sammanhållen bild av skeendet (Bergström, 2004).

Morgonpress dominerar som enskild kanal och ligger klart över nyheterna i public service-TV. Även om tidningsläsningen jämförs med användning av minst något nyhetsprogram i TV har den en högre andel regelbundna användare. Mellan 2002 och 2003 finns det för flertalet nyhetskanaler en viss uppgång. Till en del ligger förklaringen i en nyhetshöst som påverkades av mordet på Anna Lindh och efterföljande spaningar.

Den återkommande frågan är hur alla nyhetsmedier kan ligga så stabilt trots tillkomsten av nya medier i ett allt mera fragmentariserat mediasystem. Under de redovisade sexton åren står TV4:s Nyheterna och Internet som två typiska exempel på expansion, medan morgonpressen och nyhetsprogrammen i public service-TV kan representera stabiliteten. Framför allt två faktorer torde spela in. Den ena är att utbudet av nyheter i de traditionella kanalerna också har ökat, exempelvis har nyhetsutbudet i Sveriges Television successivt byggts ut. Den andra faktorn är att nyhetsanvändningen differentieras och att användningen av en medieform t o m kan öka användningen av andra medieformer. Så t ex har Aftonbladet under de senaste fem åren fått en helt dominerande ställning som nyhetsportal på nätet – och samtidigt ökat sin upplaga på papper.

**Figur 7 Nyhetsförmedling 1986-2003 (procent)**

**Fråga:** ”Hur ofta brukar Du titta på eller lyssna på följande program i TV eller radio? Om Du läser en morgontidning regelbundet – ungefär hur många gånger i veckan brukar Du läsa den? Hur ofta har Du använt Internet under de senaste tolv månaderna?”



**Kommentar:** Resultaten visar andelen bland samtliga svaretpersoner som läste en morgontidning minst fem dagar i veckan, sett på de olika TV-programmen åtminstone fem dagar i veckan och använt Internet flera gånger i veckan.

Oavsett förklaring är det utmärkande draget för medieutvecklingen under början av 2000-talet att medborgarna omges av allt fler samhällsspeglar och åsiktsmaskiner där dagsopinionen formas och livsstilar och modetrender skapas.

### Långsam värdeförskjutning

Ett av de utmärkande dragen i de senaste årens utveckling är att gränsen mellan arbete och fritid blivit allt mera flytande. Många privata aktiviteter kan utövas på arbetsplatsen, liksom att delar av arbetet kan göras på datorn i bostaden. Värderingsmässigt uppfattas fritiden som allt mera positiv och den spelar en central roll i medborgarnas förväntningar på vad som är det goda livet, särskilt bland ungdomar (Oscarsson, 2002).

Värderingsförskjutningar sker dock mycket långsamt. Det grundläggande mönstret i svenskarnas värderingar är stabilt. Att värden förändras och att nya tänkesätt vinner insteg är därför något som måste analyseras över längre tidsperioder. Samtidigt finns det givetvis möjlighet att pröva i vad mån värderingsförskjutningar som påtalas i samhällsdebatten faktiskt korresponderar med opinionen bland medborgarna. Fr o m SOM-undersökningen 2001 har vi ställt en serie frågor som avser att

pröva medborgarnas bedömningar inom olika nya värdeområden. Det rör sig om frågor som gäller bl a djurens rätt, genmodifierad mat, fri abort, aktiv dödshjälp, kloning och pornografi.

**Tabell 4 Nya värderingar (procent och balansmätt)**

Förslag	Bra förslag	Varken eller	Dåligt förslag	Ingen uppfattn	Summa procent	Balansmätt	Antal svar
Stärka djurens rätt							
2001	62	25	8	5	100	+54	3443
2002	59	27	9	5	100	+50	1674
2003	60	25	8	7	100	+52	1732
Tillåta försäljning av starköl, vin och sprit i livsmedelsbutiker							
2001	50	19	28	3	100	+22	3461
2002	46	21	31	2	100	+15	1687
2003	44	15	39	2	100	+5	1751
Tillåta homosexuella par att adoptera barn							
2001	20	16	55	7	100	-35	3449
2002	22	19	52	7	100	-30	1679
Tillåta aktiv dödshjälp i Sverige							
2001	40	29	21	10	100	+19	1653
2002	42	28	20	10	100	+22	1673
Begränsa rätten till fri abort							
2001	13	15	65	6	100	-52	1648
2002	13	15	66	6	100	-53	1677
Förbjuda alla former av pornografi							
2001	44	23	29	4	100	+15	1656
2002	45	19	32	4	100	+13	1684
Begränsa utvecklingen av genmanipulerad (2001) /genmodifierad (2002) mat							
2001	71	12	11	6	100	+60	3442
2002	64	14	12	10	100	+52	1680
Begränsa de multinationella företagens makt (2003)	47	28	13	12	100	+34	1723
Stärka konsumenternas inflytande över matpriserna (2003)	80	13	3	4	100	+77	1724
Tillåta proffsboxning i Sverige (2003)	22	20	46	12	100	-24	1739
Efterskänka tredje världens skulder (2001)	47	27	16	10	100	+31	1637
Förbjuda djurförsök inom medicinsk forskning (2001)	26	27	42	5	100	-16	1643
Förbjuda kloning av människor (2001)	86	4	6	4	100	+80	1655
Förbjuda forskning som använder befruktade ägg (embryonala stamceller) (2001)	39	20	22	19	100	+25	1650
Införa världsomfattande skatt på alla internationella valutatransaktioner (s.k. Tobinskatt) (2001)	27	20	18	35	100	+9	3419

**Kommentar:** Frågan lyder: "Här återfinns ett antal förslag hämtade från den svenska samhällsdebatten. Vilken är Din åsikt om vart och ett av dem?" Svartalternativen är "mycket bra förslag", "ganska bra/varken bra eller dåligt/ganska dåligt/mycket dåligt förslag" samt "ingen uppfattning". Procentbasen för respektive delfråga utgörs av de som besvarat frågan. Här tolkas svaren mycket och ganska bra förslag som bra förslag och mycket och ganska dåligt förslag som dåligt förslag.



**Tabell 5 Nya värdefrågor. Andel av svenska folket som anser förslaget vara mycket eller ganska bra 2003 (procent)**

	Samtliga	Kön		Ålder					Utbildning				Ideologisk position		
		Män	Kvinnor	15-19	20-29	30-49	50-64	65-85	Låg	Medel-låg	Medel-hög	Hög	Vänster	Varken eller Höger	
Tillåta försäljning av starköl, vin och sprit i livsmedelsbutiker	44	49	40	33	47	47	50	34	42	48	46	41	39	38	57
Begränsa de multinationella företagens makt	47	47	47	32	41	47	56	45	49	43	48	49	63	45	35
Tillåta proffsboxning i Sverige	22	35	10	39	31	22	18	16	23	27	20	15	19	18	29
Stärka djurens rätt	60	53	66	64	67	59	58	58	66	64	55	51	66	58	53
Antal svar	1739	835	904	121	212	564	482	354	470	495	401	348	516	606	559

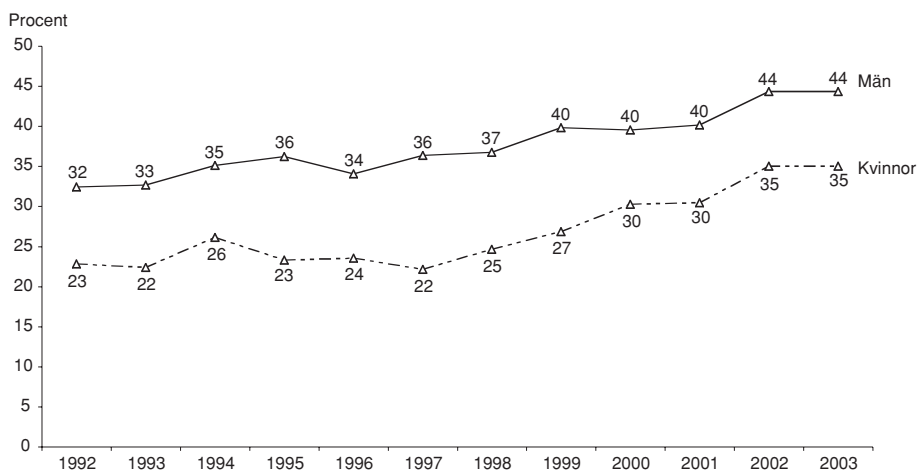
**Kommentar:** Frågan lyder: "Här återfinns ett antal förslag hämtade från den svenska samhällsdebatten. Vilken är Din åsikt om vart och ett av dem?" Svartalternativen är "mycket bra förslag", "ganska bra/varken bra eller dåligt/ganska dåligt/mycket dåligt förslag" samt "ingen uppfattning". Procentbasen för respektive delfråga utgörs av de som besvarat frågan, dvs. även de som svarat "ingen uppfattning". Lägsta antal svar i raden längst ner avser den fråga som totalt sett besvarats av minst antal personer.

Förändringen har varit relativt liten i fråga om de två åsikter som mätts samtliga tre år (tabell 4). Klara majoriteter varje år vill stärka djurens rätt, *inte* tillåta homosexuella par att adoptera barn, *inte* begränsa rätten till fri abort och begränsa utvecklingen av genmodifierad mat.<sup>3</sup> I andra frågor var opinionen delad, t ex i fråga om att tillåta aktiv dödshjälp och förbud mot pornografi. Det är mycket tydligt att det finns en grundläggande likhet i bedömningen de tre undersökta åren. Det rör sig knappast om tillfälliga åsiktsyttringar. Frågan är sedan i vad mån åsikterna är att betrakta som 'nya' värderingar. Frågorna hänger inte inbördes samman på något entydigt sätt. Det starkaste sambandet finns mellan att tillåta aktiv dödshjälp och att sälja vin och sprit i livsmedelsbutiker och mellan att tillåta aktiv dödshjälp och att tillåta homosexuella par att adoptera barn. Bakom detta kan anas en slags individualistisk-frihetlig dimension. Som tidigare har påvisats hänger några av värderingarna samman med vänster-högerdimensionen, t ex att tillåta homosexuella par att adoptera barn (populärare till vänster), tillåta försäljning av sprit i livsmedelsbutiker (populärare till höger), tillåta proffsboxning i Sverige (populärare till höger) och att stärka djurens rätt (populärare till vänster), men sambanden är inte starka. Åsiktsskillnaderna mellan kvinnor och män är dock förhållandevis stora i några av frågorna, t ex när det gäller att förbjuda porr och proffsboxning i Sverige (kvinnor mest för förbud), begränsa utvecklingen av genmodifierad mat (kvinnor mest för begränsningar) eller att stärka djurens rätt (kvinnor för djurens rätt). Tendenserna är desamma samtliga år.

Ålderskillnader kan ge en antydning om vad som är på gång. De största skillnaderna mellan unga och gamla finns i fråga om att låta homosexuella par att adoptera barn och om att förbjuda pornografi. I det förra fallet stöder de unga förslaget mest, i det senare går de mest emot. Unga är också något mer positiva till aktiv dödshjälp än äldre. I övriga frågor är åsiktsskillnaderna förhållandevis små mellan olika åldersgrupper. Något tecken på större värdeskillnader mellan generationerna finns inte.

**Figur 8 Konsumtion av sprit/vin/starköl minst någon gång i veckan 1992-2003 (procent)**

**Fråga:** "Hur ofta har Du under de senaste 12 månaderna gjort följande saker? ... Druckit sprit/vin/starköl"



**Kommentar:** Procentbasen har definierats som samtliga personer som besvarat frågan.

En annan aspekt på värdeförskjutningar är ändrade vanor och livsstilar. SOM-undersökningarna har varje år ställt frågor om människors aktiviteter på skilda områden i syfte att fånga upp skillnader i orienterings- och aktivitetsmönster. Också här är mönstren oftast stabila.

På ett område finns det dock en viss långsiktig ökning. Det gäller andelen som dricker sprit, vin eller starköl minst någon gång i veckan. Här har andelen successivt ökat från knappt 30 till drygt 40 procent. Ökningen är densamma bland män och kvinnor. Förändringen i alkoholkulturen är snabb och har helt uppenbart påverkats av förändrade förhållanden till omvärlden.

## **Bättre och bättre dag för dag?**

Förra årets SOM-bok hade titeln *Fåfångans marknad*. Den pekade på ett Sverige där debatten präglades av diskussionen kring storföretagens belöningssystem och direktörernas bonusprogram. Där framträdde ett land med ökad misstro mot storföretag och näringsliv och en ökad tilltro till de politiska institutionerna och till den offentliga sektorn. Det fanns också en tendens till en förstärkt vänsterorientering.

Det vi ser i opinionen hösten 2003 komplicerar bilden. Som vi skall se i ett senare kapitel har näringslivsförtroendet ökat något även om det fortfarande är lågt. Förtroendet för riksdag och regering är lägre 2003 än 2002, men uppgången efter 2000 kvarstår. De ekonomiska bedömningarna är relativt dystra och klart partipolitiserade när det gäller den närmaste framtiden. Men det är inte företagsglobaliseringen som utgör något huvudhot, åtminstone inte när folket avslöjar vad de oroar sig för. Organiserad brottslighet, terrorism och miljöförstöring upplevs som större hot.

Den komplexa opinionsbilden gör att parallellen med Ernst Rolfs lyckoland inte håller fullt ut. Det homogena samhälle som då var utmärkande för Sverige finns inte längre. En annan skillnad är att den framtidstro som kännetecknade det tidiga 1920-talet och som kommer till uttryck i sången 'Det går bättre och bättre dag för dag' inte heller har tydlig resonansbotten i svenskt stämningssläge 2003. Så optimistiska är vi inte.

Vår boks titel rymmer ett implicit antagande; ett antagande som sjungs ut explicit i fortsättningen på Ernst Rolfs kuplett – "Ju mer vi är tillsammans, *ju gladare vi bli*". Vi känner igen antagandet från flera moderna samhällsteorier från Robert Putnams tankar om socialt kapital till reformidéerna om samtalsdemokrati. Antagandet är att umgänge människor emellan skapar positiva ting för samhället och för demokratin – som tillit och förståelse till exempel.

Nu kan vi avslöja att Ernst Rolf hade rätt.<sup>4</sup> Umgänge är måhända bra för demokrati och samhälle – men helt klart är att det skapar glädje. Människor som umgås ofta med vänner och grannar är mer nöjda med sina liv än människor som sällan umgås. I SOM:s livsstilsfrågor får svarspersonerna ange hur ofta de umgås med vänner respektive grannar. Bland personer som uppger att de umgås flera gånger i veckan är andelen som är "mycket nöjda med det liv de lever" 41 respektive 44 procent. Motsvarande andelar bland personer som inte umgås ("ingen gång under det senaste året") med vänner eller grannar är 25 respektive 28 procent. En tydlig, om än inte dramatisk skillnad. Människor som är tillsammans är gladare än enstöringar, men det finns nöjda enstöringar också.

## Noter

- <sup>1</sup> Uppgifterna om Ernst Rolf och hans revy Lyckolandet är hämtade från Uno Myggan Ericssons biografi om Rolf, särskilt sidorna 213ff (Ericsson, 1968). De närmare detaljerna om melodin 'Ju mer vi är tillsammans' kommer från melodier från revyn Lyckeland (InVision Group, INV CD 012, Göteborg 1984).
- <sup>2</sup> Texten har välvilligt ställts till förfogande av operasångare Hans Josefsson, Göteborg, som på CD sjungit in flertalet Rolfsånger.
- <sup>3</sup> Första året hette alternativet "Genmanipulerad mat". Ändringen från "genmanipulerad" till "genmodifierad" torde förklara en del av nedgången i motståndet.
- <sup>4</sup> Avslöjandet gjordes första gången av Åsa Nilsson i kapitlet "Umgänge över generationerna" (2002:436).

## Referenser

- Bergström, Annika (2004) *Nyhetsvanor.nu*. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet
- Bjereld, Ulf och Demker, Marie (2002) Ny värld – nya skiljelinjer? I Oscarsson, Henrik (red) *Spår i framtiden*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet
- Eriksson, Uno Myggan (1968) *Ernst Rolf*. Stockholm: Bonniers
- Hadenius, Stig och Weibull, Lennart (2003) *Massmedier. Press, radio & TV i förvandling*. Stockholm, Albert Bonniers Förlag
- Holmberg, Sören (1993) Partierna tycker vi bäst om i valtider. I Holmberg, Sören, Weibull, Lennart (red) *Vägval*. Göteborg: SOM-Institutet vid Göteborgs universitet
- Holmberg, Sören och Weibull, Lennart (1999) Ljusnande framtid. I Holmberg, Sören, Weibull, Lennart (red) *Ljusnande framtid*. SOM-Institutet, Göteborgs universitet
- Holmberg, Sören, Weibull, Lennart (2002) Det våras för politiken. I Holmberg, S, Weibull, L (red) *Det våras för politiken*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet
- Holmberg, Sören, Weibull, Lennart (2003) Fåfångans marknad. I Holmberg, S, Weibull, L (red) *Fåfångans marknad*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet
- Lindvall, Johannes (2004) *The Politics of Purpose. The Swedish Macroeconomic Policy after the Golden Age*. Göteborg: Statsvetenskapliga institutionen, Göteborgs universitet
- Mediebarometern 2003* (2004) Nordicom-Sverige, Göteborgs universitet

- Nilsson, Åsa (2002) Umgänge över generationerna. I Holmberg, S, Weibull, L (red) *Det våras för politiken*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet
- Oscarsson, Henrik (2002) *Spår i framtiden*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet
- Petersson, Olof (1982) *Väljarna och världspolitiken*. Stockholm: Norstedts
- Petersson, Olof m fl (2000) *Demokrati utan partier?* Demokratirådets rapport 2000. Stockholm: Studieförbundet Näringsliv och samhälle
- Weibull, Lennart (2000) Svenska tidningshus i nytt medielandskap. I Wadbring, I, Weibull, L (red) *Tryckt*. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet
- Österman, Torsten, Timander, Joachim och Wikman, Tom (2004) *Förtroendet under vardag och kriser*. Stockholm: Styrelsen för Psykologiskt försvar.



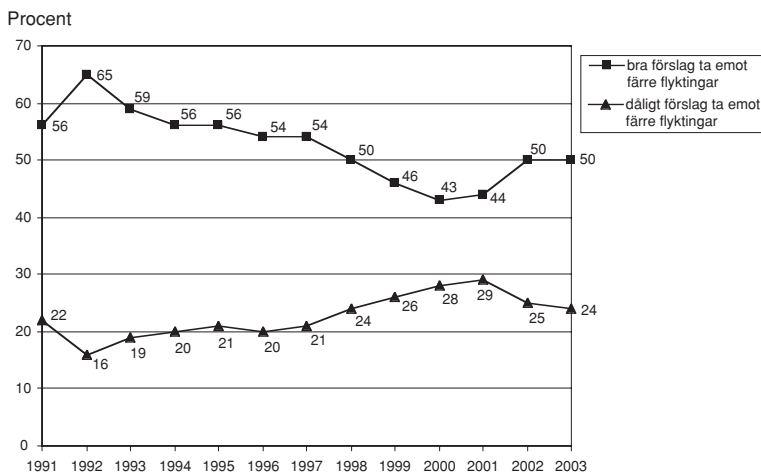
# VÄNSTER OCH HÖGER I FLYKTINGOPINIONEN

MARIE DEMKER

Under det senaste året har debatten om invandring intensifierats. Efter valrörelsen 2002 har frågor kring arbetskraftsinvandring, övergångsregler för de nya EU-länderna, asylpolitiken och integrationspolitikens misslyckande varit på agendan i medierna och i Riksdagen nästan varje månad. Frågor om Sveriges som ett näste för terrorister och diskussioner om den islamska fundamentalismen som grogrund för såväl internationell terror som för familjevåld har kunnat höras i de flesta medierna under perioden efter valet.

Trots detta ligger opinionen i flyktingfrågorna still. En viss utjämning mellan de politiska partierna sker och polariseringen minskar något under hösten 2003. Men attityden till flyktinginvandring har inte hårdnat. Den högsta uppmätta negativa attityden i SOM-undersökningarna var 1992 då 65 procent förespråkade en betydligt mer restriktiv flyktinginvandring. Därefter har motståndet mot flyktinginvandring sjunkit successivt till som lägst 43 procent 2000. Men den sjunkande trenden bröts redan 2001 och år 2003 – liksom år 2002 – anser 50 procent att flyktinginvandringen bör minska.

**Figur 1 Svenska folkets inställning till flyktingmottagning, 1991-2003 (procent)**



**Kommentar:** Förslaget som svarspersonerna fick ta ställning till löd: "Ta emot färre flyktingar i Sverige" och svarsalternativen var mycket bra, ganska bra, varken bra eller dåligt förslag, ganska dåligt samt mycket dåligt förslag. Den redovisade siffran är andelen som svarat mycket eller ganska bra respektive mycket eller ganska dåligt om förslaget. Endast personer som besvarat frågan är medtagna i procentbasen.

Resultaten visar alltså att motståndet mot att ta emot flyktingar Sverige legat stilla sedan förra mätningen. Kvinnor är, i enlighet med tidigare år, mindre negativa till flyktingmottagning än män. Personer under trettio har tillsammans med 50-64-åringar blivit något mer negativa till flyktingmottagning.

**Tabell 1 Svenska folkets inställning till flyktingmottagning efter kön och ålder (procent)**

**Förslag:** Ta emot färre flyktingar i Sverige

	Bra förslag				Dåligt förslag			
	2001	2002	2003	Diff 02-03	2001	2002	2003	Diff 02-03
Samtliga	43	50	50	0	28	25	24	-1
Kön:								
Män	45	54	54	0	26	22	20	-2
Kvinnor	40	46	46	0	31	27	28	+1
Ålder:								
15-29 år	42	43	46	+3	32	36	32	-4
30-49 år	39	49	48	-1	32	25	26	+1
50-64 år	45	50	52	+2	26	24	21	-3
65-85 år	44	56	54	+2	21	14	18	+4

**Kommentar:** Se figur 1.

Flyktingpolitiken har länge varit en starkt partiskiljande fråga. I tidigare undersökningar har moderata väljare varit de som varit mest benägna att begränsa flyktingmottagningen medan vänsterpartiets, miljöpartiets och folkpartiets väljare oftast varit mest "flyktingvänliga". Valåret 2002 förändrades den bilden och folkpartiets väljare blev mer lika genomsnittet i flyktingopinionen. Samtidigt ökade polariseringen mellan partierna kraftigt.

I 2003 års mätning är det vänsterpartiets och miljöpartiets väljare som sticker ut genom att dels ha förändrats mest dels har det skett i negativ riktning. Folkpartiets väljare är fortfarande mest positiva bland borgerliga väljare till flyktingmottagning. Miljöpartiets väljare har förändrats mest i flyktingnegativ riktning.

Intressant är också att skillnaderna mellan partierna har minskat sedan valåret 2002. Polariseringen har således minskat mellan partierna samtidigt som debatten tagit fart. Mellan mest negativ grupp (moderater) och mest positiv grupp (miljöpartister) skiljer det idag endast 28 procentenheter till skillnad mot 2002 års skillnad om 42 procentenheter.<sup>1</sup>



**Tabell 2 Svenska folkets inställning till flyktingmottagning efter partisympati (procent)****Förslag:** *Ta emot färre flyktingar i Sverige*

	Bra förslag			Förändring 02-03
	2001	2002	2003	
Samtliga	44	50	50	0
vänsterpartiet	37	34	41	+7
socialdemokraterna	40	49	49	0
miljöpartiet	33	25	35	+10
centerpartiet	41	53	55	+2
folkpartiet	25	45	40	-5
kristdemokraterna	40	53	49	-4
moderaterna	55	67	63	-4
övriga partier	57	69	68	-1

**Kommentar:** Se figur 1.

Resultaten visar att miljöpartiets väljare fortfarande är minst benägna att minska flyktinginvandringen, medan moderaternas väljare – tillsammans med väljare som tycker bäst om partier utanför riksdagen – är mest intresserade av att minska flyktinginvandringen.

Miljöpartiets väljare är den enda väljargrupp där det finns en övervikt *mot* förslaget att ta emot färre flyktingar (40 procent anser det vara ett dåligt förslag att ta emot färre flyktingar). Miljöpartiets väljare behåller därmed sin flyktingpositiva profil, samtidigt som mp-sympatisörerna tillsammans med vänsterpartiets väljare är de som ändrat sig mest, och då i flyktingnegativ riktning.

När vi analyserar den traditionella vänster-högerskalans betydelse för åsikt om flyktingmottagning återfinner vi år 2003 samma mönster som tidigare; Ju mer till vänster en person anser sig vara, desto större sannolikhet för en positiv attityd till flyktingmottagning. I gruppen ”klart till vänster” är det 46 procent som anser att det är ett dåligt förslag att minska flyktingmottagningen medan 32 procent anser det vara ett bra förslag. I gruppen ”klart till höger” är förhållandet det omvända, 64 procent anser det vara bra att minska antalet flyktingar och bara 22 procent anser det vara ett dåligt förslag.

Vi vet – bl a genom arbetet med SOM-undersökningarna sedan slutet av 1980-talet – att utbildning har en tydlig effekt på attityden till flyktingmottagning; ju högre utbildning desto mer positiv attityd. Det sambandet består även i 2003 års SOM-undersökning. Bland personer med hög utbildning (minst examen från universitet) anser 32 procent att det är ett bra förslag att ta emot färre flyktingar,

medan bland dem med endast grundskola anser 62 procent att det vore bra att minska antalet flyktingar.

Utbildningens inriktning har också betydelse för attityden till flyktinginvandring.<sup>2</sup> I en kategorisering av utbildningar i underkategorier visar det sig att bland grupper som har en utbildning inom det pedagogiska och humanistiska området är inställning till flyktingmottagning betydligt mer positiv än bland de personer som utbildats inom jordbruk, teknik, ekonomi eller hotell och restaurangområdet. Sambandet gäller även om vi betänker att vissa områden har högre frekvens av universitetsutbildningar än andra. Personer med examen från en universitetsutbildning inom ekonomiska områden är t ex mer benägna (42 procent) att vilja minska antalet flyktingar än de med universitetsexamen inom sociala yrken (29 procent) eller naturvetenskap (29 procent).

Vi vet genom tidigare studier att kvinnor är mer positiva än män till att ta emot flyktingar och vi vet också att högutbildade är mer positiva än de med kortare utbildning bakom sig. Vi vet även att i storstäder och i tjänstemanna- och akademikerfamiljer finns större sannolikhet för positiva attityder till flyktingmottagning. Årets undersökning (2003) innehåller inga undantag från de mönstren.

Grundläggande för attityden till flyktingmottagning tycks dock den ideologiska identifikationen vara. Den enda ideologiska väljargrupp där det finns en övervikt för att förslaget om att minska antalet flyktingar är ett dåligt förslag är gruppen ”klart till vänster”. Bland kvinnor som definierar sig ”klart till vänster” ansåg endast 24 procent att det var ett bra förslag att ta emot färre flyktingar medan så många som 58 procent bland kvinnorna ”klart till höger” hade den uppfattningen. Bland männen ”klart till vänster” ansåg 41 procent att det var ett bra förslag att ta emot färre flyktingar medan så många som 69 procent av männen ”klart till höger” vill ta emot färre flyktingar.<sup>3</sup>

Bland väljare som placerar sig ”klart till vänster” och som har examen från universitet är det endast 17 procent som vill minska flyktinginvandringen. Av de väljare som placerat sig ”klart till höger” och som har examen från universitet har emellertid 52 procent den uppfattningen. Även bland väljare med endast grundskola slår ideologin igenom. Av väljare med enbart grundskola som placerat sig ”klart till vänster” ansåg 48 procent att det var ett bra förslag att minska antalet flyktingar medan 68 procent av motsvarande grupp med enbart grundskola men som stod ”klart till höger” har den åsikten.

Ålder anses ofta var en avgörande faktor för attityden till flyktingar. Vi vet sedan tidigare att äldre tenderar att vara mer negativa än yngre, men skillnaderna är inte stora. Om vi däremot genom en förfinad åldersindelning undersöker hur vänster- och högerideologi påverkar inom olika åldersgrupper visar sig den ideologiska aspekten ha större betydelse. De allra yngsta (15-19 år) som anser sig stå ”till höger” är avsevärt mer negativa till flyktingmottagning än sina kamrater ”till vänster”. De yngsta som definierar sig som ”höger” är t o m mer negativa än vad folkopinionen är och det är endast de allra äldsta (76-85 år) ”till höger” som är mer negativa. Låg

Ålder tycks således inte i sig skapa en mer positiv attityd till flyktingar, medan vänsterideologi gör det. Den minsta skillnaden mellan vänster och höger finns i åldersgruppen 60-75 år. Bland dem är skillnaden mellan positiv och negativ attityd till flyktingmottagning ej signifikant, endast tre procentenheter.

**Tabell 3** *Andel av svenska väljare som anser att det är ett bra förslag att ta emot färre flyktingar i Sverige efter ålder och vänster- och högerideologi (procent)*

Ålder	Vänster	Höger
15-19 år	22	58
20-24 år	22	50
25-29 år	34	57
30-39 år	40	49
40-49 år	36	58
50-59 år	38	57
60-75 år	53	56
76-85 år	44	61

**Kommentar:** Förslaget som svarsalternativen fick ta ställning till löd: "Ta emot färre flyktingar i Sverige" och svarsalternativen var mycket bra, ganska bra, varken bra eller dåligt förslag, ganska dåligt samt mycket dåligt förslag. Den redovisade siffran är andelen som svarat mycket eller ganska bra respektive mycket eller ganska dåligt om förslaget. Frågan om ideologisk position som svarsalternativen fick ta ställning till löd "Man talar ibland om att politiska åsikter kan placeras in på en vänster-högskala. Var någonstans skulle du placera dig själv på en sådan vänster-högskala?" och svarsalternativen var klart till vänster, något till vänster, varken till vänster eller höger, något till höger, klart till höger. Den redovisade siffran är andelen som placerat sig klart till vänster eller något till vänster samt klart till höger eller något till höger. Endast personer som besvarat hela frågan är medtagna i procentbasen. Data från RIKSSOM 2003.

Ålder har visserligen effekt på attityden till flyktingmottagning, men viktigare – i nästan alla åldersgrupper – är den ideologiska markör medborgarna ger uttryck för på en vänster-högskala. Ålder har störst betydelse i den ideologiska vänstergruppen där åsiktsspridningen är som mest 31 procentenheter medan den i högergruppen endast är tolv enheter. Att vara "till höger" tycks därmed vara en starkare förklaring än att vara "till vänster" för attityden till att ta emot flyktingar. Frågan om att ta emot flyktingar i Sverige har sedan några år blivit en tydlig vänster-högerfråga. Kvinnor i Sverige är – till skillnad från i t ex Belgien och Frankrike – mer positiva än män till flyktinginvandring.<sup>4</sup> Det tycks snarast hänga samman med det faktum att kvinnor i de flesta åldersgrupper (utom i åldersgruppen 50 till 75 år) oftare placerar sig till vänster än lika gamla män. Störst skillnad är det i gruppen 30-39 åringar där 38 procent av kvinnorna ser sig som vänster medan endast 22 procent av männen gör detsamma.<sup>5</sup> I den gruppen är också skillnaden i synen på flyktingmottagning störst – fjorton enheter. Bland kvinnorna i åldern 30-39 år anser 40

procent att det är bra att begränsa flyktinginvandringen, medan 54 procent av männen anser samma sak.

Sammanfattningsvis visar årets SOM-undersökning av attityder till flyktingmottagande att frågan har legat stilla i opinionen. Det har skett en utjämning sedan valet 2002 och partiernas väljargrupper har närmat sig varandra. Både miljöpartiets och vänsterpartiets väljare har blivit mer negativa till att ta emot flyktingar medan folkpartiets väljare blivit något mer positiva än valåret 2002. Ålder, kön, utbildningens omfattning och inriktning har starkt samband med attityden till att minska antalet flyktingar som Sverige tar emot. Och frågan om att ta emot flyktingar är i dag en tydlig vänster-högerfråga. Att partiskillnaderna minskat något kan tyda på att frågan berör djupare liggande värden än partiernas immigrations- och integrationspolitik.

Med tanke på de skillnader som återfinns inom vänstergruppen – mellan kvinnor och män och mellan åldersgrupper – ser vi kanske framför oss en vänster som blir alltmer fragmenterad. Är det män och kvinnor som står på var sin sida inom vänstern? Ser vi framväxten av en ny feministisk vänster i kamp mot en gammal patriarkal vänster? Eller är det solidaritetsvärdet som ställs mot jämlikhetsvärdet? Eller ser vi början på ett individualistiskt vänsterprojekt i kontrast till det gamla kollektivistiska? Endast fortsatt forskning kring de nya politiska skiljelinjer som framträder idag kan svara på de frågorna.

## Noter

- <sup>1</sup> Notera att jag endast räknat de parlamentariska partierna.
- <sup>2</sup> Demker 2003.
- <sup>3</sup> Tilläggas kan att den största könsskillnaden inom partierna finns i vänsterpartiet: 35 procent av vänsterpartiets kvinnliga väljare tycker det är ett bra förslag att minska flyktinginvandringen medan 51 procent av männen har samma uppfattning. De vänsterpartistiska männen är alltså lika negativa som opinionen i sin helhet. De män som säger sig vara ”klart till vänster” är dock mindre negativa (41 procent) till flyktinginvandring än vänsterpartiets manliga väljare. Det enda parti där kvinnliga väljare är mer negativa än manliga till att ta emot flyktingar är folkpartiet, 42 procent av folkpartiets kvinnliga väljare och 38 procent av männen vill minska flyktingmottagningen.
- <sup>4</sup> Andersson & Demker 1997.
- <sup>5</sup> Andel kvinnor i procent som placerat sig ”klart till vänster” eller ”något till vänster”: 15-19 år 40, 20-24 år 32, 25-29 år 37, 30-39 år 38, 40-49 år 35, 50-59 år 32, 60-75 år 29 samt 76-85 år 28. Andel män i procent som placerat sig ”klart till vänster” eller ”något till vänster”: 15-19 år 27, 20-24 år 28, 25-29 år 32, 30-39 år 22, 40-49 år 29, 50-59 år 35, 60-75 år 34, 76-85 år 24.

## Referenser

- Andersson, Hans och Marie Demker (1997) "Belgien, Frankrike och Sverige – Vem tycker vad om invandrare?" i red Holmberg, Sören och Lennart Weibull *"Ett missnöjt folk?" SOM-rapport nr 18*, SOM-institutet, Göteborgs Universitet, Göteborg.
- Demker, Marie (2003) "Trendbrott i flyktingfrågan – och polariseringen har ökat" ur Holmberg, Sören och Lennart Weibull (red) *Fåfångans marknad*, SOM-rapport 33, SOM-institutet, Göteborgs Universitet, Göteborg.



# MEDBORGARNA OCH DEN OFFENTLIGA SEKTORNS GRÄNSER

LENNART NILSSON

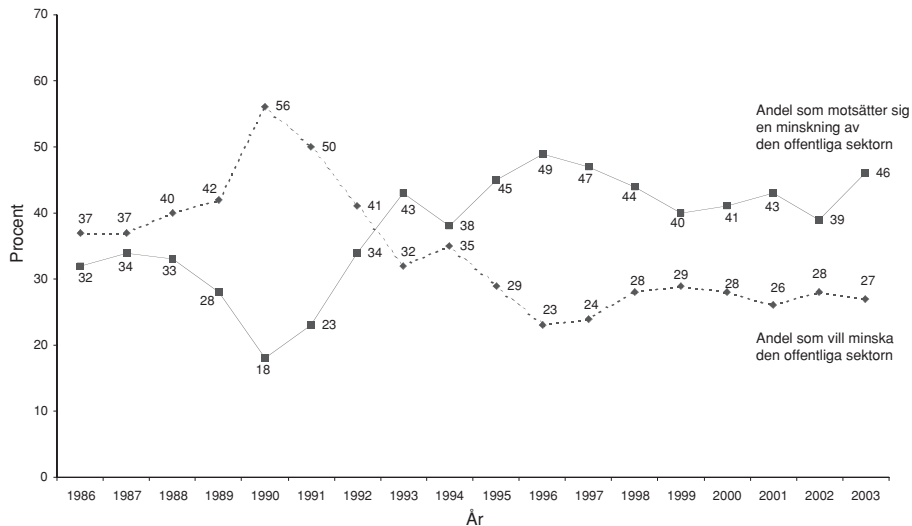
Välfärdsstaten byggdes i Europa upp med nationalstaten som bas och det var först i små stater med öppna ekonomier som behovet av nationella trygghets-system aktualiserades. Globaliseringen tycks inte ha minskat utan snarare ökat de små staternas välfärdsutgifter (Allardt 2000). Idag är överstatliga välfärdsinsatser begränsade, även om de sociala frågorna fått ökad betydelse inom EU under senare år. I Sverige spelar den offentliga sektorn en större roll i välfärdspolitiken än i något annat OECD-land och inom den offentliga sektorn har det genomförts en långtgående arbetsfördelning när det gäller välfärdspolitikens implementering. I den svenska modellen av välfärdsstat svarar den nationella nivån för huvuddelen av inkomstöverföringarna till hushållen medan den regionala och lokala nivån har huvudsakligen för offentligt finansierad service.

I detta kapitel skall svenska folkets åsikter om välfärdsstaten belysas i två avseenden: inställningen till den offentliga sektorn som helhet och attityderna till privatisering. Särskilt skall situationen år 2003 uppmärksammas men det sker mot bakgrund av utvecklingen sedan mitten av 1980-talet. Underlaget för analyserna utgörs av data från de nationella SOM-undersökningarna 1986-2003.

## **Svenska folket och den offentliga sektorns storlek**

Under den senaste femtonårsperioden har stora opinionsförskjutningar ägt rum i synen på den offentliga sektorns gränser. Fram till 1988 var svenska folkets inställning till den offentliga sektorns storlek förhållandevis stabil och tudelad med ungefär lika många som ville bibehålla som minska den. I slutet av 1980-talet, då det förelåg ett överskott för den konsoliderade offentliga sektorn, rasade opinionsstödet. År 1990 var det tre gånger så många som ville skära ner som motsatte sig en minskning. Därefter vände trenden, och 1993 då underskottet i den offentliga sektorns finanser var som störst, var det för första gången i SOM – undersökningarna övervikt för andelen personer som motsatte sig en minskning. Under de följande åren ökade uppslutningen bakom den offentliga sektorn och 1996 var gapet mellan dem som vill bevara en stor offentlig sektor och dem som vill minska rekordstort. Med en förbättrad samhällsekonomisk situation minskade skillnaden därefter stegvis fram till 1999. Därefter har opinionsläget i huvudsak varit stabilt med små svängningar mellan åren. År 2003 ökade emellertid andelen som *inte* vill minska den offentliga sektorn igen och endast 1996 och 1997 har den varit större.

**Figur 1 Svenska folkets åsikter om den offentliga sektorns storlek i SOM-undersökningarna 1986-2003 (procent)**



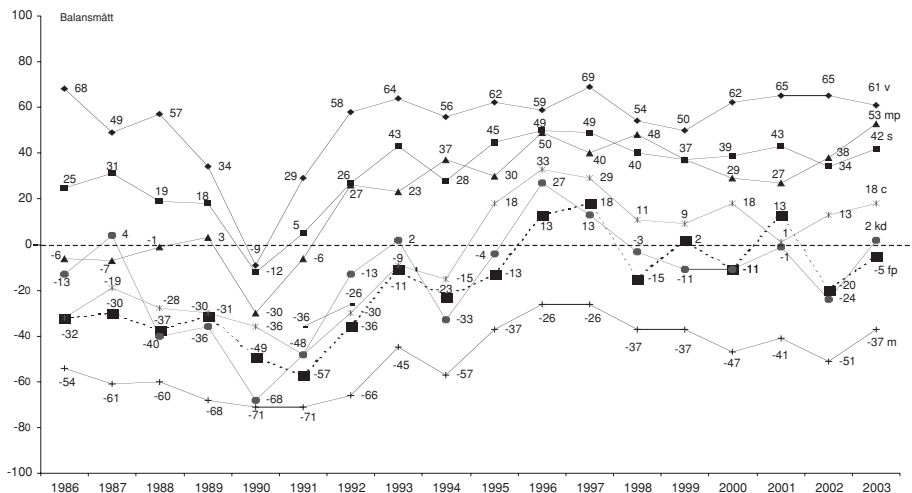
**Kommentar:** De svarande fick ta ställning till förslaget *Minska den offentliga sektorn* med svarsalternativen: *Mycket bra förslag, ganska bra förslag, varken bra eller dåligt förslag, ganska dåligt förslag* och *mycket dåligt förslag*. Andelen som inte tagit ställning till detta förslag utgör andelen vet ej. I procentbasen ingår samtliga svarande utom de som avstått från att besvara hela frågesviten om aktuella förslag. Värdena för 1998-2003 avser den politikinriktade undersökningen

I denna centrala vänster-högerfråga har också spännvidden mellan de positioner som partiernas sympatisörer intagit varit betydande, men varierat över tid. Genomgående har vänsterpartiets sympatisörer varit mest positiva och moderata samlingspartiets mest negativa till den offentliga sektorn. Under perioden 1986-1988 var opinionen stabil också inom de olika partierna. Därefter försköts positionerna inom alla partier mot en mer negativ inställning till den offentliga sektorn. År 1990 var opinionsbalansen negativ inom samtliga partier. Det var främst sympatisörer till de partier som varit mest positiva till den offentliga sektorn som hade närmast sig de traditionellt borgerliga väljarnas negativa positioner.

Efter 1990 vände trenden ånyo och blev mer positiv till den offentliga sektorn, först bland sympatisörer till v och s. Fram till 1996/97 blev samtliga partiernas sympatisörer mer negativa till minskningar av den offentliga sektorn. Bland borgerliga sympatisörer var förändringarna mycket stora. Åren 1996-97 var det bara bland moderata samlingspartiets sympatisörer som det fanns en opinionsövertikt för att minska den offentliga sektorn. Därefter försvagades motståndet mot en minskning något. Efter 1999 har dock spännvidden på nytt ökat genom att vänsterpartiets och moderata samlingspartiets sympatisörer gått åt vänster respektive åt höger, vilket medfört en ökad polarisering, medan balansmålet för samtliga uppvisat små variationer.



**Figur 2 Partisynpati och inställning till den offentliga sektorns storlek i SOM-undersökningarna 1986-2003 (balansmätt)**



**Kommentar:** Balansmättet anger andelen dåligt förslag minus andelen bra förslag. Partisynpati avser bästa parti generellt.

År 2003 bröts detta mönster genom att samtliga partiers sympatisörer, utom vänsterpartiets, blev mer positiva till den offentliga sektorn. Det var endast bland fp och m som det kvarstod en övervikt för att minska den offentliga sektorn, balansmätt -5 respektive -37.

Mp:s sympatisörer har de tre senaste valåren 1994, 1998 och 2002 legat något till vänster om s-sympatisörerna för att åren mellan valen inta samma position eller något till höger om s. Hösten 2003 låg mp emellertid kvar närmare v än s.

## Opinionen och privatisering

Avgörande för en indelning i offentligt eller privat är i vilken utsträckning det offentliga reglerar, finansierar och är ansvarig för produktionen (Lundqvist 2001). Offentlig finansiering och produktion förutsätter reglering men reglering kan också ske av verksamhet som drivs i privat regi med privat finansiering. Privatisering i vid mening innebär att det offentligas inflytande i något eller några av dessa tre avseenden minskas, men används vanligen som benämning på en minskning av den offentliga finansieringen och/eller produktionen. Det är i denna senare betydelse som begreppet kommer att användas här.

I SOM-undersökningarna har ingått frågor om förslag till privatisering sedan 1987 (Nilsson och Strömberg 1988). Under senare år har frågorna avsett: sjukvård,

skola, äldreomsorg samt vattenförsörjning. Skola och äldreomsorg är centrala primärkommunala uppgifter liksom vattendistribution medan sjukvården är den viktigaste landstingskommunala/regionala uppgiften. De svarande har haft att ta ställning till följande förslag:

- Bedriva mer av sjukvården i privat regi,
- Förhindra företag med vinstsyfte att driva akutsjukhus,
- Öka antalet privata skolor (t.o.m. 1996)/satsa mer på friskolor (fr.o.m. 1997),
- Låta privata företag svara för äldreomsorg,
- Fortsätta driva vattenverk i offentlig regi.

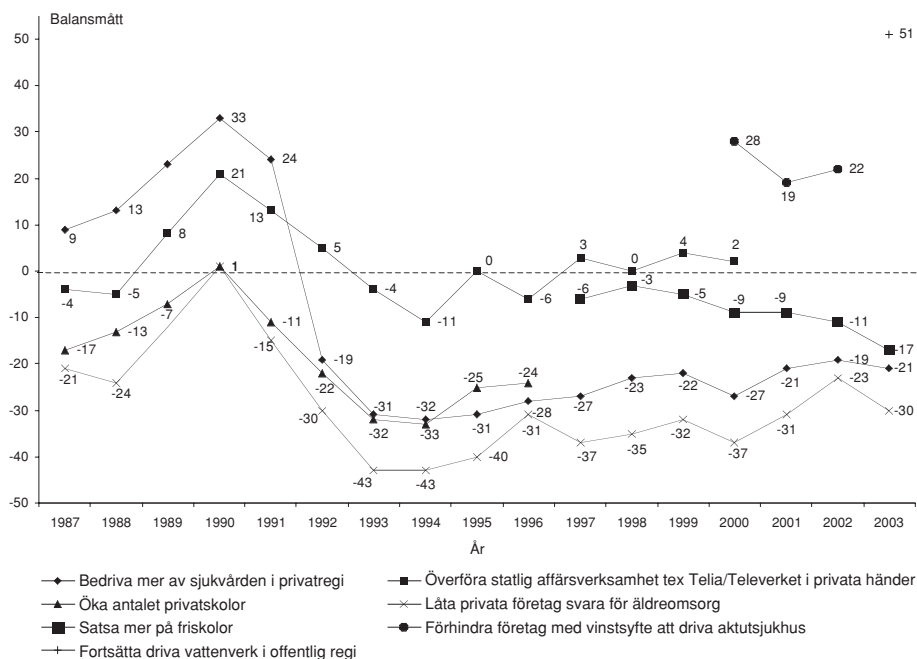
Gemensamt för tre av förslagen är att de avser en förändring mot ökade privata inslag i produktionen av offentligt finansierade tjänster inom vård, skola och omsorg men inte nödvändigtvis en övergång till en huvudsakligen icke-offentlig modell; två avser att förhindra denna typ av privatisering för akutsjukhus respektive bibehållen offentlig drift av vattenverk.

Förändringen av attityden till privatisering följer samma huvudmönster som inställningen till den offentliga sektorn som helhet. Motståndet mot privatiseringar minskade 1988-1990. År 1990 fanns ett klart stöd för privatiseringar inom sjukvården, medan det var lika många för som emot privatiseringar inom skola och äldreomsorg. Därefter minskade opinionsstödet för privata alternativ bland medborgarna mycket kraftigt. År 1993 var motståndet mot privata lösningar inom sjukvård, skola och äldreomsorg väsentligt större än 1987. På dessa tre områden tog en majoritet avstånd från ytterligare privatiseringar. För sjukvården var förändringen särskilt markant.

Under perioden 1993-1996 minskade motståndet mot privatiseringar inom sjukvård, skola och äldreomsorg något. Därefter har förskjutningarna gått i olika riktning fram till 2003. För sjukvården fortsatte den svaga trenden i riktning mot minskat motstånd mot privata lösningar med undantag för 2000. Däremot har det funnits en klar övervikt för att förhindra företag med vinstsyfte att driva akutsjukhus, då denna fråga ingått i undersökningarna 2000-2002. Attityden till privat äldreomsorg var mer negativ 1997 än året innan. Efter detta "hack i kurvan", som påverkades av mediernas kritiska behandling av fallet Polhemsgården (Nilsson 2000) blev även på detta område motståndet mot privata lösningar stegvis mindre med undantag för år 2000. År 2003 bröts emellertid denna trend inom sjukvård och äldreomsorg.

Från och med 1997 har inställning till offentligt finansierade insatser inom skolan registrerats genom frågan *satsa mer på friskolor* och stödet för friskolorna har stegvis minskat från balansmättet -3 år 1998 till -17 år 2003. Inställningen till friskolorna varierar dock starkt mellan olika delar av landet, främst mellan storstäder och glesbygdskommuner (Carlsson 2002).

**Figur 3 Svenska folkets inställning till privatisering inom sjukvård, skola, äldreomsorg samt vattenförsörjning 1987-2003 (balansmätt)**



**Kommentar:** Svarspersonerna har fått ta ställning till förslagen som redovisas i figuren och svarsalternativen har varit: *Mycket bra förslag*, *Ganska bra förslag*, *Varken bra eller dåligt förslag*, *Ganska dåligt förslag* och *Mycket dåligt förslag*. Balansmättet anger andelen bra förslag minus andelen dåligt förslag. Värdena för 1998-2003 avser den politikinriktade riksundersökningen.

De samlade effekterna av de stora svängningarna i privatiseringsopinionen är mycket stora. Under tioårsperioden 1987-1999 i det närmaste halverades avståndet mellan vänsterpartiets och moderata samlingspartiets sympatisörer inom de fyra undersökta områdena och det minskade avståndet var resultatet av att både partierna till vänster och till höger förflyttade sig mot mitten. När det gällde att bedriva sjukvård och äldreomsorg var det främst de borgerliga partiernas sympatisörer som rörde sig mot mitten medan det var v- och s- sympatisörerna som förflyttade sig när det gällde skola.

**Figur 4 Partisypati och inställning till privatisering inom sjukvård, skola, äldreomsorg och vattenförsörjning 1987-2003 (balansmått)**

**Kommentar:** Balansmättet anger andelen bra förslag minus andelen dåligt förslag och  $-100$  (alla negativa) redovisas till vänster i figuren och  $+100$  (alla positiva) till höger, utom för A.b och D, där  $+100$  redovisas till vänster och  $-100$  till höger. Partisympati avser bästa parti generellt.

Efter 1999 gick de moderata sympatisörerna åt höger i samtliga frågor. Omvänt gick v-sympatisörerna till vänster. För övriga partier var förändringarna mindre enhetliga. När det gäller förslaget att *förhindra* företag med vinstsyfte att driva akutsjukhus fanns det år 2000 en klar majoritet för bland mp, v, s och c, en svag övervikt för bland fp och kd och en övervikt emot bland m. I den nya frågan om ”stopplagen” för akutsjukhus, som drivs med vinstintresse, bestod detta mönster under de två följande åren men c-sympatisörer har intagit en mittenposition liksom kd- och fp-sympatisörer. I denna fråga har mp två av åren legat till vänster om s.

I frågorna om privatisering av skola, omsorg och vård utkristalliserades efter 1999 ett huvudmönster med v- och s- sympatisörerna klart emot privatiseringar och m-

sympatisörer övervägande för medan övriga partiets sympatisörer placerade sig mellan de två positionerna i varierande grupperingar. Mp- och c-sympatisörer har under senare år uppvisat en övervikt emot privatiseringar på dessa områden medan fp- och kd-sympatisörer genomgående varit för privatiseringar inom sjukvård och skola men med en övervikt emot att låta privata företag svara för äldreomsorg. År 2002 var de två partiernas sympatisörer dock för privatisering även inom äldreomsorgen.

År 2003 minskade spännvidden i åsikter om privatisering inom vård skola och omsorg främst genom att borgerliga sympatisörer rörde sig mot mitten. Miljöpartiets och de borgerliga partiernas sympatisörer blev mer kritiska till privatiseringar. S intog samma position som året innan medan mönstret för v varierar från område till område.

I 2003 års undersökning ingick en fråga om att *fortsätta driva vattenverk i offentlig regi*. Ingen fråga inom detta område har gett ett så starkt utslag, balansmätt +51 och i ingen fråga har partiernas väljare varit så samstämmiga. Miljöpartiets och vänsterpartiets sympatisörer var mest positiva, balansmätt +62 respektive +61. Även bland m fanns det en mycket klar övervikt för att fortsätta att driva vattenverken i offentlig regi, balansmätt +41. Svenska folket är med andra ord motståndare till en privatisering av vattenförsörjningen.

## Den offentliga sektorns gränser

Frågan om privatisering av offentliga tjänster har under lång tid diskuterats och debatten har huvudsakligen gällt området för privatiseringar och typ av privatisering.

Området för privatiseringar har successivt vidgats från offentlig affärsverksamhet till vård, skola och omsorg. Även inom den offentliga sektorns kärnområden som kriminalvård, polisverksamhet och försvar har privatiseringar aktualiserats. I flera delstater i USA drivs fångelser av privata företag, vilket också förekommer inom EU och frågan har även dykt upp i den svenska debatten. Gränsdragningen mellan polisiära uppgifter och vaktbolagens verksamhet är ingalunda helt klar i dagens Sverige. Under Irakkriget har även för militära operationer viktiga funktioner lagts ut på privata företag.

I ett globalt perspektiv har debatten om privatisering under senare år varit särskilt intensiv när det gäller vattenförsörjning (se t.ex. Shiva 2003 och Segerfeldt 2003). Skall vatten betraktas som en mänsklig rättighet eller en vara med ett ekonomiskt och ett socialt värde. Då vattendistribution utgör ett naturligt monopol skapar det speciella förutsättningar för upphandling av entreprenader och försäljning av vattenrättigheter. I litteraturen är skildringarna av effekterna av genomförda privatisering i tredje världen högst skiljaktiga. Ett särskilt inslag i debatten har gällt de internationella organisationernas roll för privatisering av vattenförsörjning, främst Världsbanken och WTO samt GATT:s bestämmelser. Frågan om den internatio-

nella regleringen har speciell relevans då det är ett begränsat antal stora företag från Frankrike, Spanien, Storbritannien och USA, som är aktörer på de nya marknaderna i tredje världen. I EU-länderna fick frågan om privatisering av vattenförsörjningen aktualitet genom ett förslag till EU-direktiv om konkurrensutsättning.

När det gäller typ privatisering har det gällt olika kombinationer av övergång från offentligt till privat i dimensionerna reglering, finansiering och produktion. I Sverige har det inom vård, skola och omsorg gällt formerna för privat drift av verksamhet med offentlig finansiering och reglering t.ex. barnomsorg sjukvård och äldreomsorg samt friskolorna och deras ekonomiska villkor. Inom tekniska förvaltningar har det gällt möjligheterna för privata företag att ta över driften av redan avgiftsfinansierad verksamhet.

Svenska folkets inställning till den offentliga sektorn och attityder till privatisering har förändrats dramatiskt över tid. Under slutskedet av den långa högkonjunkturen på 1980-talet var kritiken mot den offentliga sektorn som mest omfattande med krav på avreglering och privatisering. Privatiseringsvågens höjdpunkt inträffade år 1990 under påverkan av utvecklingen i Östeuropa och influenser från de anglosaxiska länderna. Därefter sker en kraftfull rekyll med stigande arbetslöshet och ekonomisk kris. Mot bakgrund av svängningarna av den kollektiva opinionen visar analyser på individnivå att attityderna i första hand är en fråga om ideologi och inte en fråga om missnöje med offentlig service (Nilsson 2001).

Om vi ser till olika områden har svenska folket varit mest negativt till privatisering av vattendistribution, akutsjukhus och äldreomsorg medan inställningen varit mindre kritisk till privatisering av affärsverksamhet och skolor. (Samhälle Opinion Massmedia, Västsverige 2002 och 2003). Attityden till typ av privatisering har varit kopplad till område, där offentlig finansiering och privat drift varit aktuell inom vård, skola och omsorg medan både privat drift och finansiering endast utgjort ett alternativ för affärsverksamhet.

## Referenser

- Allardt, E (2000), "Globalization and the Prospects for Democracy and the Welfare State." I Karvonen, L och Ståhlberg, K (eds.) *Festschrift för Dag Anchar on his 60<sup>th</sup> Birthday on February 12, 2000*. Åbo Akademis förlag.
- Carlson, B R (2002), "Skolkvalitet för alla." I Nilsson, L (red) *Flernivådemokrati i förändring*, SOM-rapport nr 27. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Lundqvist, L J (2001), "Privatisering – varför och varför inte." I Rothstein, B (red) *Politik som organisering. Förvaltningspolitikens grundproblem*. Stockholm: SNS Förlag.
- Nilsson, L (2000), "Opinionstrender och medieeffekter." I Fridolf, M (red), *Vem formar politiken i kommunerna?*. SNS Förlag

- Nilsson, L (2001), "Nöjda – missnöjda medborgare." I Johansson, F, Nilsson, L och Strömberg, L, *Kommunal demokrati under fyra decennier*. Liber.
- Nilsson, L och Strömberg, L (1988), "Offentligt – privat, Svenska Folkets åsikter om privatisering och avreglering." I Holmberg, S och Weibull, L (red), *SOM-undersökningen 1987*, SOM-rapport nr 3. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Proposition 2000/01:36, *Sjukhus med vinstsyfte*.
- Samhälle Opinion Massmedia, Västsverige 2002 och 2003*. SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Segefeldt, F (2003), *Vatten till salu. Hur företag och marknad kan lösa världens vattenkris*. Pejling nr 44, Timbro.
- Shiva, V (2003), *Krig om vatten: plundring och profit*. Ordfront.



# SAMLANDE INSTITUTIONSFÖRTROENDE

SÖREN HOLMBERG OCH LENNART WEIBULL

I aderton år har SOM-institutet mätt svenska folkets förtroende för olika samhällsinstitutioner. Varje år sedan mätstarten 1986 har vi uppdaterat kurvorna för enskilda samhällsinstitutioner och analyserat förändringsmönster, liksom vi sökt belysa upp- och nedgångar, både totalt och i olika grupper. Vi har ställt oss frågor om vad som ligger bakom iakttagna tendenser.

Årets översikt kommer att följa i princip samma uppläggning och nära följa tidigare framställningar. Men vi kommer också i en sista del vända på perspektivet och även vidga det och ställa frågan i vilken utsträckning det finns förtroendefulla medborgare – och vad som i så fall skiljer förtroendefulla människor från mindre förtroendefulla. Här avser vi att fördjupa den analys som gjordes på grundval av 2001 års undersökning (Holmberg och Weibull, 2002).

## Förtroendemätningen

Utgångspunkten för SOM-undersökningarnas mätserie har från starten varit att förtroende står för ett slags förhållningssätt till samhället. Å ena sidan är förtroende en mekanism för att reducera social komplexitet i det dagliga livet och därigenom underlätta ställningstaganden (Luhmann, 1989:23ff). Å andra sidan är förtroende ett försanthållande av en social relation som får konsekvenser för ett samhälles sätt att fungera allt efter de egenskaper medborgarna tillskriver olika samhällsinstitutioner (jfr Misztal, 1996:14).

Samhällsförtroende kan också beskrivas som ett samlat socialt kapital. I en samhälle där det råder ett högt förtroende människor emellan och mellan människor och samhällsinstitutioner är alla transaktionskostnader låga. I ett sådant samhälle behövs inte i samma utsträckning skrivna avtal och annan reglering av former för samverkan. Mycket forskning tyder på att människors förtroende för centrala samhällsinstitutioners sätt att fungera är en mycket viktig funktionsfaktor (Rothstein, 2003). Samtidigt utgörs naturligtvis institutioner av enskilda människor, vars uppträdande i större eller mindre utsträckning hänger samman med hur institutionen uppfattas (Holmberg och Weibull, 2001:44ff; Österman m fl 2004).

I SOM-institutets mätningar har vi valt att betrakta förtroende som en egenskap hos samhället och dess institutioner. Utgångspunkten är att förtroende är en systemegenskap men att den är grundad i enskilda medborgares handlingar och bedömningar. Det är därför möjligt att å ena sidan pröva samhällets institutioner utifrån det förtroende de åtnjuter bland allmänheten och å andra sidan studera människor

förtroende för samhället efter det förtroende man tillskriver olika institutioner. På detta sätt blir det möjligt att förena ett makro- med ett mikroperspektiv.

Det går också att gå ett steg vidare och fråga sig i vad mån det finns variationer mellan människor när det gäller det samlade institutionsförtroendet. Tanken är att det kan finnas människor som har lågt respektive högt institutionsförtroende oavsett vilken institution som värderas och som därmed har ett negativt eller positivt ingångsvärde i sin syn på samhällets institutioner.

### **Svenska förtroendebedömningar 2003**

Ursprungligen avsåg SOM-institutets förtroendemätning elva samhällsinstitutioner. De var valda för att ge ett brett spektrum av politiska, mediala, ekonomiska och sociala institutioner. Fr o m 1994 års mätning inkluderades rättsväsendet (domstolarna) och Svenska kyrkan. År 1995 tillkom kungahuset, 1996 kommunstyrelser och 1997 universitet/högskolor och de politiska partierna. Fr o m 1998 skedde en utökning genom att även institutioner inom EU – både parlamentet och kommissionen – inkluderades. År 2000 lades ytterligare en internationell institution till – Förenta Nationerna (FN). Sedan 2001 års mätning har ingen ny institution tillkommit.<sup>1</sup>

Med de redovisade utökningarna omfattar undersökningen 2003 således tjugo olika samhällsinstitutioner.<sup>2</sup> Utfallet av mätningen redovisas i tabell 1. Om vi rangordnar institutionerna efter andelen som har *mycket högt* förtroende är det kungahuset, sjukvården och FN som kommer klart högst med mellan 16 och 12 procent. Väljer vi att utgå ifrån andelen som anger att de har mycket eller ganska högt förtroende kommer sjukvården högst (60 procent), följd av FN, universitet/högskolor och polisen, som samtliga ligger på knappt 55 procent. I botten ligger då de politiska partierna (15 procent) samt Europaparlamentet och EU-kommissionen (12 respektive 13 procent).

Med tanke på att vi avser att belysa institutionsförtroende är det rimligt att även ta hänsyn till andelen som har lågt förtroende: en institutions ställning i samhället bestäms inte bara av hur stor andel som har förtroende för den utan också av hur stor andel som saknar förtroende. För att på detta sätt redovisa förhållandet mellan institutionerna har vi utgått från ett balansmått. Måttet innebär helt enkelt att andelen högt förtroende minskas med andelen lågt förtroende. Förtroendet för en institution blir då andelen högt förtroende minus andelen med lågt förtroende. Detta kan sägas vara ett uttryck för vad som kan betraktas som en institutions förtroendebas (jfr Elliot, 1997). En rangordning efter balansmålet kommer att skilja sig från övriga rangordningar i de fall där det finns en hög andel med lågt förtroende.<sup>3</sup>

**Tabell 1 Förtroendet för samhällsinstitutioner 2003 (procent, balansmätt)**

Samhällsinstitution	Mycket stort	Ganska stort	Varken/ eller	Ganska litet	Mycket litet	Summa procent	Balansmätt
Universitet/högskolor	8	46	39	5	2	100	+47
Sjukvården	14	46	25	12	3	100	+45
FN	12	42	31	10	5	100	+39
Polisen	8	45	30	13	4	100	+36
Radio/TV	5	41	43	9	2	100	+35
Domstolarna	9	38	37	12	4	100	+31
Kungahuset	16	31	36	8	9	100	+30
Grundskolan	5	39	38	14	4	100	+26
Riksdagen	4	27	44	18	7	100	+7
Regeringen	4	27	41	21	7	100	+3
Bankerna	5	26	38	23	8	100	±0
Svenska kyrkan	5	23	43	17	12	100	-1
Försvaret	4	18	46	21	11	100	-11
Dagspressen	1	21	45	24	9	100	-11
Kommunstyrelserna	2	17	47	25	9	100	-15
Storföretagen	1	18	47	25	9	100	-15
De fackliga organisationerna	2	18	41	27	14	100	-19
De politiska partierna	1	14	45	28	12	100	-25
Europaparlamentet	2	10	38	25	25	100	-38
EU-kommissionen	2	11	36	27	24	100	-38

**Kommentar:** Tabellen redovisar en sammanläggning av resultaten från de två nationella SOM-mätningarna 2003 (antal svar= 3456). Personer som ej besvarat förtroendefrågan för någon institution är inte medtagna i procenttalen. Dylåka svar var mycket sällsynta och lämnades av endast mellan två och tre procent för de olika institutionerna. Högsta andelen vet ej svar finns där även andelen som svarar varken stort eller litet förtroende är hög, t ex beträffande dagspressen och storföretagen. Balansmättet kan gå mellan +100 (alla svars personer anger högt förtroende) och -100 (alla svars personer anger lågt förtroende).

**Källa:** Riks-SOM 2003

När vi utgår från balansmättet visar sig att universitet (+47) och sjukvården (+45) ligger klart högst. Ser vi närmare i tabellen uppträcker vi att sjukvården gör det i kraft av en hög andel med stort förtroende, universitet i kraft av få med litet förtroende. Därefter kommer FN (+39), polisen (+36) och radio-TV (+35). Lägst förtroende åtnjuter de fackliga organisationerna (-19) och de politiska partierna (-25) samt de två EU-institutionerna (-38). Utfallet av rangordningen är i huvudsak i linje med andra motsvarande studier av förtroende för samhällsinstitutioner (jfr SOU 2004:47:118ff).

Rangordningen efter balansmättet kan möjligen ge intrycket att samhällsförtroendet överlag är lågt i Sverige när bara hälften av institutionerna hamnar på plusidan. Det bör då tilläggas att balansmättet inte tar hänsyn till mittalternativet och att ett minusvärde inte innebär att majoritet av svenskarna har ett litet förtroende

för 'minusinstitutionerna'. Om vi istället utgår från hur stor andel som verkligen har uttryckt ett lågt förtroende är det bara EU-kommissionen som har en majoritet av allmänheten som direkt uttrycker att man har litet förtroende (51 procent).

## Förändringsmönster

Det allmänna mönstret är att det sker förhållandevis små omkastningar i rangordningen mellan enskilda år. På några års sikt kan det dock framträda tendenser. I jämförelse med 2002 har i stort sett samtliga de samhällsinstitutioner som ligger högst i andel mycket eller ganska högt förtroende tappat något i förtroende. Enda undantaget är FN som fått ett ökat förtroende med sju procentenheter. Största nedgången redovisas för polisen med sex procentenheter. Förskjutningarna är sammantaget förhållandevis små och har inte på något avgörande sätt påverkat den samlade rangordningen: det är samma institutioner som åtnjuter högst förtroende 2003 som gjorde det 2002.

Samtidigt finns det en generell försvagning av institutionsförtroendet under de senaste fem åren, dock med undantag för de politiska institutionerna. Ett uttryck för det är att nästa hälften av samhällsinstitutionerna uppvisar ett negativt balansmått. Andelen har ökat något under de senaste åren – 2001 och 2002 var det bara omkring en tredjedel som hamnade på den negativa sidan.

När det gäller de kortsiktiga förändringarna är det rimligt att sätta dem i samband med särskilda händelser. Att politiska institutioner, särskilt riksdag och regering åtnjuter ett ökande förtroende hänger till stor del samman med oron i omvärlden. Särskilt terrorattackerna i New York och Washington medförde en ökad uppslutning kring den nationella politiska institutionerna – och de senaste årens oro har säkert bidragit till att stärka tendensen. På samma sätt är det rimligt att tolka det ökande förtroendet för FN som en följd av Irakkriget, där Sverige markerade sitt stöd för världsorganisationen och ställde sig kritiskt till USA:s och Storbritanniens invasion.

De enskilt kraftigaste nedgångarna mellan 2002 och 2003 är troligen också händelseberoende. Det gäller dels dagspressen som minskade från +1 till -11, dels polisen som tappade från +45 till +36. I båda fallen har mordet på utrikesminister Anna Lindh säkerligen spelat in. Tidiga misstag i polisens spaningsarbetet och särskilt kvällspressens frossande i händelsen (jfr Ghersetti, kommande) kan ha skapat en negativ bild.

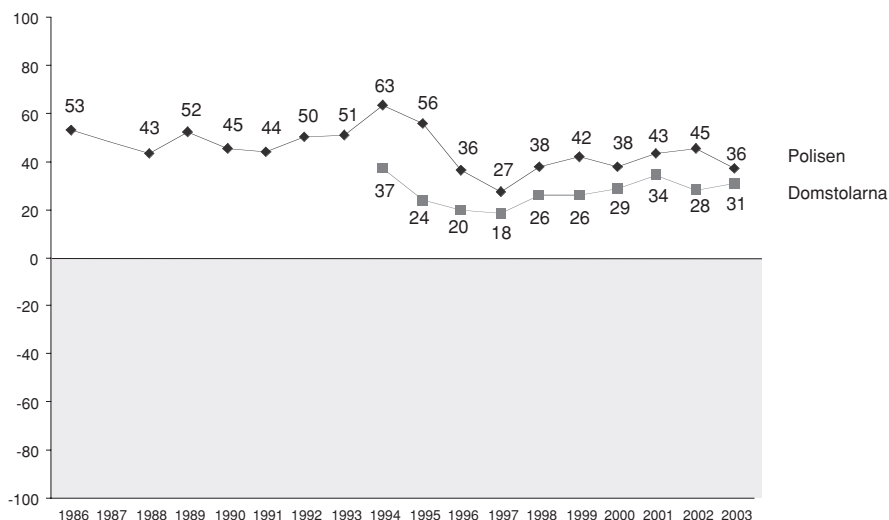
Också storföretagens återhämtning av förtroende från en mycket låg förtroendnivå 2002 (-22) till en något mindre låg 2003 (-15) kan tolkas mot bakgrund att den akuta krisen för Ericsson är överstånden. Att det finns ett samband mellan förtroendet för storföretagen och förtroendet för Ericsson framgår dessutom av resultaten från *MedieAkademins* förtroendebarameter 2002 och 2003 (Holmberg och Weibull, 2004).

Även om det är lockande att söka händelser som kan förklara upp- och nedgångar i samhällsförtroende är förfaringsättet samtidigt mycket vanskligt och riskerar att leda tanken fel. Förändringar i allmänhetens förtroende måste främst ses

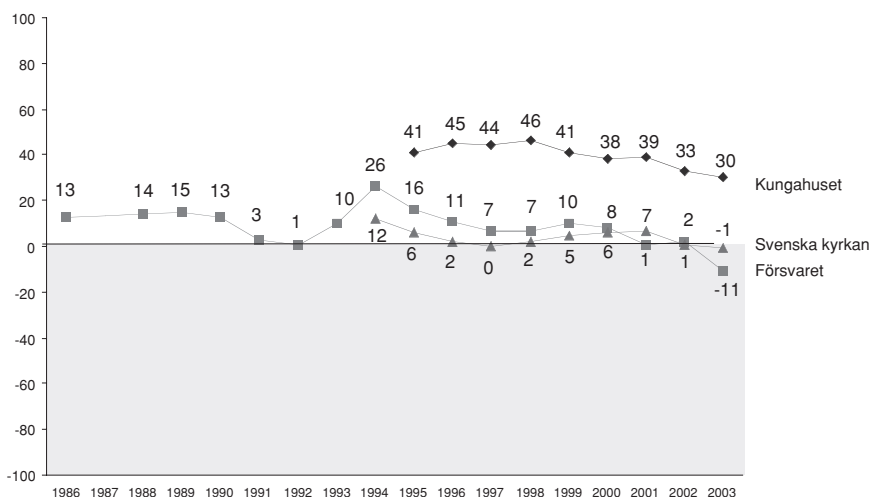
i ett långsiktigt perspektiv. Institutionsförtroende påverkas inte bara av särskilda händelser utan i lika hög grad av samhällsförändringar och värderingsförskjutningar. I figur 1 redovisas förtroendeförändringar för hela tidsperioden 1986-2003. För tydlighetens skull redovisas förtroendeutvecklingen i ett antal kurvdiagram, där samhällsinstitutioner med likartad inriktning grupperats tillsammans.

**Figur 1 Bedömningar av förtroendet för tjugo samhällsinstitutioner 1986-2003 (balansmätt)**

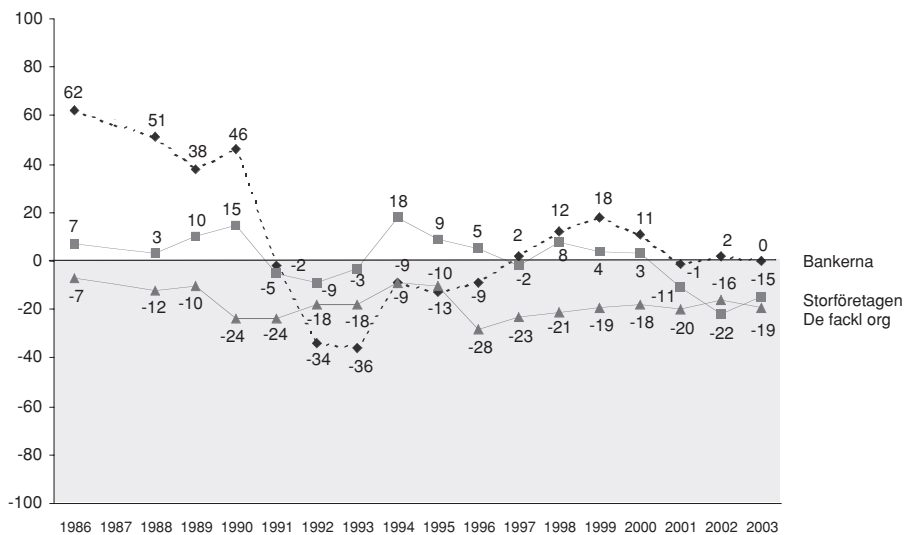
opinionsbalans



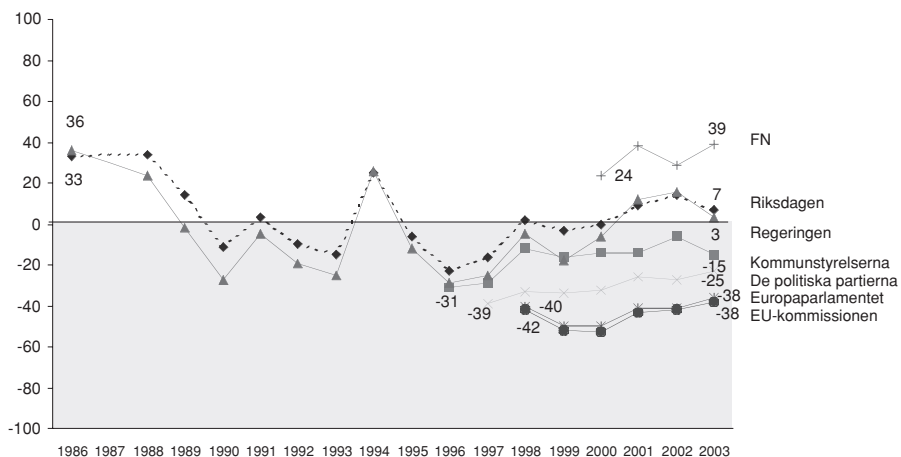
opinionsbalans



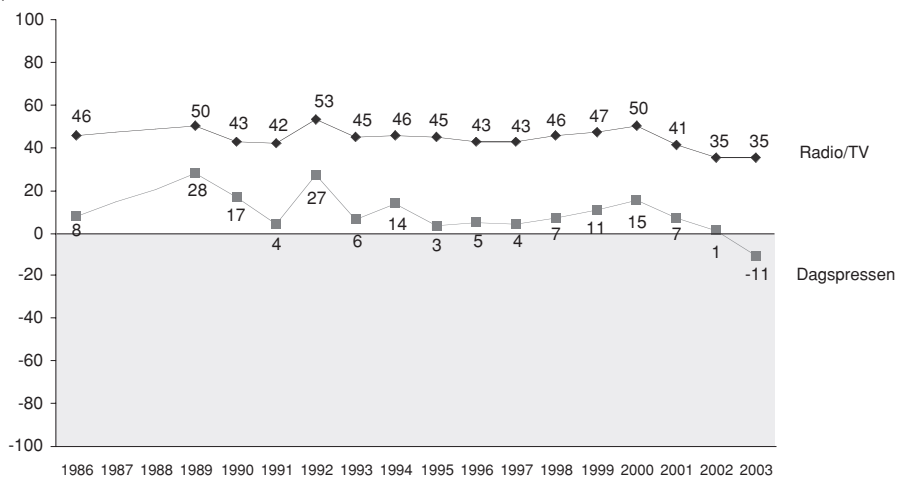
opinionsbalans



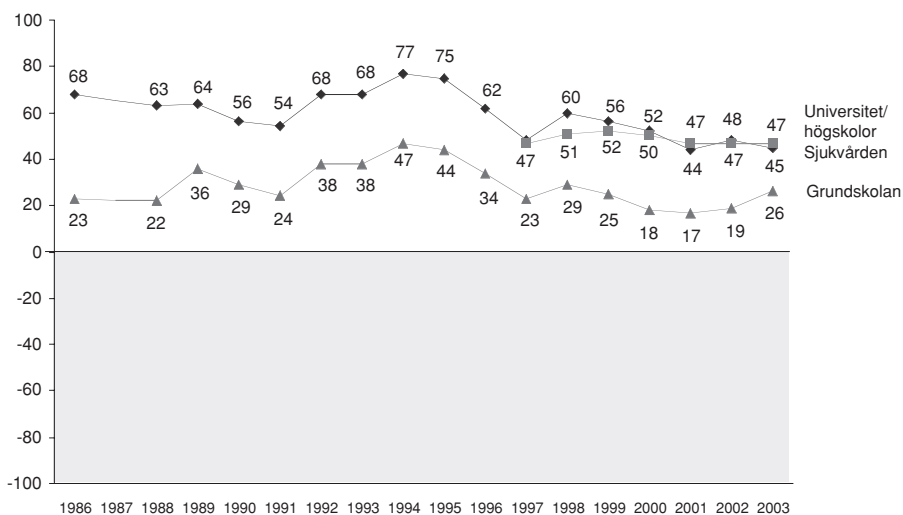
opinionsbalans



opinionsbalans



opinionsbalans



**Kommentar:** Om balansmättet se tabell 1. År 1987 saknas i figurerna eftersom ett annat, icke jämförbart mått, användes detta år. För de två medieinstitutionerna saknas av samma skäl även siffror för 1988.

Förtroendebedömningarna av sjukvården och grundskolan – och efter 1997 även av universitet – uppvisar ett relativt likartat utseende över hela tidsperioden. Toppåret är 1994 då förtroendet för både sjukvård och skola uppvisar sina högsta värden. Perioden dessförinnan ligger förtroendet genomsnittligt något högre än åren efter 1990-talets mitt. Nedgången under den senare perioden är störst för sjukvården. Den temporära uppgången 1998 har förmodligen att göra med att valår allmänt drar upp förtroendet.

Också polisens och domstolarnas förtroende har en stark inbördes överensstämmelse – och en likhet med övriga offentliga institutioner. För polisen finns det en ännu mer markerad nedgång mellan 1994 (toppåret med ett balansmått på +63) och 1997 (bottenåret med bara +27). Här kanske den hett omdiskuterade närpolisreformen spelade en roll. Domstolarna följer samma trend men nedgången är inte lika markerad. Därefter ökade förtroendet för båda institutionerna på nytt, men det är ännu inte riktigt i nivå med situationen under slutet av 1980-talet.

När det gäller de institutioner som grupperats inom det ekonomiska området – banker, storföretag och fackliga organisationer – har det redan påvisats att det där finns en betydande nedgång från slutet av 1980-talet och början av 1990-talet. Det största fallet står bankerna för; efter en viss återhämtning i slutet av 1990-talet ligger förtroende nu på fortfarande låga  $\pm 0$ . Storföretagen har en jämnare utvecklingen även om förändringsmönstret är likartat. Skillnaden är dock att storföretagen fortsatte nedåt i förtroendebalans efter 2001 och nådde sin hittills lägsta förtroendesiffra 2002 (-22). Förtroendet för de fackliga organisationerna uppvisar förhållandevis små skillnader över femtonårsperioden. Facket har alla år en klart negativ förtroendebalans. Det fanns dessutom en långsiktig nedgång i förtroendeopinionen, men efter lågvattensmärket 1996 finns det en tendens till stabilisering på en något mindre negativ nivå.

Av de institutioner som började studeras i mitten av 1990-talet – kungahuset och Svenska kyrkan – uppvisade kyrkan en svagt nedåtgående förtroendetrend fram till 1997 för att sedan stabiliseras på en nivå omkring  $\pm 0$ . Kungahuset visar däremot en successivt fallande förtroendekurva: från toppåret 1998 (+46 balansmåttsenheter) har förtroendet minskat till +30 år 2003, vilket är den hittills lägsta siffran. Förtroendet för försvaret som är inlagt i samma diagram uppvisar en tendens som överensstämmer med övriga offentliga institutioner, om än på en lägre nivå. Det högsta värdet noteras för 1994 och dessförinnan låg förtroendet på en högre nivå än därefter. I likhet med förtroendet för polisen finns det en ny nedgång de två senaste åren.

Bedömningarna av de två centrala institutionerna inom den politiska sfären – riksdag och regering – demonstrerar en anmärkningsvärd intern överensstämmelse över hela tidsperioden. Båda uppvisar, i likhet med institutionerna inom den offentliga sektorn, den högsta förtroendebalansen 1994. Det som dock skiljer ut dem från de flesta andra är att de uppvisar en uppåtgående trend efter 1997. Även om terroristattackerna i september 2001 säkerligen hade betydelse för att öka förtroendet är det tydligt att uppgången hade startat redan dessförinnan och fortsatte även 2002.



Det finns en komplikation i tolkningen av de senaste årens utveckling för riksdag och regering. Den har att göra med att bedömningar av regering och riksdag vanligen blir mera positiva under valår. 1994 är det mest uttalade exemplet, men även 1991, 1998 och 2002 ökar förtroendet i jämförelse med föregående år – för 1988 kan någon bedömning inte göras i och med att data saknas för 1987. Det politiska förtroendet har således en elektoral cykel (Holmberg, 1993). Det gör det svårt att värdera nedgången i politiskt förtroende mellan 2002 och 2003. Att nedgången är större än den mellan 1998 och 1999 och att förtroendet 2003 nästan är tillbaka på 2000 års nivå antyder dock att den politiska uppgångstrenden kan ha brutits.

Förtroendet för kommunstyrelserna följer i stort kurvorna för riksdag och regering, om än på en lägre nivå, och uppvisar också en nedgång mellan 2002 och 2003. De politiska partierna och de två Europainstitutionerna, som samtliga tre ligger klart lågt i svenskarnas förtroende, uppvisar en svag uppgång de senaste åren; för dem fortsätter dessutom uppgången även år 2003.

Även förtroendet för FN är på uppgång. Den period som världsorganisationen undersökts är dock alltför kort för att det skall vara möjligt att säga något om den långsiktiga tendensen. Bilden kompliceras av att ökningarna 2001 och 2003 båda kan förklaras av händelser i omvärlden – terrorattacken 2001 och Irakkriget 2003.

Bedömningarna av medierna uppvisar också en viss inbördes överensstämmelse. Den är emellertid på inget sätt så tydlig som när det gäller förhållandet mellan regerings- och riksdagsbedömningarna eller förtroende för de sociala institutionerna. Radio/TV ligger genomgående på en betydligt högre förtroendenivå än dagspressen och är inte underkastade samma snabba skiften i allmänhetens bedömningar.

Förtroendet för medierna kännetecknas inte av någon långsiktig upp- eller nedgångstrend för hela femtonårsperioden; inte heller är 1994 ett toppår som för många andra institutioner. Noterbart är dock att både radio-TV och dagspress successivt ökat sin förtroendebas efter 1997 för att efter 2000 tappa relativt kraftigt. För dagspressen har nedgången fortsatt även 2003 – på fyra år har förtroendet för dagspressen gått från +15 till -11 i förtroendebalans. Det senare betyder att dagspressens nedgång knappast bara kan vara en följd av enskilda händelser – de trista budskap man förmedlade i september 2001 eller sensationsskriverier efter mordet på Anna Lindh i september 2003 – utan snarare kan vara ett tecken på en allmän försvagning av tilliten till pressen som nationell samhällsinstitution (jfr Lennart Weibulls kapitel om medieförtroende).

Det intressanta med förtroendekurvorna är att det på några punkter finns gemensamma mönster. Ett sådant är att för flertalet är 1994 ett mycket starkt förtroendear. Det är ett valår som också medförde regeringsskifte och som i opinionen präglades av mycket stora förväntningar inför framtiden, inte minst i fråga om en expansion av den offentliga verksamheten (Holmberg och Weibull, 1995; Nilsson, 1995). När de senare inte minskade förtroendet på nytt och stabiliserades först på en nivå lägre än den i slutet på 1980-talet. Från bilden avviker dels medierna med

högre stabilitet i förtroendekurvorna och nedgång först i början av 2000-talet, dels de politiska institutionerna som under samma tid ökat i medborgarnas förtroende. De internationella politikinstitutioner som tillförts mätningen efter mitten av 1990-talet följer den positiva politiktrenden: FN på en hög nivå, EU-institutionerna på en mycket låg.

## Dimensioner i bedömningarna

Den samlade bilden av förtroendebedömningarna är att svenskar överlag har ett relativt högt samhällsförtroende. Det visar också jämförbara studier inom ramen för *Eurobarometern* och *World Value Surveys*. Inte oväntat finns det överlag positiva samband mellan förtroendebedömningarna för enskilda institutioner. I likhet med tidigare år visar en korrelationsanalys att endast få samband understiger +.10 (Pearson's  $r$ ). Den som är positiv till en samhällsinstitutions sätt att fungera tenderar att värdera även andra institutioner positivt. Inte ens där det är rimligt att förvänta sig en motsättning finns det några negativa samband utan istället nollkorrelation. Detta gäller exempelvis förhållandet mellan förtroendet för de fackliga organisationerna och förtroendet för storföretagen. Att det ändå finns skillnader mellan människors samlade förtroendebedömningar kommer vi att senare återkomma till.

Förekomsten av en allmänt positiv förtroendegrund i Sverige hindrar inte att skilda samhällsinstitutioner kan värderas på olika sätt. Den årligen redovisade faktoranalysen<sup>4</sup> – baserad enbart på bedömningen av svenska samhällsinstitutioner – visar för 2003 på fyra huvuddimensioner, efter vilka vi kan gruppera de 17 institutionerna:

- *den politiska*: regering, riksdag, de politiska partierna och kommunstyrelserna.
- *den samhällsbevarande*: kungahuset, storföretagen, Svenska kyrkan och bankerna
- *den sociala*: sjukvården, polisen, grundskolan, försvaret och domstolarna
- *den mediala*: radio/TV och dagspressen

Universitet laddar något högre i den sociala dimensionen men har också relativt höga laddningar i de övriga. De fackliga organisationerna har i stort sett samma, relativt höga, laddning i både den politiska och den mediala dimensionen. Analysen faller härvid ut på nästan exakt samma sätt som tidigare år. En liten skillnad är dock att försvaret och domstolarna förflyttat sig från den samhällsbevarande till den sociala sfären; de har dock relativt höga laddningar även i den förra.

Tidigare faktoranalyser där även de internationella institutionerna inkluderas har givit något skiftande utfall. År 2002 blev resultat att utländska institutioner bildade en egen faktor, alltså närmast ett slags överstatlig dimension, medan däremot de samhällsbevarande och sociala dimensionerna smälte samman till en 'nationell'

dimension. År 2001 laddade utländska institutioner högst på den 'sambhallsbevarande' dimensionen och år 2000 på den politiska. Resultatet av 2003 års analys är att de två EU-institutionerna ligger klart högst på den politiska faktorn, låt vara att de även laddar relativt högt på den 'sambhallsbevarande' (tabell 3).

**Tabell 2 Faktoranalys av förtroendebedömningarna för tjugo samhällsinstitutioner 2003 (faktorladdningar)**

	Politik	Socialt	Etablissemang	Opinionsbildning
De politiska partierna	.76	.20	.15	.20
EU-kommissionen	.76	-.07	.50	.05
Riksdagen	.74	.38	.05	.10
Europaparlamentet	.74	-.09	.51	.06
Regeringen	.72	.39	-.08	.11
Kommunstyrelserna	.50	.36	.17	.19
Polisen	.12	.68	.22	-.03
Sjukvården	.12	.68	.06	.08
Grundskolan	.15	.52	.13	.29
Domstolarna	.24	.50	.36	.10
Försvaret	.18	.44	.40	.02
Kungahuset	-.06	.25	.69	-.01
Storföretagen	.25	.01	.63	.17
Svenska kyrkan	.04	.28	.56	.18
Bankerna	.24	-.02	.39	.24
FN	.27	.20	.37	.18
Radio-TV	.09	.14	.15	.79
Dagspress	.10	-.02	.21	.77
Fackliga organisationer	.38	.26	-.07	.46
Universitet/högskolor	.24	.36	.25	.28
Förklarad varians	18%	13%	13%	9%

**Kommentar:** Faktoriösningen bygger på en varimaxrotering. Antalet faktorer har i båda analyserna fastställts utifrån *Kaiser's* kriterium.

**Källa:** SOM 2003

Faktoranalysen av samtliga tjugo institutioner bekräftar således förekomsten av de fyra tidigare nämnda huvuddimensionerna. Utfallet i denna andra analys är dessutom något tydligare beträffande förhållandet mellan den samhallsbevarande och den sociala dimensionen; endast universitet faller inte in på något naturligt sätt i någon enskild dimension:

- *den politiska*: de politiska partierna, EU-kommissionen, riksdagen, Europaparlamentet, regeringen och kommunstyrelserna.
- *den sociala*: polisen, sjukvården, grundskolan, domstolarna och försvaret. kungahuset, Svenska kyrkan och grundskolan
- *den samhällsbevarande*: kungahuset, storföretagen, Svenska kyrkan, bankerna och FN.
- *den medialaopinionsbildande*: dagspressen, radio-TV och de fackliga organisationerna.

Det kan spekuleras i varför analysen där de internationella institutionerna ingår – i motsats till den som gäller enbart de svenska – skiftar så pass mycket mellan åren. Att de europeiska institutionerna 2003 hamnar i den politiska sfären förefaller naturligt att relatera till EMU-valet. Att de också laddar högt på den 'samhällsbevarande' dimensionen torde också vara ett uttryck för att EU också handlar om Sverige och om handel och därför bedöms med samma referensram som storföretag och banker (jfr Wadbring och Weibull, 2001).

### **Gruppskillnader i institutionsförtroende**

Huvudmönstren i förtroendebedömningarna är relativt likartade mellan olika grupper, särskilt ifråga om de samhällsinstitutioner som åtnjuter högst och lägst förtroende. Sjukvården och universitet åtnjuter högt förtroende hos i stort alla, medan EU-institutionerna genomgående ligger lågt. Men det finns klara skillnader på några punkter. I tabell 4 redovisas förtroendebalansen för samtliga institutioner med hänsyn till svarspersonernas kön, ålder och ideologiska vänster-högerplacering.

Om vi ser till det genomsnittliga förtroendet (balansmättet) ligger kvinnor något högre än män. Av tjugo institutioner är det 16 som åtnjuter högre förtroende bland kvinnor. I de flesta fall är dock skillnaderna relativt små. De största differenserna finns i fråga om bankerna, polisen, Svenska kyrkan och kungahuset. De två institutioner, där männen har ett något högre förtroende är storföretagen och universitet.

När det gäller åldersgrupper har särskilt de yngsta men också de äldsta ett högre samhällsförtroende än medelålders, delvis beroende på att en relativt stor andel svarar "varken eller". Den relativt sett mest kritiska gruppen är personer mellan 50 och 64 år (fyrtioåringarna), som har lägst förtroende bland åldersgrupperna för elva av de 20 institutionerna. Bland dem är det framför allt bankerna som åtnjuter lågt förtroende med ett balansmätt på +1 som kan jämföras med +27 hos de yngsta och +14 hos de äldsta. Stor spridning råder också beträffande förtroendet för Svenska kyrkan: +2 i den kritiska gruppen av åldrande fyrtioåringar men också bland de yngsta, mot +18 bland pensionärerna.

Tabell 3 Förtroendet för enskilda samhällsinstitutioner efter kön, ålder och ideologisk självplacering 2003 (balansmått)

	Kön		Ålder				Vänster-höger-självplacering					
	Män	Kvinnor	15-29	30-49	50-64	65-85	Klart vänster	Något vänster	Varken eller	Något höger	Klart höger	Samtliga
Regeringen	+1	+6	+4	+9	+1	-1	+21	+33	-5	-7	-27	+3
Polisen	+27	+46	+34	+41	+32	+38	+18	+45	+34	+38	+39	+36
Sjukvården	+42	+47	+48	+44	+40	+49	+51	+57	+40	+42	+34	+45
Försvaret	-17	-3	+12	-9	-19	-21	-22	-12	-9	-8	-2	-11
Riksdagen	+3	+10	+9	+7	+2	+9	+19	+25	-4	+5	-1	+7
Bankerna	-8	+7	+25	-7	-13	+2	-7	-6	-1	+2	+14	±0
Dagspressen	-16	-7	-11	-16	-10	-5	-20	-11	-14	-9	±0	-11
Fackliga organisationerna	-24	-13	+1	-21	-27	-22	+7	+5	-23	-35	-43	-19
Radio / TV	+32	+40	+37	+30	+37	+43	+33	+39	+33	+37	+40	+35
Grundskolan	+22	+30	+40	+28	+18	+17	+28	+34	+25	+22	+12	+26
Storföretagen	-14	-15	-2	-12	-25	-20	-50	-24	-22	+2	+26	-15
Svenska kyrkan	-11	+6	-6	-5	-4	+10	-11	-3	-4	+3	+6	-1
Domstolarna	+26	+33	+31	+32	+31	+23	+20	+34	+21	+41	+29	+31
Kungahuset	+23	+36	+22	+30	+29	+41	-6	+15	+32	+47	+52	+30
Kommunstyrelserna	-21	-10	-13	-24	-14	-4	-16	-5	-17	-20	-22	-15
Universitet/högskolor	+49	+46	+58	+47	+45	+41	+53	+51	+37	+56	+54	+47
De politiska partierna	-29	-19	-12	-23	-30	-29	-6	-11	-35	-25	-23	-25
EU-kommissionen	-44	-33	-23	-37	-47	-45	-50	-43	-46	-28	-10	-38
Europaparlamentet	-42	-34	-23	-35	-47	-44	-52	-44	-45	-27	-3	-38
FN	+36	+42	+40	+34	+42	+43	+37	+42	+33	+46	+46	+39
Antal svarande	1687	1802	729	1136	958	666	267	820	1234	827	265	3489

Källa: SOM 2003

Inte oväntat finns det en klar ideologisk laddning i bedömningen av några av samhällsinstitutionerna. Det är särskilt tre institutioner som står för den politiska polariseringen. I rangordning är de: regeringen, storföretagen och facket, där differensen mellan vänster- och högersympatisörer är mellan 60 och 80 balansmåttenheter. Regeringen och facket åtnjuter högst förtroende till vänster medan storföretagen har sin starkaste förtroendebas till höger. Betydande skillnader mellan vänster och höger förekommer också för kungahuset (högst förtroende till höger) och för riksdagen (högst förtroende till vänster).

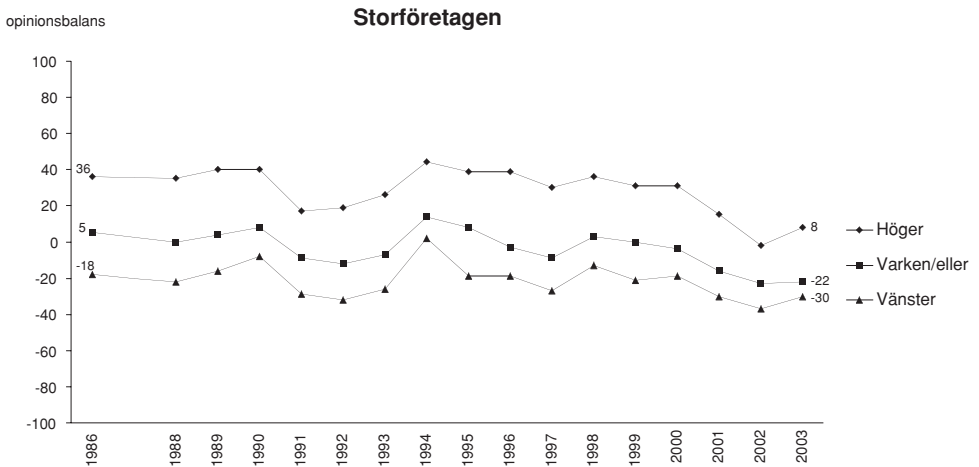
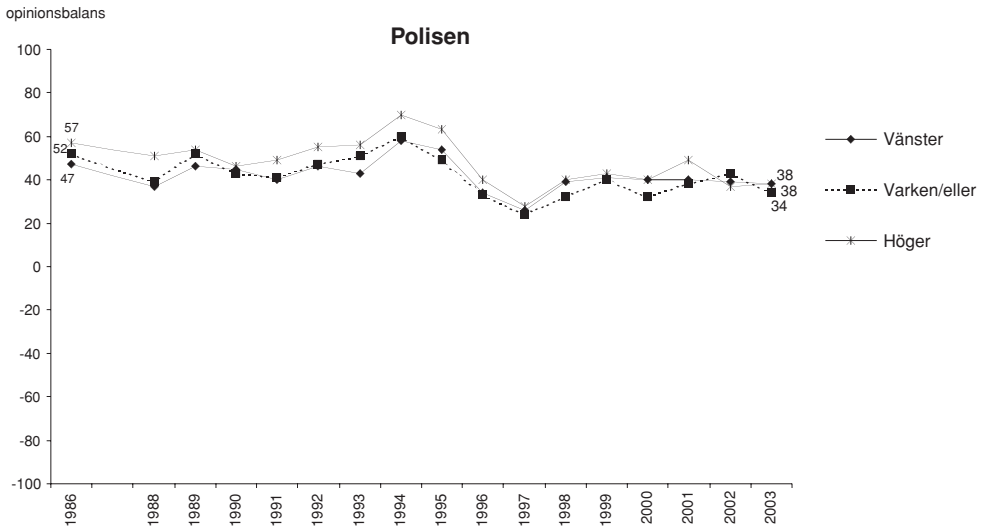
Skillnader i ideologisk bedömningsgrund saknas i stort sett helt då det gäller samhällsinstitutioner som universitet, sjukvården och polisen. De ideologiska skillnaderna är också små i fråga om FN, försvaret och domstolarna.

De politiska laddningarna i många förtroendebedömningar ger stöd för antagandet att opinions- och samhällsklimatet påverkar hur institutioner värderas. Påverkan tenderar vara större i de fall då svarspersonerna inte har någon personlig erfarenhet av institutionerna. Samtidigt finns det över den undersökta perioden en anmärkningsvärd likhet när det gäller hur människor i olika grupper värderar institutionerna. Det framgår av figur 2, där bedömningar av två samhällsinstitutioner redovisas för hela perioden 1986-2003. Å ena sidan storföretagen med starkt polariserade bedömningar och å andra sidan polisen med mycket små ideologiska skillnader.

Förtroendet för polisen bland personer som anser sig ligga till höger respektive till vänster beskriver i stort sett samma utvecklingskurva för hela perioden 1986-2003. Det kunde möjligen förväntats en viss ideologisk polarisering med anledning av polisens roll vid de s k Göteborgskravallerna sommaren 2001 (Nilsson och Weibull, 2003), men någon sådan kan inte utläsas utan de tre kurvorna ligger nära varandra samtliga år. Förändringarna i bedömningarna har andra orsaker.

Det kan möjligen uppfattas som relativt naturligt att värderingen av en institution, där det inte finns några större ideologiska skillnader i förtroendebedömningarna, kommer att påverkas av andra saker. Mer överraskande är det då att även förtroendet för storföretagen uppvisar ett liknande mönster. Visserligen finns det här en betydande polarisering mellan höger och vänster i bedömningarna, men de enskilda kurvorna följer i stort sett samma grundmönster. Exempelvis finns de senaste åren en tendens till minskat förtroende i alla tre grupperna, alltså oavsett om man dessförinnan hade ett relativt sett högre eller lägre förtroende.

**Figur 2 Förtroende för polisen och storföretagen 1986-2003 efter ideologisk självplacering (balansmätt)**



**Källa:** Riks-SOM 2003

De bedömningar över hela perioden 1986-2003 som här illustrerats med ideologisk självplacering återkommer i stort i fråga om alla grupper. När institutionsförtroendet förändras – minskar eller ökar – sker förändringen oftast likartat inom i stort sett alla grupper. Innebörden är att de förtroendekurvor som redovisades i figur 1

står för ett generellt grundmönster, medan däremot graden av förtroende kan variera mellan olika grupper.

Det kan diskuteras hur förändringar i institutionsförtroendet skall förklaras. Medan nivån på förtroendet oftast kan relateras till graden av berördhet – de som är positivt eller negativt berörda av en institutions verksamhet skiljer sig vanligen åt – är det svårare att värdera förskjutningarna över tid. Mycket talar för att vi här har att göra med opinionsvindar som skapas i ett samspel mellan å ena sidan vilka förväntningar som finns på hur respektive institution skall fungera och vilka uppfattningar som finns om hur den faktiskt fungerar och å andra sidan något slag av ideologiskt opinionsklimat som exempelvis den nyliberala vind som i slutet av 1980-talet blåste över större delen av världen (Boréus, 1994).

## De förtroendefulla

Så långt har vi diskuterat institutionsförtroendet utifrån institutionernas sätt att fungera. I det följande skall vi kort vända på perspektivet och ställa frågan i vilken utsträckning det är möjligt att skilja ut förtroendefulla människor. Finns det personer som har ett generellt högre samhällsförtroende än andra? Vilka är i så fall dessa personer och hur bedömer de enskilda samhällsinstitutioner?

Ett första steg i en sådan analys är att skilja ut mer och mindre förtroendefulla medborgare (Börjesson och Weibull, 1990). Vi har utgått från ett poängberäkningssystem, där personer som har ett mycket högt förtroende för en samhällsinstitution har fått värdet 5 och de som har ett mycket lågt fått värdet 1. Vidare har vi avgränsat oss till de sjutton samhällsinstitutioner som finns i det svenska samhället. En person som har högst förtroende kan då få totalt 85 poäng (mycket högt förtroende för alla sjutton institutionerna) och den som har lägst 17 poäng (mycket lågt förtroende på alla). Det visar sig då att i stort inga hamnar på extremerna – enbart 3 procent har 70 poäng eller mer och enbart 2 procent har lägre än 35 poäng. Medelvärdet för de 17 samhällsinstitutionerna är 55 poäng och majoriteten av svarspersonerna ligger mellan 52 och 68 poäng. Nivån är i stort sett densamma som i den analys som gjordes på grundval av förtroendebedömningarna 2001.

För att ändå kunna få en bild av vad som kan påverka det allmänna samhällsförtroende har vi delat upp svarspersonerna i sådana som har ett relativt sett lägre respektive relativt sett högre förtroende. I praktiken har vi skiljt ut fyra jämstora grupper – den fjärdedel som har det relativt lägsta förtroendet, den fjärdedel som har ett medellågt förtroende, den fjärdedel som har ett medelhögt förtroende och den fjärdedel som har det relativt högsta förtroendet.

Om vi först väljer att ta fram de två extremerna – de fjärdedelar som har relativt lägst respektive högt förtroende visar sig som väntat att personer med lägst förtroende uppvisar negativa balansmått på alla institutioner – utom universitet och att de som har ett generellt högt förtroende har positiva balansmått för samtliga. (tabell 4). Men även om nivån således skiljer sig kraftigt åt uppvisar rangordningen efter



balansmättet betydande likheter. Av de fem som ligger i topp i respektive grupp är fyra desamma. Bland dem med lågt förtroende är rangordningen: universitet, radio-TV, sjukvården, kungahuset och polisen, bland dem med högt är ordningen sjukvården, polisen, universitet, domstolarna och radio-TV. Bland dem med generellt lågt förtroende är avståndet mellan de fem något större än bland de förtroendefulla.

När det gäller de fem institutioner som värderas lägst är skillnaderna större. I båda grupperna är fackliga organisationer, partier och försvaret med bland i botten, men bland dem med generellt lågt förtroende kommer även riksdagen med, en institution som kommer relativt högt i rangordning bland de förtroendefulla. Omvänt förhållande gäller dagspressen som av de förtroendefulla sätts lågt och bland dem med lågt förtroende kommer relativt sett högt.

**Tabell 4 Förtroende för enskilda samhällsinstitutioner efter generell institutionsförtroende 2003 (balansmätt)**

Institution	Samlat institutionsförtroende				Skillnad mellan lågt och högt
	Lågt	Medellågt	Medelhögt	Högt	
Regeringen	-55	-9	+21	+60	115
Polisen	-13	+21	+58	+82	95
Sjukvården	-4	+36	+61	+86	90
Försvaret	-57	-22	+1	+38	95
Riksdagen	-58	-5	+24	+67	125
Bankerna	-52	-17	+10	+52	104
Dagspressen	-47	-21	-9	+31	78
De fackliga organisationerna	-61	-35	-7	+28	89
Radio-TV	-3	+25	+49	+72	75
Grundskolan	-24	+16	+40	+70	94
Storföretagen	-56	-24	-6	+31	87
Svenska kyrkan	-53	-14	+9	+43	96
Domstolarna	-25	+19	+48	+78	103
Kungahuset	-11	+19	+40	+69	80
Kommunstyrelserna	-68	-29	-8	+42	110
Universitet/högskolor	+10	+42	+57	+81	71
De politiska partierna	-79	-37	-10	+33	112
EU-kommissionen	-80	-53	-39	+9	89
Europaparlamentet	-76	-51	-30	+8	84
FN	+3	+32	+51	+70	67

**Kommentar:** Med samlat institutionsförtroende menas ett index över de sjutton svenska samhällsinstitutionerna (från regeringen till de politiska partierna) där mycket högt förtroende för en enskild institution = 5, ganska högt = 4, varken eller = 3, ganska lågt = 2 och mycket lågt = 1. Maxvärdet blir då 85 och minvärdet 17. Därefter har det skapats fyra grupper med cirka 25 procent i varje, där den översta kvartilen rymmer värden mellan 17 och 47 den näst översta mellan 48 och 52, den näst nedersta mellan 53 och 57 och den nedersta mellan 58 och 85.

**Källa:** Riks-SOM 2003

Utfallet av analysen påverkas givetvis av att flera av samhällsinstitutionerna har en politisk karaktär. Som tidigare framgått finns det för flera av dem en klar ideologisk polarisering. Det är därför inte oväntat att de förtroendefulla tenderar att ligga något åt vänster i ideologisk självplacering. Det gäller dock inte dem som placerar sig längst åt vänster; de är istället klart överrepresenterade i den fjärdedel som har generellt lågt förtroende. En analys efter partisympati visar att det senare också gäller vänsterpartiets och miljöpartiets sympatisörer, medan socialdemokratiska sympatisörerna är klart överrepresenterade bland de förtroendefulla. Mönstret känns igen från tidigare studier. Väljare som sympatiserar med regeringspartiet brukar var mer nöjda/hysa mer förtroende än oppositionspartiets anhängare. Det brukar kallas hemmalagsfenomenet (Norris 1999).

Det finns även andra klara mönster. Kvinnor har ett generellt högre samhällsförtroende än män, de yngsta och de äldsta har högre förtroende än medelålders.<sup>5</sup> Det är samma tendenser som framkom år 2001.

Mer intressant är kanske att de tydligaste sambanden uppträder med 'mjuka' variabler. Således har personer som är nöjda med sitt liv ett klart högre samhällsförtroende än de som är missnöjda och personer som litar på andra människor har högre förtroende än de som inte gör det. Det finns även ett klart samband mellan upplevt hälsotillstånd och samhällsförtroende – personer som upplever sig må bra är mera förtroendefulla än de som uppger sig må dåligt. De senare mönstren kan antyda att det även kan finnas något slag av personlighetsfaktor i hur människor bedömer samhällsinstitutionerna.

## Yrkesgrupper och institutioner

Sedan några år har SOM-institutet vid sidan av institutionsförtroende även mätt yrkesgruppsförtroende. Syftet har bl a varit att göra jämförelser mellan institution och yrkesgrupp. I 2003 års undersökning fick svarspersonerna ta ställning till åtta olika yrkesgrupper (tabell 5).

Störst förtroende har allmänheten för sjukvårdens personal (balansmått +77), men förtroendet är också högt för poliser, lärare i grundskolan och forskare, som alla har balansmått på omkring +50 eller högre. I botten av listan med minusvärden finns företagsledare, rikspolitiker och journalister. I jämförelse med mätningen 2002 finns en viss nedgång, framför allt för forskare med också för journalister och rikspolitiker, men rangordningen är i huvudsak densamma (Holmberg och Weibull, 2003). Överlag förefaller yrkesgruppsbedömningar av detta slag vara tämligen allmängiltiga. I en motsvarande tysk undersökning från 2003 kom också sjukvårdspersonalen högt medan journalister och politiker kom lägst; i den tyska undersökningen kom dock företagare relativt högt, medan däremot direktör i storföretag hamnade mycket lågt (Allensbach, 2003).

Översikten av hur de olika yrkesgrupperna bedöms uppvisar dessutom klara likheter med institutionsförtroendet. Sjukvårdens personal och poliser ligger högt

på samma sätt som sjukvården och polisen, företagsledare och politiker har låga förtroendevärden på motsvarande sätt som storföretagen och de politiska partierna. Nedgången i förtroendet för dagspressjournalister mellan 2002 och 2003 motsvaras av en nedgång i institutionsförtroende för dagspress för samma tid.

**Tabell 5 Förtroendet för olika yrkesgrupper 2003 (procent, balansmätt)**

	Mycket stort	Ganska stort	Varken eller	Ganska litet	Mycket litet	Ingen uppfattning	Totalt	Balansmätt
Sjukvårdens personal	25	55	13	4	1	2	100	+75
Lärare/grundskola	10	48	25	6	1	10	100	+51
Forskare	14	40	24	3	1	18	100	+50
Poliser	13	48	22	11	4	2	100	+46
Journalister, radio-TV	2	24	41	21	8	4	100	-3
Rikspolitiker	3	22	37	23	10	5	100	-8
Företagsledare	1	19	37	19	12	12	100	-11
Journalister, dagspress	1	14	34	29	18	4	100	-32

**Anmärkning:** Underlaget kommer från den ena av de två nationella SOM-mätningarna 2000 (antal svar=1950). Personer som ej besvarat förtroendefrågan för någon yrkesgrupp är inte medtagna i procenttalen. Om balansmätt se anmärkningen till tabell 1.

**Källa:** Riks-SOM 2003

Det finns nu en möjlighet att göra en strikt jämförelse mellan yrkesgrupps- och institutionsförtroende. Visserligen representeras inte någon av samhällsinstitutionerna av endast en yrkesgrupp men yrkesgrupperna har bedömts vara den dominerande professionen inom varje institution. I jämförelsen har vi relaterat andelen som uppger sig ha mycket eller ganska högt förtroende för yrkesgruppen till andelen som har motsvarande förtroende för institutionen. Jämförelsen är således gjord på aggregatnivå, inte på individnivå. Linjen i diagrammet illustrerar det perfekta sambandet: förtroendet för yrkesgruppen ligger på exakt samma nivå som för institutionen (figur 3).

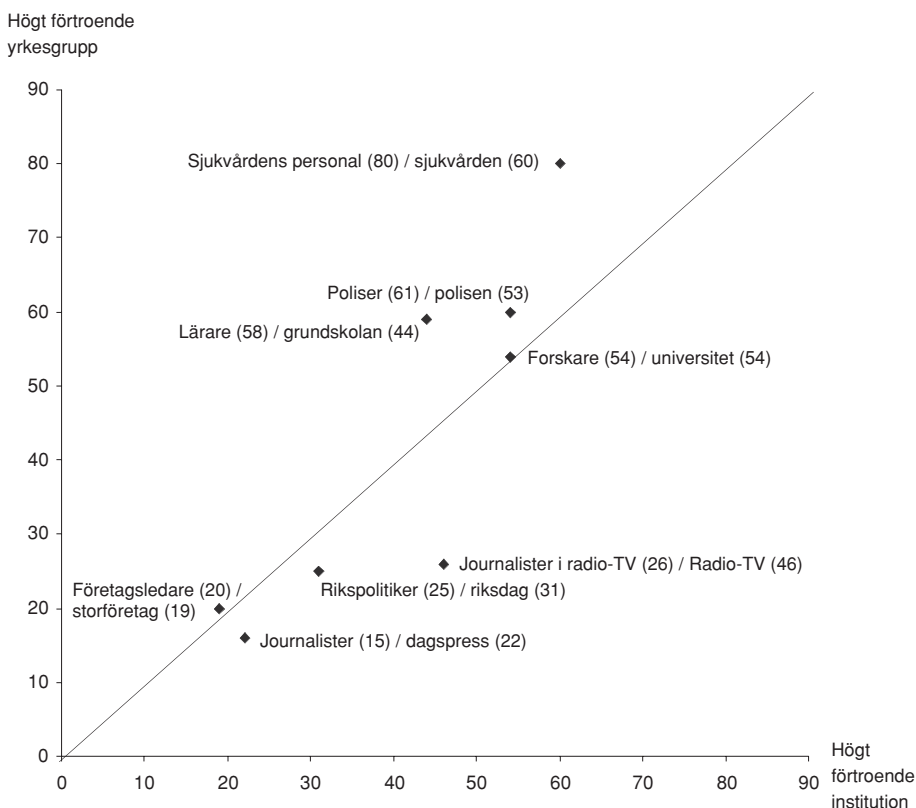
På eller nära linjen placerar sig forskare/universitet, företagsledare/storföretagen, poliser/polisen, rikspolitiker/riksdagen. Här har institutionen och yrkesgruppen samma förtroende. De intressanta är dock avvikelserna. Yrkesgrupper/institutioner som ligger ovanför linjen är sådana där yrkesgruppen åtnjuter högre förtroende än institutionen, för dem som ligger under linjen är institutionsförtroendet större än yrkesgruppsförtroendet.

När det gäller de enskilda yrkesgrupperna är det särskilt två som utmärker sig genom att ligga klart högre än "sin" institution: lärare i grundskolan och sjukvårdens personal. Här står den dominerande professionen starkare i medborgarnas bedömningar än den institution de arbetar inom. Det omvända förhållandet gäller jour-

nalister. Särskilt förtroendet för journalister i radio-TV ligger klart lägre än förtroendet för radio-TV som institution. För dagspressjournalisterna är tendensen densamma.

Också det samlade institutionsförtroendet kan relateras till förtroendet för de enskilda yrkesgrupperna. Det visar sig då att det inte har ett lika stort samband med enskilda yrkesgrupper som med enskilda samhällsinstitutioner. Generellt gäller att den fjärdedel som har lägst institutionsförtroende ändå har klart positiva balansmätt för sjukvårdens personal, lärare i grundskolan, forskare och poliser, medan balansmätten för politiker och journalister är mycket låga. Bland fjärdedelen förtroendefulla är balansmätten för alla åtta yrkesgrupper i samtliga fall positiva men för företagsledare, rikspolitiker och journalister är de klart mindre positiva än de är för motsvarande institution. Dessa skillnader i bedömningsmönster ger en antydning om att värderingsgrunden kan skilja sig åt mellan institutions- och yrkesgruppsförtroende.

**Figur 3 Förhållandet mellan yrkesgrupps- och institutionsförtroende 2003 (procent)**



**Källa:** Riks-SOM 2003

## Samhällsförtroendets förändring

Årets analys har ännu en gång stärkt slutsatsen från vår långa serie mätningar att en viktig nyckel till förståelsen av förtroende är berördhet (Holmberg och Weibull 1999). När de geografiska psykologiska och kulturella avstånden ökar faller både människors och institutioners förtroende. Det finns härvidlag en stor överensstämmelse med vad vi vet om vad som betingar människors allmänna intresse för sin omvärld (Prakke, 1967; jfr Misztal, 1986:15ff).

Berördheten kommer till uttryck i olika samhällsfärer där förtroende och handling går samman på mikronivån. De som ofta handlar med aktier har större förtroende för bankerna än de som inte gör det, fackligt aktiva värderar facket högre än icke-aktiva, kyrkobesökare har högre förtroende för Svenska kyrkan och partimedlemmar är något mindre misstroagna till politiska partier. Att förtroende framträder på detta sätt kallar Misztal 'trust by passion' (1986:98f).

Även skillnader på makronivå kan tolkas i termer av berördhet. Det gäller inte minst det vi har kallat den elektorala cykeln i samhällsförtroendet. Att förtroendemätningarna på hösten varje valår har givit förhöjda förtroendesiffror har i detta perspektiv sin naturliga bakgrund i att de politiska institutionerna då berör flest medborgare. Det intressanta är emellertid att valåren ofta innebär att förtroendet även ökar för andra institutioner. I Misztals perspektiv skulle det här handla om ett opinionsklimat som stimulerar tillit (Misztal, 1996:100).

Om vi mot bakgrund de generella iakttagelserna skall tolka de senaste årens förtroendeutveckling blir bilden mera komplicerad. Det allmänna mönstret är att perioden fram till mitten av nittioalet kännetecknades av ett högre samhällsförtroende än andra hälften av 1990-talet. Början av 2000-talet har kännetecknats av en ytterligare försvagning av förtroendet för flertalet samhällsinstitutioner. Stora förlorare är storföretagen, dagspressen och kungahuset, men också försvaret och sjukvården. Det samlade bilden är således att samhällsförtroendet sjunker, med de politiska institutionerna och grundskolan som de klara undantagen. För politikens institutioner finns det t o m en klar ökning fram till valåret 2002 och sedan en mindre och förväntad eftervalsminskning.

I tidigare analyser har externa händelser som terrorattackerna den 11 september 2001 förts fram som en huvudförklaring till de senaste årens förtroendeförändringar. Utvecklingen av förtroendet sedan dess stöder knappast en så enkel förklaring. Dessutom är skillnaden i förhållande till tidigare perioder att valåret 2002 inte förmådde fungera som dragkraft på förtroendet för andra institutioner. Inte heller EMU-omröstningen lyckades mobilisera förtroende utan misstron mot Europaparlamentet och EU-kommissionen kvarstår, om än något förminskad.

Det är samtidigt farligt att tolka försvagningen i förtroende som en ökande misstro. Nedgången ligger snarast i att en ökande andel av allmänheten gått från alternativet ganska stort förtroende till alternativet varken stort eller litet förtroende. Den hotbild vi ser framför oss är således inte misstroende medborgare utan med-

borgare med minskat samhällsengagemang. Det handlar om medborgare som i mindre utsträckning upplever sig berörda av samhällets institutioner och som kanske istället prövar olika individuella lösningar. Det är i så fall en utveckling som innebär en utmaning, men inte nödvändigtvis ett hot mot vår nuvarande form av politisk demokrati.

## Noter

- <sup>1</sup> Ytterligare ett tjugotal institutioner har av och till förtroendemått med samma frågemetod i SOM-studierna.
- <sup>2</sup> Fr o m 1999 ingår bedömningen av samtliga samhällsinstitutioner i båda de nationella SOM-undersökningarna. Detta ger 2003 ett totalt antal svarande på 3456.
- <sup>3</sup> Balansmättet kan variera mellan +100 (alla svarspersoner anger högt förtroende) och -100 (alla svarspersoner anger lågt förtroende). I beräkningen av balansmått ingår således inte alternativet ”varken högt eller lågt förtroende”. Metodanalyser tyder på att detta alternativ rymmer både personer som placerar institutionsförtroendet i mitten och personer som inte kan ta ställning.
- <sup>4</sup> Antalet faktorer fastställda enligt *Kaiser's* kriterium. Varimaxrotering.
- <sup>5</sup> Vi vet att kunskap påverkar hur man svarar på intervju- och enkätfrågor där det kan finnas ett socialt tryck (en förväntan) att svara positivt eller svara ”snällt”. Kunskapsmätningar i *politiska* frågor visar att kvinnor, yngre och äldre i genomsnitt är något mindre kunniga än män och medelålders (Holmberg och Oscarsson 2004). Våra resultat kan alltså till en del ha influerats av en tendens till sociala anpassningssvar som är starkare bland kvinnor och unga/äldre än bland män och medelålders.

## Referenser

- Allensbach (2003) *Die Allensbacher Berufsprestige-Skala 2003*. Allensbacher Archiv, Allensbach.
- Boréus, Kristina (1994) *Högervåg: nyliberalismen och kampen om språket i svensk debatt 1969-1989*. Stockholm: Tiden
- Börjesson, Britt, Weibull, Lennart (1990) *Förtroendeklyfta? Allmänhetens syn på samhällsinstitutioner, medier och journalistik*. Stockholm, Svensk Information Mediecenter
- Elliot, Maria (1997) *Förtroendet för medierna*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet
- Holmberg, Sören (1993) *Partierna tycker vi bäst om i valtider*. I Holmberg, S, Weibull, L (red) *Vägval*. Göteborg, SOM-institutet vid Göteborgs universitet

- Holmberg, Sören, Oscarsson, Henrik (2004) *Väljare*. Stockholm, Norstedts Juridik
- Holmberg, Sören, Weibull, Lennart (1998) Förskingrat förtroende. I Holmberg, S, Weibull, L (red) *Opinionssambället*. SOM-insitutet, Göteborgs universitet
- Holmberg, Sören, Weibull, Lennart (1999) Förnyat förtroende? I Holmberg, S, Weibull, L (red) *Ljusnande framtid*. SOM-insitutet, Göteborgs universitet.
- Holmberg, Sören, Weibull, Lennart (2001) Förtroendefall? I Holmberg, S, Weibull, L (red) *Land du välsignade?*. SOM-insitutet, Göteborgs universitet.
- Holmberg, Sören, Weibull, Lennart (2002) Institutionsförtroende? I Holmberg, S, Weibull, L (red) *Det våras för politiken*. SOM-insitutet, Göteborgs universitet.
- Holmberg, Sören, Weibull, Lennart (2003) Förgängligt förtroende? I Holmberg, S, Weibull, L (red) *Fåfångans marknad*. SOM-insitutet, Göteborgs universitet.
- Holmberg, Sören, Weibull, Lennart (2004) *MedieAkademins förtroendebarmeter 2004*. Göteborg: MedieAkademin.
- Listhaug, Ola, Weibull, Matti (1995) Confidence in Political Institutions. I Klingemann, H-D, Fuchs, D (Eds.) *Citizens and the State*. Oxford-New York, Oxford University Press
- Luhmann, Niklas (1989) *Vertrauen. En Mechanismus der Reduktion sozialer Komplexität*. Stuttgart, Ferdinand Enke Verlag
- Misztal, Barbara (1996) *Trust in Modern Societies*. Cambridge, Polity Press
- Nilsson, Lennart (1993) Service och boende i Västsverige. I Nilsson, L (red) *Västsvensk opinion*. SOM-insitutet, Göteborgs universitet
- Norris, Pippa (1999) *Critical Citizens*. Oxford: Oxford University Press
- Prakke, Henk (1967) *Kommunikation der Gesellschaft*. Münster, Verlag Regensburg
- SOU 1999:132 *Valdeltagandet i förändring*. Stockholm 1999.
- SOU 2004:47 *Näringslivet och förtroendet*. Stockholm
- Weibull, Lennart, Börjesson, Britt (1995) *Publicistiska seder*. Stockholm, Tiden/SJF
- Österman, Torsten, Timander, Joachim, Wikman, Tom (2004) *Förtroendet under vardag och kriser*. Stockholm, Styrelsen för psykologiskt försvar





# FÖRTROENDE I DET MULTIKULTURELLA SAMHÄLLET

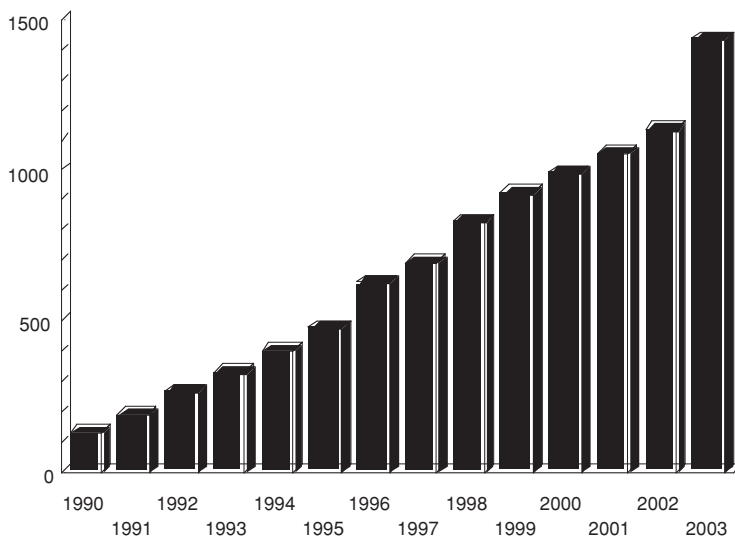
BO ROTHSTEIN

Forskning är till sin natur internationell och multikulturell. Lika lite som det kan finnas en svensk matematik eller biologi, kan det finnas en samhällsvetenskap som begränsar sig till svenska förhållanden. Tvärtom är det så att vi bara kan förklara svenska särdragen i svensk politik om vi jämför med andra länder. Även om aldrig så ivriga forskningsbyråkrater gärna vill styra och ställa med forskningen på den nationella nivån, står de sig slätt mot det internationella forskarsamhället av det enkla skälet att den inte går att kontrollera med de politiska och administrativa medel som står dem till buds på den nationella och lokala nivån. För samhällsforskningen är denna internationalisering själva livlinan eftersom det bara är så man kan hävda sitt oberoende gentemot de kommersiella och politiska intressen som har en olycklig tendens att försöka styra forskningen för att kunna utnyttja den för sina egna syften. Forskningsresultat går nämligen inte alltid den väg som de med ekonomisk eller politisk makt önskar och sanningen är ibland synnerligen illa tåld. Särskilt för statsvetenskapen som har att granska den politiska makten på den politiska maktens ekonomiska och administrativa villkor är detta oberoende helt nödvändigt. När det gäller frågor om förtroendet för politikens institutioner rör man sig nämligen på ett minerat område.

Alltnog, numera kan den som så önskar faktiskt mäta vad som sker i det internationella forskarsamhället. Genom de databaser som drivs av *International Science Information* kan man mäta vad det är för begrepp som fångar det internationella forskarsamhällets intresse. Databaserna registrerar alla viktigare vetenskapliga tidskrifter som publicerar forskarrapporter efter oberoende kollegial kvalitetsgranskning (sk. *peer review*), idag inalles närmare 3 000. I denna databas kan man söka efter vetenskapliga artiklar med hjälp av s.k. nyckelord. Om man söker på förekomsten av termen ”*trust*” i artiklarnas titlar, sammanfattningar eller de nyckelord som författarna angivit (vanligtvis tre till fem) får man det resultat som visas i figuren nedan.

Som framgår av figuren har det skett en mycket kraftig ökning av antalet vetenskapliga artiklar om förtroende. Från 1990 till 2003 talar vi om en tiodubbling. Även om man tar hänsyn till att antalet tidskrifter i databasen ökat, är det likväl fråga om en ökning med drygt 700 procent.

**Figur 1** Antal publicerade vetenskapliga artiklar om förtroende (trust) 1990–2003



**Källa:** Social Science Citation Index 1990-2003

Man kan naturligtvis fråga sig varför det internationella forskarsamhället kommit att bli så intresserat av frågan om förtroende. Jag tror det finns ett antal skäl till detta. Ett är rent teoretiskt och handlar om de ekonomiska samhällsmodellernas tillkortakommanden. Problemet, som i den teoretiska litteraturen går under begreppet ”multipla jämviktslägen”, innebär att det utifrån antaget om att människor styrs av sitt rationella egenintresse, kan i princip vad som helst hända. Om man tar ett problem som korruption kan vi hamna både i Palermo och Oslo, dvs i samhällen med massiv korruption och i samhällen där korruption är ett närmast okänt fenomen. Om offentliga tjänstemän tror att de flesta andra tjänstemän tar mutor är det naturligtvis rationellt att själv ta emot mutor. Men om man lutar på att de flesta andra inte sysslar med bestickning, kan det vara rationellt att vägra ta emot mutor. Det är mycket som talar för att förtroende för de andra aktörerna är vad som avgör vilket av dessa lägen som skall uppkomma (Kornai, Rothstein & Rose-Ackerman 2004).

Ett annat skäl till intresset för förtroende som fenomen är att det är kopplat till många saker som normativt anses mycket önskvärda. Samhällen i vilket människor anser att de i allmänhet kan lita på andra människor har bättre fungerande demokratiska institutioner, högre ekonomisk tillväxt, mera ekonomisk jämlikhet och ett mera vitalt frivilligt föreningsliv. Individer som anser att de kan lita på andra människor har högre utbildning och högre inkomster, är oftare friska, är mera nöjda

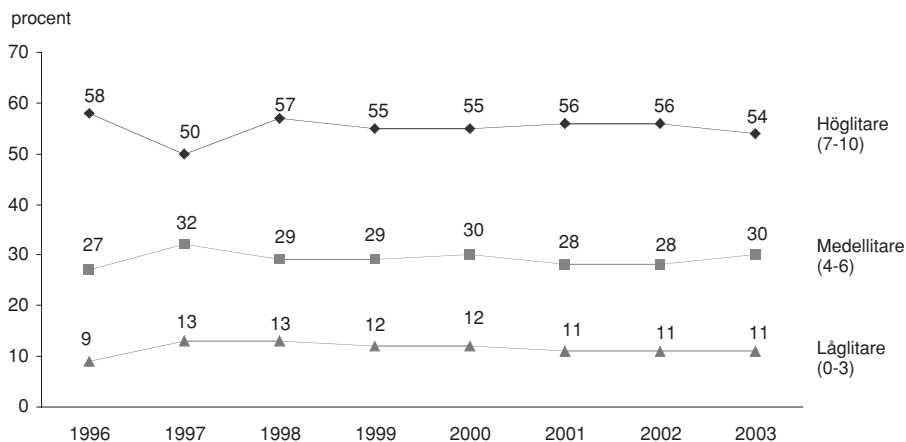
med sitt liv och tycker bättre om demokratins institutioner (Rothstein 2003, Uslaner 2002, Delhey & Newton 2003).

Ett tredje skäl till det stora intresset för förtroende är att det är en variabel som innehåller det som empiriskt inriktade samhällsforskare gillar, nämligen mycket variation. Det finns helt enkelt mycket att förklara och det är som nämnts av många skäl viktigt att hitta förklaringar till den variation man kan observera. Om man jämför länder när det gäller graden av mellanmännisklig tillit är de skillnader som finns närmast uppseendeväckande stora. Grovt sett kan man ge följande beskrivning av de data som kommer från de sk. *World Value Surveys*. I de nordiska länderna är det omkring 60 procent av befolkning som ”anser att man i allmänhet kan lita på människor i samhället”. I de kontinentaleuropeiska länderna är siffran i runda tal 40 procent, i Latineuropa runt 25 procent och i länder som Brasilien, Rumänien och Turkiet runt 10 procent (Rothstein & Stolle 2003).

SOM-institutet har sedan 1996 mätt tillståndet för den mellanmänniskliga tilliten i Sverige. Frågan har ställts på ett något annorlunda sätt än i World Value - undersökningarna. Istället för ett enkelt ”ja” eller ”nej” har svarsalternativen getts i form av en 0-10 skala. Resultatet visas i figur 2.

**Figur 2 Mellanmännisklig tillit (procent)**

**Fråga:** ”Enligt Din mening, i vilken utsträckning går det att lita på människor i allmänhet? Svara med hjälp av nedanstående skala”.



**Kommentar:** Skalan går mellan 0 och 10, där 0 innebär att ”det går inte att lita på människor i allmänhet” och 10 ”det går att lita på människor i allmänhet”. Resultaten är baserade på alla svarande inklusive ”vet ej-svar” (3 – 6 procent genom åren)

Det är som synes en stor stabilitet i den mellanmännsliga tilliten. De tidigaste undersökningar som finns är gjorda i Sverige är från 1981 (World Value) och gav vid handen att 57 procent svarade ja på tillitsfrågan. Man kan således säga att detta är en uppfattning (attityd och/eller norm) som är mycket stabil i den svenska befolkningen. Det är med andra ord en tillgång för det svenska samhället som, såsom den kan mätas i surveyundersökningar, är mycket stabil.

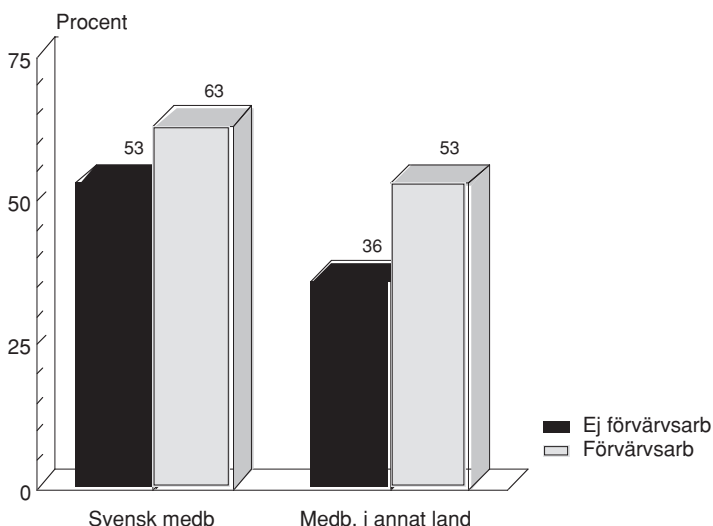
En central fråga i forskningen om förtroende är naturligtvis hur man skall förklara de stora skillnader som finns mellan länder. Ligger det i vissa nationers och folks kultur att lita respektive inte lita på andra människor? Eller har det att göra med de politiska institutionerna? Är det förekomsten av demokrati, rättstat, välfärdspolitik och respekt för mänskliga rättigheter som skapar tillit till andra människor? Eller ligger uppfattning om social tillit djupt förborgad i historiskt-kulturella uppfattningar som är oberoende av de politiska institutionerna? Ett sett att undersöka detta är att jämföra personer som bor i Sverige och som har svenskt ursprung med dem som har sitt ursprung i andra länder eller som är medborgare i andra länder. Eftersom det inte är stor variation i utfallet på denna fråga är frågan om det är möjligt att slå samman data från skilda SOM-undersökningar för att studera frågan. På så sätt kan man bryta ner materialet till undergrupper där man kan komma frågan närmare. Tar personer som invandrat till Sverige ifrån länder där den sociala tilliten är låg med sig sin låga tillit till andra människor och bevarar den i Sverige? Eller påverkas de av att bo i Sverige till att bli "höglitare"?

Det visar sig att de som är svenska medborgare har klart högre förtroende för andra människor än personer som är medborgare i något annat land och som har invandrat eller flytt till Sverige. Det skulle tala för att det är den historiskt nedärvda kulturen och inte politiska institutioner som har störst inverkan. Men många invandrare har en svår situation i Sverige. De är ofta arbetslösa och har ofta låga inkomster och därmed finns det stor risk att de inte känner tillhörighet till det svenska samhället utan istället uppfattar sig som marginaliserade. Det kan med andra ord vara deras utanförskap i Sverige, snarare än deras kulturella bakgrund som påverkar förtroendet för andra människor i negativ riktning. Detta kan till viss del undersökas i SOM-materialet om man slår samman undersökningar från flera år. Resultatet visas i figuren 3.

En möjlig tolkning av dessa data är följande. Personer med svenskt medborgarskap har klart större förtroende för andra människor än personer med icke-svenskt medborgarskap. Men om man kontrollerar för om personerna förvärsarbetar eller ej, försvinner en tämligen stor del av skillnaderna. Det vill säga, om en person som bor i Sverige men som är medborgare i ett annat land ges möjlighet att arbeta, kommer hon eller han att ha nästan lika högt förtroende för andra människor som personer som är svenska medborgare. Att ha arbete är ofta en viktig ingrediens i möjligheten att känna tillhörighet till ett samhälle. Med arbete följer en mängd saker som kan skapa denna tillhörighet, medan att inte ha arbete tenderar att ge den motsatta

upplevelsen. Men, det kan naturligtvis också vara så att personer med hög tillit till andra människor (och som är invandrare) har lättare att få jobb.

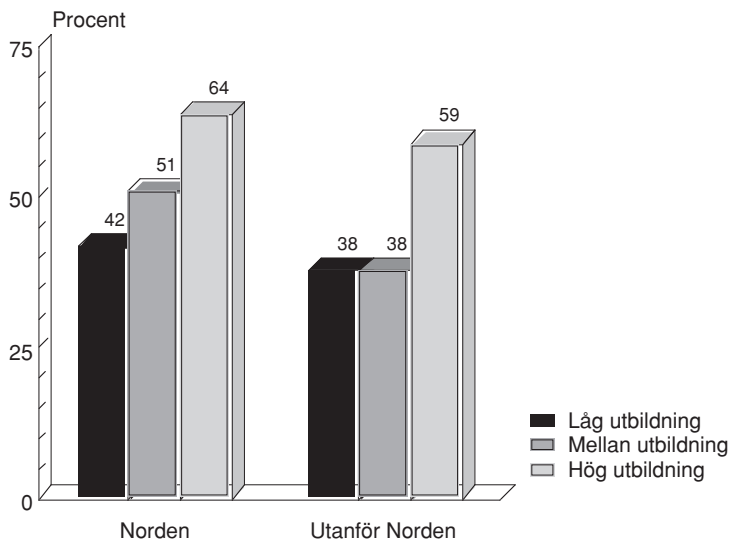
**Figur 3** Andel med hög mellanmänsklig tillit efter medborgarskap och förvärvsarbete



**Källa:** Riks-SOM 1991-2001. Antal svar = 9330

Ett annat sätt att undersöka frågan är att titta på var någonstans föräldrarna är uppvuxna. Om man delar in befolkningen i de vars far är uppvuxen i Norden och de som är uppvuxna utanför Norden, får man återigen ett klart resultat, nämligen att den förra gruppen litar betydligt mer på andra människor än den senare. Ett resultat från forskningen om förtroende är emellertid att utbildning tenderar att ha en positiv påverkan. Ju mer utbildning folk har, desto mer litar de på andra människor (Uslaner 2002, Delhey & Newton 2003). Vad händer då om vi försöker kontrollera tillit till andra människor i förhållanden till både uppväxtförhållanden och utbildning. Resultatet ges i figur 4.

En tolkning av resultatet är följande. Det visar sig att personer där fadern är uppväxt utanför Norden har ett klart lägre förtroende för andra människor än de vars far är uppväxt i något nordiskt land. Så långt får kulturtesen stöd. Men, om man ger personer vars far är uppväxt utanför Norden mycket utbildning, försvinner en stor del av skillnaden. Personer vars far är född utanför Norden men som har hög utbildning (dvs har påbörjat högskole- eller universitetsutbildning eller har högskole- alternativt universitetsexamen) har så gott som lika hög social tillit som de med vars far är uppväxt i något nordiskt land.

**Figur 4 Tillit i förhållande till faderns uppväxt och utbildning**

**Källa:** Riks-SOM 1996-2003. Antal svar = 23096

Men, det kan naturligtvis återigen vara så att det är personer som från början har hög tillit till andra människor som söker och har möjlighet att komma till högskole- och universitetsutbildningar. Att reda ut kausala förhållanden i samhällsvetenskap är komplicerat. Resultaten indikerar emellertid att det är de sociala omständigheterna människor lever under, snarare än hennes nedärvda kultur, som påverkar förtroendet för andra människor.

## Referenser

- Delhey, Jan, and Kenneth Newton. 2003. Who trusts? The origins of social trust in seven societies. *European Societies* 5 (2):93-137.
- Kornai, Janós & Rothstein, Bo & Rose-Ackerman, Susan (red). 2004. *Creating Social Trust in Post-Socialist Transition*. New York: Palgrave/Macmillan
- Rothstein, Bo. 2003. *Sociala fällor och tillitens problem*. SNS Förlag
- Rothstein, Bo & Stolle, Dietlind. 2003. *Social Capital in Scandinavia*. Scandinavian Political Studies, 2003. 22(1): 1-23.
- Uslaner, Eric M. 2002. *The Moral Foundation of Trust*. New York: Cambridge University Press.

# SYNEN PÅ PR- OCH REKLAMKONSULTER

LARSÅKE LARSSON

Vad anser medborgarna om PR-konsulter och deras verksamhet? Hur ser allmänheten på användningen av kommunikativa konsulter hos företag och organisationer? Bör kontakterna mellan de politiska beslutsfattarna och lobbyister och opinionskonsulter begränsas? Det är tre frågor om allmänhetens syn på det växande fenomenet konsulter för information, opinionsbildning och reklam som avhandlats i SOM-undersökningarna de senaste åren.

Att fråga människor vad de tycker om PR-konsulter och därmed indirekt om PR-branschen kan förefalla vara en överloppsgärning med förutbestämda svar. Det vet vi väl alla att PR är ett nersvärtat begrepp med negativa associationer! Detta trots att begreppet står för *public relations* som syftar på relationen mellan en organisation och dess målgrupper/intressenter och då helst skapandet av goda välfungerande relationer.

Vår förhandsbild motsvarar också det mest genomgående resultatet av denna undersökning: Människor har dåligt förtroende till PR-konsulter. Frågar vi däremot om deras inställning till företags och organisationers användning av konsulter för kommunikation så blir svaret delvis annorlunda, med förståelse för denna funktion och denna typ av aktörer inom åtminstone vissa samhällssektorer.

Frågorna om inställningen till PR-konsulter (samt reklamare och informatörer) och om synen på användningen av kommunikativa konsulter har ställts vid två tillfällen i SOM-undersökningarna, år 2000 och 2002. Den tredje frågan, med förslaget att man ska begränsa kontakterna mellan riksdag/regering och lobbyister och opinionskonsulter, har ställts i den senaste undersökningen 2003. Undersökningen ingår i ett forskningsprojekt om den svenska PR- och informationssektorn<sup>1</sup>.

## Synen på tre kommunikativa yrkesgrupper

Förtroendet för de tre kommunikativa yrkesgrupperna PR-konsulter, reklampersoner och informatörer är mycket lågt hos den tillfrågade populationen, särskilt för de två första yrkesgrupperna. Det visar frågan i SOM-undersökningen (2002) om förtroendet för olika grupper i samhället enligt tabell 1. Frågan är så formulerad att den gäller både synen på aktörerna och deras arbete/verksamhet.

Enbart sju procent av de tillfrågade uttalar att de har mycket stort eller ganska stort förtroende (i fortsättningen sammanslaget till stort förtroende) för de två första yrkesgrupperna, medan tilltron till informatörer är något högre där 14 procent

reagerar med stort förtroende. Samtidigt anger mer än hälften att de har ganska litet eller mycket litet förtroende (i fortsättningen sammanslaget till litet förtroende) till de två första grupperna, medan motsvarande siffra för informatörer är en tredjedel. Förtroendet är allra sämst för reklamare. När det gäller informatörer kan observeras att de odeciderade utgör en stor andel, mer än hälften har ingen bestämd uppfattning.

**Tabell 1 Förtroende för de kommunikativa yrkesgrupperna PR-konsulter, reklampersoner och informatörer (procent och balansmätt)**

**Fråga:** Allmänt sett, hur stort förtroende har Du för det sätt på vilket följande grupper sköter sitt arbete? I frågealternativen var alternativet reklampersoner, vilket i denna text ersatts av reklamare.

	PR-konsulter	Reklamare	Informatörer
Stort förtroende	7	7	14
Varken eller	37	32	52
Litet förtroende	56	61	34
Totalt	100	100	100
Förtroendebalans	- 49	- 54	- 20
Antal	1325	1382	1312

**Kommentar:** Balansmättet anger förhållandet mellan stort och litet förtroende. Det går från +100 (alla har stort förtroende) till -100 (alla har lågt förtroende). De som svarat Ingen uppfattning ingår inte i någon av tabellerna 1-6.

**Källa:** Riks-SOM 2002

De tre yrkesgrupperna tillhör de med sämst förtroende av de undersökta samhällsgrupperna i SOM-mätningarna. PR-konsulter och reklamare återfinns i den absoluta botten – politiker hamnar dock sist 2000 men rycker upp sig 2002, dels genom en precisering i enkäten till rikspolitiker men även tack vare en generell uppgång för politiska institutioner efter bland annat händelserna i USA 11:e september (2001). Även informatörer ligger tämligen långt ner.

En jämförelse mellan 2000 och 2002 visar dessutom att förtroendet minskat för samtliga tre yrkesgrupper. Andelen tillfrågade som anger stort förtroende minskar samtidigt som andelen med litet förtroende ökar kraftigt med drygt 20 procentenheter, vilket ger ett betydligt försämrat balansmätt med runt 25 enheter för samtliga tre yrkesgrupper (Holmberg & Weibull, 2001). Till bilden hör att även förtroendet för dagspress och radio-TV minskade under samma tidsperiod, liksom även förtroendet för journalister (jfr Holmbergs & Weibulls kapitel om samhällsförtroende i denna volym).



## En generationsfråga?

PR kan sägas tillhöra en av modernismens kommunikativa faktorer och fenomen. Och reklamen har blivit helt inbäddad i vårt vardags-, kultur- och nöjesliv, som en huvudkomponent i det nutida konsumtionssamhället (se Ewen 1976/2001; Schudson 1986; Jamieson & Campbell 1997; Mral & Larsson 2004). PR och reklam tillhör också arbetslivet för många yrkesgrupper. Frågan är om PR och reklam varierar beroende på generationerna och olika samhällsskikt? En nedbrytning av siffrorna på olika demografiska grupper visar en del intressanta bilder av populationens uppfattningar i frågan (tabell 2).

**Tabell 2** *Förtroende för PR-konsulter, reklampersoner och informatörer fördelade på kön, ålder, utbildning, hushållsinkomst och politisk placering (balansmått)*

	PR-konsulter	Reklamare	Informatörer
<i>Kön</i>			
Kvinnor	-44	-52	-12
Män	-52	-58	-28
<i>Ålder</i>			
15-29	-27	-43	-5
30-49	-51	-53	-18
50-75	-57	-63	-30
<i>Utbildning</i>			
Låg	-50	-56	-26
Medel	-38	-49	-13
Hög	-55	-59	-18
<i>Yrkesgrupp</i>			
Arbetare	-41	-49	-5
Tjänsteman	-57	-62	-21
Företagare	-44	(-42)	(-30)
<i>Anställning</i>			
Statlig	-64	-68	-26
Kommunal	-46	-63	-20
Privat	-48	-53	-20
<i>Politisk placering</i>			
Till vänster	-53	-59	-20
Varken eller	-43	-52	-21
Till höger	-45	-50	-19

**Kommentar:** För frågeformulering mm och förklaring av balansmått se tabell 1. Balansmått inom parentes bygger på färre än 50 personer.

Både män och kvinnor har i grunden bristande förtroende till våra tre yrkesgrupper, starkt negativa till PR-konsulter och reklamare men mindre negativa till informatorer. Männerna är genomgående mer negativa än kvinnorna. Den negativa inställningen ökar med ålder, den äldsta åldersgruppen uppvisar lägst förtroende, medan den yngsta gruppen har minst negativ inställning, åtminstone till PR-konsulter och informatörer. Sett till utbildning är skillnaderna små mellan olika nivåer, men av någon anledning uppvisar lågutbildade större skepticism mot informatörer än övriga grupper

När det gäller yrkestillhörighet visar det sig att särskilt tjänstemän är negativt inställda till PR- och reklamaktörer, medan företagare och de som ingår i arbetarkategorin har en mindre negativ syn än vad som är den genomsnittliga. Intressant är att företagare dock är negativa till alla tre konsultfunktionerna, trots de kan förväntas använda sig av dessa i sin egen verksamhet. Arbetare har en mer balanserad inställning till informatörer än övriga yrkesgrupper. Den kritiska inställningen gäller vidare oavsett typ av anställning. Men statligt och kommunalt anställda avger synnerligen negativa omdömen gentemot reklamfolk, de statliga är även påtagligt negativa till PR-konsulter. Det finns vidare en tendens i materialet att den resurs-svagaste gruppen, mätt i hushållsinkomst, är något mindre negativ än resursstarkare skikt.

## Samhällsyn och yrkesförtroende

Människors politiska orientering förefaller ha en relativt liten betydelse för bedömningarna av de tre yrkesgrupperna. Det finns ingen större skillnad mellan de med stort och litet/inget politiskt intresse. Skillnaderna är också små sett till den politiska vänster-höger-skalan. Tendensen är emellertid att de som uppger sig stå till vänster (klart eller något till vänster) har en något mer negativ inställning än dem som anger sig stå till höger (klart eller något till höger) när det gäller de två konsultyrkena. När vi granskar inställningen i relation till partisympati framträder även här enbart små skillnader, med moderata sympatisörer som minst negativa och miljöparti- och kristdemokratiska sympatisörer som mest negativa. Men för alla partier ligger variablerna ganska/mycket litet förtroende över 50 procentenheter (men de faktiska talen är ganska små för varje partigrupp).

Vi kan föreställa oss att det finns skillnader i inställning till de tre yrkesgrupperna beroende på synen på hur samhället ska skötas. Det visar sig också i viss mån vara fallet när synen på PR-konsulter och reklamare ställs mot förslagen att "Minska den offentliga sektorn" och att "Satsa på ett samhälle med mer privat företagsamhet och marknadsekonomi". De som anser att det första förslaget är bra (ganska eller mycket bra) har högre förtroende för PR- och reklamaktörerna och deras verksamhet än dem som ogillar förslaget (mycket eller ganska dåligt). De som är positiva till mer marknadsekonomi är mindre negativa till PR- och reklamfolk än marknads-skeptikerna, men uppvisar fortfarande ett negativt balansvärde. Vi får åter konsta-

tera att som helhet har människor ett klart bristande förtroende för dessa två påverkansaktörer.

Vid en jämförelse med läget två år tidigare (2000) visar det sig att särskilt kvinnor tappar förtroendet för PR-konsulter liksom för reklamare (jfr även Holmberg och Weibull 2001). Sett till ålder gäller sammalunda för främst åldersgrupperna upp till 50 år, medan den äldre gruppen redan tidigare var klart negativ. Tydligt är också att de med politiskt intresse tappat förtroendet. När det gäller politisk placering gäller dock att den negativa inställningen minskat lika starkt till vänster som till höger.

### Syn på organisationers användning av konsulter

Synen på konsulter ändras snabbt då begreppet och prefixet PR utgår ur leken. När vi i stället talar om 'konsulter för information och kommunikation' blir värderingarna betydligt mer nyanserade och i vissa fall omvända. Det anses bland de tillfrågade i studien 2002 i allmänhet legitimt att använda sådana konsulter inom näringslivet. Men för fackliga organisationer och politiska partier är det inte legitimt, och knappast heller för myndigheter och ideella organisationer, enligt tabell 3:

**Tabell 3** *Inställning att användning av konsulter för information och marknadsföring inom olika sektorer (procent och balansmått)*

**Fråga:** Vad anser du om att man på följande områden anlitar konsulter för information och marknadsföring?

	Näringslivet	Myndigheter	Ideella organisationer	Fackliga organisationer	Politiska partier
Bra förslag	49	30	28	23	24
Varken eller	33	35	40	35	36
Dåligt förslag	18	35	32	42	40
Totalt	100	100	100	100	100
Balansmått	+31	-5	-4	-19	-16
Antal	1356	1368	1321	1326	1354

**Kommentar:** Om balansmått se tabell 1.

**Källa:** Riks-SOM 2002

Närmare hälften av de tillfrågade anser således att det är mycket rimligt (mycket eller ganska bra) att näringslivet anlitar konsulter för kommunikation, medan de som har en motsatt uppfattning enbart utgör en dryg sjättedel. Användning av konsulter hos övriga samhällssektorer accepteras dock i mindre utsträckning – runt

en fjärdedel av de tillfrågade godtar det (dock något högre för myndigheter), samtidigt som de som tycket att konsultanvändning är en dålig idé inom dessa sektorer utgör en relativt stor andel. Sammanfattningsvis, mätt i balansvärden, är människors inställning till användning av konsulter positiv hos näringslivet, aningen negativ för myndigheter och ideella organisationer samt negativ för politiska partier och särskilt fackliga organisationer.

En demografisk nedbrytning ger ett antal skillnader i inställning till användning av konsulter för kommunikation hos de olika samhällssektorerna (tabell 4).

**Tabell 4 Synen på användning av konsulter inom olika områden efter kön, ålder, utbildning, yrkestillhörighet och politisk placering (balansmätt)**

	Näringslivet	Myndigheter	Ideella orga- nisationer	Fackliga orga- nisationer	Politiska partier
<i>Kön</i>					
Kvinnor	+29	0	-1	-13	-11
Män	+31	-9	-5	-22	-19
<i>Ålder</i>					
15-29	+50	+19	+28	+8	+4
30-49	+37	-4	+2	-17	-12
50-75	+19	-15	-22	-30	-25
<i>Utbildning</i>					
Låg	+16	-12	-19	-27	-26
Medel	+34	-2	0	-18	-12
Hög	+44	-1	+10	-10	-6
<i>Yrkesgrupp</i>					
Arbetare	+25	-10	-11	-19	-19
Tjänsteman	+36	-4	-1	-20	-15
Företagare	(+41)	(+1)	(-5)	(-24)	(-14)
<i>Anställning</i>					
Statlig	+33	0	+4	-19	-12
Kommunal	+23	-11	-14	-22	-19
Privat	+33	-7	-6	-21	-18
<i>Politisk placering</i>					
Till vänster	+24	-9	-10	-20	-20
Varken eller	+21	-9	-12	-17	-20
Till höger	+48	+2	+8	-18	-7
<i>Politiskt intresse</i>					
Mycket/ganska	+38	-2	+3	-16	-10
Inte särskilt/inte alls	+21	-4	-14	-20	-23

**Kommentar:** Om balansmätt se tabell 1.

Både kvinnor och män har en positiv inställning till konsulthjälp inom näringslivet och en i stort sett lika positiv bild. Gentemot flertalet övriga samhällssektorer är synen negativ, men kvinnorna är mindre negativa än männen, särskilt i fråga om myndigheter, fackliga organisationer och politiska partier.

Yngre personer (15-29 år) är genomgående positiva till konsulthjälp oavsett sektor, särskilt vad gäller näringslivet men även för ideella organisationer. Den äldre gruppen (50-75 år) är genomgående negativ utom för näringslivet, där entusiasmen dock är klart lägre än hos övriga åldersgrupper. De äldre är snarast mycket negativa till konsulthjälp i fråga om fackliga organisationer och politiska partier.

Samma inställning om konsulter som bland de äldre möter oss hos dem med låg utbildning när vi ser till utbildningsnivå. De med hög utbildning har en helt annan syn. De har en mer positiv syn på näringslivets konsultanvändning, även positiv värdering för ideella organisationers del, liksom en mindre negativ syn för övriga sektorer i ämnet. När det gäller boende ger studien en fallande positiv-negativ skala för storstad-stad/tätort-landsbygd i syn på konsulter.

Mätt i yrkestillhörighet kan vi konstatera att arbetare och tjänstemän har i stort sett samma inställning, med tillägget att de senare är mer positiva till konsulter i näringslivet än de förra. Båda parter ställer sig avvisande till sådan användning hos fackliga organisationer. Gruppen företagare är för liten för att man ska våga dra några bestämda slutsatser.

De privatanställda är positiva, men inte överväldigande positiva, till kommunikativa konsulter inom sin egen sektor näringslivet. De statligt anställda – som är så negativa till PR- och reklamfolk – ställer sig också positiva till konsulter i denna sektor. Deras syn på konsulter i sin egen verksamhet, myndigheter, är intressant nog ”nollställd” – neutral eller ambivalent beroende på tolkning. Kommunalt anställda är dock mer skeptiska till konsultanvändning hos myndigheter. Att alla tre anställningskategorier är mycket negativa till konsulter i fackliga och politiska miljöer är knappast att förvåna när vi känner till den allmänna inställningen härvidlag.

När det gäller politisk placering uppvisar de som uppger sig stå till vänster (mycket eller något till vänster) och de till höger (mycket eller något till höger) stora skillnader. De till höger är betydligt mer positiva till konsultinsatser i näringslivet och mindre negativa till detta inom de politiska partierna. De ställer sig även i viss mån positiva till användning av konsulter hos ideella organisationer, och även i fråga om myndigheter är balansvärdet positivt om än på gränsen. När det gäller fackliga organisationer är synen dock samstämmigt negativ.

Skiljer sig synen på användning av konsulter beroende på hur intresserad man är av samhälle och politik? Ja, mätt i politiskt intresse så visar studien på sådana skillnader. De som är intresserade av politik i allmänhet finner det vara ett bra förslag att anlita konsulter i större grad än dem som inte är politiskt intresserade när det gäller näringslivet och de intresserade är mindre negativa i fråga om politiska och fackliga organisationer. Resultatet kan förefalla överraskande men kan möjligen förklaras av att de politiskt intresserade har en mera realistisk syn på behovet av konsultverksamhet.

En intressant notering framträder när vi korsar uppfattningen om de tre olika kommunikativa yrkesgrupperna med synen på anlita av konsulter inom olika samhällssektorer. För PR-konsulter framträder följande bild bland dem som ställer sig positiva till att anlita konsulter inom respektive område (tabell 5).

**Tabell 5 Förtroende för PR-konsulter bland dem som anser det vara bra att använda konsulter inom olika samhällssektorer (procent)**

	Näringslivet	Myndigheter	Ideella orga- nisationer	Fackliga orga- nisationer	Politiska partier
Stort förtroende	11	14	14	15	16
Varken eller	38	41	38	44	45
Litet förtroende	51	45	48	41	39
Antal svar	565	348	324	259	279
Balansmätt	-40	-31	-34	-26	-23

Resultatet visar att även personer som anser det vara ett bra förslag att använda konsulter på olika samhällsområden är kritiskt inställda till PR-konsulter. Bland dem som accepterar konsulter inom näringslivet har hälften dåligt förtroende för just PR-konsulter, medan bara en tiondel är positiva till denna typ av konsulter. Och när det gäller de politiska partierna har fyra av tio som accepterar konsulter dåligt förtroende för dessa experter. Balansmåttan är klart negativa för alla sektorer. När det gäller reklamare, inte redovisad i tabellen, är den negativa andelen ännu större. Förtroendet för informatörer är dock bättre och det oavsett sektor.

En kompletterande korrelationsanalys (Pearson's r) visar på höga samband mellan synen på konsultmedverkan på olika områden:

	Näringsliv	Myndigheter	Ideella org.	Fackförbund
Myndigheter	0.63			
Ideella org.	0.63	0.68		
Fackförbund	0.53	0.77	0.68	
Politiska partier	0.59	0.77	0.65	0.83

De höga sambanden bekräftar att det finns ett relativt enhetligt mönster: antingen är man för eller emot anlita av konsulter oavsett vilket område det gäller. Sambandet är högst mellan politiska partier och fackförbund, och något lägre mellan näringslivet och (alla) de övriga samhällssektorerna. Skillnaden är dock marginell och när den testas i en faktoranalys framträder det inte som någon egen dimension.

## Hindra lobbyister och opinionskonsulter i riksdagen?

PR-branschens verksamhet består i stor utsträckning av aktiviteter för att påverka beslutsfattare, särskilt politiska aktörer och myndighetsaktörer, alltså det område där det bland allmänheten finns störst tveksamhet till konsultmedverkan. Dessa aktiviteter tar sig främst två former, dels direkt personlig påverkan i form av lobbying, dels opinionsbildning gentemot medborgargrupper (via medierna) med mål att efter opinionsarbetet också påverka beslutsfattare. En fråga har därför ställts i SOM-undersökningen 2003 om allmänhetens syn på denna typ av aktivitet med demokratisk implikation, i form av ett förslag: 'Begränsa regeringens och riksdagens kontakter med lobbyister och opinionskonsulter'.

Förslaget att begränsa kontakterna möts sammantaget med ett positivt gensvar. Fyra av tio tillfrågade anser det vara ett mycket bra eller ganska bra förslag, medan enbart en av tio menar att är ett mycket eller ganska dåligt förslag (närmare hälften hade dock ingen uppfattning i frågan). Mätt i balansvärden är det genomgående plussiffror oavsett vilka variabler som väljs (tabell 6 nästa sida).

Män anser i större utsträckning än kvinnor att kontakterna bör begränsas. Uppfattningen att det är ett bra förslag ökar också med stigande ålder, från en fjärdedel hos den yngre gruppen till hälften hos den äldre (andelen odeciderade är dock mycket stor i den förra gruppen). Sett till yrkeskategorier är företagare mer positiva än tjänstemän och särskilt arbetare, samtidigt som ytterst få företagare menar det vara ett dåligt förslag. Företagarna följer här samma mönster som i synen på konsulter i allmänhet.

När det gäller politisk inställning visar studien att personer som uppger sig stå till vänster på den politiska skalan är mer positiva till förslaget än dem till höger (44-37%). Flankerna spretar ännu mer där särskilt de som placerar sig klart till höger uppvisar en lägre andel positiva svar (25%). Andelen positiva svar sjunker också när förslaget korsas med frågan om politiskt intresse, från hälften bland dem som uppger sig vara mycket politiskt intresserade till en drygt fjärdedel bland dem som inte alls är intresserade. Sett till parti är personer som uppger sympati med kristdemokraterna, centerpartiet och miljöpartiet mest positiva till att begränsa kontakterna, medan de som anger socialdemokraterna och särskilt moderaterna är minst positiva, med en variation från 48 procent (Kd) till 33 procent (moderaterna).

Vi kan föreställa oss att personer som är missnöjda med demokratin och den demokratiska ledningen bejaktar förslaget i större grad än dem som är tillfreds med demokratin. Så visar sig också vara fallet i undersökningen där de bejakande ökar från 30 procent bland dem som är mycket nöjda med demokratin i allmänhet till 55 procent bland dem som är mycket missnöjda. De som uppger svagt förtroende för riksdag och regering tycker likaså att begränsningsförslaget är en bra idé i större utsträckning än de med stort förtroende för dessa organ. Och personer som anger ett bristande förtroende för de politiska partierna vill begränsa lobbykontakterna i större grad än dem som uppger sig ha stort förtroende.

**Tabell 6 Synen på lobbyister i riksdagen efter politisk placering, partisynpaty och demokratisyn m m (procent och balansmätt)**

Kategori	Bra förslag	Varken eller	Dåligt förslag	Balansmätt
Alla	40	49	11	+29
Kön				
Kvinnor	36	54	10	+26
Män	44	44	12	+32
<i>Ålder</i>				
15-29	25	64	11	+14
30-49	36	54	10	+26
50-75	49	39	11	+38
<i>Yrkesgrupp</i>				
Arbetare	39	52	9	+30
Tjänstemän	43	46	11	+32
Företagare	47	42	1	+46
<i>Politisk placering</i>				
Till vänster	44	44	12	+32
Till höger	37	51	12	+25
<i>Politiskt intresse</i>				
Mycket intr.	50	36	14	+36
Ganska intr.	44	43	13	+31
Inte särskilt	34	59	7	+26
Inte alls intr.	29	58	13	+16
<i>Partisynpaty</i>				
Vänsterpartiet	44	44	12	+32
Socialdemokraterna	39	50	11	+28
Miljöpartiet	45	47	8	+37
Centerpartiet	46	48	6	+40
Folkpartiet	41	46	13	+28
KDS	48	47	5	+43
Moderaterna	33	53	14	+19
<i>Demokratisyn</i>				
Mycket nöjd	30	48	22	+8
Ganska nöjd	38	52	10	+28
Inte särskilt nöjd	44	47	9	+35
Inta alls nöjd	55	28	17	+38
<i>Förtroende för Riksdag/regering</i>				
Stort förtroende	39	47	14	+25
Litet förtroende	46	43	11	+35

**Kommentar:** Om balansmätt se tabell 1.

**Källa:** Riks-SOM 2003



Undersökningen avslöjar vissa samband mellan ett positivt besvarande av begränsningsfrågan och mediebruk. Människor som ofta tittar eller lyssnar på etermediernas nyhetsprogram och samhällsprogram eller som ofta läser om riksdag/regering i tidningarna svarar jakande på förslaget i större grad än dem som mer sällan tar del av sådana nyheter och program, med undantag för ett medium. Undantaget gäller TV4:s Nyheter där resultatet är det motsatta, ju mindre tittarna tagit del av detta program, desto mer benägna är de att svara ja på frågan.

### **Sammanfattning och slutsatser**

Den enkla hypotesen om människors inställning till PR stämde till fullo i undersökningen. Den svenska allmänhetens syn på PR- och reklamfenomenet är mycket negativ, mätt i förtroende för PR-konsulter och reklampersoner. Förtroendet för informatörer (i företag, myndigheter och organisationer) är bättre men fortfarande negativt. De tre yrkena ligger i botten bland olika yrkesfält på förtroendelistan.

Studien visar att äldre personer är mer negativa än yngre. Frågan är om ungdomar av idag i större grad har accepterat ett samhälle med reklam och andra former av uttryck för påverkan? Är generationsfrågan ett tecken på att en senare generation faktiskt har en annan uppfattning eller på att människor ändrar sig med åren? Samtidigt ska vi vara medvetna om att balansmåtten hela tiden befinner sig på minussidan.

Det visar sig också att tjänstemän, särskilt offentligt anställda, är mer skeptiska till de två konsulttyperna än andra yrkesgrupper. Det kan tolkas som ett tecken på att de ogillar att konsulter utför tjänster på deras arbetsplatser. Intressant är samtidigt att även företagare har bristande förtroende för (alla tre) kommunikativa kategorier, trots att de kan förväntas använda inte minst reklamkonsulter i sin verksamhet.

Jämfört med undersökningen 2000 har förtroendet minskat mycket påtagligt. En orsak kan vara den debatt som förts under senare år om PR-branschen utifrån ett antal uppmärksammade fall av PR-aktiviteter och inte minst hanteringen av den svenska s.k. Sydafrikakampanjen som ledde till PR-byrån Riktas fall.

I undersökningen har de tillfrågade också givit sin syn på användningen av konsulter inom olika samhällssektorer. Människor inser och accepterar att olika sektor har olika logik. Man är positiv till denna företeelse inom näringslivet, men negativ för fackliga organisationer och politiska partier, medan inställningen är närmast nollställd räknat i balansmätt när det gäller myndigheter och ideella organisationer. Den negativa uppfattningen om politiska partiers och fackliga organisationers utnyttjande av lobbyister och opinionsbildare – som är de vanligast köpta PR-formerna hos dessa organisationer – är tydlig.

Inställningen till konsulter blir således betydligt mer nyanserad när orden PR och reklam försvinner ur leken – PR-begreppet är tydligt nedsvärdat. En fråga är om det är PR-branschen som genom sina aktiviteter skapat denna svartmålning av sin verksamhet eller om medierna (också) är en bov i dramat?

Det bristande förtroendet för PR-konsulter och reklampersoner kan tolkas som ett misstroende mot kommunikativa aktörer som ägnar sig åt påverkan. PR-folk förknippas med propaganda och manipulation. Reklampersoner är minst lika goda kålsupare. Och informatörer fallas in i samma hord av propagandister och har således inte lyckats skapa en bild av sig och sin verksamhet som tillförlitlig, sanningsvårdande och etisk.

En dimension av misstron mot konsulter kan vara att dessa upplevs som en modernistiskt och importerat väsen som inte hör hemma i vår politiska, sociala och kulturella kultur. Till det kommer en elit- och maktspekt, att de förknippas med de skikt i samhället som styr oss andra. I allmän opinion är de under alla förhållanden en misstrodd grupp, mätt i förtroende för deras yrke och verksamhet.

Konsulter har för folk i allmänhet ingen plats i den demokratiska processen – nej konsulter bör begränsa sig till marknadsföring för den kommersiella sektorn. En så utpräglad liberalpluralism vill man inte se där dessa mer eller mindre dolda aktörer ingår bland samhällets debattröster. Synen på hur demokratin ska fungera är mer idealistisk. Det är Folk rörelsesverige som fortfarande gäller som mall för politisk påverkan. Sådan påverkan ska ske genom genuin och äkta vilja från grupper av människor och deras intresseorgan som själva vill framföra sin uppfattning, inte genom inköpta legoknektar.

## Noter

- <sup>1</sup> Forskningsprojektet studerar den svenska PR- och informationssektorn med fokus på konsultbranschen utifrån ett opinionsbildnings- och demokratiperspektiv (Projekt titel: Opinionskonsulterna – en växande maktfaktor i det svenska samhället). Projektet intresserar sig för sektorns och branschens utveckling, verksamhet och demokratiska roll. Dess resultat publiceras i två volymer 2004-2005.

## Referenser

- Ewen, Stuart (1976/2001): *Captains of Consciousness. Advertising and the Social Roots of the Consumer Culture*. New York: Basic Books.
- Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (2001) Förtroendefall. I Holmberg, S, Weibull, L (red) *Land, du välsignade?*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Jamieson, Kathleen & Campbell, Karlyn (1997): *The interplay of influence. News, Advertising, Politics and the Mass Media* Belmont, CA: Wadsworth.
- Mral, Brigitte & Larsson, Larsåke (2004): *Reklam & retorik*. Åstorp: Rhetor Förlag.
- Schudson, Michael (1986): *Advertising, The Uneasy Persuasion*. New York: Basic Books.

# VETENSKAPEN STÅR STARK I FOLKOPINIONEN

SÖREN HOLMBERG OCH LENNART WEIBULL

Det är ingen överdrift att påstå att vetenskapen står stark i folkopinionen. Universitetet som institutioner toppar SOMs förtroendelista 2003. Sjukvården, den tidigare suveräna ledaren, är numer bara tvåa. Forskare som yrkesgrupp hamnar också högt när vi mäter förtroende för olika yrkesgrupper; inte allra högst men med en mycket klart positiv förtroendebalans. Bland yrkesgrupperna toppar sjukvårdens personal fortfarande förtroendelistan.<sup>1</sup>

När vi i forskningsprojektet *Vetenskapen i Samhället (ViS)* frågar om förtroende för olika vetenskapsområden uppnår alla fakulteter klart positiva resultat.<sup>2</sup> Mest så medicin med förtroendesiffror som är de högsta vi någonsin uppmätt för någon verksamhet i SOM-institutets snart tjuugoåriga historia. Andelen personer som uttrycker ett mycket eller ganska stort förtroende för medicinsk forskning är hela 84 procent både 2002 och 2003. Förtroenderesultaten för teknisk och naturvetenskaplig forskning är mycket imponerande med 71 respektive 68 procent som hyser stort förtroende i SOM-undersökningen 2003. Motsvarande resultat för samhällsvetenskaplig och humanistisk forskning är också goda om än inte uppseendeväckande bra. Andelen personer som 2003 uppgav att de hade ett mycket eller ganska stort förtroende för forskning inom samhällsvetenskap och humaniora var 52 respektive 41 procent. En förklaring till det svagare resultatet för humaniora är att relativt många svars personer inte hade någon uppfattning om humanistisk forskning (32 procent). Varumärket humaniora är dåligt känt.

Den topprankade medicinska forskningen ingav ett något högre förtroende än genomsnittet bland medelålders och äldre personer, bland högutbildade och bland kvinnor. Könsskillnaderna är dock mycket små och var de omvända 2002 med män som litade mest på medicinsk forskning. Politiskt åtnjuter medicin störst förtroende bland sympatisörer till folkpartiet och moderaterna och minst bland mp-sympatisörer, men skillnaderna är överlag mycket små.

Förtroendeskilnaderna är något större när det gäller humaniora. Mest förtroende har kvinnor, medelålders och högutbildade medan det partipolitiskt är miljöpartister och vänsterpartister som tror mest på humanistisk forskning.

Störst förtroendeskilnader mellan olika grupper återfinns när det gäller teknik, framförallt i fråga om kön. Kvinnor har ett klart lägre förtroende än män för teknisk forskning, 63 procent stort förtroende mot 80 procent. Partipolitiskt har fp- och m-sympatisörer störst förtroende för teknik. Lägst ligger sympatisörer till miljöpartiet och vänsterpartiet.

**Tabell 1 Förtroende för forskning inom olika områden 2002-2003 (procent)**

**Fråga:** "Allmänt sett, vilket förtroende har Du för den forskning som bedrivs inom Sverige inom följande områden?"

Område	Mycket/ganska stort förtroende	Varken eller	Mycket/ganska litet förtroende	Ingen uppfattning	Summa procent
Medicin					
2002	84	9	2	5	100
2003	84	8	2	6	100
Naturvetenskap					
2002	63	22	1	14	100
2003	68	16	1	15	100
Samhällsvetenskap					
2002	48	33	3	16	100
2003	52	28	3	17	100
Teknik					
2002	71	16	2	11	100
2003	71	14	1	14	100
Humaniora					
2002	37	29	5	29	100
2003	41	24	3	32	100

**Källa:** SOM-undersökningarna 2002 och 2003

**Kommentar:** Enkätfrågan omfattade svarsalternativen mycket respektive ganska stort förtroende, varken stort eller litet förtroende, mycket respektive ganska litet förtroende samt ingen uppfattning. Resultaten visar andelen svarspersoner som svarat mycket stort eller ganska stort förtroende. Svaret "ingen uppfattning" ingår i procentbasen, men inte personer som inte markerat något alternativ. Den senare gruppen omfattade 2002 4-7 procent och 2003 3-5 procent av undersökningspersonerna.

Om vi tar ett mer samlat grepp och med hjälp av ett index ser på olika gruppers samlade förtroende för forskningen framträder både en positiv och en något oroande bild. Det positiva är att forskningsförtroendet i mycket liten utsträckning är kopplat till människors partisympatier. Forskningsopinionen är i allt väsentligt *inte* partipolitiserad. Anhängare till folkpartiet och moderaterna är dock något mer tillitsfulla när det gäller forskning än framförallt miljöpartister, som är minst förtroendefulla. Könsskillnaderna är mycket små, men män hyser ett något högre förtroende än kvinnor. Att högutbildade hyser ett något högre förtroende för forskning än lågutbildade är positivt. Högutbildade är genomsnittligt kunnigare om vetenskaplig forskning. Det hade varit mer bekymmersamt om de mest insatta hade haft det lägsta förtroendet. Att personer med större berördhet har högre förtroende är också i andra sammanhang väl belagt (jfr vårt kapitel om samhällsförtroende). Men utbildningsskillnaderna är överlag små.

Det något oroande är att forskningsförtroendet är som lägst bland de allra yngsta mellan 15-19 år. Ålderskillnaderna i förtroende märks tydligast när det gäller naturvetenskaplig och teknisk forskning. Skillnader finns också för humaniora och samhällsvetenskap, men mindre utpräglat. Bland de yngsta är det endast 50 procent som 2003 uttalar ett mycket eller ganska stort förtroende för naturvetenskaplig forskning. Motsvarande andel är 69-72 procent bland människor över 40 år. Det kan vara av intresse att sätta detta resultat i samband med problemen att rekrytera unga studenter till naturvetenskapliga högskoleutbildningar.

### **Astrologi vs astronomi**

Förtroendesiffrorna uppvisar en positiv korrelation med människors kunskaper om vetenskap. Svarspersoner med relativt goda vetenskapliga kunskaper tenderar att hysa ett större förtroende än människor med skraltigare kunskaper. Ett omvänt resultat med högst förtroende för vetenskap bland okunniga personer hade varit illavarslande. Men nu är det inte så.

Dock, och det förtjänar att betonas, sambandet är inte särskilt starkt och kunskapsmättet är mycket enkelt. Vetenskaplig kunskap har vi mätt med hjälp av en serie frågor där svarspersonerna får bedöma i vad mån olika kunskapsområden är vetenskapliga. I undersökningen 2003 ingick astronomi, astrologi, nationalekonomi, historia och biologi. År 2002 mätte vi dessutom parapsykologi och teologi. Vetenskaplig kunnsighet har vi konventionellt definierat som att känna till att astronomi och biologi är vetenskaper medan astrologi inte är det. Ett index byggt på dessa tre frågor korrelerar +.10 med graden av förtroende för forskning. Det är positivt, men inte starkt.

Resultaten i tabell 2 visar hur svenska folket bedömer graden av vetenskap inom de olika kunskapsfälten. Utfallet är något blandat och inte helt positivt. Någon större grad av samstämmighet kring vad som är vetenskapligt existerar inte bland de många människorna.

I de flesta fall känns resultaten rimliga, men andelen svarspersoner som står bakom de rimliga svaren är inte alltid särskilt hög. Att endast 59 procent anger att astronomi är en vetenskap imponerar inte, även om det är en majoritet. Likaså är det föga imponerande att enbart 53 procent utpekar astrologi som *inte* vetenskapligt. Också resultaten för nationalekonomi och historia är något nedslående. Det är visserligen fler personer som uppfattar nationalekonomi och historia som vetenskaper (48 respektive 49 procent) än som uppfattar ämnena som "inte alls vetenskapliga" (12 respektive 13 procent). Men 48/49 procent är inga starka siffror. Det vetenskapliga varumärket saknar majoritetsstöd i båda fallen. Biologi klarar sig bäst med 80 procent som uppfattar området som vetenskapligt.

Kunskaperna skiljer sig inte dramatiskt åt mellan olika grupper i samhället. De mindre skillnader som finns känner vi igen från förra årets mätning. Män är genomsnittligt något kunnigare än kvinnor. Medelålders personer är något kunnig-

gare än äldre och yngre. Sämst kunskaper har de yngsta mellan 15-19 år. Högutbildade är kunnigare än lågutbildade och här är skillnaden relativt tydlig. De partipolitiska skillnaderna är små, men folkpartisterna är genomsnittligt kunnigast. Minst kunniga är s- och c-sympatisörer.

**Tabell 2 Svenska folkets uppfattning om vad som är vetenskap 2002-2003 (procent)**

**Fråga:** ”I vilken utsträckning bedömer Du följande områden som vetenskapliga?”

	Inte alls vetenskapligt (1,2)	Mittsvar (3)	I högsta grad vetenskapligt (4,5)	Ingen åsikt	Summa procent
Astronomi					
2002	9	17	57	17	100
2003	8	14	59	19	100
Astrologi					
2002	56	13	13	18	100
2003	53	13	15	19	100
Nationalekonomi					
2002	12	23	52	13	100
2003	12	22	48	18	100
Historia					
2003	13	23	49	15	100
Biologi					
2002	3	9	77	11	100
2003	2	6	80	12	100
Parapsykologi					
2002	49	16	14	21	100
Teologi					
2002	43	21	18	18	100

**Källa:** SOM-undersökningen 2002-2003

**Kommentar:** Undersökningspersonerna fick besvara frågan med hjälp av en skala mellan 1 (inte alls vetenskapligt) och 5 (i högsta grad vetenskapligt)

Resultaten kan konkretiseras genom att vi ser närmare på vilka personer det är som uppfattar astrologi som vetenskapligt. Det *felaktiga* svaret att astrologi är en vetenskap avgavs av 15 procent av samtliga svars personer 2003. Bland kvinnor var andelen 18 procent mot 13 procent bland män. Bland unga 15-19 åringar var andelen hela 28 procent mot mellan 12-17 procent bland personer äldre än 20 år. Bland lågutbildade var andelen 17 procent mot 8 procent bland människor med universitetsutbildning. Partimässigt var andelen felaktiga svar högst bland mp- och s-sympatisörer (18 procent i båda fallen) och lägst bland folkpartister (8 procent).

## Svenskt forskningsklimat

I SOM-studien 2003 introducerade vi en ny mätserie som inte direkt gäller kunskaper eller förtroende men något relaterat, nämligen verklighetsföreställningar när det gäller forskning. Fem olika påståenden om forskning och forskare formulerades som sedan svarspersonerna fick ta ställning till på en skala mellan 0 (felaktigt påstående) till 10 (riktigt påstående). Resultaten i tabell 3 redovisar medelbedömningen för de olika påståendena och andelen personer med klara verklighetsuppfattningar, som svarar antingen 0-2 (helt felaktigt!) eller 8-10 (helt riktigt!).

**Tabell 3** *Verklighetspåståenden om svensk forskning 2003 (procent och medeltal)*

	Felaktigt påstående (0-2)	Riktigt påstående (8-10)	Medeltal
Den svenska forskningen är konkurrenskraftig	2	53	7,4
Forskare tar inte etiska frågor på allvar	25	11	4,3
Ökad satsning på forskning ger ett bättre samhälle för alla	4	53	7,4
Forskare lever ofta i sin egen värld	19	25	5,4
Sverige har ett bra forskningsklimat	5	34	6,4

**Kommentar:** Resultaten gäller SOM-studien 2003. Skalan går från 0-10 där 0 innebär "Helt felaktigt påstående" och 10 innebär "Helt riktigt påstående". Andelen personer som svarat 3-7 särredovisas ej. Endast personer som svarat 0-10 ingår i procentbasen. Andelen personer som hoppat över frågan är 5 procent.

Medeltalen skall tolkas som att ju högre värde desto mer tycker opinionen att verklighetspåståendet är riktigt och ju lägre värde desto mer uppfattas påståendet som felaktigt. Värden kring mitten på skalan – kring 5,0 – visar i vårt fall på splittrade kognitioner; konsensus råder inte om läget. Högst medeltal uppvisar de positiva påståendena att Svensk forskning är konkurrenskraftig och att Ökad satsning på forskning ger ett bättre samhälle för alla. Det likaledes positiva påståendet att Sverige har ett bra forskningsklimat har också ett klart majoritetsstöd. Sammantaget framträder alltså en mycket positiv bild av forskningens läge och betydelse.

Indexanalyser baserade på dessa tre frågor visar på mycket små könsskillnader i den positiva synen. Åldersmässigt har äldre personer en ljusare bild än yngre. De allra yngsta har den minst positiva bilden av forskningens läge. Bedömningarna skiljer sig mycket lite åt mellan olika utbildningsgrupper. De små skillnader som finns pekar dock inte på att högutbildade har den mest positiva bilden. Mest posi-

tiv uppfattning om forskningens situation har istället lågutbildade. Men som påpekat skillnaderna är små. Partipolitiskt är också bedömningsskillnaderna små, men regeringspartiets sympatisörer och vänsterpartisterna har den ljusaste bilden av forskningens läge i Sverige. Minst positiv bild har miljöpartisterna.

De två negativt formulerade verklighetspåståendena handlade om forskare och bemöttes med mer blandade reaktioner. Medeltalen hamnar kring 5,0. När det gäller påståendet att Forskare inte tar etiska frågor på allvar, är det något fler som tycker att det i huvudsak *inte* är sant (44 procent) än som tycker det i huvudsak är ett riktigt påstående (27 procent). Opinionsövertikten frikänner m a o forskarna från anklagelsen att slarva med etiken. Det andra påståendet däremot, att Forskare ofta lever i en egen värld, tycker en opinionsövertikt är en riktig beskrivning (47 procent). Andelen som *inte* tycker att forskare är en grupp lätt isolerade kufar utgör en minoritet på 30 procent.

Mättekniskt rymmer våra påståendefrågor – speciellt de två som handlar om forskare – problem som dylika surveyfrågor ofta har. Människor, framförallt äldre och lågutbildade, har en tendens att hålla med/instämna/svara ja. Nivåskattningar blir därför totalt sett något för höga för positivt formulerade alternativ och det märks mest tydligt bland äldre och lågutbildade. Indexanalyser utifrån de två negativt formulerade påståendena utvisar mycket små bedömningsskillnader mellan olika grupper, kanske till en del beroende på de indikerade mätsvårigheterna. Eftersom validiteten i mätningen är tveksam redovisar vi inte några resultat i olika grupper.

## Spetsforskning

En av ViS-projektets huvudfrågeställningar är i vad mån svenska folket vill prioritera forskning. Och i vilken utsträckning som bredvilligheten att satsa på forskning på världsbästanivå är kopplad till kunskaper och förtroende för vetenskap. Resultaten i tabell 4 visar hur viktigt svenska folket tycker det är att satsa forskningsmässigt på ett tiotal olika områden. Sex områden fanns med i SOM-studien 2003, ått 2002. Cancer är det område som klart flest vill prioritera (81 procent 2003). Andra områden som en majoritet tycker det är mycket viktigt att forskningsatsa på är miljö och energi. Teknik hamnar nästan i samma division med 47 procent som vill prioritera området. Ett mycket omdiskuterat område som IT vill endast 28 procent forskningsprioritera. Längst ned på prioriteringslistan hamnar nationalekonomi och historia. Historieforskning vill endast 13 procent satsa på. Resultatet visar ånyo att humanioras vetenskapliga förankring är relativt svag i de breda folklagren.

Bland de områden vi har mätt såväl 2002 som 2003 är det endast genteknik som upp visar en signifikant opinionsförskjutning. Svenska folket har blivit mer positivt till att satsa på forskning kring genteknik – från 27 procent till 35. Förändringen märks tydligast bland äldre personer. Och det är också bland äldre personer som satsningar på cancerforskning uppfattas som mest viktig. Genteknik och cancer ligger inte lika högt på de yngstas prioriteringslista. Fast å andra sidan ligger sats-



ningar på pedagogisk forskning högre bland unga än bland äldre. Egenintresse spelar uppenbart in även när människor prioriterar olika forskningsområden.

**Tabell 4 Svenska folkets uppfattning om vilka områden som skall forskningsprioriteras 2002-2003 (procent)**

**Fråga:** ”Hur viktigt anser Du det vara att det i Sverige satsas på forskning på världs-bästanivå inom följande områden?”

Område	Mycket viktigt	Ganska viktigt	Inte särskilt viktigt	Inte alls viktigt	Ingen uppfattning	Summa procent
Miljö						
2002	57	34	5	0	2	100
2003	58	32	6	1	3	100
Cancer						
2002	78	17	3	0	2	100
2003	81	15	2	0	2	100
Genteknik						
2002	27	30	26	9	8	100
2003	35	29	20	9	7	100
Historia						
2002	10	29	42	11	8	100
2003	13	28	35	13	11	100
Teknik						
2003	47	38	8	1	6	100
Nationalekonomi						100
2003	26	44	19	3	8	
Pedagogik						
2002	35	44	12	2	7	100
IT						
2002	28	44	17	2	9	100
Energi						
2002	54	35	5	1	5	100
Transportteknik						
2002	26	45	20	1	8	100

**Källa:** SOM-undersökningen 2002-2003

Vissa könsskillnader finns också. Män vill, jämfört med kvinnor, satsa mer på forskning kring teknik, IT, energi och transporter. Kvinnor prioriterar mer forskning om pedagogik, miljö och cancer. De mest tydliga partiskillnader som finns gäller teknisk forskning som m-sympatisörer prioriterar klar mer än främst v-, c- och mp-sympatisörer. Andra områden som uppvisar embryon till partipolitiserings av prioriteringarna är IT (m- och fp-anhängare mest intresserade, c-, v- och mp-sympatisörer minst) och miljö (mp- och v-sympatisörer mest intresserade, m- och kd-anhängare minst).

Ett prioriteringsindex byggt på alla områdena ger en samlad bild av vilka sociala och politiska grupper som generellt sett vill satsa mest på spetsforskning i Sverige. Resultaten indikerar som ofta tidigare små skillnader mellan olika grupper. Män och kvinnor skiljer sig exempelvis inte åt, knappast heller olika utbildningsgrupper även om högutbildade hamnar något högre än lågutbildade. De partipolitiska skillnaderna är också små. Moderata sympatisörer vill dock satsa mest medan kd- och mp-sympatisörer är minst ivriga.

Åldersskillnaderna är också små, men med ett undantag. De allra yngsta mellan 15-19 skiljer ut sig genom att genomsnittligt vilja satsa minst. Mest forskningsvilliga är de äldre fyrtioåringarna mellan 60-65 år med ett indexvärde på 73 på en skala med 100 som max. De unga 15-19 åringarnas motsvarande värde är 62; genomsnittet för alla svarspersoner är 69. Ungdomen är inte lika forskningsfrälst som vuxengenerationen.

Vår fråga om kopplingen mellan prioriteringsåsiikt och förtroende respektive kunskap får i huvudsak samma svar 2003 som 2002. En regressionsanalys med som oberoende variabler förtroende, kunskap, verklighetsuppfattning när det gäller forskningens läge och formell utbildningsnivå förklarar 24 procent av variansen i människors vilja att satsa på spetsforskning (= beroende variabel). Starkast direkteffekt uppvisar förtroende, följt av de kognitiva verklighetsuppfattningarna. Kunskapsvariabeln uppvisar endast en svag självständig effekt medan utbildningen inte har någon oberoende effekt på prioriteringsviljan. Det hade inte den formella utbildningsnivån heller i analysen 2002.

## Nyckelfaktorn

Huvudpoängen från förra årets analys kvarstår. Förtroende är en nyckelfaktor. Mäniskor med förtroende för vetenskap och forskning är mer villiga att satsa på spetsforskning än människor utan förtroende. En positiv, man frestas att säga en optimistisk verklighetssyn på forskningens situation är också viktig i sammanhanget, men inte lika central. Ett brett opinionsstöd för svensk spetsforskning kräver främst de många människornas förtroende.

## Noter

- <sup>1</sup> Institutionsförtroendet behandlas i Holmberg och Weibulls kapitel *Samlande institutionsförtroende*. Andelen svarspersoner som 2003 uppgav ett mycket eller ganska stort förtroende var följande för de olika yrkesgrupperna: Sjukvårdens personal 80 procent, Poliser 62 procent, Lärare, Grundskolan 58 procent, Forskare 54 procent, Journalister, Radio-TV 26 procent, Rikspolitiker 24 procent, Företagsledare 21 procent och Journalister, Dagspress 15 procent. Motsvarande förtroendesiffra för Forskare var högre 2002, 67 procent.

- <sup>2</sup> Forskningsprojektet ViS mätningar i SOM är finansierade av den ideella föreningen *Vetenskap & Allmänhet*.

## **Referenser**

Holmberg, Sören och Weibull, Lennart red. (2003) Mer forskning. I Holmberg, Sören och Weibull, Lennart *Fåfångans marknad*. Göteborg: SOM-institutet.



# POLITISKA KONSUMENTER: MARKNADEN SOM ARENA FÖR POLITISKA VAL<sup>1</sup>

MICHELE MICHELETTI OCH DIETLIND STOLLE

Allt fler medborgare använder marknaden som en arena för politik. Nästan 50 procent av svenskarna gör det och använder politiska eller etiska intressen och värden för att styra sina val som konsument. Dessa medborgare är politiska konsumenter. Politiska konsumenter kan bestämma sig för att bojkotta en produkt eller ett företag för att de ogillar företagets policy och metoder, eller bestämma sig för att ”buykotta”, d.v.s. köpa varor från ett speciellt företag för att stödja dess policy och metoder (Micheletti, Follesdal & Stolle 2003, xiv). Politisk konsumtion är inte en ny form av politiskt deltagande, men svenska och internationella undersökningar visar att allt fler medborgare gör sina inköpsbeslut till ett politiskt ställningstagande. Maktutredningen visade i boken *Medborgarnas makt* att 15 procent av Sveriges vuxna befolkning bojkottade av politiska skäl (Pettersson, Westholm & Blomberg 1989, 96). År 1997 kom bojkott på tredje plats på listan över olika sätt att delta politiskt och var den form av politiskt deltagande som hade ökat mest mellan 1987 och 1997 (ett hopp från 15 till 29 procent) (Pettersson et al. 1998, 55). SNS demokratiråd, som utförde undersökningen, drog slutsatsen att ”demokratien har dragit in i snabbköpet” (Pettersson et al. 1997, 148). SOM 2003-undersökningen visar att politisk konsumtion har blivit ett mycket utbrett fenomen i det svenska samhället. Totalt sett hade 31 procent av svarspersonerna bojkottat en vara det senaste året och 44 procent hade köpt vissa produkter av politiska eller etiska skäl.

Statsvetare i andra nordiska länder har också undersökt politisk konsumtion. Den danska maktutredningen bedömde detta vara så viktigt att den tillsatte en utredning som innehöll frågor om hur medborgarna använder sig av bojkott och även av olika märkningar. Det visade sig att 21 procent av alla vuxna danskar hade bojkottat varor de senaste tolv månaderna under år 2000, att 45 procent avsiktligt hade valt vissa produkter av politiska skäl, och att danskar tenderar att göra båda dessa saker (Goul Andersen & Tobiasen 2003, 209). Även den andra stora maktutredningen i Norge har intresserat sig för politisk konsumtion. Trettio procent av Norges vuxna befolkning angav att de bojkottade produkter av politiska skäl och 44 procent sa sig avsiktligt ha valt varor av politiska, moraliska eller miljömässiga skäl (Strømsnes, 2003, 122). World Value Survey och European Social Survey bekräftar att europeiska medborgare generellt fäster större politisk vikt vid sina inköpsbeslut nu än för t.ex. 20 år sedan (Stolle & Hooghe 2004) och att denna trend är särskilt tydlig i Norden (Ferrer-Fons 2004).

SOM 2003 innehåller de hittills mest avancerade mätningarna av politisk konsumtion. Undersökningen bygger på frågan om användandet av bojkott av politiska skäl som först ställdes i Maktutredningen och frågan om användandet av olika märkningssystem som först användes i den danska maktutredningen. Den går dock längre än dessa båda undersökningar genom att studera motiv och överväganden som ligger bakom de politiska konsumtionsvalen. De resultat som presenteras i SOM 2003 hjälper oss också att förstå om politiska konsumenter anser sig ha ett personligt ansvar att välja varor på basis av varornas etiska, politiska eller miljömässiga kvalitet<sup>2</sup>, om de lutar på politiska institutioner och de märkningssystem som för tillfället används i Sverige, och vilka aspekter de anser vara viktigast när de gör sina inköpsval för sig själva och sina familjer.

I detta kapitel lägger vi fram fakta som ger svar på de grundläggande frågor om politisk konsumtion som ofta ställs i den offentliga debatten. *Vilka är politiska konsumenter?* Vilken socio-ekonomisk profil har de politiska konsumenterna, och hur skiljer de sig från icke-politiska konsumenter? *Varför är människor politiska konsumenter?* Vilka frågor anser politiska konsumenter vara viktiga när de väljer bland olika produkter? *Är politisk konsumtion ett hot mot den representativa demokratin?* Med andra ord, röstar politiska konsumenter? Deltar de i den traditionella politiken, eller är de fjärrade från politiken i allmänhet? Är bojkotter och ”buykotter” ett helt nytt sätt att engagera sig politiskt?

## Politisk konsumtion i Sverige

Innan vi ger svar på våra forskningsfrågor är det viktigt att känna till något om omständigheterna kring politisk konsumtion i Sverige. Även om begreppet i sig är ganska nytt har svenskar faktiskt varit inblandade i politisk konsumtion i många år. Det finns ett par exempel som belyser detta. För nästan hundra år sedan uppmanade Kooperativa förbundet till margarinbojkott som en protest mot margarinkartellens metoder (Giertz & Strömberg 1999, 62-4). År 1970 ledde matpriser till konsumentbojkotter. Skärholmsfruarna proklamerade mjölkstrejk som en protest mot det höga mjölkpriset (Micheletti 2003, 47-8). Alla bojkotter har dock inte rört företagets prispolitik. På 1920-talet uppmanade vänstergupper till bojkott mot amerikanska filmer som en protest mot behandlingen av de två invandrade italienska socialisterna Sacco och Vanzetti (Andersson 1976). På 1930-talet bojkottades tyska varor och på 1950-talet började den långa bojkotten av sydafrikanska varor både i Sverige och annorstädes. Svenskar var, och är kanske fortfarande, engagerade i den internationella bojkotten mot Nestlé, och de var förgrundsfigurer i den bojkott mot franska viner och ostar som ägde rum i mitten på 1990-talet. På 1980-talet började bojkotter användas av miljörelser som medel för att föra in frågor på företagets dagordning. Idag använder svenskar och andra ofta marknaden för att visa engagemang för arbetarnas rättigheter i tredje världen (se Micheletti 2003, kap. 3). Bojkotter och ”buykotter” verkar dock inte alltid för demokratiska politiska och

etiska värderingar. ”Köp inte judiskt”-bojkotten pågick i många länder på 1930-talet, inklusive i Sverige.<sup>3</sup>

Många märkningssystem gäller både internationellt och i Sverige idag. De fungerar som riktlinjer till hjälp för konsumenter att välja mer miljövänliga, tredje världen-vänliga och ekologiskt odlade produkter. Märkningssystemen ger signaler till företagsvärlden om att konsumenterna sätter upp politik på sin inköpslista och är villiga att använda sig av politiska och etiska värderingar och förhållningssätt i sina konsumentval. Svanen och Bra Miljöval, två miljömärkningssystem, och KRAV, för ekologisk mat, förekommer ofta i handeln. SOM 2003-undersökningen visar att omkring 95 procent av den svenska vuxna befolkningen känner till dem. Två andra märkningssystem, Rättvisemärkt och TCO Utveckling, har funnits i Sverige en tid. Rättvisemärkt är en märkning för rättvis handel och är känt av 63 procent av befolkningen. TCO Utveckling, som 45 procent känner till, godkänner kontorsutrustning (datorer o.s.v.) med arbetsmiljömässiga kriterier som grund.

### **Vilka är de svenska politiska konsumenterna?**

Nästan 50 procent av Sveriges befolkning mellan 15 och 85 år är politiska konsumenter. Vi skiljer mellan två grupper av politiska konsumenter: å ena sidan politiska konsumenter som antingen har bojkottat eller ”buykottat” under det senaste året; å andra sidan politiska konsumenter som både har bojkottat och ”buykottat” under det senaste året. Bland de svenska politiska konsumenterna hör nästan 30 procent till den senare gruppen och kan kallas ”både och”politiska konsumenter. Som visas i tabell 1 skiljer sig politiska konsumenter och icke-politiska konsumenter (människor som inte har bojkottat eller ”buykottat” under det senaste året) på en rad intressanta sätt.

Den första och viktigaste punkten är att kvinnorna utmärker sig. Femtio två procent av kvinnorna är politiska konsumenter, jämfört med 43 procent av männen. Denna ”omvända könsklyfta” inom politisk konsumtion är inte förvånande. Både Maktutredningen, SNS demokratiråd och internationella undersökningar uppvisar liknande resultat (Ferrer-Fons 2004; Petersson, Westholm & Blomberg 1989; Petersson m fl 1998; Stolle & Hooghe 2004). Politisk konsumtion lockar oproportionerligt fler kvinnor än män till politiskt deltagande och är en av de få politiska handlingar där vi verkligen ser en omvänd könsklyfta (Petersson m fl 1998, 80; Stolle & Micheletti, kommande). Genusforskare har länge hävdats att kvinnor har en tendens att engagera sig politiskt på ett mer decentraliserat och icke-hierarkiskt vis och i miljöer som hänger samman med deras vardagsliv (Ackelsberg 2003; Lowndes 2000). Politisk konsumtion är ett exempel på detta.

För det andra, tvärt emot det intryck som ges i media, är inte politiska konsumenter mycket unga människor. Oproportionerligt många är medelålders, med den allra största gruppen i åldern 30-39 år. De yngsta (15-19 år) och de äldsta medbor-

garna (60+) ägnar sig inte lika mycket åt politisk konsumtion, vilket är ett väntat resultat när faktorer som rör livscyklar tas med i beräkningen.

**Tabell 1 Politiska konsumenter i Sverige (procent)**

	Politiska konsumenter	Antal svarande
Män	43	808
Kvinnor	52	876
15-19 år	32	115
20-29 år	52	211
30-39 år	56	266
40-49 år	52	286
50-59 år	49	337
60 år och äldre	41	469
Låg utbildning	32	448
Medel utbildning	47	714
Hög utbildning	64	503
Hushållets inkomst:		
100 000 eller mindre	35	87
101 000 – 200 000	40	256
201 000 – 300 000	48	314
301 000 – 400 000	48	293
401 000 – 500 000	52	272
501 000 – 600 000	48	173
601 000 – 700 000	58	125
700 000 eller högre	56	101
Ren landsbygd	44	257
Mindre tätort	43	411
Stad eller större tätort	49	738
Stockholm, Göteborg, Malmö	56	267
Mycket intresserad av politik	78	101
Ganska intresserad av politik	63	656
Inte särskilt intresserad av politik	43	701
Inte alls intresserad av politik	35	183
Vänsterpartiet	68	148
Socialdemokraterna	42	568
Centerpartiet	50	129
Folkpartiet	53	196
Moderaterna	42	267
Kristdemokraterna	52	113
Miljöpartiet	67	78
<b>Samtliga</b>	<b>47</b>	<b>1673</b>



För det tredje är politiska konsumenter ofta mer högutbildade än icke-politiska konsumenter, vilket även har framkommit i den danska maktutredningen (Goul Andersen & Tobiassen 2003, 46) och mer allmänt i undersökningar om politiskt deltagande (se t.ex. Petersson m fl. 1998, 89; Verba, Schlozman & Brady 1995). Det är mer än dubbelt så troligt att en medborgare med universitets- eller högskoleutbildning är en politisk konsument jämfört med en person med enbart grundskoleutbildning. I och med att insamlande av information om produkter och producenter tycks vara en viktig förutsättning för politisk konsumtion blev vi inte förvånade över de här resultaten.

För det fjärde kostar KRAV-märkta och rättvisemärkta varor ofta mer än omärkta varor (Konsumentverket 2004; Rättvisemärkt 2004), även om en rapport från EU visar att svenska konsumenter betalar mindre än andra konsumenter i resten av EU för ekologiskt odlad mat (se Øresund Food Excellence 2004). Den påtagliga prisskillnaden på flera varor får oss att undra om politiska konsumenter oftare är medborgare med högre lön. Våra uppgifter i tabell 1 visar att hushållets inkomst verkligen har stor betydelse. Förhållandet mellan den högsta och den lägsta inkomstgruppen inom politisk konsumtion är 1,5:1,0 vilket innebär att det är en och en halv gång troligare att svarspersonerna i den högsta inkomstgruppen är politiska konsumenter än de i den lägsta inkomstgruppen.

För det femte är politisk konsumtion i stor utsträckning ett urbant fenomen. Människor som lever i de största städerna är oftare politiska konsumenter (56 procent) än de som lever i mindre tätorter. Detta betyder emellertid inte att politisk konsumtion inte existerar utanför storstaden. Fyrtiofyra procent av invånarna i de mindre befolkade områdena är också politiska konsumenter.

För det sjätte visar politiska konsumenter mycket mer allmänt intresse för politik än icke-politiska konsumenter, tvärt emot vad som ofta sägs om politiska konsumenter i den politiska debatten. Sjuttioåtta procent av dem som hävdar att de är mycket intresserade av politik är politiska konsumenter, vilket bekräftar att politisk konsumtion är ett i allra högsta grad politiskt fenomen. Av dem som inte är intresserade av politik är endast 35 procent politiska konsumenter.

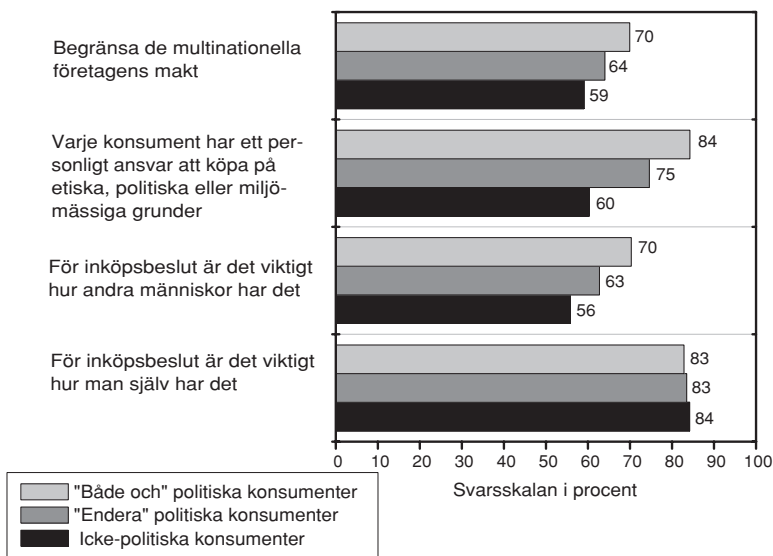
Slutligen, vilken roll spelar politiska sympatier för politisk konsumtion? Är politiska konsumenter endast extrema vänsterradikaler, så som det ofta vidhålls i företagskretsar? Rent generellt är svaret nej. Det faktum att nästan hälften av alla vuxna svenskar är politiska konsumenter visar att fenomenet är allmänt utbrett. Politiska konsumenter är dock oftare politiskt vänsterorienterade (se texten till tabell 2) och fler människor som idag föredrar vänsterpartiet (68 procent) och miljöpartiet (67 procent) är politiska konsumenter. Den lägsta andelen politiska konsumenter hittar vi bland socialdemokrater och moderater.

## **Varför politisk konsumtion?**

Politiska konsumenter är bland de på flera sätt mest resursstarka medborgarna. De är högutbildade och välbetalda. De är också mycket intresserade av politik. Men,

med denna profil som bakgrund, varför använder de marknaden som en arena för politik? Vad får en välutbildad, välavlönad och politiskt resursstark person att bestämma sig för att engagemang bortom allmänna val, föreningsarbete och mediakontakter är nödvändigt i dagens svenska samhälle? För att undersöka dessa problemställningar frågade vi om vilka aspekter medborgarna finner viktiga när de gör sina inköpsval vad gäller såväl livsmedel som kläder och skor, och om de anser att det är varje enskild konsuments personliga ansvar att bry sig om varornas etiska, politiska och miljömässiga kvalitet. Figur 1 visar likheter och skillnader i det sätt på vilka politiska och icke-politiska konsumenter ser produkternas olika dimensioner.

**Figur 1 Uppfattningar om marknaden som en arena för politik (procent)**



**Kommentar:** Medelvärden av alla svarsmöjligheter längs en skala från 0 (mycket dåligt eller inte alls viktigt) till 1 (mycket bra eller mycket viktigt) och multiplicerade med 100 för procenttal. Måttet gällande multinationella företag ingick i frågan "Här återfinns ett antal förslag hämtade från den svenska samhällsdebatten. Vilken är Din åsikt om vart och ett av dem?" Förslaget var "Begränsa de multinationella företagens makt". Svartpersonerna valde ett av sex svarsalternativ på en skala av 1 till 0: "Mycket bra förslag" (kodat 1), "ganska bra förslag", "varken bra eller dåligt förslag", "ganska dåligt förslag", "mycket dåligt förslag" (kodat 0) eller "ingen uppfattning" (svartpersoner som angav det sistnämnda alternativet uteslöts från denna bearbetning). Frågan om personligt ansvar var "I vilken utsträckning anser Du att det är varje konsuments personliga ansvar att på etiska, politiska eller miljömässiga grunder välja mellan olika produkter och märken? Som enskild konsument har man..." och svartpersonerna fick en elvapoängsskala (0-10) från "mycket litet personligt ansvar" till "mycket stort personligt ansvar" för att svara på frågan. Svarsmöjligheterna kodades om från 0 (mycket litet ansvar) till 1 (mycket stort ansvar). Frågan för måttet på "Inköpsbeslut" var "Hur bedömer Du vikten av följande när Du handlar a) livsmedel och b) kläder och

skor?”. Alternativen var ”priset”, ”kvalitén”, ”att varan kommer från Sverige”, ”etiska/politiska hänsynstaganden”, ”arbetsförhållanden i tillverkningslandet”, ”miljökonsekvenser av tillverkningen”, ”djurens rätt” och ”din egen/din familjs hälsa”. Svartpersonerna gavs fyra svarsalternativ för varje punkt: ”Mycket viktigt”, ”ganska viktigt”, ”inte särskilt viktigt”, och ”inte alls viktigt”. Måttet ”För inköpsbeslut är det viktigt hur andra människor har det” är ett index baserat på följande undersökningsmoment: etiska/politiska hänsynstaganden, arbetsförhållanden i tillverkningslandet, miljökonsekvenser av tillverkningen, djurens rätt. Måttet ”För inköpsbeslut är det viktigt hur man själv har det” är ett index baserat på följande undersökningsmoment: priset, kvalitén, din egen/din familjs hälsa. Båda skalor sträcker sig från 0–1, där 0 markerar ”inte viktigt” och 1 markerar ”mycket viktigt”.

Vi har delat in urvalet i tre grupper: (1) icke-politiska konsumenter; (2) ”endera” politiska konsumenter som antingen har bojkottat eller ”buykottat”; och (3) ”både och” politiska konsumenter som både har bojkottat och ”buykottat”. Syftet med denna indelning är att undersöka hur åsikter och uppfattningar skiljer sig mellan de tre grupperna. En intressant iakttagelse är att de tre konsumentgrupperna anser att såväl produktens pris och kvalitet som den egna familjens hälsa är de viktigaste aspekterna när inköpsbesluten skall tas. Detta betyder att politisk konsumtion inte är ett osjälviskt fenomen i och med att politiska konsumenter tänker lika mycket på ”sig själva” när de handlar varor som icke-politiska konsumenter. Politiska konsumenter tänker dock mer på ”hur andra har det” och lägger avsevärt större vikt vid ”produkternas politik” (Micheletti 2003, 12-13) än icke-politiska konsumenter. De tittar på klädmärken och förpackningarnas innehållsförteckningar för att se om produkten lämnar ett etiskt, ekologiskt eller politiskt fotavtryck. De vill veta om deras val som konsumenter får konsekvenser för miljön och om de kan påverka djurens rättigheter och allmänna arbetsvillkor i de länder där våra konsumtionsvaror tillverkas, och andra etiska och politiska hänsynstaganden. De tänker även på hur deras val som konsumenter påverkar barnarbete.

Vi frågade även om det är varje konsuments personliga ansvar att på etiska, politiska eller miljömässiga grunder välja mellan olika produkter och märken. Båda grupperna av politiska konsumenter håller med om detta. ”Både och” politiska konsumenterna är den grupp som bryr sig mest om ”produkternas politik” (se även diskussionen till tabell 2 nedan). Slutligen frågade vi om åsikter om förslaget (hämtat från den svenska samhällsdebatten) att de multinationella företagens makt bör begränsas. Vi valde att undersöka åsikter om multinationella företag eftersom dessa ofta är målet för många av de politiska konsumenternas kampanjer, varav de riktade mot Nike och Nestlé är de bästa exemplen (Shaw 1999; Baby Milk Action 2004). Vår analys visar att de politiska konsumenterna var mer av den uppfattningen att förslaget var bra och ”både och” politiska konsumenterna instämde mest med detta förslag.

Analysen av vårt undersökningsmaterial leder oss till slutsatsen att svenska politiska konsumenter tänker bortom ekonomiska och själviska intressen när de väljer mellan olika produkter. De ser bortom produkternas materiella kvalitet och fäster vikt vid hur och under vilka förhållanden produkterna tillverkades. De tar med

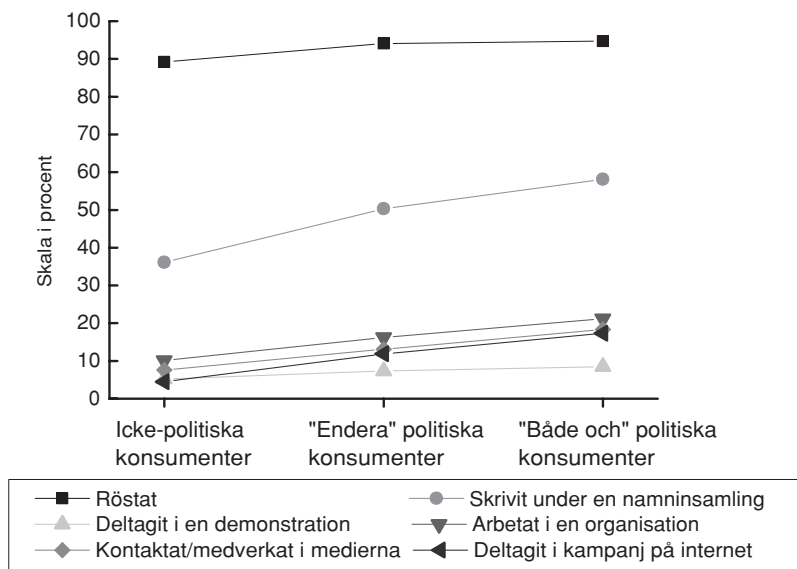
värderingar som hänför sig till andra än en själv i sina inköpsberäkningar. De tar beslut om sina inköp på detta sätt därför att de anser att alla konsumenter måste ta sitt ansvar och handla efter etiska, politiska eller miljömässiga hänsynstaganden. Dessa hänsynstaganden är knutna till olika policypreferenser, vilket förslaget om att begränsa de multinationella företagens makt visar.

### **Hotar politisk konsumtion den representativa demokratin?**

En drastisk tidningsartikel hävdade: ”Att handla hos rätt företag är viktigare än att rösta i riksdagsvalet” (Steinholz 1999). Det görs ofta gällande i offentliga debatter att politisk konsumtion lockar medborgarna bort från traditionell politik. Den akademiska diskussionen är splittrad på denna punkt. Vissa forskare befarar att politisk konsumtion, liksom aktioner via internet och namninsamlingar, är alltför individualistiskt och kommer att locka människor från mer kollektivistiska eller gruppinriktade former av politiskt deltagande (Putnam 2001). Om denna teori stämmer skulle politiska konsumenter vara mindre aktiva som väljare och medlemmar i organisationer, och även i andra former av traditionellt politiskt deltagande. Andra forskare hävdar att medborgare som har lämnat traditionell politik kommer att gå vidare till nya former av deltagande för att de är missnöjda med och har fjärrat sig från hierarkiska institutioner som medlemskapsföreningar och politiska partier (Inglehart 1997; Norris 2002). Dessa politiskt frustrerade medborgare som känner att de har fått nog har vänt ryggen till de etablerade formerna av politiskt deltagande. Vad dessa två forskarläger har gemensamt är att de förutsätter att politiska konsumenter är mindre engagerade i traditionell politik och att det är de medborgare som har minst förtroende för etablerade politiska institutioner som söker sig till politisk konsumtion.

SOM-undersökningen ger oss tillfälle att pröva dessa hypoteser på våra tre konsumentgrupper. Figur 2 visar hur dessa grupper på olika sätt engagerar sig för att påverka politiken. I allmänhet deltar de flesta svenskar i politiken genom att rösta och skriva på namninsamlingar. De är i mindre utsträckning engagerade i andra former av politiskt deltagande. Tvärt emot den allmänna bilden är det emellertid de politiska konsumenterna som är mest aktiva i alla de former av politiskt deltagande som tas upp i SOM-undersökningen. De politiska konsumenter som både har bojkottat och ”buykottat” röstar t.o.m. oftare i allmänna val, är oftare engagerade i olika föreningar och organisationer, och har oftare varit i kontakt med media (se nästa avsnitt nedan). Dessutom är de mer engagerade än de andra grupperna när det gäller att skriva på namninsamlingar, delta i demonstrationer och i internetkampanjer. Icke-politiska konsumenter ligger långt efter i alla former av deltagande. Våra resultat visar att politiska konsumenter inte är fjärrade och isolerade från traditionell politik. Det är inte heller så att politisk konsumtion lockar medborgare bort från politiskt engagemang. Politisk konsumtion är istället ytterligare en kanal för politiskt deltagande för engagerade medborgare.

**Figur 2 Politiska konsumenter och politiskt deltagande**



### Politiska konsumenter: politiskt aktiva men kritiska medborgare?

Politiska konsumenter är politiskt aktiva på många olika sätt. Det kan vara så att de använder marknaden som en arena för politik för att de vill uttrycka sin kritik mot det sätt på vilket de etablerade politiska institutionerna hanterar viktiga politiska problem. Till skillnad från medlemmar i politiska partier eller personer som kontakter politiker, väljer politiska konsumenter avsiktligt en politisk arena som är förlagd utanför det etablerade politiska systemet. Politiska konsumenter siktar egentligen inte in sig på regeringen eller riksdagen direkt. De fäster sin uppmärksamhet på företagsvärlden och kringgår därigenom traditionella kanaler för politiskt deltagande. Hur kommer sig detta? Teorier om risksamhälle/subpolitik och post-materialism hjälper oss att förstå denna form av politiskt handlande genom att belysa hur och varför medborgare i allt större utsträckning utvecklar en brist på förtroende för regeringens kompetens (Beck 1998; Inglehart 1997). Medborgarna är oroliga för att regeringen antingen inte förstår eller inte kan kontrollera nya osäkerhetsfaktorer och risker som är typiska för dagens samhälle, och söker därför nya idéer, arenor och metoder för att göra något åt dessa viktiga politiska problem. Om dessa teorier är korrekta borde vi finna att politiska konsumenter har mindre förtroende för etablerade institutioner än andra medborgare. Vilka institutioner litar de på? Tabell 2 presenterar resultaten av en logistisk regressionsmodell genom

att använda politiska konsumenter som en dikotom och beroende variabel och inkludera flera oberoende variabler som har diskuterats ovan, liksom två mätningar av institutionsförtroende. Det innebär att vi belyser de orsaksfaktorer som betingar politisk konsumtion.

**Tabell 2 Multivariatmodell för politiska konsumenter**

	Faktorer som ökar/minskar sannolikheten att vara politisk konsument
Konstant	-.96** (.462)
<b>Demografiska variabler</b>	
Kön (kvinnligt=ref.)	-.26** (.127)
Utbildning	****
Låg	-.88**** (.191)
Medel	-.35** (.149)
Hög	ref.
Inkomst	.46* (.254)
Ålder	ns
15-19 år	-.25 (.298)
20-29 år	.14 (.223)
30-39 år	.16 (.212)
40-49 år	.12 (.199)
50-59 år	-.07 (.194)
60 år och äldre	ref.
Stockholm/Göteborg/Malmö (ja=ref.)	-.203 (.173)
Vänster höger skala (Klart till vänster=0)	-.82**** (.244)
<b>Deltagande</b>	
Traditionellt politiskt deltagande (ja=ref.)	-.40** (.155)
Politiska attityder	
Politiskt intresse	1.44**** (.277)
Politisk konsumtion är medborgarens ansvar	3.35**** (.288)
Politiskt förtroende	-1.40**** (.362)
Förtroende för konsumentinstitutioner	1.63**** (.377)
<b>Nagelkerke's r2</b>	.32
<b>Log sannolikhet</b>	1582.457
<b>Chi square</b>	****

**Kommentar:** Siffrvärdena är resultatet av en binär logistisk regression, B och (SE)\*\*\*\*:<.001, \*\*\*:<.01; \*\*:<.05; \*:<.10. Beroende variabel: politisk konsument (kodad 0 för ingen handling och 1 för handling). Oberoende variabler: kön (man=0; kvinna=1); utbildning (grundskola, gymnasium, universitets- eller högskoleutbildning); inkomst (se kategorier i tabell 1); ålder i sex kategorier; storstadsbo (ja=1, nej=0); självplacering på vänster-högskalan (klart till vänster, något till vänster, varken till vänster eller till höger, något till höger., klart till höger); traditionellt politiskt deltagande (arbetade i en organisation eller kontaktade eller medverkade i press, radio eller TV); politiskt intresse (mycket, ganska, inte särskilt, inte alls intresserad); personligt ansvar vid inköpsbeslut (se kommentar till figur 1); politisk tillit (index av tillit till partier, riksdagen, regeringen, kommuner, Europakommissionen och Europaparlamentet på en skala mellan 0 och 1); tillit till konsumentinstitutioner (index av tillit till konsumentverket och konsumentorganisationer på en skala mellan 0 och 1).

Tabell 2 visar att större delen av våra resultat i det bivariabla förhållandet som presenterats i tidigare stycken fortfarande håller. Politiska konsumenter är i större utsträckning kvinnor än män. Utbildning är fortfarande en viktig faktor som förklarar engagemanget i politisk konsumtion. Kanske på grund av att utbildning är medtaget i beräkningen är inkomstens inverkan något mindre även om den fortfarande har betydelse. Ett nytt resultat är att ålder inte längre är viktigt efter att en kontroll har gjorts av andra faktorer. Efter att en kontroll gjorts av politiskt intresse och utbildning kan det konstateras att det inte har någon betydelse om man bor i en storstad. Att man placerar sig själv till vänster på en vänster-höger skala är fortfarande viktigt, liksom de resultat som visar att politiska konsumenter är mer engagerade i traditionell politik och tänker på de enskilda konsumenternas personliga ansvar att ta hänsyn till etiska och politiska aspekter när de köper en produkt.

Två förtroendeskalor ingår i vår regressionsmodell. Den första är en sammanfattad värderingsskala som mäter förtroende för etablerade politiska institutioner (partier, riksdagen, regeringen, kommunfullmäktige) och EU:s institutioner (kommissionen och Europaparlamentet). Den andra skalan anger förtroende för organisationer som har en konsumentprofil, i detta fall Konsumentverket och oberoende konsumentorganisationer.<sup>4</sup> Intressant att se är att då allt annat stämmer överens har politiska konsumenter generellt mindre förtroende för etablerade politiska institutioner (vår första skala) och mer för konsumentinriktade organisationer (vår andra skala). Detta resultat är av yttersta vikt och kräver ytterligare forskning. För tillfället kan vi säga att politiska konsumenter är kritiska medborgare. De har en kritisk inställning till konventionella, etablerade och territoriellt bundna politiska institutioner. Det visar också att politiska konsumenter har mer förtroende för institutioner utanför partipolitiken och för institutioner som på sin dagordning tar upp frågor om insyn och ansvarsskyldighet när det gäller konsumtionsvaror och företag. Kanske visar resultatet också förmågan hos politiskt välförsedda och engagerade medborgare att använda den information som tillhandahålls av konsumentinriktade institutioner för att utveckla sina egna former av politiskt handlande på marknaden.

### **Shopping som politiskt uttrycksätt**

Fenomenet med politisk konsumtion är allmänt utbrett i det svenska samhället. Idag uppger fler svenskar än tidigare att de engagerar sig i bojkotter av olika slag och vår undersökning visar att svenskar använder sina inköpsval som ett sätt att påverka företag och politik. Politisk konsumtion engagerar fler kvinnor än män, liksom fler högutbildade och politiskt intresserade medborgare. Pengar spelar också roll. Politisk konsumtion kan således betraktas som en ganska ojämlig form av politiskt deltagande (Verba, Schlozman & Brady 1995). Det tilltalar vissa grupper av medborgare – de som är politiskt och ekonomiskt resursstarka – mer än andra. Politisk konsumtion är en handling utförd av resursstarka kritiska medbor-

gare som misstror de etablerade politiska institutionerna men som i större utsträckning, och kanske istället, har förtroende för institutioner som sätter ekonomiska och politiska maktrelationer i konsumtionssamhället i centrum för uppmärksamheten. Politiska konsumenter är inte fjärrade från politiken, då de fortsätter att engagera sig i olika demokratiska politiska aktiviteter. För dem börjar dock politiken i snabbköpet och fortsätter på valdagen.

## Noter

- <sup>1</sup> De enkätfrågor i SOM 2003 som hänför sig till politisk konsumtion ingår i ett större forskningsprojekt med finansiering från Vetenskapsrådet. För information om projektet se <http://www.arts.mcgill.ca/programs/polisci/faculty/dstolle/dshome/PoliticalConsumption.html>.  
Författarna vill tacka Susanna Lindberg som har översatt frågorna i undersökningen samt denna text från engelska.
- <sup>2</sup> En liknande fråga ställdes i en SIFO-undersökning från 2001 (SIFO 2001).
- <sup>3</sup> Nationalsocialisterna betalade för en annons som förekom i flera lokala tidningar och förkunnade att "Svenska varor bör köpas av svenskar hos svenska köpmän! Medverka icke till den internationella judiska storfinansens exploatering av svenska medborgare och företag!".
- <sup>4</sup> Båda skalor visade en Cronbachs alfa omkring .80.

## Referenser

- Ackelsberg, Martha (2003) Broadening the study of women's participation. I Carroll, Susan (red) *Women and American politics*. Oxford: Oxford University Press.
- Andersson, Monica (1976) *Sacco Vanzetti – en politisk rättegång*. Föreningen BHS Småskrifter No. 6. Borås: Föreningen BHS publicerar.
- Baby Milk Action (2004) *Every day 4000 babies die from unsafe bottle feeding*. <http://www.babymilkaction.org/pages/boycott.html>. Besökt i april 2004.
- Beck, Ulrich (1998) [1997] *Vad innebär globaliseringen? Misuppfattningar och möjliga politiska svar*. Göteborg: Bokforlaget Daidalos AB.
- Ferrer-Fons, Mariona (2004) *Cross-national variation on political consumerism in Europe: exploring the impact of micro-level determinants and its political dimension*. Uppsats för ECPR Joint Sessions, Uppsala, Sweden. Workshop 24 "Emerging repertoires of political action: toward a systematic study of postconventional forms of participation".
- Ferree, Myra M och Patricia Martin (red) (1995) *Feminist organizations*. Philadelphia: Temple University Press.



- Giertz, Eric och Bengt U. Strömberg (1999) *Samverkan till egen nytta. Boken om konsumentkooperativ idé och verklighet i Sverige*. Stockholm: Prisma.
- Goul Andersen, Jørgen och Mette Tobiasen (2001) *Politisk forbrug og politiske forbrugere. Globalisering og politik i hverdagslivet*. Aarhus: Magtudredningen, Aarhus Universitet.
- Inglehart, Ronald (1997) *Modernization and postmodernization. Cultural, economic, and political change in 43 societies*. Princeton: Princeton University Press.
- Lowndes, Vivien (2000) Women and social capital: A comment on Hall's 'Social capital in Britain', *British Journal of Political Science*, 30(3): 533-537.
- Konsumentverket (2004) Ekokalkylen. <http://www.ekokalkylen.konsumentverket.se/>. Besökt i april 2004.
- Micheletti, Michele (2003) *Political virtue and shopping. Individuals, consumerism, and collective action*. New York: Palgrave.
- Micheletti, Michele, Andreas Follesdal och Dietlind Stolle (red) (2003) *Politics, products, and markets. Exploring political consumerism past and present*. New Brunswick, NJ: Transaction Publishers.
- Norris, Pippa (2002) *Democratic phoenix. Reinventing political activism*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Petersson, Olof, Anders Westholm och Göran Blomberg (1989). *Medborgarnas makt*. Stockholm: Carlssons.
- Petersson, Olof, Jörgen Hermansson, Michele Micheletti, Jan Teorell och Anders Westholm (1998) *Demokrati och medborgarskap. Demokratirådets rapport 1998*. Stockholm: SNS Förlag.
- Rättvisemärkt (2004) *Vad kostar Rättvisemärkt?* [http://www.rattvisemarkt.se/article.asp?Article\\_Id=926#Vad%20kostar%20Rattvisemarkt?](http://www.rattvisemarkt.se/article.asp?Article_Id=926#Vad%20kostar%20Rattvisemarkt?) Besökt i april 2004.
- Putnam, Robert D (2001) [2002] *Den ensamme bowlaren. Den amerikanska medborgarandans upplösning och förnyelse*. Stockholm: SNS förlag.
- Shaw, Randy (1999) *Reclaiming America. Nike, clean air, and the new national activism*. Berkeley: University of California Press.
- SIFO (2001) *Vad händer med Sverige?* Stockholm: SIFO, opublicerad rapport.
- Steinholz, Daniel (1999). Rösta med fötterna. Konsumtionsdemokrati. I *Svenska Dagbladet* 26 maj.
- Stolle, Dietlind och Marc Hooghe (2004). *Emerging action repertoires - An empirical investigation of new forms of participation*. Uppsats för ECPR Joint Sessions, Uppsala, Sweden. Workshop 24 "Emerging repertoires of political action: toward a systematic study of postconventional forms of participation".
- Stolle, Dietlind och Michele Micheletti (kommande) The gender gap reversed. I Brenda O'Neill and Elisabeth Gidengil (red) *Gender and social capital*. London: Routledge.
- Strømnes, Kristin (2003) *Folkets makt. Medborgerskap, demokrati, deltakelse*. Oslo: Gyldendal Akademisk.

Verba, Sidney, Kay Lehman Schlozman och Henry Brady (1995) *Voice and equality. Civic voluntarism in American politics*. Cambridge: Harvard University Press.

Øresund Food Excellence website (2004) *Organic foods in Sweden cheapest of EU nations*. <http://www.foodoresund.com/composite-279.htm>. Besökt i april 2004.



# SAMHÄLLE OPINION MASSMEDIA

---

# 2003

**INFORMATION TILL  
DIG SOM INGÅR I  
UNDERSÖKNINGEN**

**SOM-INSTITUTET**  
*samhälle opinion massmedia*



**GÖTEBORGS  
UNIVERSITET**

- Vilket förtroende har svenskarna för olika samhällsinstitutioner?
- Hur ser vi i Sverige på EU, EMU och euron?
- Vilken roll spelar massmedierna i våra liv?
- Vad gör svenskarna på sin fritid?

Detta är exempel på frågor som *Sambälle Opinion Massmedia 2003* försöker besvara. Undersökningen görs gemensamt av tre forskningsinstitutioner vid Göteborgs universitet.

## Varför görs Samhälle Opinion Massmedia?

*Statsvetenskapliga institutionen* vid Göteborgs universitet har sedan mitten av 1950-talet genomfört studier om väljare, massmedier och opinionsbildning. Ett viktigt syfte med studierna är att öka kunskapen om hur den svenska demokratin fungerar.

Resultaten utgör ett väsentligt underlag för debatten kring demokrati- och massmediefrågor i Sverige.

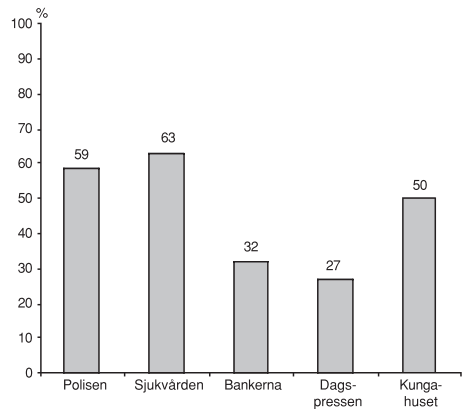
Bland de resultat som under senare år har uppmärksammas märks till exempel mätningarna av medborgarnas förtroende för olika samhällsinstitutioner.

Vid *Förvaltningshögskolan* bedrivs forskning om den offentliga sektorn, med fokus på kommunerna. På senare år har ägnats särskilt intresse åt den flernivådemokrati som vuxit fram i och med Sveriges EU-medlemskap och regionernas ökande betydelse.

Forskningen vid *Institutionen för journalistik och masskommunikation* har gett kunskap om hur vi tar del av olika medier. Exempelvis har morgontidningsläsningen länge varit stabil i Sverige, medan Internetanvändningen nu ökar snabbt.

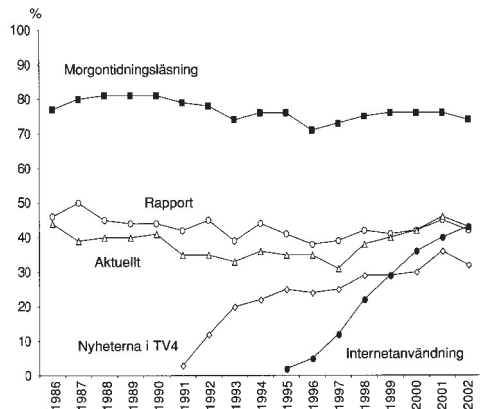
De tre ovannämnda institutionerna bildade 1986 SOM-institutet, som sedan dess genomför SOM-undersökningen varje år. Det ger möjligheter att studera hur vanor och åsikter förändras över tid.

Andel av befolkningen som har stort förtroende för olika samhällsinstitutioner



Källa: Riks-SOM 2002

Morgontidningsläsning och nyhetstittande i TV minst 5 dagar per vecka samt regelbunden Internetanvändning



Källa: Riks-SOM 1986-2002

## Ett Sverige i miniatyr

Vi har slumpmässigt valt ut 6 000 personer i Sverige. Det är alltså sluppen som gjort att just Du kommit med i undersökningen. Urvalet har gjorts via befolkningsregistret med uppgift om kön, ålder samt hemkommun. Tillsammans ger de utvalda personerna en god bild av befolkningen i Sverige. För att få rättvisande resultat i undersökningen är det mycket viktigt att alla svarar. Varje svar som uteblir försämrar undersökningens tillförlitlighet. Men det är givetvis Du själv som avgör om Du vill vara med eller inte.

## Frågeformuläret

I undersökningen Samhälle Opinion Massmedia samarbetar ett antal olika forskningsprojekt. Det innebär att frågorna spänner över ett mycket stort antal områden. Antalet frågor kan verka stort, men de flesta besvaras enkelt med ett kryss i tillämplig ruta.

## Vad händer med svaren?

Svaren behandlas anonymt och resultaten publiceras bara som siffror i tabeller. Vad någon enskild person svarat framgår **aldrig**. Alla som arbetar med undersökningen har tystnadsplikt.

Årets undersökning genomförs i samarbete med *Kinnmark Information AB* som står för utskick och insamling av frågeformulär.

Varje år publicerar SOM-institutet minst två böcker. Där presenterar olika forskare resultat från sina specialområden. Exempel på sådana böcker är: *Fåfångans marknad (2003)* och *Perspektiv på Västsverige (2003)*. De kan beställas från SOM-institutet (telefon-, faxnummer, post- samt e-postadress hittar Du på nästa sida). Du kan även besöka SOM-institutets hemsida för att få veta mer om vår verksamhet. Där kan Du också ta del av ett urval av tidigare undersökningsresultat. Adressen är: [www.som.gu.se](http://www.som.gu.se)

## Forskarna som deltar i årets undersökning:

Professor Kent Asp:  
*Integrationsfrågor*

Doktorand Annika Bergström:  
*Nyheter och internet*

Professor Ulf Bjereld:  
*Utrikesfrågor*

Fil. dr. Göran Bolin:  
*Mobiltelefon*

Fil. dr. Martin Brothén:  
*Riksdagen*

Doktorand Per Hedberg:  
*Energi*

Professor Sören Holmberg:  
*Politisk opinion*

Professor Lars Höglund:  
*Bibliotek*

Professor Rutger Lindahl:  
*EU-frågor*

Professor Lennart J Lundqvist:  
*Miljöopinion*

Docent Michele Micheletti:  
*Konsumtion och sambälle*

Universitetslektor Lennart Nilsson:  
*Kommunal service*

Doktorand Åsa Nilsson:  
*Medieanvändning*

Docent Lars Nord:  
*Demokrati*

Professor Bo Rothstein:  
*Civila sambället*

Docent Dietlind Stolle:  
*Konsumtion och sambälle*

Fil. dr. Ingela Wadbring:  
*Dagspress*

Professor Lennart Weibull:  
*Massmedier och arbetsliv*

## De tre institutionerna bakom SOM-institutet:

### Statsvetenskapliga institutionen

Statsvetenskapliga institutionen vid Göteborgs universitet är Sveriges ledande forskningsinstitution när det gäller undersökningar om politisk opinionsbildning.

### Institutionen för journalistik och masskommunikation

Institutionen för journalistik och masskommunikation vid Göteborgs universitet (JMG) studerar massmedier, journalistik och populärkultur, bl. a. frågor om hur svenskar tar del av press, radio och TV samt vad de anser om svensk journalistik.

### Förvaltningshögskolan

Förvaltningshögskolan vid Göteborgs universitet är den enda i sitt slag i landet. Forskning bedrivs om medborgarna och den offentliga sektorn samt om kommunal ekonomi och organisation.

## Vi svarar gärna på frågor!

Om Du har frågor som rör Din medverkan i undersökningen, ring gärna till *Kinnmark Information*. Telefonnummer är: **020 - 28 28 30** (samtalet är gratis).

Om Du har frågor till SOM-institutet, ring eller skriv till:

SOM-institutet, Göteborgs universitet

Box 710

405 30 GÖTEBORG

Telefon: Kerstin Gidsäter (kansli och administration) 031-773 12 17

Åsa Nilsson (undersökningsledare) 031-773 12 39

Fax: 031-773 45 54

E-post: [info@som.gu.se](mailto:info@som.gu.se)

Internet: [www.som.gu.se](http://www.som.gu.se)

**SOM-INSTITUTET**

*samhälle opinion massmedia*

GÖTEBORGS UNIVERSITET



SAMHÄLLE  
OPINION  
MASSMEDIA

---

2003

SOM-INSTITUTET  
samhälle opinion massmedia



GÖTEBORGS  
UNIVERSITET

---

## SÅ HÄR FYLLER DU I FORMULÄRET

---

### Här är ett exempel:

#### Fråga 1 Hur väl anser Du att påståendet 'I dag skiner solen' stämmer?

	Stämmer helt och hållet	Stämmer ganska bra	Stämmer varken bra eller dåligt	Stämmer ganska dåligt	Stämmer inte alls
Om Du tycker att påståendet <u>inte stämmer alls</u> , sätt då ett kryss längst till höger på följande sätt:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Om Du tycker att påståendet <u>stämmer ganska bra</u> , markerar Du så här:	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Skulle Du råka sätta ett kryss i fel ruta, rätta till det genom att stryka över hela rutan. Sätt därefter kryss i rätt ruta på följande sätt:	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formuläret läses <u>optiskt</u> av en dator. Håll därför om möjligt kryssen <u>innanför</u> rutorna.		Kryssa så här: <input checked="" type="checkbox"/>		Kryssa ej så här: <input checked="" type="checkbox"/>	

Använd helst kulspetspenna och inte tusch eller blyerts.

---

## FORMULÄRETS INNEHÅLL

---

Frågenummer	Frågeområde
1–4	Nyheter
5–20	Politik och samhälle
21–33	Sveriges förhållande till omvärlden
34–37	Massmedier, internet och teknikintressen
38–46	Samhälle, service och demokrati
47–51	Konsumtion och samhälle
52–55	Kunskap och samhälle
56–65	Miljö och energi
66–68	Industri och arbete
69–74	Aktiviteter och intressen
75–82	Arbetsliv
83–101	Bakgrund



## NYHETER

### Fråga 1 Hur ofta brukar Du titta på eller lyssna till följande nyhetsprogram i radio och TV?

	Dagligen	5-6 ggr/ vecka	3-4 ggr/ vecka	1-2 ggr/ vecka	Mer sällan	Aldrig
Lokalnyheter i radions P4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ekonyheterna i riksradien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nyheter i privat lokalradio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aktuellt i SVT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rapport i SVT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Regionala nyheter i SVT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SVT Morgon	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nyheter i TV4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lokala nyheter i TV4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nyhetsmorgon i TV4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Metronyheter i TV3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Fråga 2 Läser eller tittar Du i någon eller några morgontidningar regelbundet? Om Du läser mer än en morgontidning, ange först den som Du betraktar som Din huvudtidning. (Frågan gäller inte tidningar på internet.)

	7 dagar/ vecka	6 dagar/ vecka	5 dagar/ vecka	4 dagar/ vecka	3 dagar/ vecka	2 dagar/ vecka	1 dag/ vecka
..... (tidningens namn)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
..... (tidningens namn)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
..... (tidningens namn)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Nej, jag läser inte någon morgontidning minst en gång i veckan

### Fråga 3 Prenumererar Du eller någon i Ditt hushåll på någon morgontidning?

Ja

Nej → Om Du ändå läser en morgontidning, på vilket sätt har Du då tillgång till den?

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Läser hos bekant/granne | <input type="checkbox"/> Läser på kollektivtrafiken (buss, tåg etc.) |
| <input type="checkbox"/> Lånar av bekant/granne  | <input type="checkbox"/> Köper lösnummer                             |
| <input type="checkbox"/> Läser på arbetet/skolan | <input type="checkbox"/> Läser på internet                           |
| <input type="checkbox"/> Annat sätt: .....       |  |

### Fråga 4 Hur ofta brukar Du läsa eller titta i följande tidningar? (Frågan gäller inte tidningar på internet.)

	7 dagar/ vecka	6 dagar/ vecka	5 dagar/ vecka	4 dagar/ vecka	3 dagar/ vecka	2 dagar/ vecka	1 dag/ vecka	Mer sällan	Aldrig
Aftonbladet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Expressen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
GT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kvällsposten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Metro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stockholm City	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## POLITIK OCH SAMHÄLLE

**Fråga 5** Hur intresserad är Du i allmänhet av politik?

Mycket  
intresserad

Ganska  
intresserad

Inte särskilt  
intresserad

Inte alls  
intresserad

**Fråga 6** Vilken eller vilka frågor eller samhällsproblem tycker Du är viktigast i Sverige i dag?  
Ange högst tre frågor/samhällsproblem.

.....

.....

.....

**Fråga 7** Hur stort förtroende har Du för det sätt på vilket följande samhällsinstitutioner och grupper sköter sitt arbete?

	Mycket stort förtroende	Ganska stort förtroende	Varken stort eller litet förtroende	Ganska litet förtroende	Mycket litet förtroende
Regeringen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Polisen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sjukvården	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Försvaret	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Riksdagen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bankerna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dagspressen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De fackliga organisationerna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Radio och TV	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Grundskolan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Storföretagen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Svenska kyrkan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Domstolarna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kungahuset	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kommunstyrelserna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Universitet/högskolor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De politiska partierna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
EU-kommissionen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Europaparlamentet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Förenta Nationerna (FN)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 8** Ange också hur stort förtroende Du har för följande samhällsinstitutioner eller grupper:

	Mycket stort förtroende	Ganska stort förtroende	Varken stort eller litet förtroende	Ganska litet förtroende	Mycket litet förtroende
Arbetsmarknadsstyrelsen (AMS)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SJ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Posten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Säkerhetspolisen (SÄPO)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Barnombudsmannen (BO)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Konsumentverket	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Organisationer för konsumenter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Globala protesterörelser	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>Fråga 9 Allmänt sett, hur stort förtroende har Du för svenska politiker?</b>						
Mycket stort förtroende	Ganska stort förtroende	Ganska litet förtroende	Mycket litet förtroende			
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
<b>Fråga 10 På det hela taget, hur nöjd är Du med det sätt på vilket demokratin fungerar i:</b>						
	Mycket nöjd	Ganska nöjd	Inte särskilt nöjd	Inte alls nöjd		
EU	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Sverige	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Landstinget/regionen där Du bor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Den kommun där Du bor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
<b>Fråga 11 Vad tycker Du om den politik som bedrivs i Sverige på följande områden?</b>						
	Mycket bra politik	Ganska bra politik	Varken bra eller dålig politik	Ganska dålig politik	Mycket dålig politik	Ingen uppfattning
Arbetslösheten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Miljön	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Skolan och utbildningen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Konsumentfrågor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Barnomsorgen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Företagens villkor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hälsa- och sjukvården	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Energi och kärnkraft	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Flyktingar/invandring	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Utrikes- och säkerhetsfrågor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
EU	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
EMU	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Näringslivets etik och moral	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Fråga 12 Man talar ibland om att politiska åsikter kan placeras in på en vänster-högerskala. Var någonstans skulle Du placera Dig själv på en sådan vänster-högerskala?</b>						
Klart till vänster	Något till vänster	Varken till vänster eller till höger	Något till höger	Klart till höger		
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
<b>Fråga 13 Vilket parti tycker Du bäst om i dag?</b>						
<input type="checkbox"/> Vänsterpartiet	<input type="checkbox"/> Moderaterna					
<input type="checkbox"/> Socialdemokraterna	<input type="checkbox"/> Kristdemokraterna					
<input type="checkbox"/> Centerpartiet	<input type="checkbox"/> Miljöpartiet					
<input type="checkbox"/> Folkpartiet	<input type="checkbox"/> Annat parti (v.g. ange vilket): .....					
<b>Anser Du Dig vara en övertygad anhängare av detta parti?</b>						
<input type="checkbox"/> Ja, mycket övertygad	<input type="checkbox"/> Ja, något övertygad	<input type="checkbox"/> Nej				
<b>Fråga 14 Röstade Du i valet förra året, hösten 2002?</b>						
<input type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/> Nej	<input type="checkbox"/> Minns inte	<input type="checkbox"/> Ej röstberättigad			

**Fråga 15 Hur tycker Du regeringen sköter sin uppgift?**

Mycket bra       Ganska bra       Varken bra eller dåligt       Ganska dåligt       Mycket dåligt

**Fråga 16 Den här frågan gäller hur mycket man allmänt sett gillar respektive ogillar de politiska partierna. Var skulle Du personligen vilja placera de olika partierna på nedanstående skala?**

	Ogillar starkt			Varken gillar eller ogillar				Gillar starkt			
	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5
Centerpartiet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Moderaterna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vänsterpartiet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Folkpartiet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Socialdemokraterna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Miljöpartiet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kristdemokraterna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Om Du skulle använda samma skala för ledande partiföreträdare, var skulle Du placera:**

	<i>Personen är okänd för mig</i>	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5
Maud Olofsson	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bo Lundgren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ulla Hoffman	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lars Leijonborg	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Göran Persson	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Peter Eriksson	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Maria Wetterstrand	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Alf Svensson	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fredrik Reinfeldt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 17 Under de senaste 12 månaderna, har Du haft någon form av kontakt med någon riksdagsledamot?**

Ja       Nej

**Fråga 18 Hur viktiga anser Du följande uppgifter vara för riksdagen?**

	Mycket viktig uppgift	Ganska viktig uppgift	Varken viktig eller oviktig uppgift	Ganska oviktig uppgift	Mycket oviktig uppgift
Fatta de avgörande besluten för samhällsutvecklingen i stort	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Övervaka regeringens och statsrådets arbete	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vara den centrala platsen för den politiska debatten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Förtutse framtida problem innan de blir akuta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Avspegla åsiktsfördelningen i väljarkåren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ta initiativ i frågor som inte uppmärksammas av regeringen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bevaka utvecklingen inom EU	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 19 Nedan finns ett antal förslag som har förekommit i den politiska debatten. Vilken är Din åsikt om vart och ett av dem?**

	Mycket bra förslag	Ganska bra förslag	Varken bra eller dåligt förslag	Ganska dåligt förslag	Mycket dåligt förslag
Minska den offentliga sektorn	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ta emot färre flyktingar i Sverige	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Satsa på ett samhälle med ökad jämställdhet mellan män och kvinnor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Låta privata företag svara för äldreomsorg	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Satsa mer på friskolor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bedriva mer av sjukvården i privat regi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sverige bör på lång sikt avveckla kärnkraften	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Införa sextimmars arbetsdag	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sänka skatterna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sverige bör bli medlem i EMU	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fortsätta driva vattenverk i offentlig regi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Införa republik med en vald president	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 20 Om Du ser till läget i dag, vad upplever Du själv som mest oroande inför framtiden?**

	Mycket oroande	Ganska oroande	Inte särskilt oroande	Inte alls oroande
Terrorism	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Miljöförstöring	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ekonomisk kris	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ökat antal flyktingar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stor arbetslöshet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nynazism	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Förändringar i jordens klimat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Organiserad brottslighet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Företagens globalisering	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**SVERIGES FÖRHÅLLANDE TILL OMVÄRLDEN**

**Fråga 21 Vilken är Din åsikt om det svenska medlemskapet i EU?**

- I huvudsak för det svenska medlemskapet i EU  
 I huvudsak emot det svenska medlemskapet i EU  
 Har ingen bestämd åsikt i frågan

**Fråga 22 Vad anser Du att medlemskapet i EU hittills inneburit för Sverige inom följande områden?**

	Stor förbättring	Viss förbättring	Varken förbättring eller försämring	Viss försämring	Stor försämring	Ingen uppfattning
Miljön	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ekonomi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sysselsättningen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jordbruket	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Den militära säkerheten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Prisnivån på livsmedel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Brottsbekämpningen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Företagens villkor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<p><b>Fråga 23</b></p>	<p><b>Om Du tänker 5–10 år framåt i tiden, hur tror Du att den militära och politiska situationen kommer att vara i Sveriges närhet?</b></p> <table border="0"> <tr> <td data-bbox="229 170 370 247"> <p>Mycket mer hotfull än i dag <input type="checkbox"/></p> </td> <td data-bbox="393 170 535 247"> <p>Något mer hotfull än i dag <input type="checkbox"/></p> </td> <td data-bbox="582 170 687 247"> <p>Lika hotfull som i dag <input type="checkbox"/></p> </td> <td data-bbox="735 170 876 247"> <p>Något mindre hotfull än i dag <input type="checkbox"/></p> </td> <td data-bbox="899 170 1040 247"> <p>Mycket mindre hotfull än i dag <input type="checkbox"/></p> </td> </tr> </table>	<p>Mycket mer hotfull än i dag <input type="checkbox"/></p>	<p>Något mer hotfull än i dag <input type="checkbox"/></p>	<p>Lika hotfull som i dag <input type="checkbox"/></p>	<p>Något mindre hotfull än i dag <input type="checkbox"/></p>	<p>Mycket mindre hotfull än i dag <input type="checkbox"/></p>																																																	
<p>Mycket mer hotfull än i dag <input type="checkbox"/></p>	<p>Något mer hotfull än i dag <input type="checkbox"/></p>	<p>Lika hotfull som i dag <input type="checkbox"/></p>	<p>Något mindre hotfull än i dag <input type="checkbox"/></p>	<p>Mycket mindre hotfull än i dag <input type="checkbox"/></p>																																																			
<p><b>Fråga 24</b></p>	<p><b>Hur ställer Du Dig till följande förslag som bland annat gäller svensk utrikes- och säkerhetspolitik?</b></p> <table border="0"> <thead> <tr> <th></th> <th data-bbox="640 333 711 401">Mycket bra förslag</th> <th data-bbox="735 333 805 401">Ganska bra förslag</th> <th data-bbox="829 333 911 401">Varken bra eller dåligt förslag</th> <th data-bbox="934 333 1005 401">Ganska dåligt förslag</th> <th data-bbox="1029 333 1099 401">Mycket dåligt förslag</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="205 401 635 452">Sverige bör i fredstid föra en alliansfri politik, syftande till neutralitet i krig</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td data-bbox="205 452 635 478">Minska försvarsutgifterna</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td data-bbox="205 478 635 503">Sverige bör söka medlemskap i NATO</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td data-bbox="205 520 635 546">Minska u-hjälpen</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td data-bbox="205 546 635 597">Sverige bör politiskt stödja USA:s krig mot terrorismen</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td data-bbox="205 597 635 623">Stärka EU som en motvikt till USA i världspolitiken</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td data-bbox="205 640 635 691">Sverige bör verka för att USA:s och dess allierades ockupation av Irak snarast upphör</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td data-bbox="205 691 635 751">Sverige bör verka för att FN tills vidare tar över styret av Irak</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </tbody> </table>		Mycket bra förslag	Ganska bra förslag	Varken bra eller dåligt förslag	Ganska dåligt förslag	Mycket dåligt förslag	Sverige bör i fredstid föra en alliansfri politik, syftande till neutralitet i krig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Minska försvarsutgifterna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Sverige bör söka medlemskap i NATO	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Minska u-hjälpen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Sverige bör politiskt stödja USA:s krig mot terrorismen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Stärka EU som en motvikt till USA i världspolitiken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Sverige bör verka för att USA:s och dess allierades ockupation av Irak snarast upphör	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Sverige bör verka för att FN tills vidare tar över styret av Irak	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mycket bra förslag	Ganska bra förslag	Varken bra eller dåligt förslag	Ganska dåligt förslag	Mycket dåligt förslag																																																		
Sverige bör i fredstid föra en alliansfri politik, syftande till neutralitet i krig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																		
Minska försvarsutgifterna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																		
Sverige bör söka medlemskap i NATO	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																		
Minska u-hjälpen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																		
Sverige bör politiskt stödja USA:s krig mot terrorismen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																		
Stärka EU som en motvikt till USA i världspolitiken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																		
Sverige bör verka för att USA:s och dess allierades ockupation av Irak snarast upphör	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																		
Sverige bör verka för att FN tills vidare tar över styret av Irak	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																		
<p><b>Fråga 25</b></p>	<p><b>Hur röstade Du i höstens folkomröstning om att införa euron som valuta i Sverige?</b></p> <p><input type="checkbox"/> Ja – Sverige skall införa euron som valuta</p> <p><input type="checkbox"/> Nej – Sverige skall inte införa euron som valuta</p> <p><input type="checkbox"/> Röstade blankt</p> <p><input type="checkbox"/> Röstade ej</p> <p><input type="checkbox"/> Ej röstberättigad</p>																																																						
<p><b>Fråga 26</b></p>	<p><b>Vilken inställning till att införa euron som valuta i Sverige hade Du <u>när folkomröstningskampanjen inleddes</u> (den 1 augusti)?</b></p> <table border="0"> <tr> <td data-bbox="229 1093 370 1152">Övertygad JA <input type="checkbox"/></td> <td data-bbox="393 1093 535 1152">Lutade åt JA <input type="checkbox"/></td> <td data-bbox="582 1093 687 1152">Osäker <input type="checkbox"/></td> <td data-bbox="735 1093 876 1152">Lutade åt NEJ <input type="checkbox"/></td> <td data-bbox="899 1093 1040 1152">Övertygad NEJ <input type="checkbox"/></td> </tr> </table>	Övertygad JA <input type="checkbox"/>	Lutade åt JA <input type="checkbox"/>	Osäker <input type="checkbox"/>	Lutade åt NEJ <input type="checkbox"/>	Övertygad NEJ <input type="checkbox"/>																																																	
Övertygad JA <input type="checkbox"/>	Lutade åt JA <input type="checkbox"/>	Osäker <input type="checkbox"/>	Lutade åt NEJ <input type="checkbox"/>	Övertygad NEJ <input type="checkbox"/>																																																			
<p><b>Fråga 27</b></p>	<p><b>Varifrån fick Du huvudsakligen information om EMU före folkomröstningen? Välj endast ett alternativ.</b></p> <p><input type="checkbox"/> Genom egna erfarenheter    <input type="checkbox"/> Genom samtal med andra människor    <input type="checkbox"/> Genom massmedierna</p>																																																						
<p><b>Fråga 28</b></p>	<p><b>När det gäller information om EMU genom medierna, vilken typ av medium var Din huvudsakliga informationskälla? Välj endast ett alternativ.</b></p> <p><input type="checkbox"/> Rikstäckande morgontidning</p> <p><input type="checkbox"/> Lokal morgontidning</p> <p><input type="checkbox"/> Kvällstidning</p> <p><input type="checkbox"/> Sveriges Television</p> <p><input type="checkbox"/> TV4</p> <p><input type="checkbox"/> Sveriges Radio</p> <p><input type="checkbox"/> Internet</p>																																																						

**Fråga 29 Hur stora kunskaper i EMU-frågan bedömer Du att Du själv har?**

Mycket stora <input type="checkbox"/>	Ganska stora <input type="checkbox"/>	Ganska små <input type="checkbox"/>	Mycket små <input type="checkbox"/>
--	--	--	--

**Fråga 30 Hur viktigt anser Du att ett medlemskap i EMU är för Sveriges framtid?**

Mycket viktigt <input type="checkbox"/>	Ganska viktigt <input type="checkbox"/>	Inte särskilt viktigt <input type="checkbox"/>	Inte alls viktigt <input type="checkbox"/>
--	--	---	---

**Fråga 31 Hur anser Du att följande organisationer påverkar människors levnadsförhållanden på global nivå?**

	Mycket positivt <input type="checkbox"/>	Ganska positivt <input type="checkbox"/>	Varken positivt eller negativt <input type="checkbox"/>	Ganska negativt <input type="checkbox"/>	Mycket negativt <input type="checkbox"/>	Ingen åsikt <input type="checkbox"/>
FN	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Världshandelsorganisationen (WTO)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Världsbanken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
USA	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
EU	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Den svenska regeringen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Multinationella företag	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Globala proteströrelser	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internationella konsumentorganisationer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 32 Vilken är Din bedömning av vart och ett av följande påståenden om vad som hindrar att invandrare integreras i det svenska samhället?**

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100%;"> <span>Helt felaktigt påstående</span> <span>Helt riktigt påstående</span> </div>											
Invandras dåliga kunskaper i svenska är det avgörande hindret för integrationen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Invandrarans integration förhindras av att svenskar och invandrare bor åtskilda	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Diskrimineringen på arbetsmarknaden är ett hinder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ointresset hos invandrarna själva hindrar integrationen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Svenskarnas negativa attityder mot invandrare är ett hinder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Invandrarans bidragsberoende hindrar integrationen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 33 Vilken är Din bedömning av vart och ett av följande påståenden om eventuella följder av att invandrare integreras i det svenska samhället?**

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100%;"> <span>Helt felaktigt påstående</span> <span>Helt riktigt påstående</span> </div>											
Sverige blir ett bättre land att leva i	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Motsättningarna mellan invandrare och infödda svenskar kommer att minska	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rasism och främlingsfientlighet kommer att öka	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## MASSMEDIER, INTERNET OCH TEKNIKINNEHAV

### Fråga 34 Hur ofta brukar Du titta på program i följande TV-kanaler?

	<i>Tittar på kanalen:</i>						
	<i>Har ej tillgång</i>	Dagligen	5-6 ggr/ vecka	3-4 ggr/ vecka	1-2 ggr/ vecka	Mer sällan	Aldrig
SVT1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SVT2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TV3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TV4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kanal 5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ZTV	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
BBC/CNN	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Fråga 35 Hur ofta brukar Du lyssna på följande radiokanaler?

	Dagligen	5-6 ggr/ vecka	3-4 ggr/ vecka	1-2 ggr/ vecka	Mer sällan	Aldrig
P1 i Sveriges Radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P2 i Sveriges Radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P3 i Sveriges Radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P4 i Sveriges Radio/Lokalradion	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Privat lokalradio (t. ex. Rix FM, Radio City, NRJ, Mix Megapol)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Närradio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Fråga 36 Vilka typer av utrustning etc. har Du för närvarande tillgång till i Ditt hushåll?

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Telefon (fast anslutning) | <input type="checkbox"/> Bärbar mp3-spelare                          |
| <input type="checkbox"/> Mobiltelefon              | <input type="checkbox"/> Fritidshus                                  |
| <input type="checkbox"/> Text-TV                   | <input type="checkbox"/> Fritidsbåt                                  |
| <input type="checkbox"/> Video                     | <input type="checkbox"/> Bil   |
| <input type="checkbox"/> Digital-TV/Set Top Box    | ➔ Märke: .....   |
| <input type="checkbox"/> Persondator               | (om Du har mer än en bil: den Du använder mest)                      |
| <input type="checkbox"/> Skrivare                  |  |
| <input type="checkbox"/> Handdator                 | ➔ Årsmodell: <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/> |
| <input type="checkbox"/> CD-spelare                | <input type="checkbox"/> Eget körkort för personbil                  |
| <input type="checkbox"/> DVD-spelare               |  |

### Fråga 37 Har Du tillgång till internet? (Fler än ett kryss kan markeras.)

- Ja, i hemmet ➔ ...där jag har anslutning...  ...med rörlig telefontaxa
- Ja, på arbetsplats/skola  ...med fast abonnemang
- Ja, på annan plats
- Nej



## SAMHÄLLE, SERVICE OCH DEMOKRATI

**Fråga 38 Hur tycker Du att kommunstyrelsen i den kommun där Du bor sköter sin uppgift?**

Mycket bra	Ganska bra	Varken bra eller dåligt	Ganska dåligt	Mycket dåligt	Ingen uppfattning
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 39 Vad anser Du om servicen i den kommun där Du bor på följande områden:**

	Mycket nöjd	Ganska nöjd	Varken nöjd eller missnöjd	Ganska missnöjd	Mycket missnöjd	Vet inte
Kommunal barnomsorg	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kommunal grundskola	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kommunal gymnasieskola	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Friskola	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vårdcentral	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sjukhusvård	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Privatläkare	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Äldreomsorg	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kollektivtrafik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bibliotek	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fritidsverksamhet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Miljövärd	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kulturaktiviteter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tillgång på bostäder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gator och vägar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Möjligheten att få jobb	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 40 Hur tycker Du på det hela taget att servicen har fungerat under de senaste 12 månaderna i:**

	Mycket bra	Ganska bra	Varken bra eller dåligt	Ganska dåligt	Mycket dåligt	Ingen uppfattning
Den kommun där Du bor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Det landsting/den region där Du bor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 41 Tycker Du att man i Sverige bör satsa mer eller mindre resurser på följande grupper?**

	Satsa mycket mer	Satsa något mer	Varken satsa mer eller satsa mindre	Satsa något mindre	Satsa mycket mindre
Barn	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ungdomar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Äldre (över 65 år)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 42 Hur bra anser Du att Sverige lever upp till FN:s konvention om barnets rättigheter?**

Mycket bra	Ganska bra	Varken bra eller dåligt	Ganska dåligt	Mycket dåligt	Ingen uppfattning
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 43 Här återfinns ett antal förslag hämtade från den svenska samhällsdebatten. Vilken är Din åsikt om vart och ett av dem?**

	Mycket bra förslag	Ganska bra förslag	Varken bra eller dåligt förslag	Ganska dåligt förslag	Mycket dåligt förslag	Ingen uppfattning
Tillåta försäljning av starköl, vin och sprit i livsmedelsbutiker	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Begränsa de multinationella företagens makt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stärka konsumenternas inflytande över matpriserna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tillåta proffsboxning i Sverige	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stärka djurens rätt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 44 Allmänt sett, hur stort förtroende har Du för det sätt på vilket följande grupper sköter sitt arbete?**

	Mycket stort förtroende	Ganska stort förtroende	Varken stort eller litet förtroende	Ganska litet förtroende	Mycket litet förtroende	Ingen uppfattning
Rikspolitiker	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sjukvårdens personal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Poliser	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lärare i grundskola	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Forskare	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Journalister i dagspress	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Journalister i radio/TV	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Företagsledare i näringslivet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 45 Det finns olika sätt att som medborgare försöka åstadkomma förbättringar eller motverka försämringar i samhället. a) Har Du under de senaste 12 månaderna gjort något av följande? b) Hur effektiva tror Du att de olika sätten att påverka i allmänhet är?**

	a) <i>Har gjort under de senaste 12 månaderna:</i>			b) <i>Tror att sättet att påverka är:</i>				
	Nej	En gång	Flera gånger	Mycket effektivt	Ganska effektivt	Inte särskilt effektivt	Inte alls effektivt	Vet ej
Skriva under en namninsamling	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Delta i en demonstration	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Arbeta i en organisation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kontakta eller medverka i press, radio eller TV	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Delta i kampanj på internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bojkotta produkt av politiskt, etiskt eller miljömässigt skäl	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Medvetet välja att köpa viss produkt av politiskt, etiskt eller miljömässigt skäl	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rösta i allmänna val	—————→			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fråga 46 Tycker Du att Sverige skall behålla eller avskaffa monarkin?

Behålla monarkin

Avskaffa monarkin

Ingen åsikt

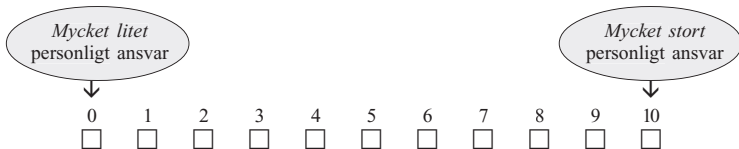
### KONSUMTION OCH SAMHÄLLE

Fråga 47 Hur stort förtroende har Du för följande typer av märkningssystem som förekommer i handeln?

	<i>Känner inte till</i>	Mycket stort förtroende	Ganska stort förtroende	Varken stort eller litet förtroende	Ganska litet förtroende	Mycket litet förtroende
Bra Miljöval	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Krav	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rättvisemärkt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Svanen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TCO Utveckling	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fråga 48 I vilken utsträckning anser Du att det är varje konsuments personliga ansvar att på etiska, politiska eller miljömässiga grunder välja mellan olika produkter och märken? Svara med hjälp av nedanstående skala.

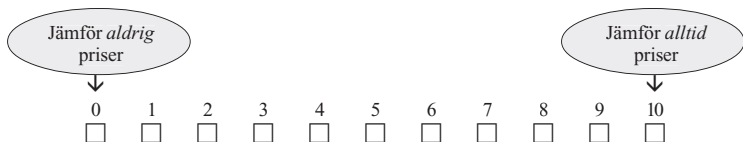
Som enskild konsument har man:



Fråga 49 Hur bedömer Du vikten av följande när Du handlar a) livsmedel och b) kläder och skor?

	a) <u>Köp av livsmedel:</u>				b) <u>Köp av kläder och skor:</u>			
	Mycket viktigt	Ganska viktigt	Inte särskilt viktigt	Inte alls viktigt	Mycket viktigt	Ganska viktigt	Inte särskilt viktigt	Inte alls viktigt
Priset	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kvalitén	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Att varan kommer från Sverige	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Etiska/politiska hänsynstaganden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Arbetsförhållanden i tillverkningslandet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Miljökonsekvenser av tillverkningen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Djurens rätt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Din egen/Din familjs hälsa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fråga 50 Hur noggrant brukar Du jämföra priser på produkter när Du köper livsmedel? Svara med hjälp av nedanstående skala:



**Fråga 51 Om Du bojkottar eller väljer vissa produkter framför andra av politiska, etiska eller miljömässiga skäl, varifrån får Du kunskap om vilka produkter Du bör välja eller avstå ifrån?**

Jag bojkottar inte varor av politiska/etiska/miljömässiga skäl → Gå till fråga 52.

	I mycket hög grad	I ganska hög grad	I ganska liten grad	Inte alls
TV/ radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dagstidningar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Föreningar/organisationer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Information i butiken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Varans produktdeklaration	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vänner/bekanta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### KUNSKAP OCH SAMHÄLLE

**Fråga 52 Allmänt sett, vilket förtroende har Du för den forskning som bedrivs i Sverige inom följande områden?**

	Mycket stort förtroende	Ganska stort förtroende	Varken stort eller litet förtroende	Ganska litet förtroende	Mycket litet förtroende	Ingen uppfattning
Medicin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Naturvetenskap	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Samhällsvetenskap	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Teknik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Humaniora	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 53 Hur viktigt anser Du det är att det i Sverige satsas på forskning på världsbästanivå inom följande områden?**

	Mycket viktigt	Ganska viktigt	Inte särskilt viktigt	Inte alls viktigt	Ingen uppfattning
Miljö	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nationalekonomi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Teknik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cancer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Genteknik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Historia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 54 Här följer några påståenden som förekommer om forskning och samhälle. Vilken är Din uppfattning om vart och ett av påståendena?**

	<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; padding: 5px; text-align: center;">Helt felaktigt påstående</div> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; padding: 5px; text-align: center;">Helt riktigt påstående</div> </div>										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Den svenska forskningen är internationellt konkurrenskraftig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Forskare tar inte etiska frågor på allvar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ökad satsning på forskning ger ett bättre samhälle för alla	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Forskare lever ofta i sin egen värld	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sverige har ett bra forskningsklimat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 55 I vilken utsträckning bedömer Du följande områden som vetenskapliga?**

	Inte alls vetenskapligt			I högsta grad vetenskapligt		
	1	2	3	4	5	Ingen åsikt
Astronomi (studiet av himlakroppar)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nationalekonomi (studiet av samhällens ekonomi)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Astrologi (studiet av stjärnteckens inverkan på människors liv)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Historia (studiet av äldre samhällen och samhällens förändring)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Biologi (studiet av levande organismer)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**MILJÖ OCH ENERGI**

**Fråga 56 Hur intresserad är Du i allmänhet av miljöfrågor?**

Mycket intresserad	Ganska intresserad	Inte särskilt intresserad	Inte alls intresserad
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 57 Hur ofta gör Du personligen nedanstående saker av miljöskäl?**

	Aldrig	Ibland	Ganska ofta	Mycket ofta	Alltid	Har ej/kör aldrig bil
Sänker hastigheten vid bilkörning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Väljer att gå eller cykla istället för att ta bilen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Väljer att åka med kollektivtrafiken istället för att ta bilen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Väljer att åka tåg istället för att ta flyget	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sorterar hushållsavfall	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Äter ekologiskt odlade grönsaker	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Handlar miljömärkta varor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 58 Nedanstående lista omfattar ett antal miljöproblem. Hur allvarliga hot mot miljön i Sverige anser Du att dessa problem är?**

	Mycket litet hot					Mycket stort hot				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Utsläpp från industrier	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Avgaser från biltrafiken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Oljeutsläpp vid kusterna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Utrotning av djur- och växtarter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Användandet av kemikalier i jordbruket	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Uttunnningen av ozonskiktet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Växthuseffekten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hanteringen av kärnkraftens högaktiva avfall	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 59** Vilken är Din åsikt om kärnkraftens långsiktiga användning som energikälla i Sverige? Markera endast ett av svarsalternativen.

- Avveckla kärnkraften senast till år 2010
- Avveckla kärnkraften, men använd de kärnkraftsreaktorer vi har tills de har tjänat ut
- Använd kärnkraften och förnya efterhand kärnkraftsreaktorerna, men bygg inga fler
- Använd kärnkraften och satsa på fler kärnkraftsreaktorer i framtiden
- Har ingen bestämd åsikt i frågan

**Fråga 60** Vilken är Din uppfattning om följande påståenden som man ibland hör om vindkraft? Ange för vart och ett av påståendena om det enligt Din uppfattning är felaktigt eller riktigt.

	<div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100%;"> <span>Helt felaktigt påstående</span> <span>Helt riktigt påstående</span> </div>										
	<div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100%;"> <span>↓</span> <span>↓</span> </div>										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Vindkraftverk är bullriga	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vindkraft är miljövänlig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
El producerad med hjälp av vindkraft blir dyr	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vindkraft innebär mycket små risker för människors liv och hälsa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vindkraftverk förfular landskapet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 61** Hur ställer Du Dig till en etablering av vindkraftverk i närheten av:

	Mycket positiv	Ganska positiv	Varken positiv eller negativ	Ganska negativ	Mycket negativ	Har ingen fritidsbostad
Din fasta bostad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Din fritidsbostad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 62** Vad anser Du om följande risker som har diskuterats i samband med kärnkraften? Hur stor är risken för:

	<div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100%;"> <span>Mycket liten risk</span> <span>Mycket stor risk</span> </div>									
	<div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100%;"> <span>↓</span> <span>↓</span> </div>									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
En större olycka med radioaktivt utsläpp i ett kärnkraftverk i Sverige	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Att vi i Sverige inte kan hantera och slutförvara kärnkraftens högaktiva avfall på ett säkert sätt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Att kärnkraften leder till att allt fler länder skaffar sig atomvapen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Att länderna i Östeuropa inte kan hantera sina kärnkraftverk och sitt kärnavfall på ett säkert sätt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 63 Hur stort förtroende har Du för följande grupper när det gäller information om energi och kärnkraft?**

	Mycket stort förtroende	Ganska stort förtroende	Ganska litet förtroende	Mycket litet förtroende
Miljöorganisationer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kärnkraftsindustrin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Regeringen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Forskare	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Journalister	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Statliga myndigheter på energiområdet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kommunstyrelsen i den kommun där Du bor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 64 Hur mycket bör vi i Sverige satsa på nedanstående energikällor under de närmaste 5–10 åren?**

	Satsa mer än i dag	Satsa ungefär som i dag	Satsa mindre än i dag	Helt avstå från energikällan	Ingen åsikt
Vattenkraft	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vindkraft	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Solenergi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kärnkraft	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Biobränslen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fossil-/naturgas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kol	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Olja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 65 Hur ställer Du Dig till en etablering av följande verksamheter i den kommun där Du bor?**

	Mycket positiv	Ganska positiv	Varken positiv eller negativ	Ganska negativ	Mycket negativ
Oljeraffinaderi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Anläggning för miljöfarligt avfall	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kärnkraftverk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vindkraftverk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Slutförvar för kärnkraftens högaktiva avfall	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gasnät för fossil-/naturgas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**INDUSTRI OCH ARBETE**

**Fråga 66 Vilken är Din uppfattning om följande påståenden som man ibland hör om svensk industri? Ange för vart ett av påståendena om det enligt Din uppfattning är felaktigt eller riktigt.**

	Helt felaktigt påstående										Helt riktigt påstående											
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Den svenska industrin är internationellt konkurrenskraftig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De svenska storföretagen sköts effektivt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Svenska företagsledare är väl värda sina löner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Det finns få kvinnor i ledningen för svenska storföretag	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Invandringen till Sverige måste öka för att industrin ska få den arbetskraft som behövs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Behandlingen av storföretag i svenska massmedier är orättvist negativ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sverige har ett bra företagsklimat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 67** Här är en lista med förslag på olika slags samhällen som en del människor anser att vi bör satsa på i framtiden. Ange för vart och ett av förslagen om Du anser att det är bra eller dåligt.

	Mycket bra förslag	Ganska bra förslag	Varken bra eller dåligt förslag	Ganska dåligt förslag	Mycket dåligt förslag
Satsa på ett samhälle med en fortsatt stor industrisektor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Satsa på ett samhälle med mer privat företagssamhet och marknadsekonomi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Satsa på ett samhälle med färre anställda och fler egna företagare	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Satsa på ett samhälle med mindre andel industriarbete och fler arbetstillfällen inom tjänste- och servicesektorn	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Satsa på ett samhälle som underlättar för svensk industri att förbli svenskägd	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 68** Vilken siffra på den här skalan beskriver bäst hur Du ser på arbete (inkl. hushållsarbete och skolarbete) i förhållande till fritid och avkoppling?

Det är fritid som gör livet värt att leva, inte arbete

Det är arbete som gör livet värt att leva, inte fritid

↓

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

↓

### AKTIVITETER OCH INTRESSEN

**Fråga 69** Ange nedan vilken/vilka föreningar Du är medlem i, samt hur aktiv Du är i dessa föreningar.

	Icke medlem	Medlem, men har inte varit på möte under de senaste 12 månaderna	Medlem och har varit på möte under de senaste 12 månaderna	Medlem och har någon typ av uppdrag
Idrotts- eller friluftsförening	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Miljöorganisation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Politiskt parti (även kvinno- eller ungdomsförbund)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Facklig organisation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hyses-, bostadsrätts- eller villaägareförening	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kulturförening (musik, dans, konst etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pensionärsorganisation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Humanitär hjälporganisation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Svenska kyrkan, frikyrka, religiöst samfund eller religiös organisation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Organisation för konsumenter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fredsorganisation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Djurrättsorganisation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Annan förening	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



**Fråga 70** Har Du varit utomlands för arbete, studier, semesterresa eller av annat skäl under de senaste 12 månaderna?

Ja, i följande land/länder: .....

.....

Nej

**Fråga 71** Hur ofta har Du under de senaste 12 månaderna gjort följande?

	Ingen gång	Någon gång under de senaste 12 månaderna	Någon gång i halv-året	Någon gång i kvartalet	Någon gång i månaden	Någon gång i veckan	Flera gånger i veckan
Sysslat med sport/idrott	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gått på bio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Spelat kort/sällskapsspel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Läst någon bok	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Läst vecko-/månadstidning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Diskuterat politik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Umgåtts med vänner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Spelat på Tips, Lotto eller V75	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kört bil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bett till Gud	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Åkt kollektivt (buss, tåg etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Umgåtts med grannar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Använt internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rökt/snusat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Druckit sprit/vin/starköl	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Arbetat övertid	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Skänkt pengar eller på annat sätt stött någon hjälporganisation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Handlat livsmedel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Handlat kläder eller skor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 72** Hur nöjd är Du på det hela taget med det liv Du lever?

Mycket nöjd

Ganska nöjd

Inte särskilt nöjd

Inte alls nöjd

**Fråga 73** Enligt Din mening, i vilken utsträckning går det att lita på människor i allmänhet?  
Svara med hjälp av nedanstående skala:

Det går inte att lita på människor i allmänhet

Det går att lita på människor i allmänhet

↓

0   1   2   3   4   5   6   7   8   9   10

**Fråga 74 I vilken utsträckning känner Du samhörighet med människor boende i följande länder eller områden?**

	Mycket stor samhörighet	Ganska stor samhörighet	Inte särskilt stor samhörighet	Ingen samhörighet alls
Sverige	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Danmark	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Finland	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Norge	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Baltikum (Estland/Lettland/Litauen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ryssland	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Frankrike	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tyskland	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Italien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
USA	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sydamerika	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Afrika	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Asien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mellanöstern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Australien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**ARBETSLIV**

**Fråga 75 Vilken av de här grupperna tillhör Du för närvarande?**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Förvärsarbetande (inkl. sjukskriven, föräldraledig) | <input type="checkbox"/> Ålderspensionär/avtalspensionär |
| <input type="checkbox"/> Har arbete i arbetsmarknadspolitiska åtgärder       | <input type="checkbox"/> Förtidspensionär/sjukpensionär  |
| <input type="checkbox"/> Genomgår arbetsmarknadsutbildning i AMS regi        | <input type="checkbox"/> Studerande                      |
| <input type="checkbox"/> Arbetslös   | <input type="checkbox"/> Annat: .....                    |

**Fråga 76 Vilket yrke har/hade Du?**

- .....
- (yrke/sysselsättning)
- Har **aldrig** yrkesarbetat → Gå till fråga 81.

**Fråga 77 Vilken av de här yrkesgrupperna hör/hörde Du till?**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Tjänsteman                              | <input type="checkbox"/> Företagare: ingen anställd            |
| <input type="checkbox"/> Tjänsteman med arbetsledande funktion   | <input type="checkbox"/> Företagare: 1–9 anställda             |
| <input type="checkbox"/> Tjänsteman med företagsledande funktion | <input type="checkbox"/> Företagare: 10 eller fler anställda   |
| <input type="checkbox"/> Arbetare                                | <input type="checkbox"/> Jordbrukare: ingen anställd           |
| <input type="checkbox"/> Arbetare med arbetsledande funktion     | <input type="checkbox"/> Jordbrukare: en eller flera anställda |

**Fråga 78 Arbetar/arbetade Du hel- eller deltid?**

- Heltid     Deltid, minst 15 timmar i veckan     Deltid, mindre än 15 timmar i veckan

**Fråga 79 Arbetar/arbetade Du i statlig, kommunal, landstingskommunal eller privat tjänst?**

- Statlig     Kommunal     Landstingskommunal     Privat

**Fråga 80 Hur nöjd är/var Du med Ditt arbete?**

- |                          |                          |                          |                            |                          |                          |                          |                          |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|----------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Helt nöjd                | Mycket nöjd              | Ganska nöjd              | Varken nöjd eller missnöjd | Ganska missnöjd          | Mycket missnöjd          | Helt missnöjd            | Vet ej                   |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

**Fråga 81 Har Du varit sjukskriven vid något eller några tillfällen under de senaste 12 månaderna?**

- Nej  
 Ja →  Upp till en vecka  
 Mellan 1 vecka och 1 månad  
 1–6 månader  
 6–12 månader  
 Mer än 12 månader

**Fråga 82 Är Du medlem i någon fackförening?**

Ja, förbund inom:

- LO (Landsorganisationen), v.g. ange vilket förbund: .....
- TCO (Tjänstemännens Centralorganisation), v.g. ange vilket förbund: .....
- SACO (Sveriges Akademikers Centralorganisation), v.g. ange vilket förbund: .....
- Annan facklig organisation, v.g. ange vilket förbund: .....
- Nej

**TILL SIST NÅGRA FRÅGOR OM DIG SJÄLV**

**NÄR MAN SAMMANSTÄLLER RESULTATET AV SÅDANA HÄR UNDERSÖKNINGAR BRUKAR MAN DELA UPP SVAREN I OLIKA GRUPPER. FÖR ATT KUNNA GÖRA DETTA BEHÖVER VI DINA SVAR PÅ DESSA AVSLUTANDE FRÅGOR.**

**Fråga 83 Är Du kvinna eller man?**

- Kvinna  Man

**Fråga 84 Vilket år är Du född?**

Årtal:

**Fråga 85 Är Du..:**

- Svensk medborgare  
 Medborgare i annat land  
 Både svensk medborgare och medborgare i annat land

**Fråga 86 Vilket är Ditt civilstånd?**

- Ensamstående  
 Sambo  
 Gift

**Fråga 87 Har Du egna barn?**

- Ja  Nej

**Fråga 88 Hur ser Ditt hushåll ut?**

Jag bor själv → *Gå till fråga 89.*

Jag bor med andra/delar regelbundet mitt hushåll med: →

En vuxen	<input type="checkbox"/>	Ja	Nej
Flera vuxna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ett eller flera barn	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Om Du regelbundet delar Ditt hushåll med barn, hur många är de och i vilka åldrar är de?**

Antal barn:  ...i åldrarna:  0–3 år  4–6 år  7–15 år  16 år eller äldre

**Fråga 89 Om Du skulle beskriva Ditt nuvarande hem respektive det hem Du växte upp i, vilket av nedanstående alternativ stämmer då bäst?**Ditt nuvarande hem:

- Arbetarhem  
 Jordbrukarhem  
 Tjänstemannahem  
 Högre tjänstemanna-/akademikerhem  
 Företagarhem

Det hem Du växte upp i:

- Arbetarhem  
 Jordbrukarhem  
 Tjänstemannahem  
 Högre tjänstemanna-/akademikerhem  
 Företagarhem

**Fråga 90 Var någonstans har Du, respektive Din far och Din mor, huvudsakligen vuxit upp?**

	Du själv	Din far	Din mor
Ren landsbygd i Sverige	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mindre tätort i Sverige	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stad eller större tätort i Sverige	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stockholm, Göteborg eller Malmö	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Annat land i Norden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Annat land i Europa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Land utanför Europa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 91 Hur länge har Du bott i den kommun där Du bor nu?**

- Har alltid bott här  
 Född i kommunen, har alltid bott här bortsett från kortare perioder, t. ex. studier på annan ort  
 Inflyttad, har bott här mer än 10 år  
 Inflyttad, har bott här 1 till 10 år  
 Inflyttad, har bott här mindre än ett år

**Fråga 92 I vilken typ av område bor Du?**

- Storstad, centralt  
 Storstad, ytterområde/förort  
 Stad eller större tätort, centralt  
 Stad eller större tätort, ytterområde  
 Mindre tätort  
 Ren landsbygd

**Fråga 93 Hur bor Du för närvarande?**

- I villa/radhus  
 I lägenhet/flerbostadshus  
 Annat boende: .....

**Fråga 94 Hyr eller äger Du eller någon i Ditt hushåll Din nuvarande bostad?**

- Hyr bostaden  
 Äger bostaden (även bostadsrätt/insatslägenhet)

**Fråga 95 Vilken skolutbildning har Du? Markera det alternativ som Du anser passar bäst in på Dig. Om Du ännu inte avslutat Din utbildning, markera då den Du genomgår för närvarande.**

- Ej fullgjort grundskola eller motsvarande obligatorisk skola  
 Grundskola eller motsvarande obligatorisk skola  
 Gymnasium, folkhögskola eller motsvarande  
 Eftergymnasial utbildning, ej högskola  
 Studier vid högskola/universitet  
 Examen från högskola/universitet  
 Examen från forskarutbildning

**Fråga 96 Vilken inriktning har Din utbildning i huvudsak? Kryssa för det alternativ som bäst stämmer in på Din utbildning.**

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Ekonomi/handel/administration          | <input type="checkbox"/> Media/journalistik/reklam       |
| <input type="checkbox"/> Estetisk/design/hantverk/konst         | <input type="checkbox"/> Naturvetenskap/matematik/data   |
| <input type="checkbox"/> Hotell/restaurang/service/skönhetsvård | <input type="checkbox"/> Pedagogik                       |
| <input type="checkbox"/> Hälso-/sjukvård                        | <input type="checkbox"/> Samhällsvetenskap/juridik       |
| <input type="checkbox"/> Humaniora/kultur                       | <input type="checkbox"/> Socialt arbete/omsorg/psykologi |
| <input type="checkbox"/> Jordbruk/skogsbruk/miljövärd           |  |
| <input type="checkbox"/> Teknik/byggt teknik/industri/transport | <input type="checkbox"/> Annan: .....                    |

**Fråga 97 Hur intresserad är Du för egen del av att satsa på mer utbildning?**

- |                          |                          |                           |                          |
|--------------------------|--------------------------|---------------------------|--------------------------|
| Mycket intresserad       | Ganska intresserad       | Inte särskilt intresserad | Inte alls intresserad    |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/> |

**Fråga 98 Var vänlig sätt ett kryss i den ruta som motsvarar den ungefärliga sammanlagda årsinkomsten för samtliga personer i Ditt hushåll före skatt (pension och studiemedel ska räknas in i den ungefärliga årsinkomsten).**

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 100 000 eller mindre | <input type="checkbox"/> 401 000 – 500 000 |
| <input type="checkbox"/> 101 000 – 200 000    | <input type="checkbox"/> 501 000 – 600 000 |
| <input type="checkbox"/> 201 000 – 300 000    | <input type="checkbox"/> 601 000 – 700 000 |
| <input type="checkbox"/> 301 000 – 400 000    | <input type="checkbox"/> Mer än 700 000    |

**Fråga 99 Hur har enligt Din mening nedanstående ekonomiska förhållanden förändrats under de senaste 12 månaderna?**

	Förbättrats	Förblivit ungefär densamma	Försämrats
Din egen ekonomiska situation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ekonomi i Din kommun	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Den svenska ekonomin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Hur tror Du att ekonomin kommer att förändras under de kommande 12 månaderna?**

	Förbättrats	Förbli ungefär densamma	Försämrats
Din egen ekonomiska situation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ekonomi i Din kommun	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Den svenska ekonomin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 100 Hur bedömer Du Ditt allmänna hälsotillstånd? Svara med hjälp av nedanstående skala, där 0 motsvarar "mycket dåligt" och 10 motsvarar "mycket gott".**

Mycket dåligt															Mycket gott					
↓															↓					
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10										
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>										

**Fråga 101 Hur bedömer Du själv Dina kunskaper i följande språk?**

	Pratar och förstår helt obehindrat	Klarar mig i de flesta sammanhang	Kan göra mig hjälpligt förstådd	Kan några ord och uttryck	Pratar/förstår inte alls
Svenska	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Engelska	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tyska	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Franska	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Spanska	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Annat språk:					
.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

# ETT STORT TACK FÖR DIN MEDVERKAN!

Om Du har synpunkter på någon enskild fråga eller formuläret som helhet är vi tacksamma för att få ta del av dessa.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Här ser Du några böcker från SOM-institutet där resultaten från de senaste årens undersökningar presenteras:



Du kan läsa mer om SOM-institutets verksamhet på vår hemsida:

**[www.som.gu.se](http://www.som.gu.se)**

(Här hittar Du också innehållsförteckningarna till våra böcker.)

Vill Du kontakta oss är Du mycket välkommen att göra det:

- telefon: 031-773 12 17
- epost: [info@som.gu.se](mailto:info@som.gu.se)

# SOM-INSTITUTET DRIVS I SAMARBETE MELLAN TRE INSTITUTIONER VID GÖTEBORGS UNIVERSITET:

## Statsvetenskapliga institutionen

Statsvetenskapliga institutionen vid Göteborgs universitet är Sveriges främsta forskningsinstitution när det gäller undersökningar om politisk opinionsbildning.

## Institutionen för journalistik och masskommunikation

Institutionen för journalistik och masskommunikation vid Göteborgs universitet (JMG) är tongivande inom forskning om massmedier, journalistik och demokrati.

## Förvaltningshögskolan

Förvaltningshögskolan vid Göteborgs universitet är den enda i sitt slag i landet. Forskning bedrivs om medborgarna och den offentliga sektorn samt om kommunal ekonomi och organisation.

I den här undersökningen som Du just hjälpt oss med att genomföra deltar forskare från dessa tre institutioner men också från andra institutioner och universitet, bland andra:

Kent Asp, professor:  
*Integrationsfrågor*

Annika Bergström, doktorand:  
*Nyheter och internet*

Ulf Bjereld, professor:  
*Utrikespolitik*

Göran Bolin, fil.dr.:  
*Mobiltelefoni*

Martin Brothén, fil.dr.:  
*Riksdagen*

Per Hedberg, doktorand:  
*Energi*

Sören Holmberg, professor:  
*Politisk opinion*

Lars Höglund, professor:  
*Bibliotek*

Rutger Lindahl, professor:  
*EU-frågor*

Lennart J. Lundqvist, professor:  
*Miljöopinion*

Michele Micheletti, docent:  
*Konsumtion och samhälle*

Lennart Nilsson, universitetslektor:  
*Kommunal service*

Åsa Nilsson, doktorand:  
*Medieanvändning*

Lars Nord, docent:  
*Demokrati*

Bo Rothstein, professor:  
*Det civila samhället*

Dietlind Stolle, docent:  
*Konsumtion och samhälle*

Ingela Wadbring, fil.dr.:  
*Dagspress*

Lennart Weibull, professor:  
*Attityder till massmedier*





# SAMHÄLLE O P I N I O N MASSMEDIA

Samhälle Opinion och Massmedia (SOM) är en vetenskaplig frågeundersökning som årligen genomförs av SOM-institutet. SOM-institutet drivs gemensamt av Institutionen för journalistik och masskommunikation, Statsvetenskapliga institutionen samt Förvaltningshögskolan vid Göteborgs universitet. SOM-undersökningen är en del av institutionernas forskning om opinionsbildning i det svenska samhället i dag. Undersökningen genomförs i samarbete med Kinnmark Information AB och går ut till 6 000 slumpmässigt utvalda personer i Sverige.

Ansvariga för undersökningen är professor Sören Holmberg och professor Lennart Weibull. Magnus Kinnmark är projektsamordnare och undersökningsledare är Åsa Nilsson.

Har Du frågor som rör Din medverkan i undersökningen, ring gärna Kinnmark Information. Telefon: 020-28 28 30 (samtalet är gratis)

Du kan också ringa eller skicka e-post till SOM-institutet:  
Åsa Nilsson, telefon: 031-773 12 39, e-post: [asa.nilsson@som.gu.se](mailto:asa.nilsson@som.gu.se)  
Vill Du läsa mer om SOM-institutet finns vi på internetadressen: [www.som.gu.se](http://www.som.gu.se)

*Denna streckkod är endast till för att  
inkomna svar skall kunna prickas av  
vid datorns optiska läsning. Då slipper  
Du få påminnelse i onödan.*

---



SAMHÄLLE  
OPINION  
MASSMEDIA

---

2003

SOM-INSTITUTET  
*samhälle opinion massmedia*



GÖTEBORGS  
UNIVERSITET

---

## SÅ HÄR FYLLER DU I FORMULÄRET

---

### Här är ett exempel:

#### Fråga 1 Hur väl anser Du att påståendet 'I dag skiner solen' stämmer?

	Stämmer helt och hållet	Stämmer ganska bra	Stämmer varken bra eller dåligt	Stämmer ganska dåligt	Stämmer inte alls
Om Du tycker att påståendet <u>inte stämmer alls</u> , sätt då ett kryss längst till höger på följande sätt:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Om Du tycker att påståendet <u>stämmer ganska bra</u> , markerar Du så här:	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Skulle Du råka sätta ett kryss i fel ruta, rätta till det genom att stryka över hela rutan. Sätt därefter kryss i rätt ruta på följande sätt:	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formuläret läses <u>optiskt</u> av en dator. Håll därför om möjligt kryssen <u>innanför</u> rutorna.		Kryssa så här: <input checked="" type="checkbox"/>		Kryssa <u>ej</u> så här: <input checked="" type="checkbox"/>	

Använd helst kulspetspenna och inte tusch eller blyerts.

---

## FORMULÄRETS INNEHÅLL

---

### Frågenummer

### Frågeområde

1–9	Nyheter och dagstidningar
10–18	Politik och samhälle
19–27	Radio och TV
28–42	Teknikinnehav, internet och andra medier
43–54	Böcker, tidskrifter och bibliotek
55–58	Din syn på morgontidningen och andra medier
59–68	Aktiviteter och intressen
69–74	Arbetsliv
75–91	Bakgrund
92–93	Din gårdag

## NYHETER OCH TIDNINGAR

### Fråga 1 Hur ofta brukar Du titta på eller lyssna till följande nyhetsprogram i radio och TV?

	Dagligen	5-6 ggr/ vecka	3-4 ggr/ vecka	1-2 ggr/ vecka	Mer sällan	Aldrig
Lokalnyheter i radions P4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ekonyheterna i riksradiön	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nyheter i privat lokalradio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aktuellt i SVT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rapport i SVT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Regionala nyheter i SVT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SVT Morgon	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nyheter i TV4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lokala nyheter i TV4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nyhetsmorgon i TV4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Metronyheter i TV3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Fråga 2 Läser eller tittar Du i någon eller några morgontidningar regelbundet? Om Du läser mer än en morgontidning, ange först den som Du betraktar som Din huvudtidning. (Frågan gäller inte tidningar på internet.)

	7 dagar/ vecka	6 dagar/ vecka	5 dagar/ vecka	4 dagar/ vecka	3 dagar/ vecka	2 dagar/ vecka	1 dag/ vecka
..... (tidningens namn)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
..... (tidningens namn)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
..... (tidningens namn)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Nej, jag läser inte någon morgontidning minst en gång i veckan

### Fråga 3 Brukar Du läsa eller titta i följande tidningar? (Frågan gäller inte tidningar på internet.)

	7 dagar/ vecka	6 dagar/ vecka	5 dagar/ vecka	4 dagar/ vecka	3 dagar/ vecka	2 dagar/ vecka	1 dag/ vecka	Mer sällan	Aldrig
Aftonbladet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Expressen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
GT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kvällsposten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Metro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stockholm City	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Fråga 4 Prenumererar Du eller någon i Ditt hushåll på någon morgontidning?

Ja

Nej → Om Du ändå läser en morgontidning, på vilket sätt har Du då tillgång till den?

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Läser hos bekant/granne | <input type="checkbox"/> Läser på kollektivtrafiken (buss, tåg etc.) |
| <input type="checkbox"/> Lånar av bekant/granne  | <input type="checkbox"/> Köper lösnummer                             |
| <input type="checkbox"/> Läser på arbetet/skolan | <input type="checkbox"/> Läser på internet                           |

Annat sätt: .....

**Fråga 5** Har Du själv funderat på att upphöra med den/någon av de prenumerationer Du nu har, eller har detta diskuterats inom familjen under det senaste halvåret?

Nej	Ja, någon enstaka gång	Ja, flera gångar	Tveksam, vet ej	<i>Prenumererar ej på någon tidning</i>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Om ja, av vilken anledning har Du funderat på att upphöra med Din prenumeration? (Fler än ett svar kan markeras.)**

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Prenumerationspriset har höjts             | <input type="checkbox"/> Allt har blivit så dyrt att pengarna inte räcker till |
| <input type="checkbox"/> Jag får lokal information i radio och TV   | <input type="checkbox"/> Tidningens innehåll är inte tillräckligt bra          |
| <input type="checkbox"/> Tidningens politiska linje passar mig inte | <input type="checkbox"/> Jag har tillgång till tidningen på arbetet/i skolan   |
| <input type="checkbox"/> Tidningsutdelningen sköts dåligt           | <input type="checkbox"/> Jag kan läsa tidningen på internet                    |
| <input type="checkbox"/> Jag har inte tid att läsa den              | <input type="checkbox"/> Jag får de nyheter jag behöver från en gratistidning  |

**Fråga 6** Ungefär hur lång tid brukar Du ägna åt den lokala morgontidningen en genomsnittlig vardag?

	0 min	5 min	10 min	15 min	20 min	25 min	30 min	35 min	40 min	45 min	50 min	55 min	60 min	Mer än 60 min
Före kl. 06	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kl. 06–08	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kl. 08–12	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kl. 12–17	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Efter kl. 17	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Jag läser aldrig någon lokal morgontidning

**Fråga 7** Hur mycket brukar Du normalt läsa av följande typer av innehåll i den lokala morgontidningen?

	Allt/i stort sett allt	Ganska mycket	Inte särskilt mycket	Ingenting/nästan inget alls	Vet ej
Ledare och kommentarer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lokala nyheter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kulturartiklar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Insändare	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ekonominyheter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Riksdag och regering	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Utrikesnyheter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sport	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Familjenyheter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lokala affärsannonser	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Radio- och TV-material	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nöjesartiklar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Olyckor och brott	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Debattartiklar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Jag läser aldrig någon lokal morgontidning

**Fråga 8** Om Du tänker på hur Du brukar läsa Din morgontidning, hur ser Din morgontidningsläsning ut nu jämfört med för ett år sedan?

Jag läser mer nu	Jag läser ungefär lika mycket nu som för ett år sedan	Jag läser mindre nu	<i>Jag brukar inte läsa morgontidningar</i>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 9 Hur väl anser Du att följande omdömen stämmer in på den morgontidning Du oftast läser?**

	Stämmer helt	Stämmer delvis	Stämmer knappast	Stämmer inte alls	Ingen uppfattning
Är seriös	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Står på den lilla människans sida	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Har bra bilder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Har ett lågt prenumerationspris	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Är tillförlitlig i sin nyhetsbevakning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Innehåller sådant Du har praktisk nytta av	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Har för många annonser	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Har för mycket negativa nyheter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Jag läser ingen morgontidning					

**POLITIK OCH SAMHÄLLE**

**Fråga 10 Hur intresserad är Du i allmänhet av politik?**

Mycket intresserad	Ganska intresserad	Inte särskilt intresserad	Inte alls intresserad
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 11 Vilken eller vilka frågor eller samhällsproblem tycker Du är viktigast i Sverige i dag? Ange högst tre frågor/samhällsproblem.**

.....

.....

.....

**Fråga 12 Hur stort förtroende har Du för det sätt på vilket följande samhällsinstitutioner och grupper sköter sitt arbete?**

	Mycket stort förtroende	Ganska stort förtroende	Varken stort eller litet förtroende	Ganska litet förtroende	Mycket litet förtroende
Regeringen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Polisen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sjukvården	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Försvaret	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Riksdagen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bankerna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dagspressen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De fackliga organisationerna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Radio och TV	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Grundskolan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Storföretagen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Svenska kyrkan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Domstolarna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kungahuset	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kommunstyrelserna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Universitet/högskolor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De politiska partierna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
EU-kommissionen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Europaparlamentet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Förenta Nationerna (FN)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 13 På det hela taget, hur nöjd är Du med det sätt på vilket demokratin fungerar i:**

	Mycket nöjd	Ganska nöjd	Inte särskilt nöjd	Inte alls nöjd
EU	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sverige	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Landstinget/regionen där Du bor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Den kommun där Du bor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 14 Man talar ibland om att politiska åsikter kan placeras in på en vänster-högerskala. Var någonstans skulle Du placera Dig själv på en sådan vänster-högerskala?**

Klart till vänster	Något till vänster	Varken till vänster eller till höger	Något till höger	Klart till höger
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 15 Vilket parti tycker Du bäst om i dag?**

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Vänsterpartiet     | <input type="checkbox"/> Moderaterna                           |
| <input type="checkbox"/> Socialdemokraterna | <input type="checkbox"/> Kristdemokraterna                     |
| <input type="checkbox"/> Centerpartiet      | <input type="checkbox"/> Miljöpartiet                          |
| <input type="checkbox"/> Folkpartiet        | <input type="checkbox"/> Annat parti (v.g. ange vilket): ..... |

**Anser Du Dig vara en övertygad anhängare av detta parti?**

- Ja, mycket övertygad       Ja, något övertygad       Nej

**Fråga 16 Nedan finns ett antal förslag som har förekommit i den politiska debatten. Vilken är Din åsikt om vart och ett av dem?**

	Mycket bra förslag	Ganska bra förslag	Varken bra eller dåligt förslag	Ganska dåligt förslag	Mycket dåligt förslag
Minska den offentliga sektorn	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ta emot färre flyktingar i Sverige	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Satsa på ett samhälle med ökad jämställdhet mellan män och kvinnor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Satsa på ett miljövänligt samhälle även om det innebär låg eller ingen ekonomisk tillväxt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bedriva mer av sjukvården i privat regi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sverige bör på lång sikt avveckla kärnkraften	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Införa sextimmars arbetsdag	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sänka skatterna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Införa republik i Sverige	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Begränsa regeringens och riksdagens kontakter med lobbyister och opinionskonsulter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Subventionera priset på böcker	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Satsa mer på biblioteken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 17 Vilken är Din åsikt om det svenska medlemskapet i EU?**

- I huvudsak för det svenska medlemskapet i EU  
 I huvudsak emot det svenska medlemskapet i EU  
 Har ingen bestämd åsikt i frågan



**Fråga 18 Hur röstade Du i höstens folkomröstning om att införa euron som valuta i Sverige?**

- Ja – Sverige skall införa euron som valuta  
 Nej – Sverige skall inte införa euron som valuta  
 Röstade blankt  
 Röstade ej  
 Ej röstberättigad

**RADIO OCH TV****Fråga 19 Hur ofta brukar Du lyssna på följande radiokanaler?**

	Dagligen	5–6 ggr/ vecka	3–4 ggr/ vecka	1–2 ggr/ vecka	Mer sällan	Aldrig
P1 i Sveriges Radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P2 i Sveriges Radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P3 i Sveriges Radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P4 i Sveriges Radio/Lokalradion	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rix FM	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Radio City	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
NRJ (Radio Energy)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mix Megapol	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lugna favoriter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Annan privat lokalradio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Närradio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 20 Hur ofta brukar Du titta på program i följande TV-kanaler?**

	<i>Har ej tillgång</i>	<i>Tittar på kanalen:</i>					
		Dagligen	5–6 ggr/ vecka	3–4 ggr/ vecka	1–2 ggr/ vecka	Mer sällan	Aldrig
SVT1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SVT2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TV3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TV4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kanal 5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ZTV	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TV4 plus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Barnkanalen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
MTV	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Viasat Nature/Action	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Canal+	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TV 1000	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
BBC/CNN	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 21 Vad är mest angeläget för Dig? Markera endast ett kryss.**

- Fler TV-kanaler att välja mellan  
 Bättre utbud i de TV-kanaler som finns

**Fråga 22 Vilken typ av TV-program föredrar Du att titta på? Svara med hjälp av nedanstående skala.**

	<div style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; padding: 5px; display: inline-block;">Inte alls intresserad av att titta på</div>		<div style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; padding: 5px; display: inline-block;">Mycket intresserad av att titta på</div>								
	↓		↓								
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Informations- och faktaprogram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Förströelse- och underhållningsprogram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 23 Hur ofta brukar Du titta på följande typer av TV-program?**

	Flera gånger i veckan	Någon gång i veckan	Mer sällan	Aldrig
Nyhetsprogram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Samhällsprogram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sportprogram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kulturprogram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lättare underhållning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Långfilmer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Drama/serier	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dokusåpor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Talkshows	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lek-/spelprogram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Matprogram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Djur- och naturprogram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 24 Vilken TV-kanal tycker Du har de bästa programmen när det gäller.:  
(Markera endast en kanal per programtyp.)**

	SVT1	SVT2	TV3	TV4	Kanal 5	ZTV	Viasat Nature /Action	Annan kanal	Ingen uppfattning
Barnprogram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nyheter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ungdomsprogram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sport	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lättare underhållning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Naturprogram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Samhällsprogram/ -magasin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Teater, opera, konsert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kulturprogram/-magasin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Svenska TV-serier/ drama/komedi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Utländska TV-serier/ drama/komedi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Långfilmer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Populärmusik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dokumentärer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 25 Vilket är Ditt allmänna intryck av de svenska TV-kanalerna?**

	Mycket positivt	Ganska positivt	Varken positivt eller negativt	Ganska negativt	Mycket negativt	Ingen uppfattning
SVT1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SVT2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TV3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TV4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kanal 5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ZTV	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Viasat Nature/Action	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Barnkanalen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TV4 plus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 26 Är Du positivt eller negativt inställd till reklam i TV?**

Mycket positiv	Ganska positiv	Varken positiv eller negativ	Ganska negativ	Mycket negativ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 27 Tycker Du att TV-licensen, mottagaravgiften som man betalar för Sveriges Television, är värd priset eller inte?**

Mycket väl värd priset	Ganska väl värd priset	Inte speciellt värd priset	Inte alls värd priset
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**TEKNIKINNEHAV, INTERNET OCH ANDRA MEDIER**

**Fråga 28 Vilka typer av utrustning etc. har Du för närvarande tillgång till i Ditt hushåll?**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Telefon (fast anslutning) | <input type="checkbox"/> Bärbar mp3-spelare            |
| <input type="checkbox"/> Mobiltelefon              | <input type="checkbox"/> Fritidshus                    |
| <input type="checkbox"/> Text-TV                   | <input type="checkbox"/> Fritidsbåt                    |
| <input type="checkbox"/> Video                     | <input type="checkbox"/> Bil                           |
| <input type="checkbox"/> Digital-TV/Set Top Box    | ➔ Märke: .....   |
| <input type="checkbox"/> Persondator               | <i>(om Du har mer än en bil: den Du använder mest)</i> |
| <input type="checkbox"/> Skrivare                  | ➔ Årsmodell: <input type="text"/>                      |
| <input type="checkbox"/> Handdator                 | <input type="checkbox"/> Eget körkort för personbil    |
| <input type="checkbox"/> CD-spelare                |  |
| <input type="checkbox"/> DVD-spelare               |  |

**Fråga 29 Har Du egen mobiltelefon? (Du kan kryssa för flera alternativ.)**

- Ja, privat med kontantkort
- Ja, privat med abonnemang
- Ja, i tjänsten/arbetet
- Nej

**Fråga 30** Om Du använder mobiltelefon, är telefonen utrustad med något av följande? (Den mobiltelefon Du oftast använder, om Du använder flera.)

- GPRS       3G       Inget av detta       Vet ej  
 Använder *aldrig* mobiltelefon → Gå vidare till fråga 33.

**Fråga 31** Använder Du mobiltelefonen främst privat eller i arbetet?

- Främst privat       Främst i arbetet       Ungefär lika mycket privat som i arbetet

**Fråga 32** Hur ofta brukar Du använda mobiltelefonen till följande?

	Aldrig	Någon/ några ggr/ månad	Någon gång/ vecka	Några gångar/ vecka	1–3 ggr/ dag	4–8 ggr/ dag	9–20 ggr/ dag	Mer än 20 ggr/dag
Ringa samtal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ta emot samtal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Skicka SMS	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ta emot SMS	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Skicka bilder med MMS-teknik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mobila informations- tjänster	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mobilt internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Spela spel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Klocka/alarm	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 33** Har Du tillgång till internet? (Fler än ett kryss kan markeras.)

- Ja, i hemmet → ...där jag har anslutning...       ...med rörlig telefontaxa  
 Ja, på arbetsplats/skola       ...med fast abonnemang  
 Ja, på annan plats  
 Nej

**Fråga 34** Tror Du att internet gör livet lättare eller svårare för människor i allmänhet?

- Mycket lättare      Något lättare      Varken lättare eller svårare      Något svårare      Mycket svårare

**Fråga 35** Var brukar Du använda internet? (Fler än ett kryss kan anges.)

- I hemmet  
 På min arbetsplats/skola  
 På annan plats  
 Brukar *aldrig* använda internet → Gå vidare till fråga 43.

**Fråga 36** Hur länge har Du använt internet?

- Mindre än ett halvår      Ett halvår till ett år      1–2 år      3–5 år      Mer än 5 år

**Fråga 37 Vilket/vilka är Dina främsta syften med Din privata internetanvändning? (Du kan markera mer än en ruta.)**

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Nöje/förströelse/spel                 | <input type="checkbox"/> Beställa varor eller tjänster                                      |
| <input type="checkbox"/> Datorteknisk användning/göra hemsidor | <input type="checkbox"/> Ladda ner/lyssna på musik  |
| <input type="checkbox"/> Delta i diskussions- eller chatgrupp  | <input type="checkbox"/> Bankärenden  |
| <input type="checkbox"/> Ta del av nyheter/nyhetstjänst        | <input type="checkbox"/> Hämta blanketter, informationsmaterial etc. från kommun, myndighet |
| <input type="checkbox"/> Söka fakta/information                | <input type="checkbox"/> Annat: .....   |
| <input type="checkbox"/> E-post                                |   |

**Fråga 38 Hur ofta brukar Du besöka någon av följande nyhetssajter på internet?**

	6-7 dagar/ vecka	3-5 dagar/ vecka	1-2 dagar/ vecka	Mer sällan	Aldrig
Aftonbladet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Expressen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lokal morgontidning där jag bor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lokal morgontidning på annan ort	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sveriges Radio (SR)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sveriges Television (SVT)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TV4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Annan nyhetssajt, i första hand: .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

**Fråga 39 Hur ofta brukar Du ta del av något av följande på internet?**

	6-7 dagar/ vecka	3-5 dagar/ vecka	1-2 dagar/ vecka	Mer sällan	Aldrig
Din kommuns hemsida	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ditt landstings/Din regions hemsida	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Riksdagens hemsida	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Regeringens hemsida	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Något politiskt partis hemsida	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 40 Om Du under de senaste 12 månaderna har besökt hemsidan för kommunen där Du bor, har Du gjort något av följande? (Du kan markera mer än en ruta.)**

- Har inte besökt kommunens hemsida under de senaste 12 månaderna
- Sökt information om kommunen
- Sökt information om enskilda kommunala verksamheter (t. ex. skola, barn-/äldreomsorg, miljö, trafikplanering, stadsplanering, fastigheter)
- Sökt information om kollektivtrafikens linjer och tider
- Tagit del av kommunfullmäktiges beslut/ärenden
- Tagit kontakt med någon av kommunens politiker eller tjänstemän
- Hämtat blanketter eller informationsmaterial
- Uträttat ärenden (t.ex. ansökt om bidrag, begärt tillstånd, gjort anmälan till kommunal kö)
- Deltagit i debattforum
- Annat: .....

**Fråga 41 Har Du under de senaste 12 månaderna sökt information på internet om hälsa/sjukvård?**

Nej	Någon gång under året	Någon gång i halvåret	Någon gång i kvartalet	Någon gång i månaden	Någon gång i veckan	Flera gånger i veckan
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 42 Har Din användning av internet medfört att Du ökat eller minskat Din användning av andra medier?**

	Ökat mycket	Ökat något	Varken ökat eller minskat	Minskat något	Minskat mycket
Dagstidningsläsning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tidskriftsläsning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Radiolyssnande	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TV-tittande	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Telefonerande	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bokläsning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### BÖCKER, TIDSKRIFTER OCH BIBLIOTEK

**Fråga 43 Har Du under de senaste 12 månaderna läst respektive köpt någon av följande typer av böcker?**

	<u>Läst antal böcker:</u>				<u>Köpt antal böcker:</u>			
	Ingen	1-4	5-15	Fler än 15	Ingen	1-4	5-15	Fler än 15
Pocketbok	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Annan bok	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
-----								
Roman	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Deckare, thriller	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Barn-/ungdomsbok	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Science fiction/fantasy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Handbok för hobby/fritid	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fackbok/studiebok	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Annan typ av innehåll	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 44 Hur ofta läser eller tittar Du i någon av följande tidningar och tidskrifter?**

	Flera gånger i veckan	Någon gång i veckan	Någon gång i månaden	Någon gång per kvartal	Någon gång per halvår	Någon gång per år	Aldrig
Vecko-/månadstidning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Special-/facktidsskrift	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Facklig tidning/tidskrift	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Utländsk dagstidning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Annan utländsk tidning eller tidskrift	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 45 Har Din läsning respektive Dina köp av böcker och tidskrifter ökat eller minskat under 2003 eller är de av ungefär samma omfattning som tidigare?**

<u>Läsning av:</u>	Ökat mycket	Ökat något	Varken ökat eller minskat	Minskat något	Minskat mycket
Böcker	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vecko-/månadstidning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Special-/facktidsskrift	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<u>Köp av:</u>					
Böcker	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vecko-/månadstidning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Special-/facktidsskrift	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 46 Vilken är Din personliga mening om vart och ett av följande påståenden om böcker och tidskrifter?**

	Instämmer helt och hållet	Instämmer i stort sett	Varken instämmer eller tar avstånd	Tar i stort sett avstånd	Tar helt och hållet avstånd	Ingen uppfattning
Det är tråkigt att läsa böcker	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jag köper fler böcker än jag hinner läsa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sänkningen av moms på böcker var en effektiv åtgärd för att stimulera bokläsandet i Sverige	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Om tidskrifter vore billigare skulle jag köpa fler	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jag läser hellre tidskrifter än böcker	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Det finns för få intressanta svenska tidskrifter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 47 Det diskuteras ibland varför många människor inte läser böcker. Enligt Din bedömning, vilken roll spelar följande saker?**

	Mycket stor roll	Ganska stor roll	Varken stor eller liten roll	Ganska liten roll	Mycket liten roll
Böcker är för dyra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Det finns för få ställen att köpa böcker på	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bristande läskunnighet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Det finns för få bibliotek	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Många människor saknar tradition hemifrån att läsa böcker	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Många tittar hellre på TV	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tiden räcker inte till	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 48 Hur viktigt brukar följande vara för Dig när Du köper en bok?**

Jag brukar inte köpa böcker → Gå vidare till fråga 49.

	Mycket viktigt	Ganska viktigt	Varken viktigt eller oviktigt	Ganska oviktigt	Mycket oviktigt
Författaren till boken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Typ av innehåll/genre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bokens handling	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Omslaget	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Baksidestexten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bästsäljarlistor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Recensioner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Litterära pris	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rekommendation från vänner/bekanta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Att boken är nyutkommen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Priset på boken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Annat: .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 49 Hur tycker Du på det hela taget att bibliotekens service fungerar i den kommun där Du bor?**

Mycket bra	Ganska bra	Varken bra eller dåligt	Ganska dåligt	Mycket dåligt	Ingen uppfattning
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 50 Hur ofta använder Du kommunens bibliotek för att låna litteratur som Du använder:**

	Aldrig	Någon gång under året	Någon gång i halvåret	Någon gång i kvartalet	Någon gång i månaden	Någon gång i veckan	Flera gånger i veckan
I arbetet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
För studier	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
På fritiden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 51 Hur ofta använder Du bibliotek vid universitet/högskola?**

	Aldrig	Någon gång under året	Någon gång i halvåret	Någon gång i kvartalet	Någon gång i månaden	Någon gång i veckan	Flera gånger i veckan
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 52 Hur ofta gör Du följande på biblioteket?**

	Aldrig	Någon gång	Ganska ofta	Mycket ofta
Lånar barnböcker	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lånar skönlitteratur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lånar facklitteratur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Läser böcker	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Läser tidningar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Läser tidskrifter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Använder studieplatser	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Träffar vänner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Använder dator för att söka på internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Söker information om eller kontakt med statlig eller kommunal myndighet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Jag använder aldrig bibliotek

**Fråga 53 Hur tycker Du att kommunens bibliotek informerar om sina tjänster?**

Mycket bra	Ganska bra	Varken bra eller dåligt	Ganska dåligt	Mycket dåligt	Ingen uppfattning
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 54 Har Du använt kommunens bibliotek för att ta del av information inför folkomröstningen i höst om att införa euron som valuta i Sverige?**

- Ja, broschyrer från partierna
- Ja, annan information
- Nej



## DIN SYN PÅ MORGONTIDNINGEN OCH ANDRA MEDIER

**Fråga 55** Hur viktigt anser Du personligen att nedanstående typer av tidningsinnehåll är? Markera för varje innehållstyp hur viktigt Du anser det vara att en lokal morgontidning innehåller just detta.

	←			Varken eller/ vet ej			→
	Mycket oviktigt	Ganska oviktigt	Något oviktigt		Något viktigt	Ganska viktigt	Mycket viktigt
<i><b>Allmänt</b></i>							
Sport	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Familjenyheter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Insändare	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Inrikesnyheter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ekonomi och handel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Riksdag och regering	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fackliga frågor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Olyckor och brott	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ledare och kommentarer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Utrikesnyheter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kulturartiklar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Debattartiklar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Miljöfrågor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i><b>Lokala nyheter</b></i>							
Lokal arbetsmarknad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Organisationer och föreningar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Känt folk på orten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kommunalpolitik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lokala arbetsplatser	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Skolfrågor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nöjen/lokala arrangemang	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i><b>Särskilda ämnen</b></i>							
Seriesida	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Musik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Samlevnadsfrågor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Om radio- och TV-program	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Konsumentupplysning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Korsord och tävlingar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Populärvetenskap	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Datorer/IT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i><b>Annonser</b></i>							
Lokala affärsannonser	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bostadsannonser	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nöjesannonser	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Platsannonser	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bil-/motorannonser	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Allmänhetens varutorg/varumarknad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 56 Hur viktigt är det enligt Din mening att en morgontidning har följande egenskaper?**

	Mycket viktigt	Ganska viktigt	Varken viktigt eller oviktigt	Ganska oviktigt	Helt oviktigt
Är seriös	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Står på den lilla människans sida	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Har bra bilder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Har ett lågt prenumerationspris	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Är tillförlitlig i sin nyhetsbevakning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Innehåller sådant Du har praktisk nytta av	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Har många annonser	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Har positiva nyheter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Har en bra nättidning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 57 Om Du är intresserad av annonser inom följande områden, var någonstans brukar Du i så fall söka efter dem? (Fler än ett alternativ kan anges.)**

	Dagstidningar	Andra tidningar	Internet	Annan plats	<i>Söker aldrig sådana annonser</i>
Bostäder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bilar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lediga platser	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nöje	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 58 Vilket förtroende har Du för innehållet i följande massmedier?**

	<i>Tar aldrig del av mediet</i>	Mycket stort förtroende	Ganska stort förtroende	Varken stort eller litet förtroende	Ganska litet förtroende	Mycket litet förtroende
Sveriges Television	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TV4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Andra privata TV-kanaler	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sveriges Radios nationella kanaler (P1, P2, P3)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sveriges Radios lokala kanaler (P4)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Privat lokalradio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Den lokala morgontidningen på Din ort	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stockholms morgontidningar (Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Storstädernas dagliga gratistidningar (Metro, Stockholm City)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kvällstidningarna (Aftonbladet, Expressen, GT, Kvällsposten)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nyhetsjänster på internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## AKTIVITETER OCH INTRESSEN

**Fråga 59 Hur ofta har Du under de senaste 12 månaderna gjort följande?**

	Ingen gång	Någon gång under de senaste 12 månaderna	Någon gång i halv-året	Någon gång i kvartalet	Någon gång i månaden	Någon gång i veckan	Flera gånger i veckan
Gått på bio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gått på teater	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gått på rock-/popkonsert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sysslat med sport/idrott	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Motionerat/iddat friluftsliv	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gått på fotboll/ishockey	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Spelat på Tips, Lotto eller V75	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gått på restaurant/bar/pub på kvällstid	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ätit snabbmat (hamburgare/pizza/kebab)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ätit vegankost	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ätit kött	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Druckit sprit/vin/starköl	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rökt/snusat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kört bil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Åkt kollektivt (buss, tåg etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mekat med eller värdat bil/mc/moped	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sysslat med trädgårdsarbete	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Löst korsord	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Spelat dataspel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Använt Text-TV	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Spelat Bingo-Lotto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Spelat kort/sällskapspel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sjungit eller spelat något musik-instrument	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 60 Hur nöjd är Du på det hela taget med det liv Du lever?**

Mycket nöjd       Ganska nöjd       Inte särskilt nöjd       Inte alls nöjd

**Fråga 61 Ange nedan vilken/vilka föreningar Du är medlem i, samt hur aktiv Du är i dessa föreningar.**

	Icke medlem	Medlem, men har <u>inte</u> varit på möte under de senaste 12 månaderna	Medlem och har varit på möte under de senaste 12 månaderna	Medlem och har någon typ av uppdrag
Idrotts- eller friluftsförening	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Miljöorganisation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Politiskt parti (även kvinno- eller ungdomsförbund)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Facklig organisation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hyses-, bostadsrätts- eller villaägareförening	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kulturförening (musik, dans, konst etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pensionärsorganisation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Humanitär hjälporganisation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Svenska kyrkan, frikyrka, religiöst samfund eller religiös organisation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Annan förening	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 62 Enligt Din mening, i vilken utsträckning går det att lita på människor i allmänhet?**  
Svara med hjälp av nedanstående skala:

Det går inte att lita på  
människor i allmänhet

Det går att lita på  
människor i allmänhet

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10  
□ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □

**Fråga 63 Hur ofta har Du under de senaste 12 månaderna gjort följande?**

	Ingen gång	Någon gång under de senaste 12 månaderna	Någon gång i halv-året	Någon gång i kvartalet	Någon gång i månaden	Någon gång i veckan	Flera gånger i veckan
Umgåtts med vänner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Umgåtts med grannar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Själv hjälpt/fått hjälp av någon granne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Diskuterat politik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Varit upptagen kvällstid med aktiviteter/ärenden utanför hemmet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ätit middag med familjen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Haft gäster hemma på middag	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ätit frukost utanför hemmet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Arbetat övertid	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Handlat med aktier	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tecknat, målat, skrivit poesi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sovit mindre än sex timmar per dygn	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Besökt gudstjänst eller religiöst möte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Använt persondator	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Använt internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Köpt CD-skiva	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Besökt bibliotek	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hyr video/DVD	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tittat på TV under dagtid	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Läst någon bok	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Köpt någon bok	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Köpt någon tidskrift	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Läst musik-/film-/modemagasin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 64 Upplever Du att Dina vardagsmorgnar vanligtvis är lugna eller stressiga?**

Mycket lugna                      Ganska lugna                      Ganska stressiga                      Mycket stressiga  
□    □    □    □

**Fråga 65 Upplever Du att det under de senaste 12 månaderna skett viktiga förändringar i Ditt liv vad gäller:**

	Ja, stora förändringar	Ja, mindre förändringar	Nej
Ditt boende	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Din familj/partner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Din arbets-/studiesituation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Din ekonomi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Din hälsa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 66 Hur bedömer Du Ditt allmänna hälsotillstånd? Svara med hjälp av nedanstående skala, där 0 motsvarar "mycket dåligt" och 10 motsvarar "mycket gott".**

Mycket dåligt										Mycket gott				
↓											↓			
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10				
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				

**Fråga 67 Har Du varit sjukskriven vid något eller några tillfällen under de senaste 12 månaderna?**

- Nej  
 Ja
- Upp till en vecka  
 Mellan 1 vecka och 1 månad  
 1–6 månader  
 6–12 månader  
 Mer än 12 månader

**Fråga 68 I vilken utsträckning anser Du själv att Du har förändrats de senaste 5 åren?**

	Blivit mindre...		Ingen skillnad				Blivit mer...	
	↓			↓			↓	
	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	
Intresserad av ny teknik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Intresserad av att hänga med i nyheterna i press, radio och TV	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sällskaplig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bunden av mina vanor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Intresserad av att titta på TV	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Orolig för framtiden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Informerad om vad som händer i samhället	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stressad i min vardag	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Intresserad av politik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Intresserad av att lära mig nya saker	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Intresserad av att läsa böcker	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Intresserad av att läsa morgontidningar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Intresserad av att läsa kvällstidningar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stillasittande	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Intresserad av lokala frågor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nöjd med det liv jag lever	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### ARBETSLIV

**Fråga 69 Vilken av de här grupperna tillhör Du för närvarande?**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Förvärsarbetande (inkl. sjukskriven, föräldraledig) | <input type="checkbox"/> Ålderspensionär/avtalspensionär |
| <input type="checkbox"/> Har arbete i arbetsmarknadspolitiska åtgärder       | <input type="checkbox"/> Förtidspensionär/sjukpensionär  |
| <input type="checkbox"/> Genomgår arbetsmarknadsutbildning i AMS regi        | <input type="checkbox"/> Studerande                      |
| <input type="checkbox"/> Arbetslös   | <input type="checkbox"/> Annat: .....                    |

**Fråga 70 Vilket yrke har/hade Du?**

- .....  
(yrke/sysselsättning)
- Har **aldrig** yrkesarbetat → *Gå till fråga 74.*

**Fråga 71 Vilken av de här yrkesgrupperna hör/hörde Du till?**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Tjänsteman                              | <input type="checkbox"/> Företagare: ingen anställd            |
| <input type="checkbox"/> Tjänsteman med arbetsledande funktion   | <input type="checkbox"/> Företagare: 1–9 anställda             |
| <input type="checkbox"/> Tjänsteman med företagsledande funktion | <input type="checkbox"/> Företagare: 10 eller fler anställda   |
| <input type="checkbox"/> Arbetare                                | <input type="checkbox"/> Jordbrukare: ingen anställd           |
| <input type="checkbox"/> Arbetare med arbetsledande funktion     | <input type="checkbox"/> Jordbrukare: en eller flera anställda |

**Fråga 72 Arbetar/arbetade Du hel- eller deltid?**

- Heltid     Deltid, minst 15 timmar i veckan     Deltid, mindre än 15 timmar i veckan

**Fråga 73 Arbetar/arbetade Du i statlig, kommunal, landstingskommunal eller privat tjänst?**

- Statlig     Kommunal     Landstingskommunal     Privat

**Fråga 74 Är Du medlem i någon fackförening?**

*Ja, förbund inom:*

- LO (Landsorganisationen), v.g. ange vilket förbund: .....
- TCO (Tjänstemännens Centralorganisation), v.g. ange vilket förbund: .....
- SACO (Sveriges Akademikers Centralorganisation), v.g. ange vilket förbund: .....
- Annan facklig organisation, v.g. ange vilket förbund: .....
- Nej

**NÅGRA FRÅGOR OM DIG SJÄLV**

**NÄR MAN SAMMANSTÄLLER RESULTATET AV SÅDANA HÄR UNDERSÖKNINGAR BRUKAR MAN DELA UPP SVAREN I OLIKA GRUPPER. FÖR ATT KUNNA GÖRA DETTA BEHÖVER VI DINA SVAR PÅ DESSA AVSLUTANDE FRÅGOR.**

**Fråga 75 Är Du kvinna eller man?**

- Kvinna     Man

**Fråga 76 Vilket år är Du född?**

Årtal:

**Fråga 77 Är Du..:**

- Svensk medborgare
- Medborgare i annat land
- Både svensk medborgare och medborgare i annat land

**Fråga 78 Vilket är Ditt civilstånd?**

- Ensamstående  
 Sambo  
 Gift

**Fråga 79 Har Du egna barn?**

- Ja  Nej

**Fråga 80 Hur ser Ditt hushåll ut?**

Jag bor själv → *Gå till fråga 81.*

Jag bor med andra/delar regelbundet mitt hushåll med: →

En vuxen	<input type="checkbox"/>	Ja	<input type="checkbox"/>	Nej
Flera vuxna	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
Ett eller flera barn	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	

**Om Du regelbundet delar Ditt hushåll med barn, hur många är de och i vilka åldrar är de?**

Antal barn:  ...i åldrarna:  0–3 år  4–6 år  7–15 år  16 år eller äldre

**Fråga 81 Om Du skulle beskriva Ditt nuvarande hem respektive det hem Du växte upp i, vilket av nedanstående alternativ stämmer då bäst?**

Ditt nuvarande hem:

- Arbetarhem  
 Jordbrukarhem  
 Tjänstemannahem  
 Högre tjänstemanna-/akademikerhem  
 Företagarhem

Det hem Du växte upp i:

- Arbetarhem  
 Jordbrukarhem  
 Tjänstemannahem  
 Högre tjänstemanna-/akademikerhem  
 Företagarhem

**Fråga 82 Var någonstans har Du, respektive Din far och Din mor, huvudsakligen vuxit upp?**

	Du själv	Din far	Din mor
Ren landsbygd i Sverige	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mindre tätort i Sverige	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stad eller större tätort i Sverige	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stockholm, Göteborg eller Malmö	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Annat land i Norden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Annat land i Europa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Land utanför Europa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 83 Hur länge har Du bott i den kommun där Du bor nu?**

- Har alltid bott här  
 Född i kommunen, har alltid bott här bortsett från kortare perioder, t. ex. studier på annan ort  
 Inflyttad, har bott här mer än 10 år  
 Inflyttad, har bott här 1 till 10 år  
 Inflyttad, har bott här mindre än ett år

**Fråga 84 I vilken typ av område bor Du?**

- Storstad, centralt
- Storstad, ytterområde/förort
- Stad eller större tätort, centralt
- Stad eller större tätort, ytterområde
- Mindre tätort
- Ren landsbygd

**Fråga 85 Hur bor Du för närvarande?**

- I villa/radhus
- I lägenhet/flerbostadshus
- Annat boende: .....

**Fråga 86 Hyr eller äger Du eller någon i Ditt hushåll Din nuvarande bostad?**

- Hyr bostaden
- Äger bostaden (även bostadsrätt/insatslägenhet)

**Fråga 87 Vilken skolutbildning har Du? Markera det alternativ som Du anser passar bäst in på Dig. Om Du ännu inte avslutat Din utbildning, markera då den Du genomgår för närvarande.**

- Ej fullgjort grundskola eller motsvarande obligatorisk skola
- Grundskola eller motsvarande obligatorisk skola
- Gymnasium, folkhögskola eller motsvarande
- Eftergymnasial utbildning, ej högskola
- Studier vid högskola/universitet
- Examen från högskola/universitet
- Examen från forskarutbildning

**Fråga 88 Vilken inriktning har Din utbildning i huvudsak? Kryssa för det alternativ som bäst stämmer in på Din utbildning.**

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Ekonomi/handel/administration          | <input type="checkbox"/> Media/journalistik/reklam       |
| <input type="checkbox"/> Estetisk/design/hantverk/konst         | <input type="checkbox"/> Naturvetenskap/matematik/data   |
| <input type="checkbox"/> Hotell/restaurang/service/skönhetsvård | <input type="checkbox"/> Pedagogik                       |
| <input type="checkbox"/> Hälso-/sjukvård                        | <input type="checkbox"/> Samhällsvetenskap/juridik       |
| <input type="checkbox"/> Humaniora/kultur                       | <input type="checkbox"/> Socialt arbete/omsorg/psykologi |
| <input type="checkbox"/> Jordbruk/skogsbruk/miljövärd           |  |
| <input type="checkbox"/> Teknik/byggt teknik/industri/transport | <input type="checkbox"/> Annan: .....                    |

**Fråga 89 Var vänlig sätt ett kryss i den ruta som motsvarar den ungefärliga sammanlagda årsinkomsten för samtliga personer i Ditt hushåll före skatt (pension och studiemedel ska räknas in i den ungefärliga årsinkomsten).**

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 100 000 eller mindre | <input type="checkbox"/> 401 000 – 500 000 |
| <input type="checkbox"/> 101 000 – 200 000    | <input type="checkbox"/> 501 000 – 600 000 |
| <input type="checkbox"/> 201 000 – 300 000    | <input type="checkbox"/> 601 000 – 700 000 |
| <input type="checkbox"/> 301 000 – 400 000    | <input type="checkbox"/> Mer än 700 000    |



**Fråga 90 Hur har enligt Din mening nedanstående ekonomiska förhållanden förändrats under de senaste 12 månaderna?**

	Förbättrats	Förblivit ungefär densamma	Försämrats
Din egen ekonomiska situation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ekonomi i Din kommun	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Den svenska ekonomin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Hur tror Du att ekonomin kommer att förändras under de kommande 12 månaderna?**

	Förbättras	Förbli ungefär densamma	Försämrats
Din egen ekonomiska situation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ekonomi i Din kommun	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Den svenska ekonomin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 91 I vilken utsträckning känner Du samhörighet med följande grupper av människor?**

	Mycket stor samhörighet	Ganska stor samhörighet	Inte särskilt stor samhörighet	Ingen samhörighet alls
Människor bosatta i Sverige	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Människor bosatta i stadsdelen/ den del av kommunen där Du bor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dina grannar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Din familj	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Människor i Din generation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ungdomar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pensionärer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kvinnor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Män	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**TILL SIST NÅGRA FRÅGOR OM VAD DU GJORDE I GÅR**

**Fråga 92 Vilka medier tog Du del av i går och i vilket sammanhang? (Du kan svara med flera kryss på varje rad.)**

	Tog ej del av i går	Hemma	På arbetet/ i skolan	På offentlig lokal (café, bibliotek etc.)	Under resa	Någon annanstans
Morgontidning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kvällstidning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vecko-/månadstidning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TV	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bok	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**När på dygnet i går tog Du del av medierna? (Du kan svara med flera kryss på varje rad.)**

	Tog ej del av i går	Under morgonen	Under dagen	Under kvällen	Under natten
Morgontidning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kvällstidning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vecko-/månadstidning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TV	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bok	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Fråga 93 Vad gjorde Du i övrigt i går?**

	Ja	Nej
Åt frukost före kl. 08	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Arbetade/gick i skolan utanför hemmet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Var på resa i arbetet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Var på semesterresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Var på lantställe/i fritidshus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Var i min bostad i princip hela dagen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hade en ovanligt stressig dag	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hade en ovanligt lugn dag	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Arbetade övertid	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Umgicks med vänner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Umgicks med min partner/familj	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Var upptagen kvällstid med aktiviteter/ ärenden utanför hemmet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Vilken veckodag var det i går?**

Måndag	Tisdag	Onsdag	Torsdag	Fredag	Lördag	Söndag
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Oavsett veckodag, skulle Du säga att det var en typisk måndag/tisdag/.../söndag i Ditt liv?**

Mycket typisk	Ganska typisk	Inte särskilt typisk	Inte alls typisk
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

# ETT STORT TACK FÖR DIN MEDVERKAN!

Om Du har synpunkter på någon enskild fråga eller formuläret som helhet är vi tacksamma för att få ta del av dessa.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Här ser Du några böcker från SOM-institutet där resultaten från de senaste årens undersökningar presenteras:



Du kan läsa mer om SOM-institutets verksamhet på vår hemsida:

**[www.som.gu.se](http://www.som.gu.se)**

(Här hittar Du också innehållsförteckningarna till våra böcker.)

Vill Du kontakta oss är Du mycket välkommen att göra det:

- telefon: 031-773 12 17
- epost: [info@som.gu.se](mailto:info@som.gu.se)

# SOM-INSTITUTET DRIVS I SAMARBETE MELLAN TRE INSTITUTIONER VID GÖTEBORGS UNIVERSITET:

## Statsvetenskapliga institutionen

Statsvetenskapliga institutionen vid Göteborgs universitet är Sveriges främsta forskningsinstitution när det gäller undersökningar om politisk opinionsbildning.

## Institutionen för journalistik och masskommunikation

Institutionen för journalistik och masskommunikation vid Göteborgs universitet (JMG) är tongivande inom forskning om massmedier, journalistik och demokrati.

## Förvaltningshögskolan

Förvaltningshögskolan vid Göteborgs universitet är den enda i sitt slag i landet. Forskning bedrivs om medborgarna och den offentliga sektorn samt om kommunal ekonomi och organisation.

I den här undersökningen som Du just hjälpt oss med att genomföra deltar forskare från dessa tre institutioner men också från andra institutioner och universitet, bland andra:

Kent Asp, professor:  
*Integrationsfrågor*

Annika Bergström, doktorand:  
*Nyheter och internet*

Ulf Bjereld, professor:  
*Utrikespolitik*

Göran Bolin, fil.dr.:  
*Mobiltelefoni*

Martin Brothén, fil.dr.:  
*Riksdagen*

Per Hedberg, doktorand:  
*Energi*

Sören Holmberg, professor:  
*Politisk opinion*

Lars Höglund, professor:  
*Bibliotek*

Rutger Lindahl, professor:  
*EU-frågor*

Lennart J. Lundqvist, professor:  
*Miljöopinion*

Michele Micheletti, docent:  
*Konsumtion och samhälle*

Lennart Nilsson, universitetslektor:  
*Kommunal service*

Åsa Nilsson, doktorand:  
*Medieanvändning*

Lars Nord, docent:  
*Demokrati*

Bo Rothstein, professor:  
*Det civila samhället*

Dietlind Stolle, docent:  
*Konsumtion och samhälle*

Ingela Wadbring, fil.dr.:  
*Dagspress*

Lennart Weibull, professor:  
*Attityder till massmedier*



# SAMHÄLLE OPINION MASSMEDIA

Samhälle Opinion och Massmedia (SOM) är en vetenskaplig frågeundersökning som årligen genomförs av SOM-institutet. SOM-institutet drivs gemensamt av Institutionen för journalistik och masskommunikation, Statsvetenskapliga institutionen samt Förvaltningshögskolan vid Göteborgs universitet. SOM-undersökningen är en del av institutionernas forskning om opinionsbildning i det svenska samhället i dag. Undersökningen genomförs i samarbete med Kinnmark Information AB och går ut till 6 000 slumpmässigt utvalda personer i Sverige.

Ansvariga för undersökningen är professor Sören Holmberg och professor Lennart Weibull. Magnus Kinnmark är projektsamordnare och undersökningsledare är Åsa Nilsson.

Har Du frågor som rör Din medverkan i undersökningen, ring gärna Kinnmark Information. Telefon: 020-28 28 30 (samtalet är gratis)

Du kan också ringa eller skicka e-post till SOM-institutet:  
Åsa Nilsson, telefon: 031-773 12 39, e-post: [asa.nilsson@som.gu.se](mailto:asa.nilsson@som.gu.se)  
Vill Du läsa mer om SOM-institutet finns vi på internetadressen: [www.som.gu.se](http://www.som.gu.se)

*Denna streckkod är endast till för att  
inkomna svar skall kunna prickas av  
vid datorns optiska läsning. Då slipper  
Du få påminnelse i onödan.*

---

## FÖRFATTARNA

*Rudolf Antoni*, fil kand, verksam vid SOM-institutet vid institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.

*Annika Bergström*, fil kand, doktorand samt verksam inom Dagspresskollegiet vid institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.

*Ulf Bjereld*, professor, verksam vid statsvetenskapliga institutionen, Göteborgs universitet. Han forskar om internationell politik, svensk utrikes- och säkerhetspolitik samt konflikterna i Mellanöstern.

*Göran Bolin*, professor i medie- och kommunikationsvetenskap vid institutionen för medier, konst & filosofi, Södertörns högskola. Hans forskning är inriktad på mediers roll i sociala och kulturella förändringsprocesser relaterade till medieanvändning och medieproduktion, framför allt gällande rörliga bildmedier och mobiltelefoni.

*Marie Demker*, professor i statsvetenskap vid Göteborgs universitet. Hennes forskning är inriktad på internationell och komparativ politik, särskilt västeuropeisk politik och immigrationspolitik.

*Per Hedberg*, fil kand, verksam vid statsvetenskapliga institutionen, Göteborgs universitet. Hans forskning är inriktad på valdeltagande och på opinionsbildningen kring kärnavfallsfrågan.

*Sören Holmberg*, professor vid statsvetenskapliga institutionen, Göteborgs universitet. Han är ledare för valforskningsprogrammet och forskar kring opinionsbildning, väljarbeteende och representativ demokrati.

*Lars Höglund*, professor, verksam vid institutionen för biblioteks- och informationsvetenskap som är gemensam för Göteborgs universitet och Högskolan i Borås. Hans forskningsområden behandlar informationsbeteende och biblioteks- och informationstjänster i ett organisations- och samhällsperspektiv.

*Larsåke Larsson*, docent i medie- och kommunikationsvetenskap vid Örebro universitet och tidigare även verksam vid JMG, Göteborgs universitet. Hans forskning är inriktad mot journalistik, public relations och kriskommunikation.

*Rutger Lindahl*, Jean Monnet-professor i europeisk statsvetenskap och chef för Centrum för Europaforskning vid Göteborgs universitet. Hans forskning är inriktad på Europafrågor samt på säkerhetspolitisk opinion och debatt.

*Michele Micheletti*, docent, verksam vid Stockholms universitet och tillträdande professor vid Karlstads universitet. Hennes forskning är inriktad mot politisk konsumtion, politiskt deltagande och det civila samhället.

*Lennart Nilsson*, docent i offentlig förvaltning, Göteborgs universitet samt föreståndare för Cefos, Centrum för forskning om offentlig sektor. Han forskar kring den offentliga sektorn och offentlig service.

*Åsa Nilsson*, fil kand, verksam vid SOM-institutet och undersökningsledare för Riks-SOM-undersökningarna samt doktorand vid institutionen för journalistik och masskommunikation.

*Lars Nord*, docent i statskunskap med politisk kommunikation vid Demokratiinstitutet, Mithögskolan i Sundsvall. Hans forskning rör framför allt medieutveckling, mediepolitik och politisk journalistik.

*Monica Reichenberg*, universitetslektor vid institutionen för pedagogik och didaktik, Göteborgs universitet. I sin forskning har hon fokuserat på ungdomars och vuxnas förståelse av tryckta texter.

*Bo Rothstein*, August Röhss-professor i statsvetenskap vid Göteborgs universitet. Han forskar för närvarande om vad som gör samhället möjligt.

*Josefine Sternvik*, fil mag, doktorand samt verksam inom Dagspresskollegiet vid institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.

*Dietlind Stolle*, Assistant Professor i statsvetenskap vid McGill University, Montréal, Kanada. Hennes forskning är inriktad mot politisk konsumtion, politiskt deltagande och socialt kapital.

*Jan Strid*, universitetslektor vid institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet. Han sysslar med forskning om tidningar och radio.

*Jesper Strömbäck*, fil dr, verksam vid Demokratiinstitutet, Mithögskolan i Sundsvall. Hans forskning är inriktad mot demokrati och den politiska kommunikationen mellan medborgare, politiska aktörer och medier.



*Ingela Wadbring*, fil dr, verksam inom Dagspresskollegiet vid institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet. Hon forskar kring medieanvändning med inriktning på dagspressutveckling.

*Lennart Weibull*, professor i massmedieforskning vid institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet. Hans forskning är inriktad på mediehistoria, medieanvändning och IT-utveckling.



# DELTAGANDE PROJEKT

## **Arbete och industri**

Statsvetenskapliga institutionen och Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet  
Sören Holmberg och Lennart Weibull

## **Bibliotek i förändring**

Högskolan i Borås  
Lars Höglund

## **Bilder av riksdagen – medborgare och riksdagsledamöter i den representativa demokratin**

Statsvetenskapliga institutionen, Göteborgs universitet  
Martin Brothén och Sören Holmberg

## **Dagspresskollegiet**

Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet  
Lennart Weibull och Ingela Wadbring

## **Demokrati, opinionsbildning och offentlighet**

Demokratiinstitutet, Mitthögskolan  
Lars Nord och Jesper Strömbäck

## **Energiopinionen i Sverige**

Statsvetenskapliga institutionen, Göteborgs universitet  
Sören Holmberg och Per Hedberg

## **Läsvanor rörande böcker och tidskrifter i Sverige**

Nordicom och Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet  
Ulla Carlsson och Lennart Weibull

## **Mediernas och allmänhetens integrationsbilder**

Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet  
Kent Asp

## **Opinionskonsulterna – en växande maktfaktor i det svenska samhället. Om PR-konsultbranschen.**

Örebro universitet, Humanistiska institutionen/Medie- och kommunikationsvetenskap  
Larsåke Larsson

### **Politisk konsumtion – politik för en ny tid och en ny arena**

Statsvetenskapliga institutionen vid Stockholms universitet och Department of Government, McGill University, Montréal, Québec, Canada  
Michele Micheletti och Dietlind Stolle

### **Publik- och utbudsanalys**

Sveriges Television  
Bengt Nordström

### **Samhällsorganisation och socialt kapital**

Statsvetenskapliga institutionen, Göteborgs universitet  
Bo Rothstein

### **Skiftande medielandskap – mediers betydelse för social och kulturell förändring**

Institutionen för medier, konst & filosofi, Södertörns högskola  
Göran Bolin

### **Spatial and temporal organisation of policy implementation: Issues of legitimacy and efficiency (inom COPE-programmet)**

Statsvetenskapliga institutionen, Göteborgs universitet  
Lennart J. Lundqvist

### **Svensk opinion och EU**

Statsvetenskapliga institutionen, Göteborgs universitet  
Rutger Lindahl

### **Svensk utrikespolitisk opinion**

Statsvetenskapliga institutionen, Göteborgs universitet  
Ulf Bjereld

### **Valforskningsprogrammet**

Statsvetenskapliga institutionen, Göteborgs universitet  
Sören Holmberg

### **Vetenskap i samhället**

Statsvetenskapliga institutionen och Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet  
Sören Holmberg och Lennart Weibull

## ADRESSER

SOM-institutet  
Göteborgs universitet  
Box 710  
SE 405 30 GÖTEBORG

E-postadress: [info@som.gu.se](mailto:info@som.gu.se). Hemsida: [www.som.gu.se](http://www.som.gu.se)

Beställningar av publikationer kan göras på tfn 031-773 49 76 eller faxas in på nummer 031-773 45 54. För beställningar via e-post är adressen [order@som.gu.se](mailto:order@som.gu.se). Det går också att beställa publikationer via vår hemsida: [www.som.gu.se](http://www.som.gu.se)

Om Du vill kontakta någon av de medverkande författarna i *Ju mer vi är tillsammans* följer här e-postadresser.

Namn	E-postadress
Rudolf Antoni	<a href="mailto:rudolf.antoni@jmg.gu.se">rudolf.antoni@jmg.gu.se</a>
Annika Bergström	<a href="mailto:annika.bergstrom@jmg.gu.se">annika.bergstrom@jmg.gu.se</a>
Ulf Bjereld	<a href="mailto:ulf.bjereld@pol.gu.se">ulf.bjereld@pol.gu.se</a>
Göran Bolin	<a href="mailto:goran.bolin@sh.se">goran.bolin@sh.se</a>
Martin Brothén	<a href="mailto:martin.brothen@pol.gu.se">martin.brothen@pol.gu.se</a>
Marie Demker	<a href="mailto:marie.demker@pol.gu.se">marie.demker@pol.gu.se</a>
Per Hedberg	<a href="mailto:per.hedberg@pol.gu.se">per.hedberg@pol.gu.se</a>
Sören Holmberg	<a href="mailto:soren.holmberg@pol.gu.se">soren.holmberg@pol.gu.se</a>
Lars Höglund	<a href="mailto:lars.hoglund@hb.se">lars.hoglund@hb.se</a>
Larsåke Larsson	<a href="mailto:larsake.larsson@hum.oru.se">larsake.larsson@hum.oru.se</a>
Rutger Lindahl	<a href="mailto:rutger.lindahl@pol.gu.se">rutger.lindahl@pol.gu.se</a>
Michele Micheletti	<a href="mailto:michele.micheletti@statsvet.su.se">michele.micheletti@statsvet.su.se</a>
Lennart Nilsson	<a href="mailto:lennart.nilsson@spa.gu.se">lennart.nilsson@spa.gu.se</a>
Åsa Nilsson	<a href="mailto:asa.nilsson@jmg.gu.se">asa.nilsson@jmg.gu.se</a>
Lars Nord	<a href="mailto:lars.nord@mkv.mh.se">lars.nord@mkv.mh.se</a>
Monica Reichenberg	<a href="mailto:monica.reichenberg@ped.gu.se">monica.reichenberg@ped.gu.se</a>
Bo Rothstein	<a href="mailto:bo.rothstein@pol.gu.se">bo.rothstein@pol.gu.se</a>
Josefine Sternvik	<a href="mailto:josefine.sternvik@jmg.gu.se">josefine.sternvik@jmg.gu.se</a>
Dietlind Stolle	<a href="mailto:dietlind.stolle@mcgill.ca">dietlind.stolle@mcgill.ca</a>
Jan Strid	<a href="mailto:jan.strid@jmg.gu.se">jan.strid@jmg.gu.se</a>
Jesper Strömbäck	<a href="mailto:jesper.stromback@mkv.mh.se">jesper.stromback@mkv.mh.se</a>
Ingela Wadbring	<a href="mailto:ingela.wadbring@jmg.gu.se">ingela.wadbring@jmg.gu.se</a>
Lennart Weibull	<a href="mailto:lennart.weibull@jmg.gu.se">lennart.weibull@jmg.gu.se</a>



# DEN NATIONELLA SOM-UNDERSÖKNINGEN 2003

ÅSA NILSSON

SOM-institutet vid Göteborgs universitet genomför sedan 1986 årligen en nationell frågeundersökning – Riks-SOM – i syfte att kartlägga den svenska allmänhetens vanor och attityder på temat samhälle, politik och medier<sup>1</sup>. Riks-SOM-undersökningen 2003 är således nummer arton i ordningen. Data samlas genomgående in via postala enkäter. Varje undersökning genomförs under så identiska förutsättningar som möjligt för att resultat från de olika åren ska vara jämförbara.

SOM-institutet är ett samarbete mellan tre institutioner vid Göteborgs universitet: Förvaltningshögskolan, Institutionen för journalistik och masskommunikation (JMG) samt Statsvetenskapliga institutionen. En rad forskningsprojekt medverkar i Riks-SOM – flertalet med förankring i någon av dessa tre institutioner, men också externa projekt deltar.

Resultaten från Riks-SOM-undersökningen redovisas i årliga publikationer där de medverkande forskarna presenterar analyser baserade på de senaste resultaten men också så långt det är möjligt belyser mer långsiktiga opinions- och medietrender. I föreliggande kapitel redovisas Riks-SOM-undersökningen 2003 i sig: urvalsdesignen, fältarbetet och resultatens representativitet.

## Undersökningens design

Riks-SOM-undersökningen har sedan starten 1986 genomförts i form av en postenkät som går ut till ett obundet slumpmässigt urval (OSU) av svenska befolkningen (tabell 1). Från och med 2000 års undersökning är åldersintervallet 15–85 år. Utländska medborgare har ingått i urvalet sedan 1992. Omfattningen av undersökningen har ökat efterhand både vad gäller antalet frågor och antalet svarspersoner. Från och med 1998 utgör undersökningen i själva verket två parallella riksrepresentativa delundersökningar, vilka alltsedan 2000 års undersökning baseras på ett urval om 3 000 personer.

**Tabell 1 Riks-SOM-undersökningens design 1986–2003**

	Urvalsdesign	Antal formulär	Total urvalsstorlek	Medborgarskap	Åldrar
1986	OSU	1	2 500	Både sv. & utl.	15–75 år
1987	OSU	1	2 500	Endast sv.	15–75 år
1988	OSU	1	2 500	Endast sv.	15–75 år
1989	OSU	1	2 500	Både sv. & utl.	15–75 år
1990	OSU	1	2 500	Endast sv.	15–75 år
1991	OSU	1	2 500	Endast sv.	15–75 år
1992	OSU	1	2 800	Både sv. & utl.	15–80 år
1993	OSU	1	2 800	Både sv. & utl.	15–80 år
1994	OSU	1	2 800	Både sv. & utl.	15–80 år
1995	OSU	1	2 800	Både sv. & utl.	15–80 år
1996	OSU	1	2 841	Både sv. & utl.	15–80 år
1997	OSU	1	2 800	Både sv. & utl.	15–80 år
1998	OSU	2	5 600	Både sv. & utl.	16–80 år
1999	OSU	2	5 600	Både sv. & utl.	15–80 år
2000	OSU	2	6 000	Både sv. & utl.	15–85 år
2001	OSU	2	6 000	Både sv. & utl.	15–85 år
2002	OSU	2	6 000	Både sv. & utl.	15–85 år
2003	OSU	2	6 000	Både sv. & utl.	15–85 år

Datainsamlingen för de båda formulären i Riks-SOM 2003 genomfördes parallellt och under identiska förutsättningar. Ungefär en fjärdedel av frågorna i undersökningen ställdes i bägge formulär och kan därmed analyseras med dubbla urvalsstorleken som grund.

De enskilda frågorna utarbetas av de deltagande forskningsprojekten i samarbete med SOM-institutet. Dessa frågor är dels sådana som syftar till att belysa centrala frågeställningar inom statsvetenskap, förvaltningsforskning och medie- och kommunikationsvetenskap, dels sådana som främst är av bakgrundskaraktär. Ytterligare ett antal frågor har ställts i bägge formulär för att utnyttja det större urvalet till att kunna göra bearbetningar av svarsgrupper som annars vore för små för statistiskt säkerställda analyser.

De båda formulären (se bilaga i slutet av denna volym) skiljer sig något åt i det att tyngdpunkten i det ena formuläret – Riks-SOM I – ligger på politik och samhälle, medan det andra – Riks-SOM II – i stället har en tonvikt på frågor om medier, kultur och livsstil. Dispositionen av innehållet i formulären framgår av tabell 2.



**Tabell 2 Innehållsöversikt för frågeformulären i Riks-SOM 2003**

<i>Riks-SOM I</i>		<i>Riks-SOM II</i>	
Fråga 1–4	Nyheter	Fråga 1–9	Nyheter och tidningar
Fråga 5–20	Politik och samhälle	Fråga 10–18	Politik och samhälle
Fråga 21–33	Omvärldsfrågor	Fråga 19–27	Radio och TV
Fråga 34–37	Massmedier, Internet och teknikinhav	Fråga 28–42	Teknikinhav, internet och andra medier
Fråga 38–46	Samhälle, service och demokrati	Fråga 43–54	Böcker, tidskrifter och bibliotek
Fråga 47–51	Konsumtion och samhälle	Fråga 55–58	Morgontidningsinnehåll, annonser och medieförtroende
Fråga 52–55	Kunskap och samhälle	Fråga 59–68	Aktiviteter och intressen
Fråga 56–65	Miljö och energi	Fråga 69–74	Arbetsliv
Fråga 66–68	Industri och arbete	Fråga 75–91	Bakgrundsfrågor
Fråga 69–74	Aktiviteter och intressen	Fråga 92–93	Gårdagsaktiviteter
Fråga 75–82	Arbetsliv		
Fråga 83–101	Bakgrundsfrågor		

**Kommentar:** Frågeformulären för Riks-SOM I respektive Riks-SOM II återfinns i bilaga i slutet av denna volym.

Huvuddelen av frågorna har fasta svarsalternativ med rutor för respondenterna att kryssa i. I några fall svarar respondenten genom att skriva ett tal i en ruta; ytterligare några frågor är helt öppna men kräver endast ett kort svar (de rör bland annat vilken morgontidning man läser och vilka samhällsproblem man tycker är viktigast i Sverige i dag).

### **Fältarbete och undersökningsplan**

Fältarbetet för Riks-SOM 2003 följer i huvudsak ramen för tidigare års uppläggning. Huvuddelen av datainsamlingsarbetet genomfördes under hösten 2003. Arbetet inleddes i andra halvan av september med att ett vykort skickades ut till respondenterna för att informera om att de var utvalda att delta i undersökningen. Veckan därpå skickades enkäten ut tillsammans med ett kortare följebrev, en informationsbroschyr om SOM-institutet och dess undersökningar samt en penna. Under resterande del av fältperioden genomfördes successivt en serie påminnelseinsatser postalt och per telefon – sammanlagt sju separata insatser. Den 17 februari avslutades fältarbetet i formell mening. Men redan vid novembers utgång hade 95 procent av de som slutligen skulle komma att medverka skickat tillbaka sin

enkät. I nedanstående uppställning framgår i detalj tidsramarna för fältarbetet och dess olika insatser.<sup>2</sup>

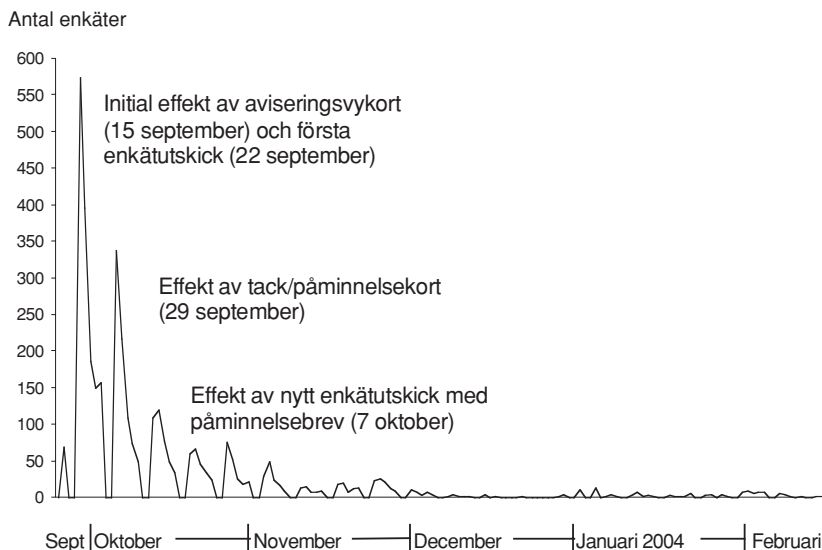
- 15 sept. Utskick av aviseringsvykort.  
22 sept. Utskick av enkät, följebrev, informationsbroschyr, svarskuvert och penna. B-post, men nådde ut i viss utsträckning redan på onsdagen.
- 29 sept. Utskick av tack- och påminnelsevykort.  
7 okt. Utskick av enkät, följebrev, informationsbroschyr och svarskuvert till intervjupersoner som ännu inte sänt in enkäten.
- 16–27 okt. Telefonpåminnelse till svarspersoner som ej sänt in enkäten.  
22 resp. 28 okt. 22 oktober: Tackbrev till alla som i telefon sagt att de ska delta.  
28 oktober: Tackbrev till ytterligare personer som i telefon sagt att de ska delta samt postal påminnelse till personer utan känt telefonnummer och till personer som ej kunnat nås per telefon i föregående telefonpåminnelse.
- 12–17 nov. Telefonpåminnelse (jfr. 16–27 okt.).  
18 nov. Postal påminnelse (jfr. 28 okt.).  
23 dec. Utskick av ”helgbrev” med enkät och svarskuvert (B-post, planerat att nå ut den 29 dec.) till dem som tidigare i telefon sagt att de ska delta men inte ännu skickat in enkäten.
- 13–23 jan. Telefonpåminnelse till dem som tidigare i telefon sagt att de ska delta men inte ännu skickat in enkäten.
- 27 jan. 2004 Utskick av enkät, följebrev, svarskuvert samt minienkät (med frågan om varför man inte önskar/kan delta) till svarspersoner utan känt telefonnummer, personer som ej kunnat nås vid tidigare telefonpåminnelser samt till personer som ej sänt in enkäten men i samband med någon av telefonpåminnelserna lovat att göra det; personer som nåddes i och med den närmast föregående telefoninsatsen exkluderades dock helt.
- 17 feb. Fältarbetet avslutades.

Den första enkätförsändelsen gick ut måndagen den 22 september (med B-post). På fredagen kom sjuttio ifyllda enkäter tillbaka, och tillsammans med den första egentliga inflödesveckan därpå uppgick inflödet till en fjärdedel (26 procent) av det totala antalet utskickade enkäter. Detta motsvarar inkomna svar från 42 procent av dem som skulle komma att besvara enkäten innan fältarbetet avslutades. Efter drygt två fältveckor hade 64 procent av det slutgiltiga antalet ifyllda enkäter kommit in; efter tre veckor: 74 procent. Efter fem veckor var andelen 86 procent; vid månads-skiftet november/december – nio veckor in i fältarbetet – hade 95 procent av det slutgiltiga inflödet kommit in.

Inledningsvis var inflödet något starkare än det för tidigare års Riks-SOM-undersökningar. Under november/december hade dock ”försprånget” minskat något – med all sannolikhet en konsekvens av att det under hösten genomfördes endast två telefoninsatser i stället för tidigare års tre, i syfte att inte driva på respondenterna fullt lika intensivt. Därför genomfördes två extrainsatser: först ett ”helgbrev” som skickades ut i mellandagarna till dem som i telefon tidigare sagt att de skulle delta men ännu inte skickat in enkäten samt därefter en extra telefoninsats riktad till de kvarvarande i samma grupp. Fältarbetets sista insats gjordes i slutet av januari i och med att en enkät återigen skickades ut till dem som inte hörts något från, denna gång tillsammans med en minienkät i form av en fråga om varför man inte ville eller kunde delta, möjlig att fylla i även för anhörig eller dylikt. Dessa tre avslutande insatser resulterade i de sista 5 procenten (181 enkäter).

Figur 1 visar hur inflödet såg ut under fältperioden och hur det kommer i vågor, tydligt i fas med enkätutskick och påminnelseåtgärder. Observera dock det faktum att helgdagarna (utan postutdelning) ingår i redovisningen, något som lite bedrägligt förstärker vågbilden i det att varje ”dalgång” därmed går ända ner till 0. Men även bortsett från de något vilseledande dalgångarna kvarstår vågbyggeffekten med all tydlighet.

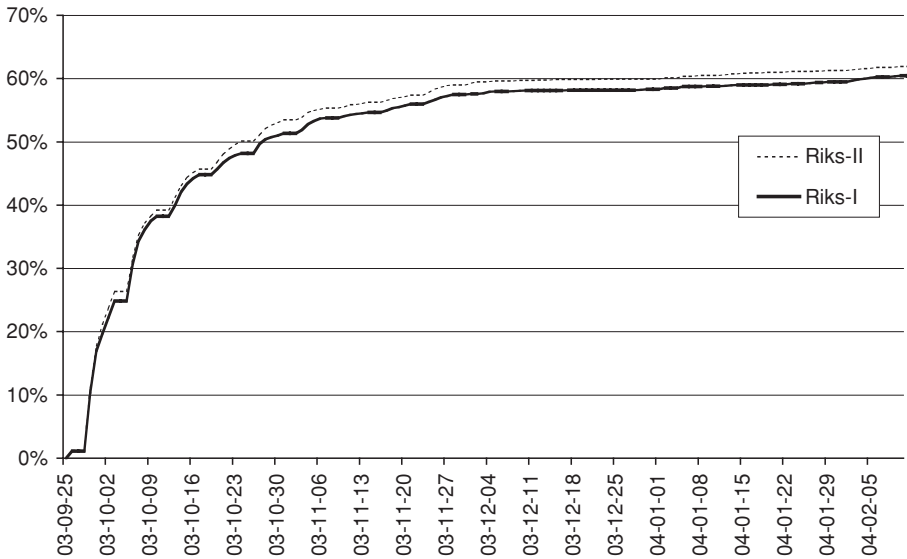
**Figur 1** *Inflöde av enkäter i Riks-SOM 2003 (antal)*



När fältarbetet avslutades den 17 februari var bruttosvarsfrekvensen – dvs. andelen inkomna enkäter av det totala antalet utskickade – 61,2 procent. Inflödet för respektive delundersökning följer i huvudsak samma mönster under fältperioden, med

den skillnaden att Riks-I genomgående ligger något under Riks-II. Vid fältarbetets slut uppgick skillnaden till 43 enkäter, motsvarande 1,5 procentenheter sett till bruttoresultatet. Motsvarande skillnad mellan den jämförelsevis mer politikinriktade Riks-I och den mer medieinriktade Riks-II har observerats samtliga år sedan 1998 då Riks-SOM för första gången genomfördes i form av två delundersökningar; i 2003 års undersökning är skillnaden förhållandevis liten. Figur 2 visar inflödet per delundersökning.

**Figur 2** *Inflöde för Riks-I respektive Riks-II (kumulativ procent av bruttourvalet)*



I upptakten av fältarbetet genomfördes ett metodtest som innebar att halva totala urvalet, dvs. 3 000 personer, i första följebrevet fick informationen att de var med i en utlottning av en bok utgiven av SOM-institutet om de skickade tillbaka enkäten ifylld senast den 7 oktober. Detta som ett försök att öka incitamentet att delta i undersökningen och samtidigt utvärdera i vilken utsträckning det verkligen fungerar som ett incitament. Konkret innebar metodtestet att följebrevet till varannan person i urvalet, helt slumpmässigt, var försett med en textruta längst ned, med följande innehåll:

*Som universitetsforskare har vi inte möjlighet att ersätta Dig ekonomiskt för den tid vi hoppas att få ta i anspråk. Men vi lottar ut 50 exemplar av någon av våra aktuella böcker bland dem som besvarar formuläret. Du deltar automatiskt i utlottningen i och med att Ditt ifyllda formulär når vår projektsamordnare senast tisdagen den 7 oktober.*

På en sida längst bak i enkäten fanns omslagen till ett antal publikationer från SOM-institutet avbildade (se bilaga längst bak i denna volym). Som framgår av tabell 3 ser utlottningen ut att ha haft en viss positiv effekt i det att de som deltog i utlottningen skickade tillbaka enkäten *tidigare* än övriga; skillnaden i inflödet per den 7 oktober är 2 procentenheter i bägge delundersökningar. Effekten är dock signifikant först på en 91-procentig säkerhetsnivå. När fältarbetet avslutades är effekten också borta.<sup>3</sup>

**Tabell 3 Resultat av bokutlottning i Riks-SOM-undersökningen 2003 (andel svarande i procent)**

	Deltar i utlottningen	30 sept	7 okt	17 februari (fältstopp)	Antal personer
Riks-SOM totalt	Deltar	17,3	35,9	61,4	3 000
	Deltar ej	17,4	33,8	61,0	3 000
	<i>Procentdifferens</i>	<i>-0,1</i>	<i>2,1</i>	<i>0,4</i>	
Riks-I	Deltar	16,9	35,3	60,5	1500
	Deltar ej	17,1	33,4	60,6	1500
	<i>Procentdifferens</i>	<i>-0,2</i>	<i>1,9</i>	<i>-0,1</i>	
Riks-II	Deltar	17,7	36,4	62,4	1500
	Deltar ej	17,8	34,2	61,5	1500
	<i>Procentdifferens</i>	<i>-0,1</i>	<i>2,2</i>	<i>0,9</i>	

**Kommentar:** Villkoret för att delta i utlottningen var att man skickade in enkäten ifylld senast den 7 oktober.

### Svarsfrekvens och bortfall

Från bruttourvalet bortdefinierar man normalt avlidna samt personer som är långtidssjukskrivna, inte talar svenska, har flyttat från orten eller av dylika skäl inte bedöms ingå i populationen – varmed man erhåller undersökningens nettourval (se not till tabell 4 för en mer uttömmande definition). Det är nettourvalet som ligger till grund för redovisningar av undersökningars svarsfrekvens. SOM-undersökningarna har under alla år haft en relativt hög svarsfrekvens. För samhällsvetenskapliga postenkäter har svarsfrekvensen tidigare brukat ligga på mellan 60 och 70 procent, men det har under senare år blivit svårare att nå dessa nivåer. Nettoresultatet för årets undersökning på 66 procent ligger i nivå med tidigare års Riks-SOM-undersökningar; genomsnittet för de arton åren är 67 procent (tabell 4).

**Tabell 4 Svarsfrekvens i Riks-SOM-undersökningarna 1986–2003**

	Antal svarande	Svarsfrekvens av hela urvalet (brutto)	Svarsfrekvens med hänsyn till naturligt bortfall (netto)	Undersökningsföretag ansvarigt för fältarbetet
1986	1 624	65%	68%	SCB
1987	1 672	67%	70%	SOM-institutet
1988	1 643	66%	69%	SCB
1989	1 578	63%	66%	IMU-Testologen
1990	1 582	63%	66%	IMU-Testologen
1991	1 573	63%	67%	IMU-Testologen
1992	1 889	67%	71%	Sifo
1993	1 857	66%	70%	Sifo
1994	1 704	61%	67%	Gallup
1995	1 777	63%	65%	Temo
1996	1 779	63%	69%	Gallup
1997	1 754	63%	69%	Gallup
1998	3 561	64%	68%	Sifo
1999	3 503	63%	67%	Kinnmark
2000	3 546	59%	63%	Kinnmark
2001	3 638	61%	67%	Kinnmark
2002	3 609	60%	65%	Kinnmark
2003	3 675	61%	66%	Kinnmark

**Kommentar:** Med nettourval avses bruttourval minus naturligt bortfall. Som naturligt bortfall räknas: adress okänd, avflyttad; sjuk, institutionsvård, förståndshandikappad; avliden; bortrest, studier på annan ort, militärtjänstgöring; bosatt/studerar/arbetar utomlands; ej svensktalande/ej kommunicerbar.

Av det ursprungliga urvalet på totalt 6 000 personer (bruttourvalet) var det 3 675 personer som besvarade och skickade in formuläret i 2003 års undersökning. Sammanlagt 450 personer har räknats bort som naturligt bortfall. I tabell 5 redovisas bortfallsstorleken i årets undersökning, totalt samt för båda enkäterna.

Andelen bortdefinierade (det naturliga bortfallet) ligger på ungefär samma nivå för de bägge delundersökningarna, 7,5 procent totalt. Det naturliga bortfallet lyfter bruttosvarsfrekvensen på 61 procent för hela undersökningen till nettoresultatet på 66 procent. I och med att skillnaden i antalet bortdefinierade mellan Riks-I och Riks-II är marginell, återspeglas den lilla skillnaden vi tidigare sett ifråga om inflödet även i nettoresultatet: Riks-I har en nettosvarsfrekvens på 66 procent, Riks-II 67 procent.

**Tabell 5 Svarande och bortfall i Riks-SOM-undersökningen 2003**

	Riks-SOM I	Riks-SOM II	Totalt
Ursprungligt urval (brutto)	3 000	3 000	6 000
Bortdefinierade (naturligt bortfall)	239	211	450
Nettourval	2 761	2 789	5 550
Antal svarsvägrare/ej anträffade	945	931	1 876
Antal svarande	1 816	1 859	3 675
Svarsfrekvens (brutto)	61%	62%	61%
Svarsfrekvens (netto)	66%	67%	66%

I samband med telefonpåminnelserna har personer som meddelat att de inte önskar delta i undersökningen fått följdfrågan om varför. Kompletterat med informationen via den bifogade minienkäten i sista påminnelsen (se ovan) har totalt 488 personers anledningar till att inte delta kunnat sammanställas (tabell 6). I linje med tidigare års erfarenheter är tidsbristen ett vanligt argument; i 2003 års undersökning är det nära hälften av personerna med en känd orsak till svarsvägran som anger detta som (ensamt) skäl till att avstå. Att avstå på mer principiell grund liksom att man tycker frågorna är ointressanta är två andra relativt vanliga skäl som vardera omfattar cirka en femtedel av svarsvägrarna.

**Tabell 6 Specificerade skäl till att inte vilja delta i Riks-SOM-undersökningen 2003 (procent)**

	Riks-SOM I	Riks-SOM II	Totalt
Har inte tid	45	42	44
Vill av princip inte delta	23	22	23
Tycker att frågorna är ointressanta	16	21	18
Tycker att frågorna är för svåra	4	5	4
Vill ej deltar utan ersättning	4	2	3
Litar ej på anonymiteten	2	4	3
Orkar inte svara på så många frågor	0	1	0
Annat skäl	1	0	1
Blandade orsaker	5	3	4
Summa procent	100	100	100
Antal personer	256	234	290

**Kommentar:** Informationen är inhämtad via telefonpåminnelserna och "minienkäten" i sista påminnelsen.

## Representativitet och svarsfrekvens i olika grupper

Vilka som svarar och vilka som faller bort i en frågeundersökning har betydelse för tolkningen av undersökningens resultat. Om en viss grupp är underrepresenterad och samma grupps svar tenderar att skilja sig från övriga, blir studiens generella resultat mindre giltiga för denna grupp. Om svarsbenägenheten i en grupp varierar påtagligt mellan åren kan det också förklara variationer i svarsmönster för enskilda frågor. Av tabell 7 framgår hur svarsbenägenheten i Riks-SOM 2003 varierar i olika grupper.

**Tabell 7 Svarsandelen (netto) i olika grupper, 1995–2003 (procent)**

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Riks-I	Riks-II
TOTALT	65	69	69	68	67	63	67	65	66	66	67
<i>Kön</i>											
Kvinnor	66	68	70	69	68	65	68	69	68	68	69
Män	65	67	68	69	66	61	66	62	64	63	64
<i>Ålder</i>											
15–19 år	66	71	72	75	67	57	56	61	60	56	64
20–24 år	64	66	67	63	55	60	57	61	57	54	59
25–29 år	60	74	55	64	58	55	59	60	63	63	63
30–39 år	67	60	62	64	63	57	62	57	60	60	60
40–49 år	62	68	70	73	66	60	67	64	63	63	63
50–59 år	67	67	71	73	70	67	76	69	71	70	72
60–75 år	69	71	76	73	75	75	75	75	78	79	78
76–80 år	63	72	78	58	69	68	75	70	68	69	68
60–69 år						74	76	76	79	79	79
70–79 år						74	74	71	75	76	73
80–85 år						58	67	66	62	64	60
<i>Region</i>											
Stockholm	64	63	64	63	60	58	64	60	61	59	64
Östra Mellansverige	65	68	67	71	63	64	68	64	66	67	65
Småland med öar	69	71	74	70	70	68	73	68	66	63	69
Sydsverige	67	64	70	75	70	65	62	69	67	68	66
Västsverige	63	69	70	69	68	61	66	65	69	69	69
Norra Mellansverige	65	75	67	69	69	66	69	67	69	66	71
Mellersta Norrland	68	70	74	72	71	64	73	69	63	67	59
Övre Norrland	67	69	72	69	72	61	72	67	68	71	66

**Kommentar:** 81–85-åringar är inkluderade från och med undersökningen 2000.

Resultaten visar att kvinnor som grupp svarar i något större utsträckning än män – oavsett delundersökning. Totalt är procentdifferensen 4 procentenheter. Erfaren-



heten har också från tidigare års SOM-undersökningar varit den att kvinnor generellt är något mer benägna att delta än män.

Vi ser också hur äldre svarar i större utsträckning än yngre; störst är svarsviljan i åldersgruppen 60–75 år. Skiljelinjen mellan de åldersgrupper som är mer respektive mindre benägna att delta än genomsnittet återfinns vid 50-årsåldern; här har den legat i de sista årens undersökningar då också åldersfaktorn inverkat mer entydigt. Svarefrekvensen bland de allra äldsta, 80–85-åringarna, ligger dock något under genomsnittet. Sämst svarsvilja finner vi hos gruppen 20–24-åringar. Svarsbenägenheten bland de yngsta, 15–19-åringarna, har varierat under åren; 2003 – liksom de tre föregående åren – svarar de i mindre utsträckning än genomsnittet, särskilt gäller detta det politikinriktade formuläret, Riks-I. I Riks-I spelar åldersfaktorn över lag en större roll för svarsbenägenheten än i Riks-II.

Vidare kan konstateras att de boende i Stockholmsregionen drar ner svarsandelen generellt för undersökningen (särskilt för Riks-I), medan västsvensarna samt de boende i Norra Mellansverige i störst omfattning bidrar till att lyfta den. Stockholmarnas generellt lägre svarsbenägenhet kan spåras mer eller mindre tydligt i samtliga Riks-SOM-undersökningar. Det finns, 2003, vissa skillnader i geografiskt hänseende mellan delundersökningarna, främst i det att smålänningarna sänker den genomsnittliga svarefrekvensen för Riks-I men höjer den för Riks-II, medan snittet för Riks-II tvärtom dras ned av de boende i mellersta Norrland vilka i Riks-I däremot svarar ungefär som genomsnittet (den senare gruppen representeras av drygt 100 personer per delundersökning).

Sammansättningen bland undersökningens svarande bildar ett slags Sverige i miniatyr. Hur ser då detta Sverige ut i Riks-SOM-undersökningen 2003? Via tabell A1–A4 i appendix kan fördelningen beträffande kön, ålder, region respektive fackföreningsmedlemskap hos de svarande jämföras med fördelningen i den svenska befolkningen samt med utfallet i tidigare års Riks-SOM-undersökningar. Av uppställningarna framgår att de svarande i huvudsak tämligen väl avspeglar den svenska befolkningen som helhet. Några skillnader mellan de deltagande i årets undersökning och befolkningen samt skillnader i de två delundersökningarna förtjänar dock att kommenteras.

Könsfördelningen (tabell A1) bland svenska 15–85-åringar är mycket balanserad i verklighetens Sverige år 2003: 50–50. Bland de svarande i Riks-SOM-undersökningen 2003 är fördelningen 52–48 med en svag övervikt av kvinnor, en övervikt som anas redan i det dragna urvalet (51–49). Könsfördelningen är genomgående densamma för de bägge delundersökningarna. Den generellt något större svarsbenägenheten bland kvinnor som redovisats ovan (tabell 7) påverkar således könsfördelningen bland svaren i mycket begränsad omfattning.

Åldersfördelningen (tabell A2) i Riks-SOM-undersökningens urval är mycket representativ för den svenska befolkningen, det gäller Riks-I likväl som Riks-II. Men genom att yngre svarar i något mindre utsträckning än äldre (jfr. tabell 7), särskilt relativt gruppen 50–75-åringar, uppkommer en viss snedfördelning i under-

sökningen. Tendensen har vuxit fram och förstärkts under senare år. 2003 gäller skevheten i något högre grad Riks-I än Riks-II. Det finns samtidigt en tendens till att de äldsta (över 70 år) faller bort i något större utsträckning än yngre som naturligt bortfall vilket också bidrar något till att de medelålders blir överrepresenterade bland de svarande.

Ser vi till den geografiska fördelningen (tabell A3), är huvudintrycket att Riks-SOM 2003 ger en god bild av den geografiska spridningen i Sveriges befolkning. De dragna urvalen bjöd på en tämligen riktig fördelning över regionerna, med en svag övervikt av västsvenskar i bägge delundersökningar. Det faktum att boende i Stockholmsregionen är något mindre svarsbenägna än andra – i kombination med att de är svagt underrepresenterade redan i urvalet – gör att denna region blir något underrepresenterad bland de svarande. Den geografiska fördelningen i Riks-I och Riks-II är mycket likartad.

Vad gäller fackföreningsmedlemskap (tabell A4) finns det en liten skillnad mellan befolkningen och de svarande i det att LO-medlemmar är något underrepresenterade till förmån för SACO- och TCO-medlemmar. Sedan tidigare vet vi att SOM-undersökningen också tenderar att överrepresentera statligt anställda, framför allt på bekostnad av privatanställda. Detta gäller även Riks-SOM 2003, men den offentliga statistikens annorlunda mätmetod gör det svårt att exakt värdera skillnaden.

På det hela taget visar jämförelserna ovan att de svarande i Riks-SOM-undersökningen som grupp betraktad är mycket lik befolkningen som helhet.

## Representativitet efter svarsfrekvens

Vid uppläggningsen av fältarbetet för en enkätstudie är förhållandet mellan resurser i tid och pengar kontra svarsfrekvens och svarskvalitet centralt. Det är naturligtvis billigare och mindre tidskrävande med en undersökning helt utan påminnelser. Men erfarenheten säger oss att svarsfrekvensen med en sådan strategi blir väsentligt lägre än om man inkluderar ett antal påminnelser. Och det finns samtidigt tendenser till att en låg svarsfrekvens delvis är resultatet av att vissa grupper är mindre benägna att delta utan påstötningar än andra; underlaget blir alltså inte enbart *mindre* med en kortare fältperiod utan dessutom något *skevare* sett till befolkningen som helhet.

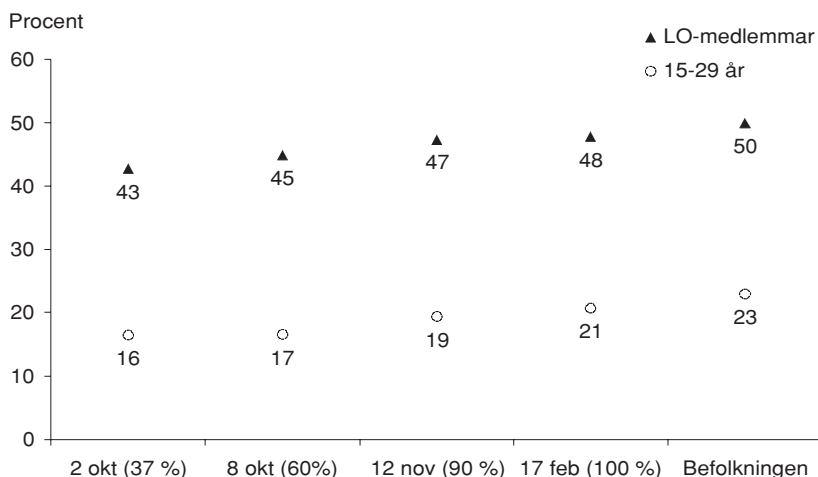
I Riks-SOM-undersökningen 2003 hade 37 procent av de som skulle komma att besvara enkäten skickat tillbaka den ifylld senast dagen då första påminnelsen nådde ut. Skulle vi nöjt oss med det inflödet hade skevheten i ålder varit större jämfört med slutresultatet. Gruppen 15–29-åringar representeras efter fem dagars inflöde med 16 procent i enkätunderlaget – att jämföra med 21 procent när samtliga enkäter räknats in och med befolkningens 23 procent (jfr. tabell A2 i appendix). Vi finner i detta initiala underlag också en lägre andel personer som definierar sig som arbetare (relativt tjänstemän, företagare) – vilket också reflekteras i andelen

LO-medlemmar: 43 procent (av dem som är medlemmar i antingen LO, TCO eller SACO), vilket kan jämföras med 48 procent bland samtliga svarande och med 50 procent i befolkningen (jfr. tabell A4).

Ålder och klass torde vara två variabler som i högre grad än andra bakgrundsva-riabler påverkas av fältarbetets längd i postala undersökningar. Skevheter härvidlag riskerar att få konsekvenser för resultaten av frågor där ålders- och klassfaktorn är starkt relaterad till svaren. Exempelvis kan konstaterats hur morgontidningsläsningen och det politiska intresset överskattas vid ett ”förtida” fältstopp till följd av överrepresentationen av äldre bland de tidigt inkomna svaren.

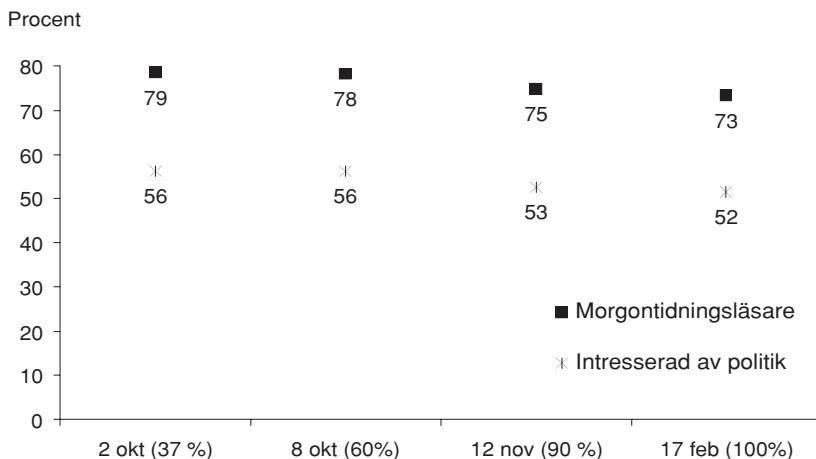
Nu är ju alternativet inte nödvändigtvis att helt avstå från påminnelser eller att strypa inflödet redan efter fem dagar. Skulle vi exempelvis sätta punkt i mitten av november – efter tre påminnelseinsatser: ett tack-/påminnelsekort, ett nytt enkätutskick samt en telefonuppföljning – då 90 procent av de som skulle komma att medverka hade skickat in sin enkät, blir skevheterna vad beträffar exempelvis ålder och socioekonomisk klass mindre (figur 3). Detsamma gäller exempelvis morgontidningsläsning och politiskt intresse (figur 4). Men fortfarande gäller att överensstämmelsen med verklighetens Sverige ifråga om ålder och klass är störst i det slutliga Riks-SOM-materialet. Det finns alltså goda skäl att söka öka svarsfrekvensen i postala enkätundersökningar med fler påminnelseinsatser.

**Figur 3** Andelen 15–29-åringar respektive LO-medlemmar efter fältarbetets längd (svarsfrekvens) i Riks-SOM 2003 samt jämfört med befolkningen (procent)



**Kommentar:** Andelen LO-medlemmar avser andelen av dem med antingen LO-, TCO- eller SACO-medlemskap.

**Figur 4** Andelen regelbundna morgontidningsläsare respektive andelen intresserade av politik efter fältarbetets längd (svarsfrekvens) i Riks-SOM 2003 (procent)



**Kommentar:** Regelbundna morgontidningsläsare är definierade som dem som läser minst 5 dagar i veckan. Andelen intresserade av politik avser dem som svarat att de är antingen mycket eller ganska intresserade.

## Noter

- <sup>1</sup> Parallellt med Riks-SOM-undersökningen genomför SOM-institutet också en motsvarande enkätundersökning på årlig basis i Västra Götalandsregionen: Väst-SOM.
- <sup>2</sup> Fältarbetet i SOM-undersökningen 2003 genomfördes av undersökningsföretaget *Kinnmark Information*. Arbetet var upplagt så att Kinnmark – med företagen *Nomina* och *Detector* som samarbetspartners – ombesörjde urvalsdragning, utskick av formulär och påminnelser, telefonuppföljning, scanning av formulärsvaren samt datauppläggning och iordningställande av en sammanslagen datamängd. SOM-institutet har stått för framtagning av frågeformulär, följebrev och annat material som skickats ut samt genomfört kodningen av öppna svar.
- <sup>3</sup> Motsvarande test gjordes i den parallella Väst-SOM-undersökningen. Här är effekten något tydligare vad gäller ett snabbare svar: 3 procentenheters differens mellan de i utlottningen och övriga. Även i denna undersökning var effekten försvunnen när fältarbetet avslutades.

## APPENDIX

**Tabell A1 Könsfördelning bland svarande i Riks-SOM-undersökningen 1986–2003 samt 2003 i urvalen respektive i svenska befolkningen (procent)**

År	Undersökning/ grupp	Kön		Summa
		Kvinnor	Män	
1986	Riks-SOM	49	51	100
1987	Riks-SOM	51	49	100
1988	Riks-SOM	53	47	100
1989	Riks-SOM	52	48	100
1990	Riks-SOM	49	51	100
1991	Riks-SOM	48	52	100
1992	Riks-SOM	48	52	100
1993	Riks-SOM	50	50	100
1994	Riks-SOM	51	49	100
1995	Riks-SOM	50	50	100
1996	Riks-SOM	54	46	100
1997	Riks-SOM	51	49	100
1998	Riks-SOM I & II	51	49	100
	<i>Riks-I</i>	51	49	100
	<i>Riks-II</i>	51	49	100
1999	Riks-SOM I & II	51	49	100
	<i>Riks-I</i>	50	50	100
	<i>Riks-II</i>	52	48	100
2000	Riks-SOM I & II	51	49	100
	<i>Riks-I</i>	51	49	100
	<i>Riks-II</i>	51	49	100
2001	Riks-SOM I & II	51	49	100
	<i>Riks-I</i>	52	48	100
	<i>Riks-II</i>	49	51	100
2002	Riks-SOM I & II	53	47	100
	<i>Riks-I</i>	51	49	100
	<i>Riks-II</i>	54	46	100
-----				
2003	Befolkningen	50	50	100
	Riks-SOM I & II			
	Bruttourval	51	49	100
	Nettourval	51	49	100
	Svarande totalt	52	48	100
	<i>Riks-I</i>			
	Bruttourval	51	49	100
	Nettourval	51	49	100
	Svarande	52	48	100
	<i>Riks-II</i>			
	Bruttourval	51	49	100
	Nettourval	51	49	100
	Svarande	52	48	100

**Kommentar:** Data om befolkningen är hämtade från SCB ([www.scb.se/databaser](http://www.scb.se/databaser)); data om respektive urval är hämtade från registerdata; data om svarande från respondentens egen uppgift (registerdata i de fall uppgift saknas).

**Tabell A2 Åldersgruppernas fördelning bland svarande 1986–2003 samt 2003 i urvalen respektive i svenska befolkningen (procent)**

År	Undersökning/ grupp	Åldersgrupp					Summa
		15-29 år	30-49 år	50-75 år	76-80 år	76-85 år	
1986	Riks-SOM	30	34	36			100
1987	Riks-SOM	26	37	37			100
1988	Riks-SOM	27	36	37			100
1989	Riks-SOM	26	39	35			100
1990	Riks-SOM	26	37	37			100
1991	Riks-SOM	26	37	37			100
1992	Riks-SOM	25	37	34	4		100
1993	Riks-SOM	25	37	34	4		100
1994	Riks-SOM	24	35	37	4		100
1995	Riks-SOM	21	38	38	4		101
1996	Riks-SOM	24	35	37	4		100
1997	Riks-SOM	22	35	38	5		100
1998	Riks-SOM I&II	22	36	38	5		101
	<i>Riks-I</i>	22	36	38	4		100
	<i>Riks-II</i>	22	35	39	4		100
1999	Riks-SOM I&II	21	34	40	5		100
	<i>Riks-I</i>	22	33	39	5		99
	<i>Riks-II</i>	21	35	40	5		101
2000	Riks-SOM I&II	21	33	41	5		100
(15-80 år)	<i>Riks-I</i>	21	33	42	4		100
	<i>Riks-II</i>	22	33	40	5		100
2000	Riks-SOM I&II	21	32	40		7	100
(15-85 år)	<i>Riks-I</i>	20	32	41		7	100
	<i>Riks-II</i>	21	32	40		7	100
2001	Riks-SOM I&II	19	33	41		7	100
	<i>Riks-I</i>	19	32	42		7	100
	<i>Riks-II</i>	18	34	40		8	100
2002	Riks-SOM I&II	20	33	40		7	100
	<i>Riks-I</i>	21	34	39		6	100
	<i>Riks-II</i>	19	32	42		7	100
-----							
2003	Befolkning	23	34	35		8	100
Riks-SOM	Bruttourval	23	34	35		8	100
I & II	Nettourval	23	34	36		7	100
	Svarande	21	32	40		7	100
<i>Riks-I</i>	<i>Bruttourval</i>	22	34	36		8	100
	<i>Nettourval</i>	22	35	36		7	100
	<i>Svarande</i>	19	32	41		8	100
<i>Riks-II</i>	<i>Bruttourval</i>	24	34	35		7	100
	<i>Nettourval</i>	24	35	35		6	100
	<i>Svarande</i>	22	32	40		6	100

**Kommentar:** 1992 utvidgades åldersintervallet uppåt till 80 år, 2000 till 85 år. Data om befolkningen är hämtade från SCB ([www.scb.se/databaser](http://www.scb.se/databaser)); data om respektive urval är hämtade från registerdata; data om svarande från respondentens egen uppgift (registerdata i de fall uppgift saknas).

**Tabell A3 Fördelning på region bland svarande 2001–2003 samt 2003 i urvalen respektive i svenska befolkningen (procent)**

År	Undersökning/ grupp	Region								Summa
		Stockholm	Östra Mellansverige	Småland med öarna	Sydsverige	Västsverige	Norra Mellansverige	Mellersta Norrland	Övre Norrland	
2001	Riks-SOM I & II	18	18	9	13	20	11	5	6	100
	<i>Riks-I</i>	17	18	9	14	20	11	6	5	100
	<i>Riks-II</i>	18	18	9	13	20	11	5	6	100
2002	Riks-SOM I & II	19	17	10	15	19	10	4	6	100
	<i>Riks-I</i>	19	16	9	16	19	10	4	7	100
	<i>Riks-II</i>	18	19	10	15	18	10	5	5	100
-----										
2003	Befolkning	21	17	9	14	20	9	4	6	100
Riks-SOM I & II	Bruttourval	20	16	9	14	22	9	4	6	100
	Nettourval	20	16	9	14	22	9	4	6	100
	Svarande	19	16	9	14	22	10	4	6	100
<i>Riks-I</i>	<i>Bruttourval</i>	20	16	9	14	22	9	4	6	100
	<i>Nettourval</i>	20	16	9	14	22	9	4	6	100
	<i>Svarande</i>	18	16	9	15	23	9	4	6	100
<i>Riks-II</i>	<i>Bruttourval</i>	20	16	9	14	22	9	4	6	100
	<i>Nettourval</i>	20	16	9	14	22	9	4	6	100
	<i>Svarande</i>	19	16	9	14	22	10	4	6	100

**Kommentar:** Data om befolkningen är hämtade från SCB ([www.scb.se/databaser](http://www.scb.se/databaser)). Data om urval samt svarande bygger på registerdata.

**Tabell A4 Fackföreningsmedlemskap bland svarande 1986–2003 samt 2003 hos svenska befolkningen (procent)**

År	Undersökning grupp	Fackförening			Summa
		LO	TCO	SACO	
1986	Riks-SOM	59	33	8	100
1987	Riks-SOM	59	33	8	100
1988	Riks-SOM	55	33	12	100
1989	Riks-SOM	56	34	10	100
1990	Riks-SOM	56	32	13	101
1991	Riks-SOM	56	32	12	100
1992	Riks-SOM	53	33	13	99
1993	Riks-SOM	56	32	12	100
1994	Riks-SOM	56	31	13	100
1995	Riks-SOM	56	32	12	100
1996	Riks-SOM	54	29	17	100
1997	Riks-SOM	53	34	13	100
1998	Riks-SOM	55	32	13	100
	<i>Riks-I</i>	<i>52</i>	<i>34</i>	<i>14</i>	<i>100</i>
	<i>Riks-II</i>	<i>58</i>	<i>31</i>	<i>12</i>	<i>101</i>
1999	Riks-SOM I & II	54	32	15	101
	<i>Riks-I</i>	<i>53</i>	<i>33</i>	<i>14</i>	<i>100</i>
	<i>Riks-II</i>	<i>54</i>	<i>30</i>	<i>15</i>	<i>99</i>
2000	Riks-SOM I & II	54	32	15	101
	<i>Riks-I</i>	<i>53</i>	<i>32</i>	<i>15</i>	<i>100</i>
	<i>Riks-II</i>	<i>54</i>	<i>31</i>	<i>15</i>	<i>100</i>
2001	Riks-SOM I & II	52	31	17	100
	<i>Riks-I</i>	<i>49</i>	<i>35</i>	<i>16</i>	<i>100</i>
	<i>Riks-II</i>	<i>55</i>	<i>28</i>	<i>17</i>	<i>100</i>
2002	Riks-SOM I & II	50	34	16	100
	<i>Riks-I</i>	<i>51</i>	<i>33</i>	<i>16</i>	<i>100</i>
	<i>Riks-II</i>	<i>50</i>	<i>34</i>	<i>16</i>	<i>100</i>
-----					
2003	Befolkningen	50	36	14	100
	Riks-SOM I & II	48	37	15	100
	<i>Riks-I</i>	<i>47</i>	<i>38</i>	<i>15</i>	<i>100</i>
	<i>Riks-II</i>	<i>48</i>	<i>36</i>	<i>16</i>	<i>100</i>

**Kommentar:** Data om befolkningen 2003 är hämtade från SCB (SM) och avser anställda i åldrarna 16–64 år.



# MOBILTELEFON OCH MEDIEGENERATION

## MOBILEN SOM GEMENSKAPANDE OCH INDIVIDUALISERANDE MEDIUM

GÖRAN BOLIN

I diskussionen om nya medier står oftast datorer, Internet eller World Wide Web i förgrunden. Detta gäller inte minst i olika översiktsverk (exempelvis Lievrouw & Livingstone 2002; Keenan & Chun 2003, Lister 2003).<sup>1</sup> Onekligen har datorer haft stor inverkan på samhället i stort liksom för människors privatliv. Ett medium som inte rönt tillnärmelsevis lika stor uppmärksamhet, men som i Sverige och flera andra nordeuropeiska länder vuxit fram som ett av de vanligast förekommande de senaste åren är mobiltelefonen. Faktum är att tillgång till mobiltelefon i vissa grupper (t.ex. ungdomar) är vanligare än tillgång till TV, och långt vanligare än tillgång till dator. Bland dem som är mellan 15-39 år är det till exempel lika vanligt att ha tillgång till mobiltelefon som till TV, vilket betyder i det närmaste hundra procents innehav. En mobiltelefon är dessutom en apparat som man bär med sig i de flesta vardagliga situationer. Det är därför rimligt att påstå att mobiltelefonen bland dem som är under 40 år är det medium som man umgås med mest intimt. Mobiltelefonen är också, i likhet med den betydligt mindre spridda handdatorn samt den bärbara radion, band- eller CD/MD-spelaren, ett medium som är ”platsinsensitivt”, dvs. mediet är inte knutet till någon specifik plats utan till individen och följer honom eller henne. Detta till skillnad från många andra medier som kan knytas till privatsfären i hemmet, eller som i fallet med biografen, till ofentligheten.

Mobiltelefonen är således ett av de mest individualiserade medierna, vilket inte bara skiljer ut den från den stationära telefonen, utan också från andra massmedier såsom TV, radio, tidningar, etc. En stationär telefon är kopplad till ett hushåll, och telefonen omfattar alla hushållets medlemmar. Ofta uppger den som svarar i telefonen sitt namn eller det aktuella telefonnumret. I en mobiltelefon behövs givetvis inte detta eftersom man kan förutsätta att den som ringer upp vet exakt vilken individ som anropas. Om något medium ska illustrera den individualiseringens som bl.a. Anthony Giddens, Thomas Ziehe, Zygmunt Bauman, m.fl. angett som kännetecknande för det senmoderna samhällslivet, är det just mobiltelefonen.

Ett annat kännetecken för senmodernt samhällsliv är att ungdomar är den grupp som förhåller sig mest affirmativa till nymodigheter, t.ex. ny medie- och kommunikationsteknologi. De medier man anammar i sin ungdom är också de medier som man oftast håller fast vid genom hela livet (medan många därefter förhåller sig relativt skeptiska inför introducerandet av ytterligare nya teknologier i vuxen ålder).

Detta gör att det utvecklas mediegenerationer, vilkas gemensamma erfarenheter kan knytas till specifika medieformer eller medieinnehåll (Gumpert & Cathcart 1985; Forsman & Bolin 1997; jfr. Mannheim 1928/1952). Den generation vars erfarenheter präglades av filmmediet i biograftappning kommer att dela denna mediala erfarenhet, vilket i sin tur kommer att binda denna generation samman. Och den generation som vuxit upp med mobilen som ett naturligt inslag i vardagen kommer att göra likaså. Därmed blir också begreppet ”nya medier” i högsta grad relativt, eftersom vad som är ett nytt medium för en generation, uppfattas som stenålders-teknologi av en senare.

Mot denna bakgrund ska i det följande diskuteras hur mobilinnehav och mobilanvändning ser ut i Sverige. Jag gör först reda för några allmänna statistiska sakförhållanden vad det gäller tillgång, spridning och användning av mobiltelefon. Jag kommer i sambands med det att göra några korta utblickar internationellt genom att relatera den svenska mobilanvändningen till användning på andra håll i världen. Därefter diskuterar jag mer i detalj de åldersrelaterade skillnader (och likheter) som uppträder i materialet (framför allt i relation till utnyttjande av SMS och andra nyare användningsområden), för att slutligen relatera detta till teorier om mediegenerationer, individualisering och modernitet.

### **Tillgång, spridning och användning**

Hur många och vilka är det då som har mobiltelefon i Sverige idag? Utslaget på hela befolkningen (15-85 år) är det 88 procent som har egen mobil, och 90 procent som har tillgång till mobil i hemmet.<sup>2</sup> Antalet kontraktsabonnemang och kontantkort är dock ungefär lika stort som hela gruppen totalt, vilket gör att det finns lika många abonnemang som det finns invånare i Sverige i det åldersintervallet. Detta innebär således att relativt många av mobilanvändarna har fler än en telefon (t.ex. både tjänstemobil och privat) (jfr. Williamson 2003: 2 och 18).

Eftersom mobilen är ett så vida spritt medium så är tillgången runt landet ungefär lika stor. Vissa variationer finns dock. Till exempel är det ett genomsnittligt färre mobilinnehavare i Småland (inklusive skärgården) (83%) samt i norra Mellansverige (82%), något som måhända kan förklaras med en sämre utbyggnad av mobilnätet i dessa områden. Ser man till dimensionen stad/land kan man konstatera att det är mycket små skillnader. Vad det gäller traditionella sociologiska variabler som kön, utbildning och klass, framgår det i tabell 1 att det är något vanligare bland män att ha mobiltelefon (90% jämfört med 86% för kvinnor).

**Tabell 1 Mobiltelefoninnehav, typ av abonnemang, användningstyp och användningsfrekvens vad det gäller ringda och mottagna samtal 2003 (procent)**

	Abbonemangstyp			Privat / tjänste-användning			Ringa samtal						Ta emot samtal														
	Har ej mobil	Kontantkort	Privat ab.	Tjänstemobil	Antal	Främst privat	Främst arbete	Lika mkt privat/arbete	Antal	Aldrig	Någon/några ggr/månad	Någon gång/vecka	1-3 ggr/dag	4-8 ggr/dag	9-20 ggr/dag	>20 ggr/dag	Antal	Aldrig	Någon/några ggr/månad	Någon gång/vecka	1-3 ggr/dag	4-8 ggr/dag	9-20 ggr/dag	>20 ggr/dag			
<b>Samtliga</b>	12	47	33	19	1813	74	15	11	1583	1	16	17	26	23	11	5	1	1586	3	13	13	25	21	16	7	2	1523
<b>Kön</b>																											
Kvinna	14	52	30	10	949	87	6	6	805	1	23	21	26	21	56	3	0	799	4	18	16	28	20	10	4	1	786
Man	10	42	36	29	864	60	23	16	778	1	10	13	25	25	17	7	2	787	2	8	11	23	22	22	9	4	759
<b>Ålder</b>																											
15-19 år	3	77	20	0	152	97	0	3	142	2	14	18	28	23	10	3	1	145	1	8	12	31	25	14	5	3	146
20-24 år	2	58	42	2	124	93	0	8	115	0	8	13	33	31	11	3	1	118	0	5	8	31	28	20	8	1	118
25-29 år	1	45	44	23	135	76	12	12	129	1	10	12	28	27	12	8	2	129	1	9	7	26	26	20	7	4	128
30-39 år	3	43	46	25	306	70	15	14	295	0	10	17	24	28	13	6	0	298	1	9	15	22	26	18	8	1	296
40-49 år	5	42	40	32	277	58	24	19	255	1	13	16	23	25	13	7	2	257	2	8	11	25	22	19	10	3	253
50-59 år	9	48	30	30	337	62	25	14	297	0	22	17	21	21	13	4	2	304	5	17	14	20	19	17	6	2	300
60-75 år	27	44	26	11	389	83	11	6	271	1	25	22	30	13	5	3	1	281	4	24	18	31	11	7	3	2	274
76-85 år	60	28	12	1	98	(92)	(5)	(3)	31	(0)	(41)	(21)	(32)	(3)	(0)	(0)	0	34	(30)	(7)	(27)	(23)	(7)	(7)	(0)	(0)	30
<b>Utbildning</b>																											
Låg	28	49	22	10	474	82	11	7	327	1	25	20	27	16	7	2	2	335	6	17	16	27	14	12	4	3	322
Medellåg	8	51	35	19	579	77	12	10	515	1	15	17	25	24	13	5	1	526	2	12	13	23	24	17	7	2	521
Medelhög	6	45	41	19	406	72	15	12	363	0	14	14	26	24	12	7	2	372	2	12	10	26	21	19	8	2	371
Hög	4	40	38	32	332	62	22	15	315	0	14	19	26	26	11	5	1	317	3	12	15	26	22	14	6	2	317
<b>Subjektiv klass</b>																											
Arbetsämne	15	57	29	10	770	85	8	7	650	1	18	21	27	20	9	3	1	645	3	14	15	26	21	15	5	2	636
Jordbruk/arbete	22	42	29	12	69	60	13	26	53	0	17	17	21	32	8	2	4	53	2	16	8	28	26	10	6	4	50
Tjänstemannam	10	42	36	24	491	72	18	10	441	0	18	17	28	20	10	6	1	435	3	15	15	26	19	14	6	2	432
Hö.fjm/akademikerhem	5	38	39	35	235	58	25	17	220	0	13	12	22	27	15	8	2	222	4	10	10	22	22	19	10	3	220
Företagarhem	8	29	44	35	133	53	25	22	122	0	10	7	23	33	18	8	2	120	3	7	9	20	21	25	13	3	120

**Kommentar:** Statistiken baseras på dem som svarat på respektive fråga, och antalet svar för varje grupp varierar därmed. Grupper med färre än 50 svarande har satts inom parentes. Den totala procentsumman för abonnemangstyp överstiger ibland 100 procent på grund av att det i vissa grupper finns de med flera mobiltelefoner. Det totala antalet av dem som tillhör kategorin jordbruk/arbete är lågt (69), varför resultaten vad det gäller framför allt telefoner bör tolkas försiktigt. Detsamma gäller den äldsta åldersgruppen 76-85 år. Totalt innehåller den 108 personer, men eftersom 60 procent av dessa saknar mobiltelefon, blir beräkningsunderlaget litet.

Föga förvånande finner man också att det är personer i de äldsta åldersgrupperna som i minst utsträckning är innehavare av mobiltelefon. Den tydligaste brytpunkten för användning tycks gå ungefär vid 60 års ålder, då innehavet bland de äldre snabbt avtar. Det är också i denna äldre åldersgrupp som mobiloperatörerna ser en möjlighet till utvidgning av marknaden (Williamson 2003:16). Bland ungdomar och yngre medelålders personer är, som inledningsvis nämnts, mobilinnehavet i stort sett heltäckande. Endast enstaka individer saknar mobiltelefon i åldrarna under 45 år. En jämförelse med spridningen bland de äldre vad det gäller personatorer ger dock för handen att det är mindre åldersklyftor i fråga om mobilinnehav och användning än inom personatorområdet (se vidare Annika Bergströms kapitel i denna volym).

Klassmässigt kan man av tabell 1 se att andelen som saknar mobiltelefon är störst bland dem som kommer från arbetarhem och jordbrukarhem. Det är också betydligt vanligare med kontantkortsabonnemang i arbetarhem. På motsatt sätt är det fler från högre tjänstemanna-/akademikerhem och bland egna företagare som har privat abonnemang och tjänstemobil. Bland dem som tillhör arbetarhem och jordbrukarhem är användningen i högre grad främst privat, jämfört med övriga grupper. Några större skillnader i hur mycket man ringer eller tar emot samtal kan man dock inte spåra, även om det finns en viss tendens till att man bland högre tjänstemän/akademiker och bland företagare ringer och tar emot samtal något mer.

Att ha en mobiltelefon innebär endast att man har tillgång till en viss teknologi – en samling sammanlödda kretsar under ett i bästa fall snyggt och lätthanterligt hölje. För att mobilen ska fungera krävs att man till detta har någon form av abonnemang. Vanligast är kontantkort (47% av mobilinnehavarna), därefter privatabonnemang (33%) och tjänstemobil (19%). Delar man upp innehavet på kön finner man att kvinnor i högre grad har kontantkort än män (52 respektive 42%), och att män (29%) i betydligt högre grad än kvinnor (10%) har tjänstemobil.

Åldersmässigt är det de yngsta – åldersgruppen 15-24 år – som är de största kontantkortsanvändarna, medan innehav av tjänsteabonnemang föga förvånande är som störst i de arbetsföra åldrarna 25-59 år (och allra högst i den övre halvan av detta åldersspann, där ca. 30 procent har tjänsteabonnemang).

Vad det gäller utbildning är det relativt likartad fördelning av abonnemang bland de medellåg-, medelhög- och högutbildade (förutom att de högutbildade i högre grad har tjänstemobil). De lågutbildade avviker dock genom att i betydligt lägre grad ha mobil. Detta skulle kunna förleda till att tro att den bakomliggande förklaringen är ålder, eftersom de flesta äldre både är lågutbildade (jämfört med de yngre), och i lägre grad har mobil. Detta stämmer dock endast delvis, vilket kan utläsas ur tabell 2.

Eftersom i stort sett alla under 50 års ålder har mobil, är det små skillnader vad det gäller utbildningsnivå. Utbildning differentierar därmed som mest tydligt bland dem som är över pensionsåldern: det är de lågutbildade äldre som i störst utsträckning saknar mobiltelefon. Bryter man sedan ner det på kön ser man att äldre kvin-

nor i betydligt mindre utsträckning har mobil jämfört med äldre män, och att skillnaderna dessutom ökar med stigande ålder. Det är således de lågutbildade äldre kvinnorna som står för större delen av dem som inte har mobil i pensionärsgruppen.

**Tabell 2** *Andel personer i olika ålders- och utbildningskategorier som inte har mobiltelefon 2003 (procent)*

	Låg utbildning	Medellåg	Medelhög	Hög
15-29 år	(8)	2	0	0
30-49 år	9	4	1	2
50-64 år	15	7	11	5
65-85 år	47	38	(26)	(15)

**Kommentar:** Siffrorna är baserade på dem som svarat "nej" på frågan "Har du egen mobiltelefon?". Antalet svar i varje grupp varierar mellan 27 och 196. Grupper med färre svarepersoner än 50 inom parantes.

Att ha ett abonnemang behöver på inget sätt betyda att man använder mobilen i särskilt hög utsträckning. Ungefär nio procent av dem som har mobil uppger att de aldrig använder den, vilket är relativt vanligt fenomen för teknologier som är så vitt spridda.<sup>3</sup> Många har t.ex. videobandspelare i sina hem utan att använda dem (Bolin & Lindholm 2004). Men om man ser till de vanligaste funktionerna, att ringa och ta emot samtal respektive att skicka och ta emot SMS, så är det förstås så att de flesta utnyttjar dessa funktioner, om än i olika hög grad. Ett generellt mönster är t.ex. att man oftare tar emot samtal än vad man ringer upp från sin mobil. Detta förklaras med stor sannolikhet av att det rings mer från fasta telefoner till mobiler än tvärtom. Ser man till skickade respektive mottagna SMS, där det inte går att ta emot meddelanden från fasta telefoner, bekräftas detta: Det skickas ungefär lika många SMS som det tas emot.

En vanlig könsstereotyp är att kvinnor pratar mer i telefon än vad män gör. Oavsett hur det förhåller sig med detta historiskt, kan det i alla fall konstateras att det inte gäller för mobiltelefonerande. Här gäller snarare det omvända: Kvinnor ringer mer sällan, och bland dem som ringer och tar emot samtal flera gånger per dag är männen i tydlig majoritet. Detta förhållande gäller dock inte SMS-ande. Här är det i stort sett lika stor användningsfrekvens för båda könen. Det som ligger bakom detta kan vara den högre andelen tjänstemobiler bland männen, och att samtalandet där sker yrkesmässigt, medan att skicka SMS-meddelanden skulle vara en strikt privat sysselsättning.

Det finns bland dem som har mobil en stor grupp som använder kommunikationsmedlet mycket sällan. De som tillhör åldersgruppen 65-85 år skiljer ut sig genom att oftare uppge att de så gott som aldrig ringer och aldrig får samtal, och

att de dessutom ringer mer sällan än de yngre åldersgrupperna. Nu bör man inte dra alltför långtgående slutsatser av detta och måla upp bilder av ensamma och isolerade pensionärer som väntar förgäves på samtal från barn och barnabarn. Skillnaderna mellan denna åldersgrupp och övriga är tydliga men inte överdrivet stora. I tabell 1 kan man också se att de allra äldsta är de som samtalar minst via mobilen, men man ska då betänka att statistiken för denna grupp är baserad på ett litet antal individer, varför viss försiktighet vid tolkningen måste tillrådas. Att dessa personer pratar mindre än övriga i mobilen behöver heller inte betyda att de också skulle prata mindre i vanlig stationär telefon.

### *Typ av användning*

Mobiltelefonen har under den senaste tioårsperioden utvecklats, och nya funktioner och tjänster har kopplats till mediet. Den teknologiska konvergens som kännetecknar mycket av mediernas utveckling idag medför t.ex. att mobiltelefonen numera inte bara är ett redskap för att ringa till andra individer och samtala. Den används också i hög grad för att sända textmeddelanden. Idag har de nyare modellerna dessutom möjlighet att ta och skicka bilder, surfa på Internet, koppla upp sig mot diverse informationstjänster, m.m. För att kunna göra mycket av detta krävs dock att man just har en telefon som medger det. Ungefär 13 procent av dem som har mobil uppger att de har en med GPRS-funktion (General Packet Radio Service), som just medger utnyttjande av sådana mobila tjänster.<sup>4</sup> Det nya 3G-systemet som gör det möjligt att skicka rörliga bilder är något som hösten 2003 endast en (1) procent uppgav sig ha tillgång till, men man kan anta att detta kommer att öka under de kommande åren mot bakgrund av de kampanjer som mobiloperatörer inriktade på 3G bedriver.<sup>5</sup> Fem procent av mobilanvändarna uppger att man skickar bilder med MMS-teknik (Multimedia Messaging Service). Dessa siffror ska dock tolkas försiktigt, eftersom hela 28 procent av de tillfrågade uppger att de inte vet vilka funktioner deras mobiler har. De allmänna kunskaperna om vad som döljer sig innanför skalet på mobilen förefaller således inte vara heltäckande, vilket tyder på att förhållningssättet till mobilen är instrumentellt – de flesta är mer intresserade av vad man kan göra med mobilen än av tekniska data om den.

Beträffande de mobila informationstjänsterna, t.ex. uppgifter om aktiekurser, väder, sportresultat, etc., uppger 14 procent att de använder denna funktion åtminstone någon gång i månaden, och en mindre andel använder sådana tjänster någon eller några gånger i veckan (4%). Utnyttjande av mobilt Internet görs i lägre utsträckning: fem procent utnyttjar detta åtminstone någon gång i månaden. Att använda mobiltelefonen som klocka för att påminna om tider, eller som väckarklocka är det däremot hela 58 procent som gör. Nästan en fjärdedel av användarna (23%) uppger sig också spela spel på mobilen, och här går en tydlig åldersmässig skiljelinje mellan dem som är under och över 30 år. Men även under denna gräns lyder sambandet att ju yngre man är, desto större är sannolikheten att man brukar spela spel åtminstone ibland (något som för övrigt även gäller spelande på

dator; jfr. Annika Bergströms kapitel i denna volym). Trots detta är det många bland de allra yngsta som uppger att de aldrig spelar spel: 36 procent av 15-19-åringarna spelar aldrig, jämfört med 49% av 20-24-åringarna. Och bland de allra äldsta (76-85 år) finns det inte en enda individ som har uppgett sig ha spelat spel.

Det finns således mot bakgrund av det ovanstående ett visst fog för att släppa ändelsen telefon i begreppet "mobiltelefon", och enbart använda kortformen "mobil" när man pratar om denna speciella form av mikrodator. Den tekniska utvecklingen på kommunikationsområdet pekar också mot att mobiler utrustas med kontinuerligt fler funktioner som finns i vanliga datorer, och vissa mobiltelefonproducenter lanserar också sina nya modeller som mobila kontor – ett slags teknisk konvergens mellan mobiltelefonen och den bärbara persondatorn.

Därför är det intressant att se huruvida mobilen främst utnyttjas för privata syften, eller om mobilen är ett arbetsredskap. Och kan det kopplas till vilken typ av abonnemang man har? Här finns det stora skillnader mellan olika grupper. Män använder till exempel i betydligt högre utsträckning mobilen i arbetet – en tredjedel av männen använder mobilen främst i arbetet, eller lika mycket privat som i arbetet. För kvinnor används mobilen närmast uteslutande privat, och endast 10 procent använder den yrkesmässigt på samma sätt som männen. Vad det gäller ålder är det förstas i de arbetsföra åldrarna som man använder mobilen yrkesmässigt. Vad det gäller utbildning är det framför allt de högutbildade som använder mobilen i arbetet, och klassmässigt är privat användningen högre i arbetarhem och bland jordbrukare, medan tjänste användningen är högre i tjänstemannahem, högre tjänstemannahem och akademikerhem samt i företagarehem.

Jämfört med flertalet andra länder har Sverige ett mycket utbrett innehav av mobiltelefoner. Frågan är dock hur mycket den används. Ser man till dem som svarat ja på frågan om man aldrig använder mobilen är det inte många. Vänder man på det och i stället studerar de som i och för sig använder mobilen, men som inte ringer eller utnyttjar mobilens övriga tjänster så ofta, är det betydligt fler. Detta skiljer ut användningen i Sverige från användningen i ett land som t.ex. Estland, där det är en mindre andel än i Sverige som har mobil, men där dessa å andra sidan till större andel utnyttjar mobilen, både vad det gäller ringande och SMS. Väldigt få estländare med mobil uppger att de aldrig eller nästan aldrig använder mobilen, och de ringer dessutom fler samtal per dag jämfört med svenskar.<sup>6</sup>

I Sverige skickade varje abonnent första halvåret 2003 i genomsnitt drygt 16 SMS per månad. Detta kan till exempel jämföras med Norge, där motsvarande siffra är 63 textmeddelanden per kund och månad, och Danmark, där varje mobilanvändare i snitt skickar 56 textmeddelanden. Bedömare från den statliga Post- och Telestyrelsen (PTS) menar att det inte är troligt att skickandet av SMS kommer att öka i Sverige om inte priserna sänks (Williamson 2003:20).

Men även Norge kan sägas ligga i lä i statistiken internationellt. Ser man till uppgifter från t.ex. Filippinerna kan man konstatera att SMS-andet bland mobilinnehavare i Norden ligger betydligt lägre: Enligt en uppgift skickade de förvisso få

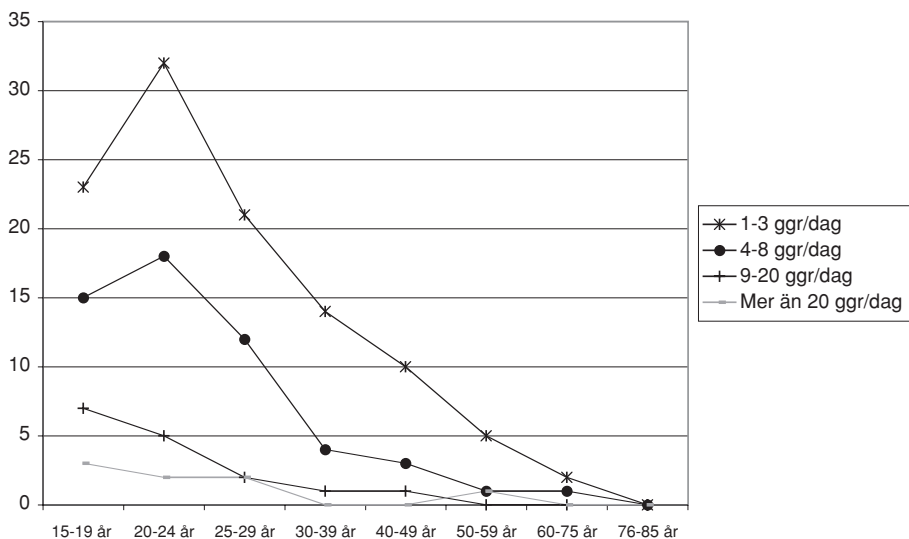
mobilanvändarna (15 miljoner abonnemang på en befolkning på ungefär 76 miljoner) ca. 20 SMS per dag och abonnent (Torval 2003). Även om det är svårt att avgöra giltigheten i denna studie som baserar sig på 500 användare, pekar flera uppgifter mot att Filippinerna har en förvånansvärt hög aktivitet vad det gäller att skicka SMS (Lanuza 2004).

## Ålder och nya användningsområden

En viktig aspekt i relation till acceptering och användning av ny medieteknologi är, som redan tidigare framhållits, ålder. Yngre är snabbare på att ta till sig, och mer benägna att vilja lära sig bemästra de nya teknologierna. Och, ska det tilläggas, de yngre har också betydligt mer tid för att göra detta än vad de flesta vuxna har.

Ålder är således definierande för användning av mobilen. Dels ringer yngre personer mer, men framför allt utnyttjar de SMS och andra mobilfunktioner i betydligt högre utsträckning. En mindre dansk studie från 2002 visade t.ex. att ungdomar i Köpenhamn mellan 13-16 år skickade nio SMS *per dag* i genomsnitt,<sup>7</sup> att jämföra med de 16 SMS *per månad* som den genomsnittlige svenske mobilanvändaren står för. Vad det gäller Sverige innehåller inte SOM-materialet statistik från så låga åldrar, men om man ser till lägre åldrarna som studerats framträder ett tydligt mönster.

**Figur 1** Frekvent användning av mobil för att skicka SMS, fördelat på ålder (procent)



**Kommentar:** Figuren visar endast de som skickar SMS minst en gång om dagen och oftare.



Som går att utläsa ur figur 1 är de som skickar fler än 20 SMS om dagen få, men i stort sett samtliga är under 30 år. Oavsett vilken kurva man följer, dvs. hur många meddelanden man skickar per dag, gäller dock det faktum att användningen avtar med stigande ålder, vilket framgår av tabell 3.

**Tabell 3 Användning av mobil för att skicka respektive ta emot SMS-meddelanden (procent)**

	Skicka SMS									Antal	Ta emot SMS									Antal
	Aldrig	Någon/några ggr/månad	Någon gång/vecka	Några ggr/vecka	1-3 ggr/dag	4-8 ggr/dag	9-20 ggr/dag	>20 ggr/dag	Aldrig		Någon/några ggr/månad	Någon gång/vecka	Några ggr/vecka	1-3 ggr/dag	4-8 ggr/dag	9-20 ggr/dag	>20 ggr/dag			
<b>Samtliga</b>	31	21	10	17	12	5	2	1	1527	22	25	10	17	12	6	1	1	1523		
<b>Kön</b>																				
Kvinna	30	19	11	17	14	6	2	1	777	23	24	11	18	14	7	2	1	775		
Man	32	24	8	18	10	5	2	1	750	23	28	10	18	12	6	1	1	748		
<b>Ålder</b>																				
15-19 år	5	10	10	26	23	15	7	3	147	3	10	10	24	26	18	6	3	145		
20-24 år	1	7	10	24	33	19	4	3	118	0	8	10	23	34	16	6	3	117		
25-29 år	2	20	11	29	21	13	2	2	128	1	20	9	30	20	16	1	2	128		
30-39 år	19	25	14	25	14	4	1	0	296	10	31	13	25	16	5	1	0	296		
40-49 år	24	31	14	17	10	3	1	0	252	15	34	15	20	10	4	1	0	253		
50-59 år	47	26	7	12	5	1	0	1	297	32	35	11	15	5	1	0	1	296		
60-75 år	68	19	5	4	2	1	0	0	261	60	26	5	5	4	0	0	0	260		
76-85 år*	(86)	(14)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	28	(82)	(18)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	28		
<b>Utbildning</b>																				
Låg	50	16	9	11	8	4	1	2	313	43	20	9	12	8	3	2	2	311		
Medellåg	25	21	9	20	13	8	3	1	517	17	25	11	19	15	10	2	2	516		
Medelhög	22	24	9	21	15	8	1	0	366	15	27	11	23	14	8	1	0	367		
Hög	30	26	13	16	13	2	1	0	316	22	33	11	18	14	1	1	0	315		
<b>Subjektiv klass</b>																				
Arbetarhem	30	19	11	17	12	8	2	1	625	24	23	10	19	13	8	2	1	622		
Jordbrukarhem*	45	12	8	18	8	4	4	2	51	24	31	12	16	6	2	8	2	51		
Tjänstemannahem	33	23	10	18	11	3	1	0	423	23	30	12	18	13	4	0	0	424		
Hö.tjm/akademikerhem	29	26	7	15	16	5	1	1	220	21	30	8	16	17	6	1	1	219		
Företagarhem	31	28	7	13	13	6	3	1	120	25	27	10	17	12	8	2	1	120		

**Kommentar:** Statistiken baseras på dem som svarat på respektive fråga, och antalet svar för varje grupp varierar därmed. Grupper med färre än 50 svarande har satts inom parentes. Det totala antalet av dem som tillhör kategorin jordbrukarhem är lågt (69), varför resultaten bör tolkas försiktigt. Detsamma gäller den äldsta åldersgruppen 76-85 år. Totalt innehåller den 108 personer, men eftersom 60 procent av dessa saknar mobiltelefon, blir beräkningsunderlaget litet.

Men även vad det gäller ålder måste man skilja mellan olika typer av användning. Att ringa och ta emot samtal i en mobiltelefon är förmodligen för de flesta människor oavsett ålder inte något som innebär problem eller väcker motstånd. Vis-

serligen kan det kännas obekvämt för äldre personer att prata utomhus, men mobilen kan ju med fördel användas precis som en vanlig telefon för inkommande och utgående samtal i hemmet. Vad som däremot troligen möter större motstånd hos de allra äldsta är de nya funktioner mobilen är utrustad med. Tar man skickande av bilder med MMS, till exempel, ser man dels att det är få som utnyttjar eller har möjlighet att utnyttja tekniken, dels att de få som gör det befinner sig i de yngre åldrarna (se tabell 4).

**Tabell 4 Andel personer i olika åldersgrupper som använder mobiltelefonen för att skicka bilder med MMS-teknik (procent)**

	15-19 år	20-24 år	25-29 år	30-39 år	40-49 år	50-59 år	60-75 år	76-85 år
Aldrig	89	90	84	91	90	99	98	100
Någon/några ggr/månad	4	6	8	5	4	1	1	0
Någon gång/vecka	3	2	1	2	1	0	0	0
Några gånger/vecka	3	1	1	2	0	0	0	0
1-3 ggr/dag	1	1	3	0	0	0	0	0
4-8 ggr/dag	0	0	2	0	0	0	0	0
Mer än 20 ggr/dag	0	0	1	0	0	0	0	0
Antal	154	127	135	315	281	342	397	108

De som befinner sig i åldersgruppen 25-29 år är de största användarna av MMS. Denna grupp är dessutom den enda där det finns personer som sänder MMS mer än 3 gånger per dag. Troligen kan detta förklaras dels utifrån ålder (de har inga problem med att anamma den nya tekniken), dels utifrån att de har en egen inkomst som möjliggör det relativt dyra MMS-användandet, alternativt använder funktionen i sin yrkesverksamhet. Dessutom kan man ur tabell 4 utläsa att personer över 50 år knappast utnyttjar tekniken alls.

Det finns även ett intressant mönster kopplat till kön, arbetsliv och högfrekvent användning av mobilen för att ringa samtal respektive skicka SMS. Om man bryter ut dem som ringer mer än nio samtal per dag finner man att det är män i åldrarna 30-64 år som är de flitigaste användarna, och att deras ringande i hög grad är i tjänsten.<sup>8</sup> De få kvinnliga högkonsumenterna av uppringningstjänster är jämnt spridda över alla åldrar. Detta mönster gäller inte för SMS: här är det tydligt de äldre tonåringarna mellan 15-19 år som skickar fler än nio SMS per dag, och unga män och unga kvinnor skickar lika mycket. De män som ringer mycket och främst i arbetet skickar däremot väldigt få SMS. Högkonsumtion av telefons tjänster korrelerar således inte med högkonsumtion av SMS-tjänster. De som står för högkonsumtion av nya tjänster är yngre personer, medan frekvent utnyttjande av det dyrare ringandet utförs av män mellan 30-64 år och sker främst i arbetet.

## Mediegenerationer, individualisering, modernitet

En mobil är, som redan kunnat konstateras, något mer än bara en telefon. Om man utnyttjar den till mer än att tala i beror dock i hög grad på hur gammal man är. För dem som är tillräckligt gamla för att ha utvecklat en vana vid stationära telefoner, är mobilen ett nytt medium, men för dem som är födda på 1990-talet och framåt är mobilen ett naturligt inslag i den vardagliga mediemaskinparken. Det tycks också vara dessa som i någon högre utsträckning utnyttjar de andra funktioner som mobilen har vid sidan av sin samtalsfunktion: SMS, MMS, spel, etc. Det går för de flesta funktioner en gräns vid ungefär 30 år. Det är med andra ord de som har vuxit upp med TV- och datorspel som en naturlig ingrediens i vardagen som också spelar spel på mobilen i betydligt större utsträckning. Pensionärer spelar i stort sett inte alls, medan några ”medelålders” förhåller sig utforskande och prövande. Sålunda skapas också en åtskillnad mellan de generationer som har ett naturaliserat förhållningssätt till mobilen, och de som finner den krånglig, obekvämt eller helt enkelt oanvändbar för vardagliga sysslor. På samma sätt som denna generation skapade ett avstånd till föregående mediegeneration, och så vidare bakåt i historien.

Vad det gäller mobilanvändning kan man dock med fog prata om att det är två olika mediegenerationer som är aktiva. Dels de unga, som i högre grad än andra åldersgrupper använder sig av de nya tjänster som mobiltelefonen har (och som skiljer ut den från en vanlig stationär telefon). Dels medelålders män, som är de som ringer mest frekvent, men där skickande av SMS och utnyttjandet av andra tjänster är litet, dvs. de personer som använder mobilen som just en *mobil* telefon. I detta kan man se att männen egentligen bara förlänger den rörlighet och mobilitet som traditionellt varit förknippad med manligheten: det är männen som rört sig utanför hemmets privatsfär i sin yrkesutövning, det är männen som färdats ut i odyséer och på gesällvandringar, och det är männen som förknippats med transportmedel genom tiderna (hästen, bilen, tåget, motorcykeln). Kort sagt, det är männen som befunnit sig ”on the road” (Bjurström 1995). Här blir bara mobiltelefonen ytterligare en teknologi som kan förknippas med den traditionella manliga rörligheten.

Men det är dagens ungdomar – av båda könen – som utvecklar det som finländska mobilforskaren Eija-Liisa Kasasniemi (2003:39f) kallar en ”mobil kultur”, vilket ska förstås som en kultur som inte bara avser mobiliteten hos själva mediet, utan också mobilitet i ett vidare perspektiv, där mobilen ingår som en del i ett betydligt vidare mönster av rörelse som i hög grad innefattar användning av mobilens nyare funktioner. Kulturteoretikern Marshall Berman (1982/1988) pekar på att upplevelsen av att leva i det moderna, i moderniteten, är en upplevelse av att ständigt vara just i rörelse, att befinna sig i ett tillstånd av ständig förändring. I en sådan process framstår givetvis mobilen som i högsta grad kongruent med utvecklingen, kanske till och med som en påskyndare av den.

En del i denna moderniseringsprocess är också den reflexiva hållning som förändringen skapar: genom att föränderligheten ständigt gör sig påmind, frammanar utvecklingen ett fokus på individen, som tvingas reflektera över sin egen plats i den kontinuerliga omvandling som samtiden utgör. Även här framstår mobilen som ett centralt fenomen i modernitetsutvecklingen, genom att ytterligare framhålla det individuella på bekostnad av det kollektiva: i en stationär telefon är det vanligt att man svarar med både sitt för- och efternamn, i sin arbetstelefon kanske bara med sitt efternamn. Man framhåller således både det kollektiva släktskapsnamnet, och ibland kombinerat med det individuella tillnamnet. I en mobil telefon blir detta meningslöst: den som ringer vet ju vilken individuell person som numret är knutet till. Man svarar därför med sitt förnamn, eller kanske enbart med ett ”hallå”. Eller genom att direkt tilltala den uppringande med det namn som finns inprogrammerat i adressboken, och som framträder på skärmen samtidigt med den individuellt inprogrammerade ringsignalen. Sålunda förpassas ännu en del av det kollektivistiska medvetandet till modernitetens arkiv, att återvända och förundras över för kommande generationer.

Samtidigt upprätthåller mobilen en annan funktion som kan kopplas till det moderna, nämligen den att upprätthålla gemenskaper som överskrider rummet. Denna dubbla gemenskapande process där mediet inte bara binder samman individer som pratar med varandra, utan i lika hög grad binder dessa samman i en specifik generationstillhörighet, kan tyckas motsatt till den individualiserande process som ovan diskuterats. Men den kan också i sant modernistisk anda betraktas som det individuellas dialektiska motsats.

## Noter

- <sup>1</sup> En titt i index för Leah Lievrouw & Sonia Livingstones mastodontverk *The Handbook of New Media* (2002) visar på förekomst av begreppet ”mobile phone” på endast tre ställen i boken (samt ”cell phone” på ett ställe). Indexeringen av ”Internet” upptar en dryg sidspalt inklusive alla subindexeringar. ”World Wide Web” refereras till på 23 sidor (och här hänvisar man även vidare till begreppet ”websites”).
- <sup>2</sup> Frågan ”Har du egen mobiltelefon?” tycks inte fånga alla dem som använder mobiltelefon. I materialet finns det 23 personer (vilket motsvarar 1,2 procent av det totala antalet svars personer) som uppger att de inte har egen mobiltelefon, men som ändå har angett att de använder mobil. Förmodligen rör det sig om olika typer av mobiltelefoner med kollektiv användning, t.ex. dagisgrupper, skolklasser eller äldreboende, där flera personer har tillgång till samma mobil, eller där någon ibland lånar en annan familjemedlems mobil. Kännetecknande för de personer som inte har egen mobil men som ändå utnyttjar mobiltjänster är att de ringer (snarare än skickar/tar emot SMS), och att de ringer sällan. De

flesta av dessa 23 personer är över 60 år. Den statistik som redovisas i detta kapitel bygger på dem som har egen mobil (eller använder tjänstemobil).

- 3 En metodrelaterad fråga är vad man svarar på då man uppger att man aldrig använder mobilen. Begreppet användning kanske tolkas som ”använda den för att ringa med”, och inkluderar kanske inte användning av andra funktioner.
- 4 GPRS är ett slags uppgradering av GSM-nätet så att överföringshastigheten av data blir avsevärt högre, och ger möjlighet till uppkoppling mot Internet. Möjligheten erbjuds av operatörerna sedan hösten 2001. Funktionen utnyttjas dock ännu sparsamt av de kunder som har tillgång till funktionen (Williamson 2003 s. 22).
- 5 3G lanserades första halvåret 2003, och hittills finns endast en operatör på marknaden. Vid halvårsskiftet 2003 fanns endast ett fåtal kunder anslutna. Ökningen till 1 procent har således skett under andra halvan av 2003, dvs. när data för SOM-undersökningen samlades in. Det nya 3G-systemet bygger på sändning med större bandbredd, vilket i sin tur medger överföring av större mängder data vilket gör att man snabbt kan överföra stora filer (t.ex. rörliga bilder). 3G-systemet har dock kortare räckvidd, varför man behöver bygga ut nätet av basstationer (master). Det är knappast troligt att detta kommer att kunna göras över hela landet (jfr. Ilshammar & Larsmo 1999).
- 6 Källa: Skiftande medielandskap 2002. Data insamlade i riksrepresentativt urval i Estland.
- 7 Studien, som baserar sig på ett litet material om 386 ungdomar, är utförd av det danska marknadsinstitutet Carat, och refererad i *Politiken* 24 april 2002 (se [www.r-u-e.dk/nybackend/vis.indhold.asp?id=1274](http://www.r-u-e.dk/nybackend/vis.indhold.asp?id=1274)). Tack till Gitte Stald vid Institut for Film & Medievidenskab, Københavns universitet för info om denna och andra tendenser vad det gäller mobilanvändning bland danska ungdomar.
- 8 Det totala antalet som ringer mer än nio gånger om dagen är 99 personer. De som skickar mer än nio SMS per dag är endast 40 personer, varför man bör tolka tendenser inom den gruppen med försiktighet. Samma mönster framträder dock även för den lite större gruppen om 126 personer som skickar fyra eller fler SMS per dag.

## Referenser

- Berman, Marshall (1982/1988): *All That Is Solid Melts Into Air. The Experience of Modernity*, New York: Penguin.
- Bjurström, Erling (1995): "Baby you can drive my car. Bilen och motorcykeln som könskultur", i Göran Bolin & Karin Lövgren (red): *Om unga män. Identitet, kultur, livsvillkor*, Lund: Studentlitteratur, s. 217-239.

- Bolin, Göran & Tommy Lindholm (2004): "Film, video och DVD", i Ulla Carlsson & Ulrika Facht (red): *MedieSverige 2004. Statistik och analys*, Göteborg: Nordicom.
- Forsman, Michael & Göran Bolin (1997): "Video", i Ulla Carlsson & Catharina Bucht (red): *MedieSverige 1997. Statistik och analys*, Göteborg: Nordicom, s 331-342.
- Gumpert, Gary & Robert Cathcart (1985): "Media Grammars, Generations and Media Gaps", i *Critical Studies in Mass Communication*, vol 2.
- Ilshammar, Lars & Ola Larsmo (1999): *net.wars. Kampen om nätet* (andra upplagan), Stockholm: Atlas Rabén Prisma.
- Kasasniemi, Eija-Liisa (2003): *Mobile Messages. Young People and a New Communication Culture*, Tampere: Tampere University Press.
- Keenan, Thomas W. & Wendy Hui Kyong Chun (eds) (2003): *New Media, Old Media. Interrogating the Digital Revolution*, London & New York: Routledge.
- Lanuza, Gerry (2004): "The Theoretical State of Philippine Youth Studies. Current Trends and Future Directions", i *Young. Nordic Journal of Youth Research*, vol 12: 4.
- Lievrouw, Leah & Sonia Livingstone (2002): *The Handbook of New Media: Social Shaping and Consequences of ICTs*, London: Sage.
- Lister, Martin (2003): *New Media. A Critical Introduction*, London: Routledge.
- Mannheim, Karl (1928/1952): "The Problem of Generations", i Karl Mannheim: *Essays in the Sociology of Knowledge*, London: Routledge & Keegan Paul.
- Toral, Janette (2003): "State of Wireless Technologies in the Philippines" ([www.digitalfilipino.com](http://www.digitalfilipino.com), nedladdad april 2004).
- Williamson, Stefan (2003): *Svensk telemarknad första halvåret 2003*, Stockholm: Post- och Telestyrelsen.

# INTERNETANVÄNDNINGENS FAS II

ANNIKA BERGSTRÖM

Sedan några år har svenskarna tagit sig över internettröskeln så till vida att de flesta vet vad internet är och vad det i grova drag kan användas till. Användarna är en växande skara. Vi har hämtat oss från den s.k. IT-kraschen och medan vi gjort det har utvecklingen av innehållet på nätet hittat nya nischer, nya former och bättre användbarhet. Många har varit med online ganska länge och upplevt den här utvecklingen. De har etablerat vanor inom olika områden på nätet och har införlivat internet som något självklart i vardagen. Precis som med andra vanor tar etableringen tid och det är kanske först nu som vi börjar skönja vad internet faktiskt är och vilken roll det har kommit att få i människors vardag (jfr Frykman och Löfgren, 1996, om vanors etablering).

I många år har vi hört talas om bredband och sett upprädda diken längs vägkanterna. Nu börjar bandbredden få mer konkret betydelse så till vida att allt fler börjar förstå vad det är och vad det betyder för t.ex. internetanvändningen. Visserligen råder det fortfarande oklarhet vad som egentligen är bredband – en överföringshastighet på minst 2 mbit/sekund är ett vanligt kriterium (Svenska Data-termgruppen, <http://www.nada.kth.se/dataterm/artikel-5.html>) – men oavsett var man sätter gränsen är den allmänna, folkliga tolkningen av bredband en snabb uppkoppling mot internet till en fast kostnad. En ökad bredbands-spridning kommer sannolikt att få konsekvenser för både den generella användningen av internet och inriktningen på användningen.

I det här kapitlet fokuseras på utvecklingen för internettillgång och användning sedan mitten av 1990-talet, dels i generella termer, dels i olika befolkningsgrupper. Särskild uppmärksamhet läggs vid etableringstid och uppkopplingstyp. Hur ser användningen ut beroende på hur lång tid man har varit användare? Skiljer sig internetanvändningen mellan personer som har fast uppkoppling och de som går ut på nätet via telefonmodem?

## **Fortsatt tillväxt för internetteknologin**

Tillgången till internet i svenska hushåll fortsätter öka, även om ökningstakten i början av 2000-talet var något mindre än några år tidigare. Två tredjedelar hade tillgång till internet i hemmet hösten 2003 och lägger man därtill tillgång via skolor och arbetsplatser blir andelen internetanvändare omkring 75 procent (jfr Sören Holmbergs och Lennart Weibulls inledningskapitel i föreliggande volym).

Spridningen av de nyare teknologierna följer välbekanta utvecklingsmönster och det är framför allt unga och högutbildade personer som finns med i början av varje ny våg (Rogers 1995). Men även för internetteknologin, som nu funnits tillgänglig för allmänheten i närmare ett decennium, är skillnaderna beroende på framför allt ålder och utbildning fortfarande stora. Även om ökningstakten är störst bland pensionärer är dessa långt efter yngre och medelålders. Den totala tillgången till internet är i princip dubbelt så utbredd bland högutbildade som bland lågutbildade. Det är drygt tre gånger så många högutbildade som har internet på skolor och arbetsplatser jämfört med lågutbildade – något som hänger samman med både utbildnings- och yrkesinriktning i olika grupper, och i förlängningen av detta tillgången till datorer och internet på arbetsplatsen.

**Tabell 1 Tillgång till internet och typ av uppkoppling i olika grupper, hösten 2003 (procent av befolkningen respektive av dem som har tillgång till internet i hemmet)**

	Alla	Kön		Ålder				Utbildning			
		Kv	M	15-29	30-49	50-64	65-85	Låg	ML	MH	Hög
<b>Internet</b>	<b>76</b>	<b>74</b>	<b>79</b>	<b>95</b>	<b>92</b>	<b>79</b>	<b>28</b>	<b>48</b>	<b>84</b>	<b>87</b>	<b>94</b>
- i hemmet	66	64	70	80	83	67	26	43	72	75	82
- på arb.pl/skola	46	45	47	60	61	50	2	20	48	54	72
- på annan plats	8	7	9	22	6	4	2	5	11	9	6
Antal svar	3675	1919	1756	761	1182	997	735	988	1105	826	689
<b>Typ av anslutning bland dem som har tillgång till internet i hemmet:</b>											
- rörlig teletaxa	37	37	37	31	39	37	47	32	38	36	40
- fast månads-kostnad	55	54	55	63	54	51	43	51	56	56	55
Antal svar	2411	1220	1221	607	981	664	189	424	800	620	568

**Kommentar:** Utbildningsnivån är grupperad i fyra nivåer där låg utbildning motsvarar högst grundskola eller motsvarande obligatorisk skola, medellåg utbildning – ML – motsvarar gymnasium, folkhögskola eller liknande, medelhög utbildning – MH – motsvarar eftergymnasial utbildning eller studier vid högskola/universitet och hög utbildning motsvarar examen från högskola/universitet eller forskarutbildning.

Det är möjligt att ha tillgång till nätet via en uppkoppling med fast avgift eller via rörlig kostnad motsvarande taxan för telefoni. Åldersskillnaderna ifråga om internet-tillgång återfinns också när det gäller uppkopplingstyp, även om de här är något mindre. Detta innebär att pensionärerna dels i stor utsträckning befinner sig i en internetlös tillvaro, dels att de pensionärer som har internet i stor utsträckning har en mindre effektiv uppkopplingstyp. Däremot är fast internetuppkoppling i stort sett lika utbredd oberoende av utbildningsnivå. Uppkopplingstypen utgör inte

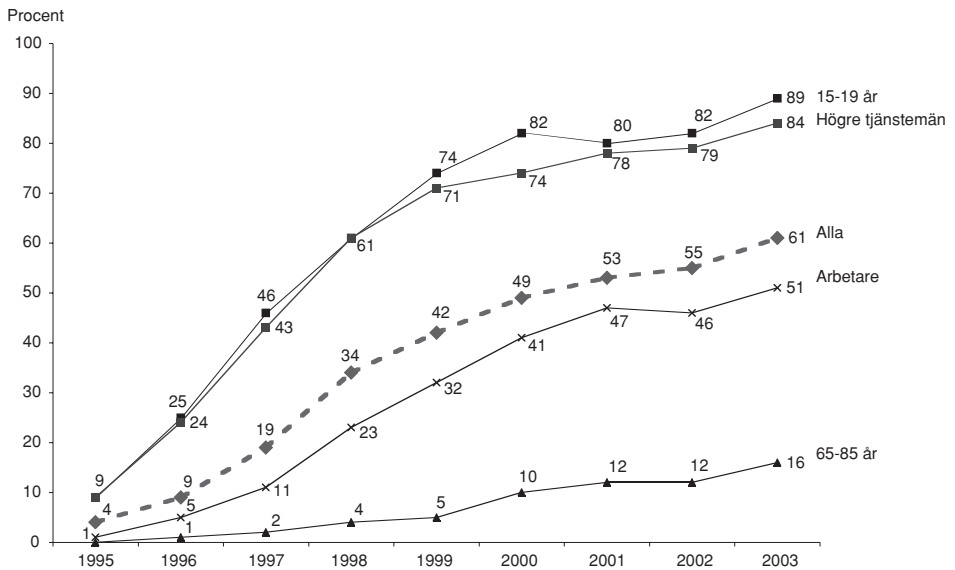


alltid ett medvetet val som beror av olika bakgrundsfaktorer, utan är många gånger beroende av var man bor. Med ökande möjligheter till fast anslutning och olika varianter av bredband via telefonnätet, blir det i högre grad ett personligt beslut och vi bör inledningsvis förvänta oss ökade skillnader mellan olika grupper beroende på benägenheten att tillägna sig nya innovationer som beskrevs ovan.

## Generell internetanvändning

Vanan att använda internet i generella termer följer liknande mönster som tillgången. Omkring två tredjedelar av svenskarna använder nätet minst någon gång varje vecka – det som här utgör kriteriet för regelbunden användning. Här har skett en konstant ökning över tid och mellan 2002 och 2003 är ökningen större än vad den varit de senaste åren (figur 1). Allt fler använder internet oftare än så. 2003 var det närmare hälften – 48 procent – som hade för vana att använda nätet flera gånger i veckan, vilket kan jämföras med 22 procent 1998.

**Figur 1 Andelen internetanvändare minst någon gång varje vecka, i hela befolkningen och i några olika grupper, 1995-2003 (procent)**



Användningen av internet är mycket olika utbredd i framför allt olika ålders- och sociala grupper. Bland ungdomar och i högre tjänstemannafamiljer är nästan alla internetanvändare medan arbetarfamiljer fortfarande ligger en bit efter genomsnittet och pensionärer endast i liten utsträckning använder internet. I mitten av 1990-

talet och några år framåt ökade klassgapet med avseende på internetanvändning. Mellan 1999 och 2000 minskade emellertid klyftan något och har sedan dess varit stabil. Åldersgapet är däremot stadigt ökande sedan 1995 främst beroende på den låga tillväxten bland äldre.

Som nämndes inledningsvis finns det anledning att tro att den generella användningen ser olika ut beroende på vilken uppkopplingstyp man har: via bredband vilket ofta innebär en snabbare överföring och en fast avgift, eller via telefonmodem vilket som regel är långsammare och som innebär att man betalar telefontaxa för den tid man är uppkopplad.

Regelbunden internetanvändning visar sig som väntat vara något mer utbredd bland personer i hushåll med fast uppkoppling än i modemhushåll. Skillnaderna är emellertid inte så stora, vilket torde hänga samman med den utbredda arbetsplatsanvändningen. Hemanvändningen är i stort sett lika utbredd oberoende av vilken typ av anslutningstyp man har, däremot är användningstiden något längre bland personer med fast internetuppkoppling (Findahl, 2004; Internetbarometern 2002).

Det finns också anledning att tro att den tid man varit internetanvändare har betydelse för hur vanan att använda nätet ser ut. Internetvanan, likt andra vanor, etableras i en process över tid. Bland personer som använt nätet i mer än fem år är fyra av fem mycket frekventa användare. Den andelen blir lägre ju kortare tid man varit med online och bland personer som anslutit de senaste två åren är andelen frekventa användare en dryg fjärdedel – lika stor som andelen veckoanvändare. Mer sporadisk användning är betydligt mer utbredd bland senare tillkomna användare medan en ytterst liten del av dem som varit med längst bara går ut på nätet lite då och då (tabell 2).

**Tabell 2** *Frekvens i internetanvändningen beroende på hur länge man har varit användare, hösten 2003 (procent av befolkningen)*

Använder internet	Tid man varit internetanvändare:		
	0-2 år	3-5 år	Mer än 5 år
Flera gånger i veckan	28	65	80
Någon gång i veckan	29	16	12
Någon gång i månaden	16	11	4
Mer sällan	26	8	3
Antal svar	246	590	558

Användningstiden ser olika ut i olika befolkningsgrupper. De största skillnaderna finns beroende på ålder och social klass – de faktorer som också har störst inverkan på tillgång och användning. Bland internetanvändande ungdomar under 30 år är

det närmare hälften som varit med på internet i fem år eller mer, bland pensionärer är det en fjärdedel. I arbetarfamiljer är det ungefär en tredjedel som har varit internetanvändare i minst fem år, bland högre tjänstemän är motsvarande andel drygt 50 procent.

Män är oftare än kvinnor med i starten för nya innovationer (Rogers, 1995). Så är det också för internetanvändning där 45 procent av männen uppger att de varit användare i fem år eller mer, medan samma andel för kvinnorna är 35 procent. Skillnaderna i användningstid beroende på kön är inte lika stora som ålders- och sociala skillnader, men resultaten visar ändå att en större andel män än kvinnor var med tidigt på internet – något som kan komma att ha betydelse för inriktningen på användningen.

Om man, avslutningsvis, tittar på kombinationen av uppkopplingstyp och hur lång tid man varit användare finner man förhållandevis små skillnader. Sambandet mellan användningstid och uppkoppling är lägre än för användningstid och demografiska bakgrundsfaktorer, vilket har samma förklaring som diskuterades kring tillgången ovan. Bredband har hittills inte nödvändigtvis utgjort ett val, utan många gånger varit något som följt med bostaden och, åtminstone fram till dagsläget, haft mindre betydelse för att man har blivit internetanvändare.

## **Användningsinriktning**

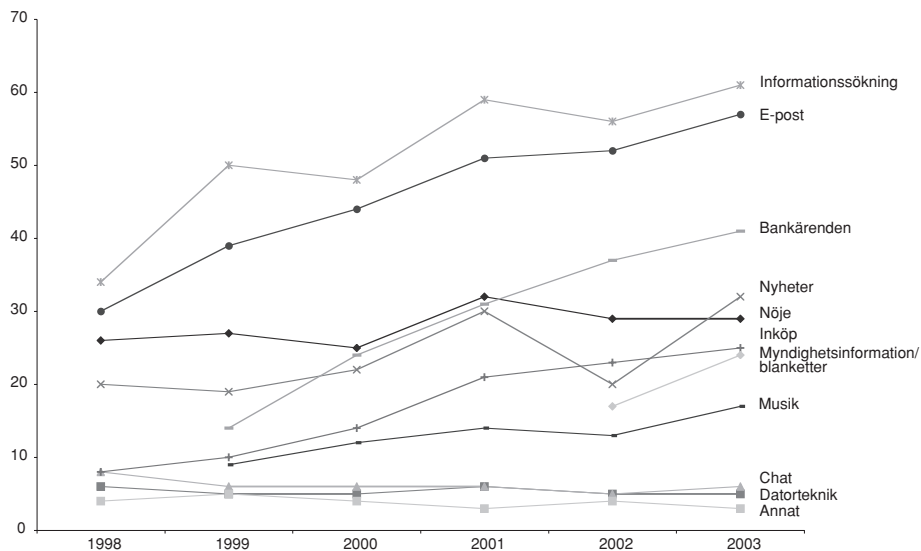
Utvecklingen av innehållet på nätet, av mottagningsmöjligheter och olika användarsystem gör att möjligheterna till användning är stora och breda. Nätet utgör allt från personlig kommunikation mellan två människor till massanvändning av enskilda sajter, från enkla frågor till stora databassökningar samtidigt som internet också utgör en stor serviceplattform inom många olika områden. Användningen visar sig också vara väldigt bred och innehåller en rad olika inriktningar för de flesta internetanvändarna.

När människor ombeds beskriva sina syften med internetanvändningen visar sig informationssökning i generell mening vara den mest utbredda användningsinriktningen. E-post är också ett utbrett syfte (figur 2). Dessa användningsinriktningar har ökat markant samtidigt som andelen internetanvändare har vuxit, och liknande utvecklingsmönster syns också i andra undersökningar.<sup>1</sup>

Andelen svenskar som uppger att nöje är ett av huvudsyftena med internetanvändningen har varit i stort sett densamma över tid. Relativt oförändrade användningssyften är också chat och dator teknik. Dessa inriktningar är i hög grad ungdomsinriktningar, och nöje och chat har en något större publik bland lågutbildade än bland högutbildade. Även musikinriktad internetanvändning har en ung publik, och denna har vuxit för varje år.

Några typer av huvudsyften som ökat över tid är de tjänsteinriktade. Banktjänster, inköp och beställningar och myndighetskontakter av olika slag är användnings-

**Figur 2 Syften med den privata Internetanvändningen i olika grupper, 1998-2003 (procent av befolkningen)**



**Kommentar:** I tidigare SOM-artiklar om internetutveckling har figuren baserat sig på personer som använt internet minst någon gång varje vecka. I årets figur har vi istället gått över till befolkningen som underlag för kurvorna.

inriktningar som attraherar allt fler. Efter problem med e-handel för några år sedan har nu både producenter och konsumenter mognat samtidigt som användbarheten ökat och betalningssystemen för näthandel utvecklats. Det är inte sällan ekonomiskt fördelaktigt för konsumenten att sköta sina förhåanden och beställa t.ex. resor via nätet. För många upplevs det också smidigt att hämta information och blanketter, sköta beställningar och betala räkningar via internet. Den sammantagna utvecklingen på dessa fronter bidrar sannolikt till att göra nätet mer attraktivt för ärenden och handel. Den här typen av användningssyften är mest utbredda bland män, bland medelålders och bland högutbildade.

Nyheter är ett användningssyfte som, sett i det här perspektivet, har en något oväntad utveckling. I 2001 års mätning ökade det, sannolikt till följd av terroristattackerna i USA som ägde rum några veckor före undersökningens genomförande och som drog många till nyhetssajterna. I 2002 års mätning minskade nyheternas betydelse något i förhållande till andra användningssyften, för att sedan öka året därpå igen. Publikens syn på nyheter som användningssyfte verkar i högsta grad vara beroende av händelser i verkligheten. Några veckor före undersökningen 2003 mördades Anna Lindh och i samband med detta vände sig många till nätnyheter för att hålla sig uppdaterade. Under samma tidsperiod 2002 hade vi ett mer normalt

nyhetsflöde, vilket torde få effekten att internetanvändarna inte upplever nyheter vara ett av huvudsyftena med internetanvändningen (Bergström 2004).

Utvecklingen för de olika användningssyftena säger också något om vad det är som lockar människor till att bli internetanvändare. Vissa användningsområden, de som ökar samtidigt som användarskaran växer, kan antas utgöra dragkrafter till internetanvändning i allmänhet. Informationssökning, e-post och bankärenden är sådana områden. Ytterligare några områden utgör dragkrafter, men i mindre utsträckning. Musik kan antas vara ett sådant område, inköp och beställningar ett annat och nyheter tycks under vissa betingelser utgöra en dragkraft – vid exceptionella händelser – medan området under mer normala betingelser är underordnat generell användning. Nöje är ett användningsområde som inte i första hand lockar människor att bli internetanvändare, men som när man väl är online, drar till sig publik.

Den utveckling av användningsområden på internet som redan för några år sedan började urskiljas fortsätter. Vi använder nätet i första hand för vardagseffektivisering. Allt fler användare vänder sig till nätet för att utträta olika typer av ärenden och för att använda e-post. Användningen har blivit mer kommunikationsinriktad men med medieanvändning som mervärde.

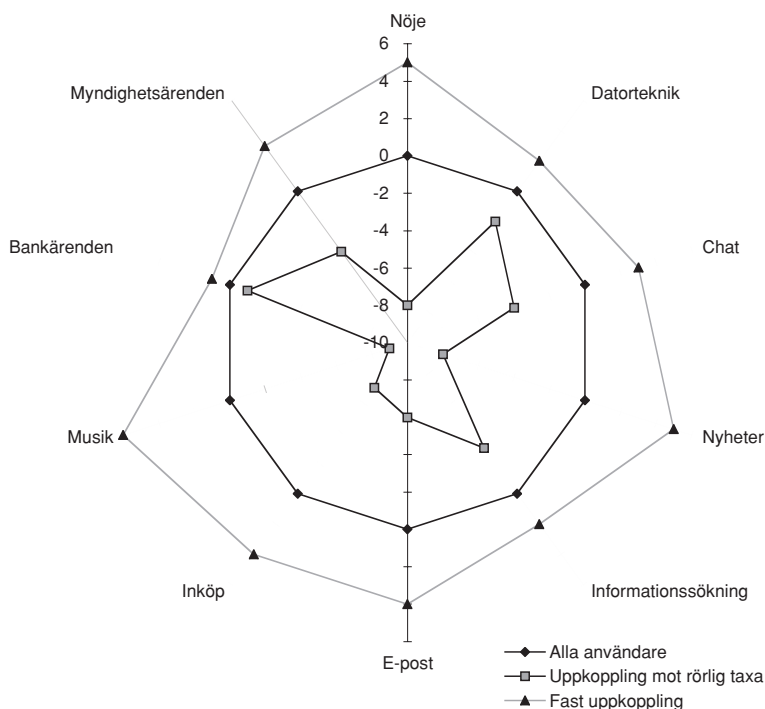
Inriktningen på internetanvändning skiljer sig en del beroende på vilken uppkopplingstyp man har. Användare med fast uppkoppling har för det första fler syften i genomsnitt med internetanvändningen än modem användare. Alla typer av användningsinriktningar är vidare mest utbredda bland användare med fast uppkoppling på nätet, men som visas i figur tre ser mönstren lite olika ut för olika syften.

För bankärenden finns i det närmaste inga skillnader beroende på uppkopplingstyp – internetanvändare går till internetbanken oberoende av om de har modem eller bredband. Informationssökning, myndighetsärenden och -information och datorteknik är användningsområden som är förhållandevis lite beroende av uppkopplingstypen – alla tre syftena är förvisso mer utbredda bland bredbandsinnehavare men skillnaderna är ganska små.

Däremot är musikanvändning, nyheter, inköp och beställningar, e-post och nöjesanvändning betydligt vanligare bland personer med bredband än bland dem som använder nätet via rörlig telefontaxa. Resultaten visar att en del av den mer vardagspraktiska användningen är mindre beroende av uppkopplingstyp medan mer nöjesinriktad användning och kommunikation i högre grad utförs bland användare med snabb förbindelse till fast pris. Man kan också resonera i termer av sådant som man *måste* göra – t.ex. betala räkningar och kanske ha myndighetskontakter – i förhållande till sådant som man *kan* göra om man vill, men som man också kan avstå ifrån.

Användningsinriktningen skiljer sig också beroende av hur länge man varit internetanvändare. Samtliga användningssyften är mer utbredda bland personer som varit med en längre tid, men även här ser det lite olika ut för olika syften. Störst

**Figur 3 Huvudsakliga syften med internetanvändning beroende på uppkopplingstyp (procent av befolkningen)**



**Kommentar:** Diagrammet visar förhållandet mellan samtliga användare, som getts värde 0, och användare med rörlig respektive fast uppkoppling. Skillnaden utgörs av procentandelar för varje användningsområde gentemot nämnda 0-punkt.

skillnad finns även i det här avseendet för bankärenden och myndighetsärenden – sådant man eventuellt måste göra. Även inköp är i betydligt högre grad ett syfte bland personer som använt internet i fem år eller mer än bland mer nytillkomna användare, och även om inte skillnaderna för e-post, nyheter och informationssökning är lika stora är syftena betydligt vanligare bland de vana användarna, medan skillnaderna beroende på användningstid är mindre för musik, chat och nöje.

Den samlade internetanvändningen – både det faktum att man använder nätet överhuvudtaget – och användningsinriktningen är således i hög grad påverkad av vilken uppkopplingstyp man har och hur länge man varit med. Det handlar, för användaren, sannolikt om några olika saker: med fast uppkoppling har man snabbare anslutning och därmed kortare svarstider, man har möjlighet att föra över

större datamängder och man vet på förhand vad internetanvändningen kostar. De som har varit internetanvändare en längre tid har hunnit etablera vanor som innebär mer av allt, och i första hand av det mer serviceinriktade innehållet.

### **Internetanvändningens andra andning?**

Det finns fortfarande utrymme för tillväxt av internetteknologin i svenska hushåll och det senaste året har spridningstakten ökat något igen, sannolikt till följd av ett utvecklat utbud och av ökade möjligheter till snabbare uppkoppling med fasta priser. Skillnaderna i tillgång och generell användning är fortfarande stora, framför allt med avseende på ålder, familjetillhörighet och utbildningsnivå.

Men vi ser också andra typer av skillnader som blir allt mer framträdande. Dels den mellan de som varit med länge och de som blivit användare på senare tid, dels mellan de som har fast uppkoppling mot nätet och de som har modem. I det första fallet handlar det om att etablera vanor och att detta är en process som pågår över tid, i samverkan med utvecklingen av teknologi och utbud. När det t.ex. finns bra tjänster att tillgå på ett smidigt och inte allt för kostsamt sätt ökar sannolikt motiven för användarna att utnyttja nätet istället för andra kanaler. Processen med att etablera vanor pågår i sin egen takt och kan sannolikt endast i mycket liten utsträckning påskyndas av yttre faktorer.

I det andra fallet, uppkopplingstypen, pågår ständigt en offentlig debatt om bredbandsutbyggnad och vikten av denna. Som användningen ser ut idag, med den teknik vi har i våra datorer och den ännu så länge lilla konvergens som publikmässigt äger rum mellan digitala kommunikationstekniker, har bredband stor betydelse för internetanvändningen. Men det är i hög grad servicesektorn som påverkas av den här tillgången. Nyheter och inköp och beställningar är t.ex. betydligt mer utbredda bland bredbandsinnehavare, vilket föranleder funderingar kring vem som ska betala utbyggnaden – det offentliga Sverige eller de som egentligen har att tjäna pengar på att fler får tillgång.

Efter några års stabilitet på publiksidan kan vi den närmaste tiden förvänta oss ytterligare utveckling av internetanvändning och inriktningen på denna. Med bättre och billigare tillgång framför allt i hemmen växer den potentiella användarandelen samtidigt som internet kan erbjuda mer exklusiva tjänster inom en rad områden som vi traditionellt utnyttjat på annat sätt. Tillgången ökar på olika sätt och med den förändras också användningen.

## Noter

- <sup>1</sup> Jfr Internetbarometern 2002 (2003); SCB (2003); Svenskarna och Internet 2002 (2003).

## Referenser

- Bergström, Annika (2004) *nyhetsvanor.nu*. Göteborg: Insitutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.
- Findahl, Olle (2004) *Internet i världen – översiktsrapport*. Gävle: World Internet Institute.
- Frykman, Jonas och Löfgren, Orvar (1996). *Force of Habit. Exploring Averyday Culture*. Lund: University Press.
- Internetbarometern 2002* (2003). Göteborg, Nordicom-Sverige, Göteborgs universitet.
- Rogers, Everett M. (1995). *Diffusions of Innovations*. New York, Free Press.
- SCB (2003). *Privatpersoners användning av datorer och Internet 2002*. Stockholm, Statistiska Centralbyrån.
- Svenska Datatermgruppen, [www.nada.kth.se/dataterm](http://www.nada.kth.se/dataterm)
- Svenskarna och Internet 2002* (2003). Gävle: World Internet Institute.



# ÄNDRADE BIBLIOTEKS- OCH INFORMATIONSVANOR

LARS HÖGLUND

De svenska biblioteken har länge varit en välbesökt institution med höga och stabila besöksiffror. I SOM-institutets undersökning 2002 skedde för första gången på länge en signifikant nedgång. Denna nivå ligger i stort sett kvar också i 2003 års mätning. Detta har inspirerat till närmare studier och diskussion av några möjliga förklaringar.

Studier av biblioteksbesöken motiveras inte bara utifrån utnyttjandet av gemensamma resurser och hur en sådan institution utvecklas. Folkbibliotekens verksamhet är förknippad med positivt laddade, men ibland svårfångade, värden som demokrati, informationsfrihet, utbildning och folkbildning. UNESCO Public Library Manifesto pekar på några centrala roller för folkbiblioteken. De skall fungera som ett lokalt kunskapscentrum för alla användare. Dess tjänster skall anpassas efter de lokala behov som finns. I uppgifterna ingår att stimulera till läsning, att stödja egna studier eller formell utbildning, att erbjuda möjligheter till personlig utveckling, främja kunskap om kulturarbete och ge insikt om vetenskaplig forskning och utveckling (Boman & Josefsson 2004:27). Folkbiblioteken antas också arbeta för att främja kulturell mångfald och ge tillgång till samhällsinformation, ge tillgång till informationstjänster för näringsliv, organisationer och andra intressegrupper.

Folkbiblioteken har således en rad uppgifter. Särskilt framhålls i många sammanhang uppgifterna att främja intresse för läsning, litteratur information, upplysning, utbildning och kulturell verksamhet (Bibliotekslagen, 1996). Till detta kommer också uppgiften att fungera som mötesplats. Folkbiblioteken har en unik roll genom att erbjuda ett offentligt rum som alla människor har tillgång till. I en demokrati är yttrande- och informationsfrihet grundläggande och biblioteken kan här bidra genom att erbjuda utrymme för dessa, enligt regeringsformen, RF, stadgade fri- och rättigheterna. Att kunna bidra till en allmän och fri informationstillgång är också en utmaning för bibliotekens verksamhet, inte minst i tider av snabb samhällsömvandling och teknologisk utveckling.

Spridningen av Internet har nu fortgått med kraft i omkring ett decennium. Mediavanor ändras dock sällan dramatiskt och såväl dagstidningen som boken och biblioteksbesöken brukar uppvisa viss stabilitet. Långsiktigt är det dock rimligt att anta att Internet och nya tjänster via detta än mer dramatiskt än hittills kan komma att förändra tillvaron för oss som konsument, medborgare och verksamma inom olika samhällssektorer. IT-utvecklingen är dock bara en aspekt på de samhällsför-

ändringar som sker med snabbare kommunikation, globalisering och ökande konkurrens både på varumarknader och om enskilda människors tidsutrymme.

Begreppet bibliotek associerar till en fysisk plats, ofta det kommunala folkbiblioteket. De aktiviteter som detta står för handlar till stor del om att göra information i form av texter, aktuell eller historisk litteratur, facklitteratur och andra uppgifter tillgängligt för brukare med varierande behov. En ökande del av detta sker idag med hjälp av datorstödda system för införskaffande, lokalisering och sökning av informationen. En ännu begränsad, men snabbt ökande del av de texter som publiceras blir också tillgängliga i fulltext. De digitala biblioteken är på frammarsch.

Biblioteket fungerar inte bara som boksamling utan även som rum, som mötesplats och som en plats där möjlighet finns till personlig rådgivning, inspektion av tillgängliga skrifter och ett varierat utbud. Man kanske kan jämföra med varuhus och detaljhandel. Möjligheten till elektronisk handel underlättar inköp av vissa varor – bland annat böcker – men har endast marginellt minskat utrymmet för traditionell handel utom inom vissa avgränsade varugrupper. Tillväxten av informationsutbudet fortgår dock och genererar stora informationsmängder.

I det dagliga arbetet använder vi alltmer av informations- och kommunikationstjänster, vilket på sikt innebär ökade krav på kvalitet och effektivitet i den biblioteksservice vi behöver. En grundläggande kunskap i informationssamhället är givetvis förmågan att kunna läsa, men i ökande grad också förmågan att kunna hitta information och behärska olika tekniker och hjälpmedel för detta. Biblioteken har här en roll som ökar i betydelse i takt med att informationen finner flera olika vägar att nå den enskilde användaren. Frågan är då hur biblioteksvanorna utvecklas.

## **Biblioteksanvändning och samhällstrender**

Användningen av bibliotek och deras tjänster varierar sedan länge mellan olika sociala kategorier. Att vara kvinna, högutbildad och tjänsteman ger högre sannolikhet för biblioteksanvändning. Bibliotekens besökare har också en övervikt för yngre, men även i de högre åldersgrupperna är majoriteten användare, vilket framgår av tabell 1.

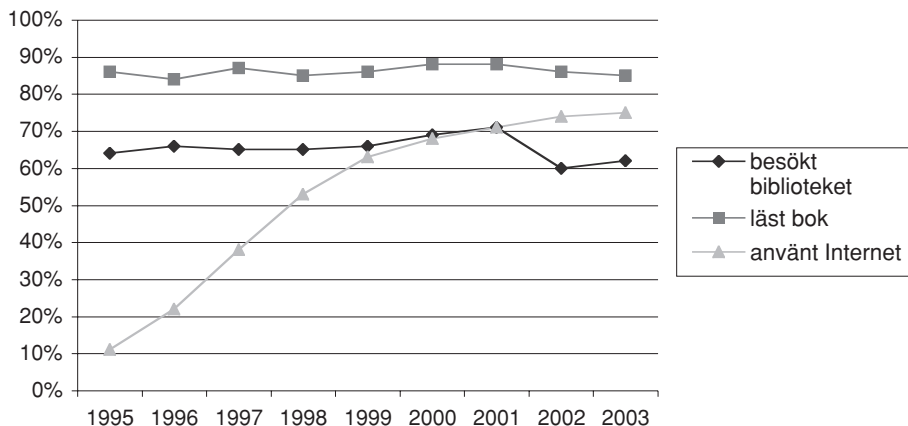
Biblioteksbesöken har minskat påtagligt från nivån fram till 2001 till den lägre nivå som iaktas för 2002 och 2003. I SOM-undersökningen 2000 uppgav 69 procent att de gått på biblioteket under det senaste året. Hösten 2001, uppgav likaså 69 procent av de svarande mellan 15 och 85 år, att de besökt bibliotek under det senaste året, medan endast 60 uppger besök på bibliotek vid mätningen hösten 2002 och ungefär samma andel, 62 procent hösten 2003. Det har således skett en signifikant skift nedåt mätt på denna nivå. Flera förändringar, förutom en slumpfelsmarginal på några få procent, kan ha bidragit till denna minskning. Skillnaden jämfört med tidigare år är något större för män, arbetare, lågutbildade och äldre än för övriga. Detta utgör ett varningstecken då det antyder ökade sociala skillnader.

Det finns en rad möjliga delförklaringar till färre biblioteksbesök. Kunskapslyftet har avslutats, mediaanvändningen har länge trendmässigt ändrat karaktär något genom att utlån av AV-media ökat, medan bokutlåningen minskat något. Internetanvändningen i befolkningen har under ett antal år ökat och under de allra senaste åren har allt fler bibliotek introducerat elektroniska tjänster, som kan nås via nätet hemifrån. Det digitala bibliotekets genombrott börjar nu märkas på flera sätt. Ett stort universitetsbibliotek som t ex UB i Göteborg rapporterar att det digitala bibliotekets tjänster med bl a böcker och tidskrifter i fulltext utvecklats så att antalet ”elektroniska lån” nu är ungefär lika många som antalet lån av tryckt material. (Göteborgs universitetsbibliotek 2003). Ett antal kommunbibliotek har också introducerat e-böcker och andra elektroniska tjänster såsom möjligheter att reservera och låna om material. Andra möjliga förklaringar är tillgången på billig skönlitteratur i pocket-format, minskad bokmoms med åtföljande samt kanske också minskad uppsökande verksamhet riktad till äldre, till arbetsplatser etc. De flesta sådana förändringar ger dock sannolikt små utslag när man ser till hela befolkningen. En annan, väl så trovärdig förklaring, är att ett antal biblioteksfilialer lagts ned, vilket kan innebära en viss begränsning i tillgängligheten.

Det finns alltid en risk för felfaktorer i mätningar enskilda år, men nu finns flera typer av data som stöder dessa tecken på en viss nedgång. I biblioteksstatistiken har noterats en mindre nedgång i antalet biblioteksbesök och boklån parallellt med en fortsatt ökning av AV-media (Statens Kulturråd 2003). Även Mediebarometern, publicerad av Nordicom (Mediebarometern, 2004) har under senare år redovisat något sjunkande tal när det gäller bokläsning. Emellertid rymmer övergripande statistik även variationer beroende på vilka mått som används. Medan biblioteksbesök mätt som åtminstone någon gång per år gått ned finns samtidigt en ökande andel mycket flitiga användare som utnyttjar biblioteket varje vecka. Man kan notera att läsning av böcker på liknande sätt visar en sammansatt bild med ökande skillnader mellan högutnyttjare och övriga. Trots att biblioteken idag erbjuder många olika aktiviteter och nya media följer biblioteksbesök, boklån och bokläsning varandra nära.

Figur 1 visar utvecklingen av biblioteksbesök, bokläsning och användning av Internet över tid. Varken den kontinuerligt stigande kurvan för Internetanvändning eller den måttliga nedgången för bokläsning uppvisar några tvära kast som ensamt skulle kunna förklara en skift i kurvan för biblioteksbesök.

Läsningen av böcker uppvisar en mindre nedgång under senare år. Vilka är det då som läser mindre böcker än tidigare? Den svagt nedåtgående tendensen märks mer bland män än bland kvinnor. Nordicom, som redovisar data även för yngre, finner tecken på en nedgång under senare år främst i åldergrupperna 9-14 år respektive 15-24 år. Av intresse är också att notera att nedgången särskilt märks när det gäller facklitteratur, där Internet är en möjlig förklaring till ändrade vanor i vissa grupper (Mediebarometern, 2004).

**Figur 1 Biblioteksbesök, läsning av bok och användning Internet 1995-2003**

**Kommentar:** Procentandel som någon gång per år eller oftare besökt bibliotek, läst bok eller använt Internet.

## Ökande klyftor

Biblioteksanvändningen är sedan länge mer vanlig bland kvinnor än män och vanligare bland högutbildade än lågutbildade. Från 2001 är nivån 2002 och 2003 lägre särskilt bland arbetarfamiljer och lågutbildade. Nedgången i biblioteksbesök är störst bland lågutbildade. Här är inte heller Internet en möjlig förklaring då även där en avmattning märks bland lågutbildade. Möjligen finns, när det gäller Internet, konjunkturfaktorer med i bilden. Generellt syns dock tecken på ökande klyftor mellan hög- och lågutbildade såväl när det gäller biblioteksbesök som bokläsning och användning av Internet (Tabell 1).

Av tabell 1 framgår att nedgången i biblioteksbesök gäller flertalet grupper. Mest stabil är dock gruppen högutbildade. Bland personer med olika partipreferens noteras en nedgång såväl till höger som vänster, med undantag för folkpartiet, där skillnaden mellan åren är liten. Bokläsningen har minskat något mindre än biblioteksbesöken, men återkommer också i flertalet grupper.

Om man kombinerar två klassiska faktorer som utbildning och kön ger dessa tillsammans stora skillnader i nivån på biblioteksanvändning.

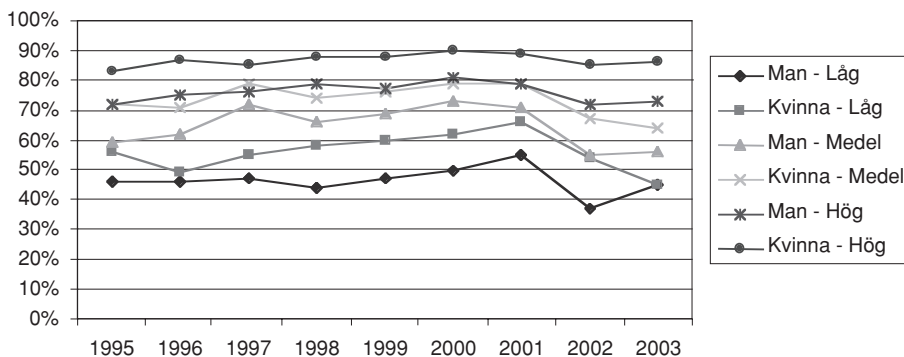
**Tabell 1 Biblioteksbesök, bokläsning och Internetanvändning 2001-2003 (procent)**

	Biblioteksbesök senaste året			Läst bok senaste året			Använt Internet senaste året		
	2001	2002	2003	2001	2002	2003	2001	2002	2003
<b>Antal svar</b>	1795	1728	1773	3439	3391	3499	3420	3494	3513
<i>Ålder</i>									
15-29	82	70	73	91	91	89	98	98	98
30-49	73	64	65	88	88	86	88	90	92
50-64	64	53	55	87	85	83	68	71	73
65-80	65	51	55	88	81	80	20	21	24
<i>Kön</i>									
Män	65	51	57	82	79	78	74	75	78
Kvinnor	76	67	66	94	93	91	69	74	73
<i>Utbildning</i>									
Låg	60	46	45	81	77	70	54	56	43
Medel	75	61	60	91	89	86	83	85	83
Hög	85	79	80	98	97	96	91	92	92
<i>Nuvarande familjetyp</i>									
Arbetarhem	66	53	56	82	79	77	66	68	69
Jorbrukarhem	48	37	51	72	65	79	38	44	50
Tjänstemannahem	76	67	67	93	93	91	77	80	81
Hogre tj. /akademiker- hem	82	73	74	99	98	97	89	90	90
Foretagarhem	67	58	60	90	90	85	73	75	78
<i>Partipreferens</i>									
Vänsterpartiet	82	76	71	93	91	85	82	82	79
Socialdemokraterna	70	56	59	85	84	79	66	71	71
Centerpartiet	54	49	62	87	80	85	68	66	63
Folkpartiet	73	67	71	92	93	92	83	82	86
Moderaterna	68	52	57	89	88	87	77	80	80
Kristdemokraterna	76	62	61	91	88	91	63	65	68
Miljöpartiet	82	84	70	91	93	91	81	85	81
Annat parti	61	64	57	84	77	80	78	78	80

**Tabell 2 Biblioteksbesökare efter kön och utbildningsnivå 2003 (procent)**

Utbildning		Låg/medel	Hög	Procenteffekt av utbildning
Kön	Man	52	73	21
	Kvinna	57	86	29
Procenteffekt av kön		9	13	

**Kommentar:** Genomsnittlig skillnad avseende i biblioteksbesök, totalt och med avseende på utbildning och kön kan beräknas från tabellen ovan: effekt av kön 0,11; effekt av utbildning 0,25; summa effekt 0,36. n = 1757

**Figur 2 Biblioteksbesök efter utbildning och kön 1995-2003 (procent)**

**Kommentar:** Andel som uppger biblioteksbesök någon gång per år eller oftare.

Från siffrorna bakom diagrammet ovan kan man också se på den relativa betydelsen av kön och utbildning över tid. Vi såg ovan att båda spelar roll, men att utbildning har drygt dubbelt så stor betydelse för besöksfrekvensen som kön, eller mer konkret, att ha hög utbildning betyder mer för biblioteksbesöken än att vara kvinna. Sammantaget blir effekten stor. Har då detta förändrats över tid? Under den tidsperiod som vi här ser på varierar effekterna något, men några riktigt tydliga trender är svåra att se under längre tid bortsett från de senaste åren. Ser man på hela tidsserien syns också i diagrammet att nedgången de senaste två åren föregåtts av en uppgång under de fyra åren dessförinnan. Varningssignalerna bör därför ses som en uppmaning till fler analyser och ökad uppmärksamhet.

Vi har ovan sett på biblioteksbesöken i stort, mätt som besök någon gång per år eller oftare.

Om vi i stället ser på hur ofta man besöker biblioteket finns en tendens till att de flitigaste besökarna ligger på samma eller högre nivå än tidigare, medan de mer sporadiska besökarna minskar. Detta ligger i linje med de skillnader vi sett med avseende på utbildning och kön, där vi finner en högre andel flitiga brukare bland kvinnor och högtbildade. På detta sätt kan man alltså även tala om ökade skillnader mellan de mest frekventa biblioteksbesökarna och en ganska stor grupp sporadiska besökare. För den senare gruppen finns anledning att undersöka informationsbehoven och utveckla nya tjänster. Konklusionen blir att vi kan notera ökade klyftor när det gäller läsning och biblioteksanvändning under de senaste åren.

### Aktiviteter på biblioteket

Vad gör då folk på biblioteket? Den traditionella aktiviteten att låna böcker ligger fortfarande högt, men utbudet av andra tjänster och andra media än böcker har på senare år blivit allt mer varierat. Denna tendens har funnits ganska länge i biblioteksvärlden, men har endast i liten grad märkts när man som här gör mätningar på hela befolkningen. Av följande tabell kan vi se att den nya uppgift som biblioteken fick i samband med införandet av bibliotekslag 1997, dvs att möjliggöra användning av dator och Internet även om denna saknas i hemmet, verkar ha minskat i betydelse. En trolig förklaring är att dator- och Internettillgången i hemmen ökat stadigt under de senaste åren. Bibliotekens datorinvesteringar kan också spela en roll här. Datorer för allmänheten med uppkoppling till Internet introducerades i många bibliotek för 7-8 år sedan. Även om utrustningen bytts ut krävs en ganska hög investeringsnivå för att ligga i framkanten, vilket torde behövas för att kunna erbjuda attraktiva tjänster för datorvana grupper. Investeringsnivån i biblioteken har dock inte ökat så att detta kan klaras.

Flera traditionella aktiviteter som lån av skönlitteratur, men även lån av facklitteratur, bokläsning och sökning på Internet ligger något lägre för de senaste två åren jämfört med 2001. Den aktivitet som ökar är framförallt användning av studieplatser. Biblioteksanvändningen har under en följd av år fått ett allt starkare samband med utbildning, vilket kan skönjas här. Biblioteken ändrar således karaktär och traditionella mått på biblioteksanvändning behöver kompletteras med nya för att fånga in detta på ett bättre sätt.

Den nedåtgående tendens i biblioteksbesök, och delvis också i bokläsning som noterats här har sin motsvarighet i biblioteksstatistiken. I början av denna tidsserie noterade vi att antalet boklån 1997 var ca 9,1 lån per invånare. För 2002 noteras 8,6 lån per invånare, en nedgång med 0,2 lån från 2001. Detta inkluderar då också AV-medier, som ökade sin del något. Även bibliotekens besöksstatistik uppvisar, som nämnts, en något vikande tendens under de senaste åren och minskade 2002 med ca 3 procent jämfört med året innan till 46 miljoner besök.

**Tabell 3 Andel som gör olika aktiviteter på biblioteket 2001-2003 (procent)**

Aktivitet på biblioteket	2001		2002		2003	
		(n)		(n)		(n)
Lånar barnböcker	11%	1741	7%	1675	10%	1490
Lånar skönlitteratur	19%	1759	14%	1678	16%	1518
Lånar facklitteratur	17%	1744	11%	1673	16%	1508
Läser böcker	12%	1738	6%	1674	7%	1485
Läser tidningar och tidskrifter	11%	1746	9%	1675	8%	1499
Använder studieplatser	4%	1735	4%	1658	5%	1479
Använder dator för att söka information på Internet	9%	1737	5%	1659	4%	1488
Söker information om eller kontakt med statlig eller kommunal myndighet	1%	1737	0%	1659	2%	1464
Träffar vänner		(Ej med)	5%	1662	5%	1485

**Kommentar:** Bas: Antal svarande på respektive fråga som "ganska ofta" eller "mycket ofta" gör olika aktiviteter (n).

När det gäller att värdera förändringar som de här noterade bör dessa noterade tendenser ses som en varningsklocka och stimulera till mer djupgående studier. Att biblioteken ändrar karaktär och att många medier slåss om vår uppmärksamhet är känt sedan länge. Om vissa grupper läser allt mindre riskerar vi emellertid en försämring i en av kunskapssamhällets basfärdigheter. Likaså förtjänar tecknen på ökade klyftor i läsning och biblioteksanvändning en fortsatt granskning och diskussion mot bakgrund av vår kultur- och utbildningspolitik.

## Diskussion

Nu är inte SOM-undersökningen primärt ägnad för punktskattningar av aktiviteter, där mer exakt statistik kan erhållas på annat sätt. I stället är det långsiktiga trender i opinioner och möjligheten att kombinera olika typer av data som är huvudmotiv för dessa undersökningar. Vi sägs ibland leva i ett informations- eller kunskapssamhälle. Biblioteken har under senare år fått en mer markerad profil som resurs i utbildning, fortbildning och livslångt lärande. De utgör fortfarande den mest besökta typen av kulturinstitution och har därtill ett mycket högt förtroendekapital bland allmänheten. Under Internets introduktion har folkbiblioteken haft stor betydelse för att möjliggöra tillgång till den nya tekniken för grupper som annars har begränsad tillgång t ex genom att man saknar dator och Internetuppkoppling eller saknar utrymme/ arbetsro för sådan aktivitet. I takt med teknikmognaden i befolkningen blir detta mindre aktuellt och behovet av mer kvalificerade tjänster ökar i stället. Fortfarande finns dock stora grupper som har begränsat tillgång till



och får begränsat utbyte av olika Internet-tjänster. Utrymmet för rådgivning, utbildning och e-tjänster som är anpassade till olika gruppers behov är stort. Många bibliotek är därför involverade i arbete med nya tjänster och utbildningsstöd på nätet. Frågor om sekretess, etik och censur eller begränsningar när det gäller uppenbart stötande eller olämpligt material på nätet har också diskuterats flitigt i biblioteksvärlden under senare år.

Bibliotekens framtida roll brukar diskuteras mot bakgrund av teknikutvecklingen. En tanke som ofta förts fram är att det kanske mer är bibliotekens grundidé med fri informationstillgång för alla snarare än den traditionella bibliotekslokalen som blir mest intressant. Detta ställer nya krav på informationspolitiken såväl på statlig som på kommunal nivå. Det gäller att försäkra medborgarna om tillgång till goda litteratur- och informationsdatabaser och att motverka tendensen att endast välbeställda och specialister kan nå och värdera informationen eller få fram stimulerande skönlitteratur ur ett ökande informationsbrus. Här finns en rad utmaningar inför framtiden. Att sedan, trots detta, bibliotekslokalen även framöver kan vara viktig som mötesplats och fokuspunkt för bibliotekens öppenhet och medverkan i samhället är en paradox som vi kanske också får uppleva under lång tid framåt. Detta är inte bara en föråldrad kvarleva från äldre informationsteknologi, utan har också demokratiska dimensioner och ger möjligheter att utveckla nya former för att främja yttrande- och informationsfrihet.

Förtroendet för biblioteken, åsikter om deras betydelse i samhället, bedömningar av deras service mm är regelmässigt mycket gott jämfört med många andra samhällsinstitutioner. Detta har rapporterats tidigare. En kritisk fråga är hur förtroendet kan brukas, utan att riskeras? Det finns då två typer av svar.

Den ena typen av svar rör grundläggande värden där vi kan finna värden som Hälsa, En värld i fred, Ärlighet, Frihet, Familjetrygghet, Rättvisa, Kärlek och sann vänskap, som en majoritet anser mycket viktiga (SOM-undersökningen 2002). Den andra typen av svar rör viktiga samhällsproblem. Här ligger i topp sådana frågor som: Sjukvård, Utbildning/kultur, Pensioner/äldrevård, Sysselsättning och invandring/ flyktingfrågor (Jämför Sören Holmbergs och Lennart Weibulls inledningskapitel i denna volym). Det finns troligen väldigt olika uppfattningar om i vad mån biblioteken eller institutioner för högre utbildning skall beakta eller rentav aktivt engageras i lösningen av sådana aktuella samhällsproblem. Trycket på ett ökat engagemang i sådana frågor tycks idag öka både för bibliotek och universitet/högskolor. Samhället har inte råd att låta bli att använda dessa reservoarer av under lång tid upparbetat förtroende. Samtidigt finns inom båda dessa institutioner en lång tradition av professionell autonomi som grund för förtroendekapitalet. Möjligen ligger detta också bakom tendensen till stabilitet och försiktighet inför förändringar och talar i så fall för att den viktiga faktorn förtroende blir särskilt angelägen att värna i tider av snabb samhällsomvandling.

Nu har ändå biblioteken förändrats betydligt på ganska kort tid. En initial oro inför IT-utvecklingens konsekvenser har bytts i aktiv användning och nya tjänster.

De upplevda problemen med allt fler studerande på folkbiblioteken har förbytt i en aktiv uppbyggnad av nya tjänster, studiebibliotekarier och studiecentra. Behovet av service och tjänster för att orientera sig i det ökade informationsflödet är dock stort och minskar inte. Frågan är om biblioteken orkar ta denna utmaning i ett läge då kommunernas ekonomi sätter snäva gränser för vad som är möjligt.

## Referenser

Bibliotekslagen SFS 1996:1596.

Boman Ellinore & Josefsson, Petra (2004) *Folkbiblioteken och informationsuppgiften*.

Fyra biblioteksorganisationers syn på folkbibliotek, folkbibliotekens bestånd samt deras roll i samhället. Magisteruppsats i Biblioteks- och informationsvetenskap. Institutionen för biblioteks- och informationsvetenskap/ Bibliotekshögskolan. 2004:22.

Göteborgs universitetsbibliotek (2003) *Verksamhetsberättelse för Göteborgs universitetsbibliotek 2002*.

Höglund, Lars & Johansson, Margareta (2001) *Vad gör folk på biblioteket?* I Holmberg S och Weibull, Lennart (red.): Land, du välsignade?, SOM-undersökningen 2000, SOM-rapport nr. 26, Göteborgs Universitet, s. 339-351.

SOM-undersökningen 2002 Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (red): Fåfångans marknad. SOM-rapport nr 33 Göteborgs universitet 2003.

*Mediebarometern 2003* (2004). Göteborg: Nordicom, Göteborgs universitet

Statens Kulturråd: Folkbiblioteketen 2002. Kulturen i siffror 2003:4

Unesco Public Library Manifesto

<http://www.unesco.org/webworld/libramanif/libraman.htm>

# BOKLÄSNING I DET 21 ÅRHUNDRADET <sup>1</sup>

RUDOLF ANTONI

*"This paperback is very interesting, but I find it will never replace a hardcover book – it makes a very poor doorstep." – Alfred Hitchcock*

Den tryckta boken, ett av de mest anrika och traditionstyngda av dagens medieformat, har under de senaste åren genomgått en ordentlig ansiktslyftning. Förlagen satsar på att snabbt producera framgångsrika böcker i billiga pocketutgåvor. Samtidigt har boken i stor utsträckning förflyttats från sin trygga plats på bokhandelns och bibliotekets hyllor till snabbkonsumtionens absoluta frontlinje. Pocketböcker köps numera på språng på järnvägsstationer och flygplatser, i livsmedelsbutiker och pressbyråer. Kanske är detta ett naturligt skede i bokens utveckling, eller så är det helt enkelt en nödvändighet med tanke på konkurrensen från andra snabbkonsumerade medier – man kan inte göra boken snabbare att läsa, men man kan göra den snabbare att köpa. Ytterligare en viktig förändring för boken och dess läsare kom att gälla vid årsskiftet 2001-2002. Bokmomsen sänktes och således även priset på böcker. Boken har alltså blivit lättare, snabbare och billigare. Frågan som det inledande citatet illustrerar är om bokläsarna följer med i utvecklingen eller om de som Alfred Hitchcock anser att böcker skall vara stora och tunga.<sup>2</sup> Och det är också den fråga som skall belysas i det följande.

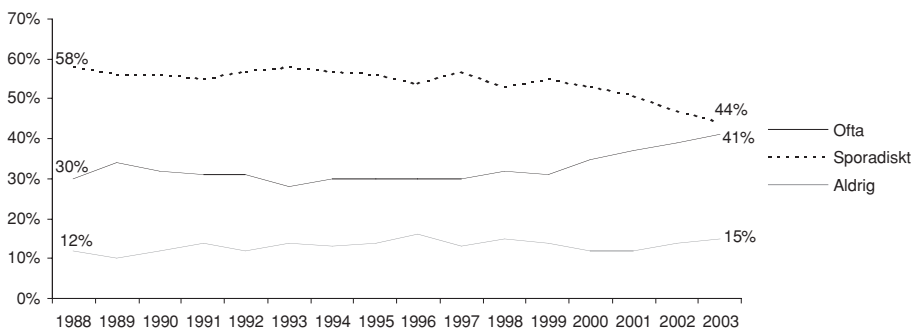
## Läsa och bläddra

Nästan alla svenskar läser böcker något så när regelbundet. Men det finns ändå en grupp som i huvudsak ligger utanför bokmarknaden – de som inte läst någon bok under det gångna året.<sup>3</sup> År 2003 var det 15 procent av svenskarna mellan 15 och 85 år som på frågan om hur ofta de läst någon bok under de senaste 12 månaderna svarade ingen gång. Att ungefär en sjundedel inte läser böcker är ett stabilt fenomen som sträcker sig bakåt i tiden till slutet av 1980-talet. Under årens gång har andelen icke-läsare något år varit färre och något år fler. Förhållandet har dock förändrats mellan frekventa läsare (läser någon eller flera gånger per vecka) och sporadiska läsare (läser någon gång per år men mer sällan än någon gång per vecka). 1988 var 30 procent frekventa läsare och 58 procent sporadiska läsare. 2003 är det istället 41 procent frekventa läsare och 44 procent som läser sporadiskt. Detta innebär att de som säger sig läsa böcker gör det oftare idag än för femton år sedan. Den främsta ökningen av bokläsningen har skett under de senaste åren. Från 1999 till 2003 har andelen sporadiska läsare sjunkit med 11 procentenheter och andelen frekventa

läsare har ökat med motsvarande 10 procentenheter. Med andra ord har bokläsning under de senaste åren blivit ett vardagsnöje för en allt större del av befolkningen.

**Figur 1 Bokläsningsfrekvens 1988-2003**

**Fråga:** "Hur ofta har Du under de senaste 12 månaderna läst någon bok?"



**Kommentar:** Kategorin Aldrig består av de som svarat "Ingen gång", kategorin Sporadiskt består av de som svarat "Någon gång under de senaste 12 månaderna", "Någon gång i månaden" eller något av alternativen däremellan. Kategorin Ofta består av de som svarat "Någon gång i veckan" eller "Flera gånger i veckan".

## Bokläsarna

Skillnaden mellan mäns och kvinnors bokläsande är traditionellt stor. Kvinnor läser böcker i klart större utsträckning än män. Bland både män och kvinnor har dock de sporadiska läsarna under perioden 1988-2003 i viss utsträckning övergått till att läsa oftare. För männen innebär detta en ökning i andelen som läser ofta från 21 till 29 procent. Bland kvinnorna innebär motsvarande förändring en ökning på 17 procentenheter från 35 procent 1988 till 52 procent 2003. Skillnaden mellan könen är mycket stor när man ser till andelen som inte läser alls. 2003 är det 9 procent av kvinnorna och 22 procent av männen som aldrig läser någon bok, en skillnad på 13 procentenheter.

Bokläsandet ser likartat ut i en så stor åldersspridning som 30-85 år. Drygt 40 procent av dem läste ofta böcker och ungefär 40 procent läste sporadiskt 2003. De högsta andelarna som aldrig läser några böcker återfinns i de övre åldersgrupperna (mellan 17 och 21 procent av de mellan 50-85 år 2003). När det gäller bokläsningsvanor är de generella tendenserna således att de flesta unga läser böcker men inte lika ofta som de över 30 år. I åldrarna över 30 år är bokläsningsvanorna överlag ganska etablerade. Förhållandet mellan olika åldersgruppers bokläsande har varit ganska stabilt under perioden 1988-2003. För samtliga åldersgrupper har det skett en gradvis minskning bland de som läser böcker sporadiskt till fördel för de som

ofta läser böcker. Minsta andel icke-läsare återfinns i den yngsta åldersgruppen 15-19 år, där de som aldrig läser böcker stadigt har utgjort mellan 6 och 10 procent över åren. Men andelen frekventa bokläsare i åldern 15-19 har mellan 2002 och 2003 tagit ett rejält kliv uppåt från 29 procent till 39 procent. Samtidigt som åldersgrupperna 20-29 och 60-69 utmärker sig 2003 genom att andelen frekventa bokläsare minskar jämfört med året innan.

Utbildningsnivå har stor påverkan på i vilken utsträckning vi läser böcker. Det är de lågutbildade som läser minst och de högutbildade som läser mest. År 2003 är det 30 procent av de lågutbildade som uppger att de aldrig läser böcker och 29 procent som säger sig läsa ofta. Av de med medellåg utbildning är det 16 procent som aldrig läser och 36 procent som läser ofta. Bland medelhögt utbildade är det 9 procent som aldrig läser och 48 procent som läser ofta. Bland de högutbildade är det endast 3 procent som aldrig läser böcker och 57 procent som läser ofta. Detta är även ett mönster som utan större avvikelser sträcker sig tillbaka i tiden till 1988. Bland de högutbildade är det efter en gradvis ökning under 2000-talets första par år mer än hälften som ofta läser böcker.

För de flesta kulturvanor finns det klara skillnader mellan samhällets resursstarka och resurssvaga grupper. Detta gäller även då man ser till bokläsning. Genom att låta respondenterna själva kategorisera sin familjetyp kan man urskilja grupperingar av familjeklasser och därigenom synliggöra sådana skillnader. De skillnader som snabbt kan urskiljas är de mellan å ena sidan arbetare och å andra sidan tjänstemän, egenföretagare och akademiker/högre tjänstemän. Den högsta andelen icke-läsare finns bland arbetarna (23 procent 2003). Den lägsta andelen icke-läsare (3 procent) återfinns bland de som anser sig tillhöra akademiker- eller högre tjänstemannafamiljer. I samtliga familjeklasser är de sporadiska bokläsarna mellan 39 och 46 procent 2003. Skillnaden mellan klasserna ligger alltså i andelen icke-läsare och i andelen som läser ofta. Den högsta läsfrekvensen har akademiker/högre tjänstemän där 58 procent ofta läste en bok 2003.

Skillnaden mellan arbetar- och akademikerfamiljer har sin bakgrund både i skilda kulturvanor och skilda yrkesroller. Den senare gruppen torde ha sin starkare lästradition genom såväl utbildning som yrke. Den tidigare nämnda trenden som visade på ett ökat bokläsande är inte lika tydlig i samtliga familjeklasser. Benägenheten att läsa böcker ökar från arbetare till egenföretagare till tjänstemän och slutligen till akademiker och högre tjänstemän. Andelen som ofta läser böcker har bland akademiker och högre tjänstemän ökat med 14 procentenheter under perioden 1988-2003, med 17 procentenheter bland tjänstemännen, med 15 procentenheter bland egenföretagarna men endast med 8 procentenheter bland arbetare.

Bokläsningen påverkas både av kön och klass. Lägst andel frekventa bokläsare finns bland män i arbetarklassen och högst bland kvinnor i akademiker-/högre tjänstemannafamiljer. (tabell 1) Intressant är att kvinnor som anser sig tillhöra arbetarklass läser nästan lika mycket böcker som män som säger sig tillhöra akademiker-/högre tjänstemannafamiljer. I tabellen nedan tydliggörs dock att klass har

större betydelse än kön vilket även har bekräftats i tidigare undersökningar. (SOU 1972:20 s.455ff)

**Tabell 1 Andel frekventa bokläsare fördelat på kön och familjeklass 2003 (procent)**

	Män	Kvinnor	Effekt av kön
Arbetare	23	42	+19
Akademiker/högre tjänstemän	48	68	+20
Effekt av familjeklass	+25	+26	

**Kommentar:** Tabellen visar andelen som läst någon bok minst en gång per vecka under de senaste 12 månaderna bland kvinnor och män som uppger sig tillhöra arbetarfamilj eller akademiker/högre tjänstemannafamilj

Det finns även ett tydligt mönster för i hur stor utsträckning man läser böcker i förhållande till den typ av område man bor i. Generellt kan sägas att ju större boendeort desto mer frekvent bokläsning. I storstäderna Stockholm, Göteborg och Malmö finns den största andelen som ofta läser böcker (51 procent 2003), samt den lägsta andelen icke-läsare (10 procent 2003) medan den lägsta andelen frekventa bokläsare finns på ren landsbygd och i mindre tätort (36 respektive 34 procent 2003). De senaste områdena har även den högsta andelen icke-läsare (22 respektive 21 procent 2003). Från å ena sidan ren landsbygd och mindre tätort till stad eller större tätort och till storstadsområdena följer bokläsandet en gradvis stigande skala.

### Tillgång till böcker i hushållet

Att man har tillgång till böcker i hushållet är ingen självklar förutsättning för bokläsning för alla som bor där. Men det kan ändå fungera som en indikator på bokläsning och kanske framförallt på bokköp. Därför ställdes i SOM-undersökningen 2002 en rad frågor kring detta. Hela 95 procent av svenskarna uppgav att de hade tillgång till böcker i hushållet. Detta är även förhållandevis jämnt demografiskt fördelat. Lika många män som kvinnor har tillgång till böcker i hushållet och mellan åldrarna 15 till 59 är tillgången hög (97-98 procent) I åldern 60-69 sjunker andelen något till 94 procent. I åldern 70-79 sjunker andelen ytterligare till 89 procent och bland de äldsta mellan 80-85 är det 80 procent som har tillgång till böcker i hushållet. Man ser även skillnad beroende på utbildningsnivå. Bland lågutbildade har 92 procent böcker i hushållet. 97 procent av de med medelhög utbild-

Tabell 2 Andel frekventa bokläsare i olika grupper 1988-2003 (procent)

	Kön		Ålder						Utbildning			Subjektiv klass				Stad / landsbygd						
	Samtliga	M	K	15-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60-69	70-85	Låg	Medel- låg	Medel- hög	Hög	Arbe- are	Tjänste- man	Före- tagare	Akad./ högre tj. man	Ren lands- bygd	Mindre större lärtort	Stad/ Stor- lärtort	Sihlm. Gbg. Malm.
1988	30	21	35	32	34	27	28	23	25	29	19	22	32	50	24	32	24	44	-	-	-	-
1989	34	26	41	32	35	35	37	30	31	35	25	28	36	54	28	36	36	52	-	-	-	-
1990	32	23	39	31	31	32	34	26	30	37	23	29	34	48	25	34	35	47	-	-	-	-
1991	31	22	39	34	31	30	28	31	33	34	24	26	34	48	24	39	29	45	25	28	32	42
1992	31	23	38	18	34	29	32	25	35	32	20	22	34	52	25	31	31	50	20	28	34	42
1993	28	20	34	16	27	27	27	29	28	34	20	21	30	44	22	30	24	50	24	26	26	39
1994	30	21	37	21	25	31	29	35	30	30	21	24	30	45	22	37	22	47	26	27	29	39
1995	30	22	37	26	28	28	29	31	35	32	21	24	30	45	23	34	27	49	18	16	21	27
1996	30	21	37	19	32	31	30	27	34	30	20	30	32	46	24	35	24	48	25	27	32	36
1997	30	23	35	25	34	29	30	23	32	30	21	26	31	46	21	33	33	46	25	26	33	32
1998	32	24	38	23	27	28	34	33	34	36	25	23	34	47	22	37	29	49	25	29	33	38
1999	31	21	40	22	28	29	32	32	32	36	26	23	33	46	23	37	30	43	26	27	33	35
2000	35	26	42	33	35	31	35	37	34	34	25	27	39	53	25	39	38	56	28	29	36	42
2001	37	25	46	32	38	34	41	33	38	35	27	29	40	53	29	40	34	54	29	32	37	43
2002	39	28	49	29	40	38	40	37	43	32	28	29	42	55	29	47	35	58	31	34	40	45
2003	41	29	52	39	36	43	43	43	39	42	29	36	48	57	32	49	39	58	36	34	43	51

**Kommentar:** Procentsatserna avser de som angivit att de läst någon bok minst en gång per vecka under de senaste tolv månaderna. För indelningen stad/landsbygd saknas data mellan 1988-1990

ning och hela 100 procent av de högutbildade har böcker i sina hushåll. När det gäller subjektiv klass är det endast arbetare som särskiljer sig med 93 procent boktillgång mot övriga klassgruppers 97 till 99 procent. Minst tillgång till böcker har man dessutom på ren landsbygd och mest i stad eller större tätort.

Det är självklart skillnad på att äga tre böcker och att äga tre fulla bokhyllor. Därför har de svarande även fått uppskatta antalet hyllmeter böcker i hushållet. Totalt sett är det 23 procent som har mer än 12 hyllmeter böcker, 24 procent som har mellan 6 till 12 meter och 27 procent som har mellan 2 till 6 meter. Alltså har 74 procent mer än 2 hyllmeter böcker i hushållet. 16 procent har mindre än 1 hyllmeter böcker och av dem är 55 procent män. I övrigt är det jämnt fördelat mellan män och kvinnor förutom att andelen kvinnor är högre bland de som har mer än 12 hyllmeter böcker i hushållet. Totalt sett har 70 procent av männen och 77 procent av kvinnorna mer än 2 hyllmeter böcker i hushållet.

**Tabell 3 Hyllmeter böcker i hushållet i olika grupper 2002 (procent)**

	Inga	<1 meter	1-2 meter	2-6 meter	6-12 meter	>12 meter
Samtliga	5	11	10	27	24	23
Män	6	14	10	26	24	20
Kvinnor	5	9	9	27	24	26
15-19	4	10	8	37	14	27
20-29	4	16	16	32	21	11
30-39	4	13	9	27	28	19
40-49	3	11	8	28	27	23
50-59	3	8	7	28	23	31
60-69	6	8	8	22	26	30
70-85	13	13	14	19	22	19
Lågutbildad	12	19	12	30	17	10
Medellågt utbildad	4	12	13	27	28	16
Medelhögt utbildad	3	10	10	30	23	24
Högutbildad	0	3	4	19	29	45
Arbetare	7	19	13	29	20	12
Tjänsteman	1	4	7	29	30	29
Företagare	3	3	6	32	30	26
Akademiker/ högre tjänsteman	2	2	2	15	28	51
Ren landsbygd	9	14	11	25	19	22
Mindre tätort	6	14	11	27	22	20
Stad/större tätort	4	9	9	28	26	24
Stockholm / Göteborg / Malmö	4	8	7	26	24	31

**Kommentar:** Procentsatsen beräknad på alla som besvarat frågan. Siffrorna skiljer sig ifrån förra årets rapport eftersom procentsatsen då endast beräknades på de som sagt sig ha tillgång till böcker i hushållet.



När det gäller utbildningsnivå, subjektiv klass och förhållandet mellan stad och landsbygd följer antalet hyllmeter böcker i hushållet gamla välkända mönster. Lågutbildade har färre böcker än högutbildade, där 45 procent har mer än 12 hyllmeter böcker. 26 procent av arbetarna har mindre än 1 meter böcker och 51 procent av de högre tjänstemännen och akademikerna har mer än 12 meter böcker. Mest böcker äger man dessutom om man bor i Stockholm, Göteborg eller Malmö och minst böcker om man bor på ren landsbygd eller i en mindre tätort.

Mönstren i boktillgång indikerar ett klart samband mellan bokläsning och tillgång till böcker i hushållet. De som läser mycket har också mycket böcker i sina hushåll. Detta är inte särskilt märkvärdigt, men det finns anledning att fundera kring vad som är orsak och vad som är verkan. Exempelvis är en verkan av att växa upp i ett högutbildat akademikerhem i Stockholm att man troligen växer upp med mer än tolv hyllmeter böcker omkring sig medan det för den som växer upp i ett lågutbildat arbetarhem på landsbygden är troligt att det finns mycket begränsat med böcker i omgivningen om det finns några alls. Om tillgången till böcker i hushållet inverkar positivt på bokläsandet eller om det helt och hållet är andra faktorer som utbildning och klass som avgör om man blir en vaneläsare besvaras inte här. Ett rimligt antagande är dock att inställningen till bokläsning och eventuellt vanan därav påverkas av de ramar och horisonter man ser i sin hemmiljö. (SOU 1972:20, s.504f)

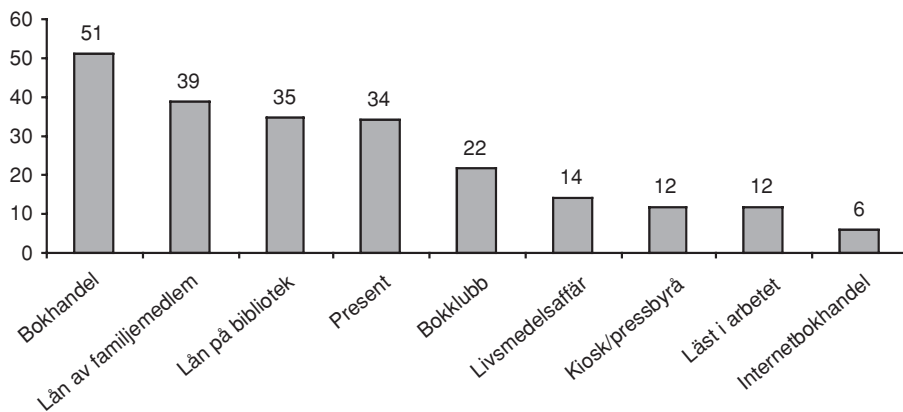
### Varifrån skaffar man sig böcker?

När det gäller nya fenomen i samhället som till exempel mobiltelefoni och Internet brukar man tala om *early adopters*. Det är samlingsnamnet på de som går i bräschan för nymodigheter och är först med att börja använda sig av det allra senaste. Messtadsels består denna grupp av män, unga, välutbildade, höginkomsttagare och storstadsbor. (Rogers 1995) Även om boken är ett gammalt välbeprövat mediefORMAT så har den som sagt genomgått en del förändringar de senaste åren och framförallt när det gäller försäljningsställen. Därför kan det vara av intresse att titta närmare på var man får böckerna ifrån.

Det absolut vanligaste sättet att få tillgång till de böcker man läser är genom bokhandeln. 51 procent uppger att de fått tag på sina böcker där. Andra vanliga sätt att få tillgång till böcker är att låna dem av en familjemedlem eller på ett bibliotek eller att helt enkelt få dem i present. Drygt en femtedel har fått tillgång till böcker genom en bokklubb medan 12 till 14 procent har köpt pocketböcker i Livsmedelsaffär, kiosk, pressbyrå eller dylikt. Kvinnor är mer benägna än män att låna böcker av familjemedlemmar, låna på bibliotek och att vara med i bokklubbar. Här är skillnaderna större än när det gäller den vanliga bokhandeln. Det är dessutom större skillnad mellan män och kvinnor när det gäller boktillgång genom en livsmedelsaffär än det är när det gäller en kiosk, tobakshandel eller pressbyrå. En möjlig förklaring till detta är att det genremässiga utbudet skiljer sig åt mellan dessa

återförsäljningsställen. Denna skillnad håller dock på att försvinna. I de flesta livsmedelsbutiker står idag samma ”topp 10-lista” som i pressbyråbutikerna. Det är endast tillgång till böcker genom Internetbokhandel som är vanligare bland män än bland kvinnor även om differensen endast är två procentenheter. (Riks-SOM 2002)

**Figur 2 Tillgång till lästa böcker 2002 (procent)**



Bokköparnas utbildning visar inte på något klart samband med var man har fått tillgång till de böcker man har läst utan korrelerar i stort sett med övriga bokläsningsvanor. Högutbildade handlar mest i bokhandel, i kiosker, får mest böcker i present och så vidare. De tillgångssätt som sticker ut är delvis Internetbokhandel och läsning i arbetet, där andelen högutbildade är mer än dubbelt så stor som bland de med medelhög utbildning och drygt tio gånger större än bland de lågutbildade.

Sett till de relativt nya försäljningsställen som boken har spridit sig till – Internetbokhandeln och kiosk/ tobakshandel/pressbyrå är det tydligt att det finns *early adopters*. Här är det unga, högutbildade, akademiker och högre tjänstemän i stadsmiljö som handlar klart mest och trots att kvinnor läser i högre grad än män är det faktiskt fler män än kvinnor som köpt böcker via Internetbokhandel. En trolig anledning till att de yngsta (15-19) inte är särskilt framträdande i denna grupp är att de i mycket liten utsträckning köper sina egna böcker. Däremot har de den största andelen som fått böcker i present, lånat av familjemedlem och lånat på bibliotek. (se tabell 4)

**Tabell 4 Tillgång till lästa böcker i olika grupper 2002 (procent)**

**Fråga:** Om Du läst någon/några böcker under de senaste 12 månaderna, var har Du fått tillgång till dem?

	Bok-handel	Lån (fam)	Lån (bibl)	Present	Bok-klubb	Livsm.-affär	Kiosk	Arbetet	Internet
Samtliga	51	39	35	34	22	14	12	12	6
Män	46	29	28	30	16	10	11	12	7
Kvinnor	56	48	41	38	28	17	13	12	5
15-19	41	58	55	45	15	10	12	10	4
20-29	61	52	41	39	14	18	23	12	11
30-39	55	43	36	32	23	18	17	16	9
40-49	56	40	34	31	27	16	13	16	8
50-59	54	39	28	34	28	17	9	17	6
60-69	49	33	38	38	28	9	8	8	3
70-85	38	21	26	30	12	6	2	0	1
Lågutbildad	32	29	25	26	16	10	6	3	1
Medellågt utb.	47	34	26	27	22	13	9	5	3
Medelhögt utb.	57	46	41	37	26	14	14	13	7
Högutbildad	76	50	50	51	27	20	20	30	15
Arbetare	38	34	32	26	20	11	9	6	4
Tjänsteman	63	47	41	40	28	18	15	17	6
Företagare	56	38	31	32	23	16	13	10	6
Akademiker/högre tjänsteman	81	47	44	54	28	18	20	24	18
Ren landsbygd	39	37	30	33	25	13	10	10	4
Mindre tätort	41	36	36	30	24	12	8	11	3
Stad/större tätort	59	43	38	38	23	16	13	13	7
Storstad	62	42	36	37	19	12	18	15	10

**Källa:** Riks-SOM 2002.

Att man får tag på sina böcker på olika sätt i storstad och på landsbygd är inte så underligt. Främst handlar det om tillgång och tillgänglighet. Andelen som handlat böcker i bokhandel är drygt 20 procentenheter högre i stad och större tätort samt storstad än den är i mindre tätort och på ren landsbygd. Bibliotekslånen är ovanligare på landsbygden än i övriga områdestyper. I Stockholm, Göteborg och Malmö är det vanligare än i övriga landet att köpa böcker i kiosk, tobakshandel eller pressbyrå samt att handla böcker via en Internetbokhandel. Däremot är det vanligare att få tillgång till böcker genom en bokklubb ju lantligare man bor vilket kan tyda på att övrig bristande tillgång till böcker ersätts med just bokklubbar. Det är dessutom ungefär lika många som köpt böcker i livsmedelsaffär oberoende av i vilken typ av område man bor. Med andra ord följer bokkonsumentens efterfrågan i stor utsträck-

ning tillgången på böcker. När böcker börjar dyka upp på nya ställen hittar *early adopters* snabbt dit och sedan dröjer det några år innan den breda massan följer efter. (se Rogers 1995) Detta innebär att den ökade spridningen av bokförsäljning erbjuder en möjlig förklaring till det ökade läsandet de senaste fem åren. Om så är fallet kan vi inom de närmsta åren se fram emot en ökad bokkonsumtion på bred front.

### Bokslut för 2003

Det svenska folket viker hundöron som aldrig förr. Den som trodde att TV, video, dataspel eller internet skulle innebära dödsstöten för boken får ge sig till tåls åtminstone ytterligare ett par mediegenerationer. Trots att pocketboken inte duger mycket till som dörrstopp har denna lättare, snabbare och billigare variant visat vägen för bokläsaren in i 2000-talet. Men det finns även en annan sida av sanningen. Bokläsningen är klart socialt skiktad. Benägenheten att läsa böcker påverkas av var man bor, hur pass utbildad man är samt vilken samhällsklass man tillhör. Dessutom är det enormt stora skillnader mellan män och kvinnor. Det är främst kvinnor som är med i bokklubbar, går på bibliotek och som lånar böcker av vänner och bekanta och det är i större utsträckning högutbildade som får böcker i present. Om bokläsning innebär en viss gemenskap eller tillhörighet, till exempel bland högutbildade, folk med högstatusyrken, bland stadsbor och bland kvinnor, så innebär det även ett uteslutande av andra grupper. Boken kanske inte är en väg in i gemenskapen men kan möjligtvis fungera som en indikator på kulturella skikt i samhället, skikt där vissa stiger till ytan medan andra sjunker in i glömskan.

De senaste årens förändringar på bokmarknaden har haft mycket positiva effekter för bokläsandet. Det har mellan 1999 och 2003 ökat överlag, överallt, för oss alla. Men samtidigt är de kulturella skiktningarna mycket tydliga. Bokläsningen ökar samtidigt i alla samhällsklasser, bland hög- och lågutbildade och bland män och kvinnor. Men den ökar mer bland de som redan läste mycket. Klyftan mellan de grupper som läser mycket och de som läser sällan ökar. För att åstadkomma en tydlig förändring i dessa förhållanden krävs målinriktade satsningar på de grupper som i dagsläget halkar efter. När vi idag konstaterar förändringar i människors läsvanor skall vi dessutom komma ihåg att det främst handlar om att de som tidigare läste böcker sporadiskt idag läser mer frekvent. Den snabbanpassade gruppen *early adopters*, hos vilka vi har sett den största ökningen av bokläsande de senaste åren, består av människor som statistiskt sett redan läste mycket. Utöver denna förändring är det fortfarande så att ungefär var sjunde svensk aldrig läser någon bok. Det är så det ser ut och har sett ut under de senaste 15 åren. En ganska stor grupp i samhället, främst bestående av män, lågutbildade och arbetare, står helt utanför när det gäller bokläsning och påverkas varken av billiga pocketutgåvor eller nya försäljningsställen.

## Noter

- <sup>1</sup> Artikeln ingår i ett projekt som SCB för bokpriskommissionens räkning lagt ut på SOM-institutet 2002-2003. Första delen av projektet presenterades i rapporten *Läsa och bläddra* av Rudolf Antoni (Antoni, 2003) och i artikeln *Boken – ett avslutat kapitel?* av Rudolf Antoni. Underlaget är frågor som ställts i SOM-undersökningarna 2002 och 2003.
- <sup>2</sup> Se även *Läsa och bläddra*, rapport från Bokpriskommissionen 2003 (Antoni, 2003).
- <sup>3</sup> Man kan anta att detta huvudsakligen avser läsning av skönlitteratur. I *Mediebarometern* (1994, s.56) har man visat en klar skillnad mellan att endast fråga om bokläsning och att specificera frågan med olika typer av böcker.

## Referenser

- Antoni, Rudolf (2003) *Läsa och bläddra*. SCB-rapport för Bokpriskommissionens utredning
- Mediebarometern* (1994), NORDICOM, Göteborgs universitet
- Rogers, Everett. M. (1995). *Diffusions of Innovations*. New York, Free Press
- SOU 1972:20 *Läs och bokvanor i fem svenska samhällen*. 1968 års litteraturutredning, Stockholm



# FÖRTROENDET FÖR MEDIERNAS INNEHÅLL

LENNART WEIBULL

ett utmärkande drag för det svenska mediasystemet är en pågående fragmentering. Sedan början av 1990-talet har det tillkommit en stor mängd nya kanaler. De största förändringarna har skett inom radion och televisionen, men också inom tidskriftsektorn. Medan Sveriges Television fortfarande i slutet av 1980-talet stod för drygt 90 procent av svenskarnas tittartid ligger andelen i början av 2000-talet på omkring 40 procent – och ett ökande antal TV-kanaler konkurrerar om övriga 60 procent (Mediebarometern, 2004). Den största förändringen representerar ändå internet där i princip alla traditionella medier finns att tillgå – tillsammans med ett närmast oändligt antal andra informationskällor.

I det fragmentariserade mediasamhället har konkurrensen mellan medierna intensifierats. Det har blivit viktigare att synas. Att både kvantitativt och kvalitativt skilja ut sig som starkt medium har fått allt större betydelse. Inom tidningsbranschen har under det senaste decenniet framhållits varumärkets betydelse. 'Branding', marknadsföring av själva varumärket, har blivit ett modeord (Hjarvard, kommande).

Varumärkesbyggande handlar om att hos omvärlden, främst hos allmänheten, skapa en positiv image. För tidningar och TV-kanaler gäller det att profilera sig och därmed förstärka sin ställning i allmänhetens medvetande. Det förtroende man åtnjuter är då en aspekt, men långt ifrån den enda. Förtroendet står för ett slags symboliskt kapital och är framför allt relaterat till mediets kvalitativa vikt. Det handlar således mindre om mediets utbredning och mera om dess upplevda betydelse. Förtroendet gäller den betydelse mediet har för användaren, att det upplevs spännande och meningsfullt och kanske framför allt angeläget. Det senare innebär att förtroende som fenomen mera är knutet till journalistiskt innehåll som nyheter och mindre till underhållningsvärdet.

Att få en bild av svenskarnas medieförtroende innebär då att vi kan få en bild av olika medietypers styrka hos allmänheten i Sverige. För att följa förändringarna i människors föreställningar om medier har SOM-institutet sedan 1999 haft en särskild fråga om den svenska allmänhetens förtroende för ett urval medier, både inom dagspress, radio och TV. Dessutom frågas om Internetnyheter. Det perspektiv som här valdes utgick inte från mediet som aktör eller institution utan från *innehållet*. I det följande presenteras tendenserna för de första fem årens mätningar. Framställningen följer till stor del uppläggningsen i tidigare års redovisningar (jfr Weibull, 2000, 2002 och 2003).

### Förtroendet för mediernas innehåll 2003

En iakttagelse på grundval av de senaste årens studier av förtroendet för medier som samhällsinstitutioner är att särskilt dagspressens förtroendebas eroderat (jfr Sören Holmbergs och Lennart Weibull artikel om samhällsförtroende i föreliggande volym). Efter år 2000 har det skett en successiv nedgång i allmänhetens förtroende för dagspressen och siffran för 2003 är den lägsta som uppmätts sedan tidsserien startade 1986. Även radio-TV tappade i förtroende bland allmänheten efter 2000. Även om etermedierna återhämtade sig något mellan 2002 och 2003 är andelen för 2003 ändå bland de lägre i tidsserien.

Mot denna bakgrund är de särskilt intressanta frågorna för 2003 års analys dels hur allmänhetens förtroende för mediernas innehåll förändrats, dels hur allmänhetens innehållsförtroende förhåller sig till förtroendet för medierna som institutioner.

Allmänhetens förtroende för mediers innehåll kan ha sin grund både i mer allmänna föreställningar om deras roll och funktion i samhället och i den personliga erfarenheten av den egna tidningen eller av den kanal man främst följer i radio. Det förra innebär är att enskilda människor kan ha en föreställning om innehållet i ett medium oavsett om man tar del av det eller ej, det senare att människor gör ett slags utvärdering av innehållet i medierna. Båda perspektiven kommer indirekt att fångas upp i den följande analysen. I praktiken innebär det att vi i fråga om det generella förtroendet bygger redovisningen på förtroendet bland samtliga som svarat på frågan, det andra att vi räknat bort dem som uppger sig inte ta del av respektive typ av medium.

När det gäller det generella förtroendet för medieinnehållet – alltså bland alla som besvarat frågan – hösten 2003 kan först konstateras att detta när det gäller det relativa förhållandet mellan medierna i huvudsak överensstämmer med det allmänna mönstret från tidigare års mätningar (jfr Elliot, 1997). Om vi utgår från andelen som anger ett mycket högt förtroende för innehållet i de angivna medierna visar sig att Sveriges Radios nationella kanaler, den lokala morgontidningen på orten och Sveriges Television ligger högst med andelar på 20 procent: var femte svensk anger således att hon eller han hyser mycket högt förtroende för dessa tre typer av medier (tabell 1).

Något efter de ledande tre kommer Sveriges Radios lokala kanal P4 och ytterligare något längre ner TV4 och Stockholms morgontidningar. Att de senare får lägre siffror än alternativet den lokala morgontidningen på din ort – något som ju även gäller de senare tidningarnas funktion i Stockholm – har sin givna bakgrund i att en stor grupp människor i Sverige (omkring hälften av antalet svarande) som helhet inte känner till Stockholms morgontidningar tillräckligt för att kunna ha någon uppfattning.



**Tabell 1 Förtroende för olika massmediers innehåll 2003 (procent)**

Massmedium	Mycket stort	Ganska stort	Varken eller	Ganska litet	Mycket litet	Tar ej del	Totalt	Balansmätt
Sveriges Television	21	54	19	2	1	3	100	+72
TV4	14	51	28	4	1	2	100	+60
Andra privata TV-kanaler	3	13	39	13	6	27	101	-3
Sveriges Radios nationella kanaler (P1, P2, P3)	23	40	19	2	1	15	100	+60
Sveriges Radio Lokalt (P4)	17	43	22	2	1	14	99	+57
Privat lokalradio	4	15	33	9	4	36	101	+6
Den lokala morgontidningen på din ort	22	48	18	3	1	9	101	+66
Stockholm morgontidningar	12	20	15	2	3	48	100	+27
Kvällstidningar	4	18	31	22	12	14	101	-12
Gratisstidningar	3	15	25	5	3	48	99	+10
Nyheter på Internet	4	23	31	5	3	35	101	+19

**Anm:** Antalet svar är ca 1 740. De som inte tagit ställning till ett särskilt medium har definierats som icke-användare, medan de som hoppat över hela frågan har definierats bort. Det bör understrykas att praxis i tidigare redovisningar kan skilja sig från detta och att mindre procentavvikelser därmed kan förekomma.

**Källa:** Riks-SOM 2003

Om vi nu går vidare och även inkluderar andelen av allmänheten som har ganska högt förtroende och således får med samtliga som anger att de har något förtroende förändras bilden något. Sveriges Television ligger klart högst med 75, den lokala morgontidningen på orten har 70 och både TV4 och Sveriges Radios nationella kanaler har ca 65 procent. Sveriges Radios lokala kanal hamnar på 60 procent. Därefter är det ett långt steg ned till Stockholms morgontidningar på 32 procent.

Ett utmärkande drag för bedömningarna är att en relativt liten andel av allmänheten har ett uttalat lågt förtroende för någon av de nämnda medierna. Egentligen är det endast kvällstidningarna som möter en starkare innehållskritik hos allmänheten: en knapp tredjedel av allmänheten menar att de har ganska eller mycket lågt förtroende. För övriga medier handlar det antingen om att bedömningarna ligger i mitten eller att man inte tar del av mediet.

Det mått som samlar upp hela förtroendeskalan är det s k balansmättet som redovisas längst till höger i tabell 1. Det är vad vi kan kalla mediernas förtroendekapital bland allmänheten. Av de elva medietyper som undersöktes 2003 uppvisar nio plus- och två minusvärden – alltså att fler har högt än lågt förtroende respektive att fler har lågt än högt förtroende. I och med att det finns förhållandevis få som har lågt förtroende för de stora medierna blir rangordningen efter balansmått i stort sett densamma som efter stort förtroende. I toppen ligger:

Sveriges Television +72  
Den lokala morgontidningen på orten +66  
Sveriges Radios nationella kanaler +60  
TV4 +60  
Sveriges Radios lokala kanal P4 +57

Sedan är det ett långt steg ner till Stockholms morgontidningar på +27. På minusidan finns kvällstidningarna (-12) och de privata TV-kanalerna.

Det kan finnas många synpunkter på förtroendemätningar av detta slag. För det första är det en allmän erfarenhet att alternativ som i sig innehåller ett 'varumärke', t ex Sveriges Television eller TV4, får bättre värden än sådana som är generella, t ex privata radio- och TV-kanaler eller kvällstidningar (jfr Schuman och Presser, 1981). Det är också troligt att detta ökar skillnaderna i bedömningar, men andra studier visar att det i fråga om dessa medier har en marginell effekt. Exempelvis ställs det i MedieAkademiens sk förtroendebarameter vid sidan av Sveriges Television och TV4 även frågor om TV3 Kanal 5 och skillnaden blir där nästan densamma som i den nationella SOM-undersökningen (Holmberg och Weibull, 2004). Å andra sidan gäller att lokala morgontidningar som mäts med namn normalt får ett något högre värde än när det frågas om den lokala morgontidningen på orten.

Problemet med mättekniken i detta avseende är dock mindre viktiga då det gäller att belysa förändringar i medieförtroende över tid. I och med frågorna är ställda på exakt samma sätt under de gångna fem åren finns det en bra grund för detta.

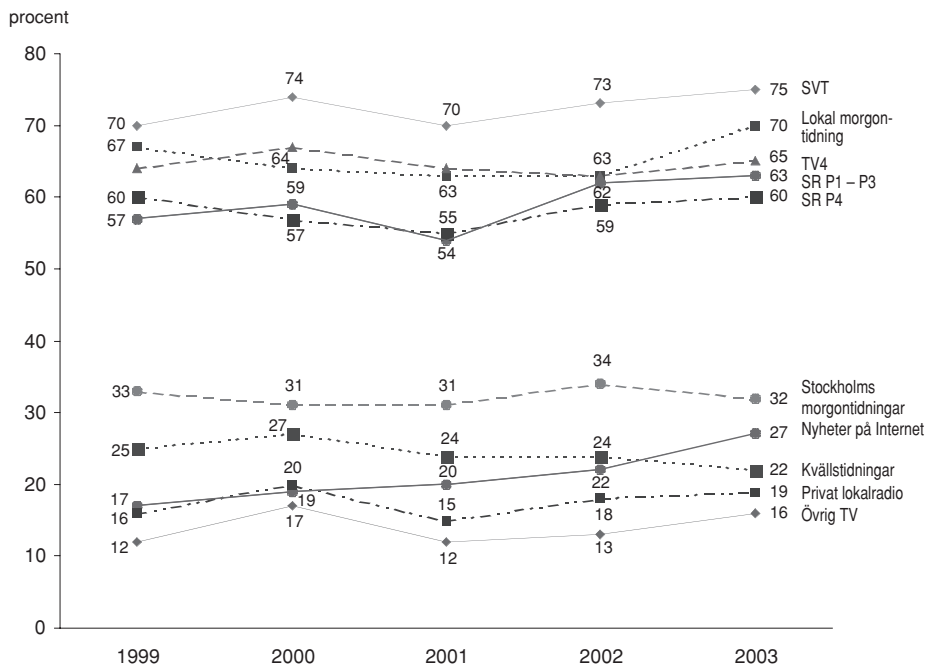
### **Förändringar i generellt medieförtroende 1999-2004**

Förtroendet för innehållet i de medier som studerats över de fem mätåren 1999-2003 är överlag stabilt och inga större omkastningar har ägt rum i förhållandet mellan medierna. Sveriges Television ligger samtliga år högst när det gäller andelen för åtminstone ganska högt förtroende och övriga TV-kanaler lägst (figur 1).

Trots stabiliteten i förhållandet mellan medierna finns det några tendenser att peka på. När det gäller mera långsiktiga förändringar är den successiva ökningen i förtroende för internetnyheter tydlig: år 1999 var andelen med åtminstone ganska högt förtroende 17 procent, 2003 var den 27 procent. Kvällspressen markerar under samma tid en nedgång – från 27 procent år 2000 till 22 procent 2003. Förändringarna är inte stora för något av medierna och mellan enskilda år är de sällan signifikanta, men med tanke på den allmänna stabiliteten i övrigt står de ändå för klara tendenser över en serie år. Bakgrunden till förändringen går det bara att spekulera om. Det stigande förtroendet för internetnyheter påverkas med all sannolikhet av ökad erfarenhet av nätet (jfr Annika Bergströms artikel i denna volym). Andra studier visar också att enskilda tidningar åtnjuter lika högt förtroende på nätet som på papper (Wadbring, 2003). Nedgången för kvällspress kan sättas i samband med en ökning av personinriktad sensationsjournalistik, en typ av innehåll

som allmänheten ställer sig mycket kritisk till (Weibull, 1999; Holmberg och Weibull 2004).

**Figur 1 Förtroende för olika massmediers innehåll 1999-2003 (procent mycket eller ganska stort förtroende)**



**Anmärkning:** De som inte tagit ställning till ett enskilt medium har definierats som icke-användare av mediet och ingår i basen för procentberäkningen. De som hoppat över hela frågan har dock definierats bort. Det bör understrykas att praxis i tidigare redovisningar kan skilja sig från detta och att mindre procentavvikelser därmed kan förekomma.

En mera svårförklarad ändring är uppgången i förtroende för den lokala morgonpressen från 63 till 70 procent mellan 2002 och 2003. Uppgången är statistiskt säkerställd. Det som gör tendensen något svårförklarad är att det mellan dessa år finns ett klart minskat institutionsförtroende för dagspress; medan radio-TV återhämtar sig något faller förtroendet för dagspress som samhällsinstitution relativt kraftigt 2003. Ställer vi tendenserna mot varandra kan vi konstatera att förtroendet för den lokala morgonpressens innehåll år 2003 når sin högsta nivå någonsin, samtidigt som dagspressen som samhällsinstitution når sin lägsta. Frågan är hur dessa olikartade tendenser skall förstås. Det finns åtminstone fyra olika omständigheter att väga in.

För det första rör det sig om två olika förtroendefrågor som har skilda utgångspunkter. När det gäller förtroendet för medier som samhällsinstitutioner placeras dessa in tillsammans med andra institutioner i samhällslivet och det handlar om hur de sköter sin verksamhet. I frågan om medieförtroende sätts medierna i förhållande till varandra och det handlar om i vad mån man kan lita på deras innehåll. Lite tillspetsat kan det sägas att kravet på medierna är mindre i frågan om förtroendet för medieinnehållet än i frågan om institutionsförtroende. Detta framgår för övrigt av att samtliga värden för de stora medierna ligger högre i frågan om medieförtroende än frågan om institutionsförtroende.

För det andra betraktas i frågan om institutionsförtroende både dagspressen och radio-TV som enhetliga samhällsinstitutioner, medan de i verkligheten är i hög grad differentierade. I frågan om medieförtroende framgår att bedömningarna då fler olika medier finns med också kommer att skilja sig mycket åt, t ex mellan Sveriges Television och de privata TV-kanalerna (+72 mot -3) eller, mellan den lokala morgonpressen och kvällspressen (+66 mot -12). Skillnaden torde vara mest påtaglig i fråga om pressen där båda tidningstyperna har en lång tradition (jfr Weibull, 1999), medan radio-TV som samhällsinstitution för många äldre fortfarande är detsamma som det gamla Sveriges Radio, som formellt upphörde först 1992 och de kommersiella kanalerna är mindre framträdande (jfr Nordström, 2001).

En tredje omständighet som mera konkret gäller förändringen mellan 2002 och 2003 är det faktum att förtroendet för kvällspressen minskar – om än inte alls så mycket som samhällsinstitutionen dagspress, medan förtroendet för lokal morgonpress alltså ökar. Till detta kan vi lägga att den period då en stor del av SOM-undersökningens data samlades in, fördes en kritisk diskussion om hur kvällspressen frossade i mordet på Anna Lindh, något som för övrigt även ansågs gälla Stockholms morgontidningar (jfr Ghersetti och Hjort, kommande). Det är då ett rimligt antagande att detta hade en större inverkan på synen på dagspressen som samhällsinstitution och på kvällspressen än på den lokala morgontidningen. Att förtroendet för den senare snarast har ökat kan möjligen också ses i detta ljus, eftersom lokala morgontidningar inte anses utmärkas av sådant innehåll (jfr Weibull, 1999). Att uppslutningen kring lokal morgonpress ökade 2003 kan för övrigt också utläsas i allmänhetens syn på viktigheten hos olika innehållskategorier i den lokala pressen (jfr Jan Strids artikel om tidningsinnehållets viktighet i denna volym).

Ett fjärde och sista påpekande är att det trots de skilda tendenserna ändå finns ett betydande samband mellan institutions- och medieförtroendet för dagspress. Bland dem som har stort förtroende för dagspressen som samhällsinstitution har närmare 90 procent också stort förtroende för morgonpress och knappt 40 procent stort förtroende för kvällspress (tabell 2). I balansmått är skillnaden tydligare: för morgonpressen drygt +85 och för kvällspressen bara något över ±0. Även bland dem som har lågt förtroende för dagspressen som institution är balansmättet för morgonpress klart positivt (+30), medan det för kvällspressen är klart negativt (-54). Bedömningen av Stockholms morgontidningar har i stort sett samma mönster som

dem för den lokala morgonpressen, medan gratistidningarna placerar sig någonstans mittemellan morgon- och kvällspress.

**Tabell 2 Förtroende för fyra typer av dagstidningar efter generellt dagspressförtroende 2003 (procent)**

Förtroende bland läsare	Förtroende för dagspress				
	MS	GS	VE	GL	ML
Förtroende för morgontidningar	(94) (+94)	87 +85	79 +77	67 +62	47 +30
Förtroende för Stockholms morgontidningar	(90) (+90)	77 +72	61 +55	56 +46	34 +7
Förtroende för gratistidningar	(64) (+37)	47 +36	32 +18	32 +15	20 -16
Förtroende för kvällstidningar	(58) (+26)	35 ±0	25 -6	15 -36	13 -54
Antal	17	380	737	305	105

**Teckenförklaring:** MS = mycket stort, GS = ganska stort, VE = varken eller, GL = ganska litet, ML = mycket litet. Kolumnen för mycket stort förtroende får betraktas som en illustration; siffrorna är alltför låga för att tillåta några säkra slutsatser.

**Källa:** Riks-SOM 2003

Jämför vi sambanden mellan institutions- och medieförtroende 2002 och 2003 visar det sig att förtroendet för den lokala morgonpressen har ökat både bland dem som bedömer dagspressens som institution positivt och dem som bedömer den mera negativt. Någon sådan tendens finns inte för kvällspressen. Det senare stärker tolkningen att det är kvällspressen som främst ligger bakom det minskade förtroendet för dagspressen som nationell samhällsinstitution.

### Användarnas bedömningar

Det förtroende ett medium åtnjuter helt oberoende av hur många som använder det kan möjligen förefalla tveksamt att applicera på medier med begränsad räckvidd bland allmänheten, t ex Stockholms morgonpress eller nyheter på Internet. Dessa medier kan ju av sina användare uppfattas som mycket bra men inte ha samma goda rykte bland allmänheten. I tabell 3 finns därför redovisat dels hur stor andel som inte tar del av respektive medium, dels en jämförelse med förtroendet hos dem som uppger sig använda respektive medium.

**Tabell 3 Förtroendet för innehållet i olika medier bland användare 2003 (procent och balansmätt)**

Massmedium	Bland användare			Antal svar
	Mycket stort	Åtminstone ganska stort	Balansmätt	
Sveriges Television	22	77	+74	1 723
TV4	14	67	+61	1 733
Övriga privata kanaler	3	21	-4	1 249
Sv Radio nat (P1, P2, P3)	27	74	+71	1 479
Sv Radio lokalt (P4)	20	70	+66	1 488
Privat lokalradio	6	29	+9	1 106
Den lokala morgontidningen på orten	24	77	+73	1 603
Stockholms morgontidningar	23	62	+53	893
Gratis-tidningar	6	35	+19	887
Kvällstidningar	4	25	-13	1 506
Nyhets-tjänster på Internet	7	41	+30	1 113

**Källa:** Riks-SOM 2003

Förtroendet för alla undersökta medier är högre bland användarna. Resultatet är föga överraskande. Om vi utgår från andelen som har åtminstone ganska stort förtroende ökar den lokala morgonpressen sin andel och ligger på samma nivå som Sveriges Television (77%). Också Sveriges Radios nationella kanaler ökar med närmare tio procentenheter, medan den lokala kanalen ökar endast blygsamt. Att de nationella kanalerna ligger så pass mycket högre bland användarna ger stöd för antagandet att svaren främst gäller P1, en kanal med relativt liten spridning (jfr Jan Strids artikel om radiolyssnandet i denna volym).

De största skillnaderna finns på tre medier: Stockholms morgontidningar, gratis-tidningar och Internetnyheter. Här ligger differensen mellan 17 och 30 procentenheter högre bland användarna än det gör i fråga om generellt förtroende. För övriga medier ligger ökningen på omkring tio procentenheter.

I tabell 3 redovisas även ett balansmätt, alltså andelen som har högt minus andelen som har lågt. Balansmätten för Sveriges Television, Sveriges Radios nationella kanaler och lokal morgonpress ligger väl samlade mellan +74 och +71. Sveriges Radios lokala kanaler ligger +66 och TV4 på +61. I förhållande till allmänheten i stort är det de två TV-kanalerna som ändrat sig minst. Det är också väntat med tanke på deras stora spridning bland allmänheten – endast ett par procent uppger sig inte ta del av dem.

På samma sätt som andelen stort förtroende ökar balansmättet mest för Stockholms morgonpress och för Internetnyheter (från +27 till +53 respektive från +19 till +30).

Ökningen är inte lika stor för gratistidningarna, där det också finns en inte obetydlig andel som har litet förtroende.

Generellt uppvisar förtroendet bland användarna samma tendenser som bland allmänheten i stort, exempelvis den relativt stora uppgången för lokal morgonpress och den långsiktiga förstärkningen av Internetnyheter. Vindarna blåser dock inte lika starkt i användargruppen.

De som här definierats som användare är de som i frågan sagt sig inte ta del av mediet. Det finns därför anledning att anta att även sporadiska användare finns med bland dem som här klassificerats som användare. För att belysa betydelsen av frekvensen i användning för förtroendet har i tabell 4 regelbundenheten i morgon- och kvällstidningsanvändning ställts mot förtroendet för mediernas innehåll.

**Tabell 4 Förtroende för lokala morgontidningar respektive kvällstidning efter regelbunden läsning 2003 (procent, balansmått)**

	Läser morgontidning			
	6 – 7 d/v	4 – 5 d/v	2 – 3 d/v	≤ 1 d/v
<b>Lokal morgontidning</b>				
Högt förtroende	78	67	69	35
Balansmått	+77	+62	+63	+26
Läser ej/vet ej	5	6	6	25
<b>Antal</b>	<b>1 101</b>	<b>261</b>	<b>127</b>	<b>298</b>
	Läser kvällstidning			
	6 – 7 d/v	4 – 5 d/v	2 – 3 d/v	≤ 1 d/v
<b>Kvällstidning</b>				
Högt förtroende	43	35	25	14
Balansmått	+21	+13	-4	-24
Läser ej/vet ej	1	4	5	21
<b>Antal</b>	<b>113</b>	<b>226</b>	<b>450</b>	<b>988</b>

**Källa:** Riks-SOM 2003

Det visar att det finns ett klart samband mellan regelbunden tidningsläsning och förtroende. Andelen med stort förtroende för lokal morgonpress är närmare 80 procent bland de dagliga morgontidningsläsarna och 35 procent bland dem som läser enbart en gång i veckan. Balansmättet har samma tendens. Förtroende för kvällspressen fördelar sig på ett likartat sätt, men på en betydligt lägre nivå. De relativt få som läser kvällstidningar minst fyra gånger i veckan uppvisar dock båda positiva balansmått; den stora skillnaden är dock att de som läser morgontidningar sällan ändå överlag har relativt stort förtroende för morgonpress.

## Dimensioner i medieförtroendet

En av utgångspunkterna för de nya frågorna om allmänhetens medieförtroende var att det successivt håller på att ske förskjutningar som en följd av förändringar i mediasystemet. Ett av de förändringsmönster som ofta framhålls är att de nya medierna i mindre utsträckning står för seriös information och i större utsträckning prioriterar underhållning.

Varje år sedan 1999 har genomförts en explorativ faktoranalys i syfte att skilja ut dimensioner i medieförtroendet (jfr Weibull, 2000, 2001, 2002).<sup>1</sup> Ett genomgående resultat har varit att förtroendebedömningarna kan föras tillbaka till en skiljelinje mellan information och underhållning. De medier som står starkast i det som kan tolkas som informationsdimensionen är Sveriges Radio och Sveriges Television, men även den lokala morgonpressen och TV4. På underhållningsfaktorn laddar framför allt övriga privata TV-kanaler, kvällstidningarna och den privata lokalradion högt. Mönstret är detsamma 2003.

Eftersom den explorativa analysen har givit antydningar om en tredje dimension har varje år även utförts en analys med trefaktorslösning. Mönstret är i huvudsak detsamma, men det som karaktäriserats som specialiserade medier bildar nu en egen dimension: Stockholms morgontidningar och nyhetstjänster på Internet. I 2003 års analys faller även gratistidningarna ut i denna faktor. Det senare ger en indikation på att dimensionen kanske inte främst är en fråga om specialisering utan snarare en storstadsfaktor. Mot denna bakgrund har också rubriceringen på faktorerna ändrats något.

**Tabell 5 Medieförtroende bland användare 2003 (faktorladdningar)**

	Information	Underhållning	Storstadstillägg
Sveriges Television	.84	.03	.19
Sveriges Radios lokala kanaler	.82	.16	.17
Sveriges Radios nationella kanaler	.78	-.18	.31
Den lokala morgontidningen	.73	.20	.07
TV4	.70	.43	.09
Privata TV-kanaler	.17	.79	.17
Kvällstidningar	-.08	.75	.13
Privat lokalradio	.21	.69	.14
Stockholms morgontidningar	.40	-.06	.79
Storstädernas gratistidningar	-.07	.37	.78
Nyhetstjänster på Internet	.18	.31	.69
Förklarad varians	25%	18%	18%

**Anm:** Faktornlösning enligt Kaisers kriterium. Varimaxrotering.

**Källa:** Riks-SOM 2003



Liksom tidigare år balanserar TV4 något mellan information och underhållning. I jämförelse med 2002 ökar laddningen något i information och minskar i underhållning. Att storstädernas morgontidningar laddar relativt högt i informationsfaktorn och Internetnyheter i underhållningsfaktorn är ett mönster som inte skiljer sig från tidigare års. Intressant är att storstädernas gratistidningar liknar Internetnyheterna när det gäller hur de laddar i de tre dimensionerna.

Bedömningsskillnaderna skall förstås som uttryck för den image som respektive medium har hos allmänheten, inte för hur det faktiskt används. Det hör också till bilden att de flesta medier har både en informations- och en underhållningssida, låt vara att den förra uppfattas som finare än den senare och är mera bestämmande för hur stort förtroende mediet tillmäts (jfr Asp, 2001; Nordström, 2001; Weibull, 2001). En förklaring till Internets ökande förtroende är möjligen att det ökat sin laddning i informationsfaktorn. Även den lokala morgontidningen uppfattas som främst informativ men även underhållande. Utfallet bekräftar tidigare analyser av mediefunktioner (Lundberg och Hultén, 1968).

### **Förtroende i olika grupper**

Det finns en del skillnader i förtroendebedömningarna mellan olika grupper. I tabell 6 redovisas förtroendet för de olika medierna bland användare efter ålder, politiskt intresse, utbildning och typ av område. I tabellen anges både procentandelen som har åtminstone ganska högt förtroende och ett balansmått. Ett huvudresultat är att bedömningen av flertalet medier är relativt skiktad. Endast Sveriges Radios lokala kanaler blir i stort sett bedömda på samma sätt oavsett lyssnarnas bakgrund. I fråga om bakgrundsfaktorer ger storstad-landsbygd relativt litet utslag utom för storstädernas morgontidningar, vilket närmast är ett självklart resultat.

För övriga bakgrundsfaktorer är skillnaderna större. När det gäller åldersskillnader är det särskilt tre medier som skiljer ut sig något. Förtroendet för privata TV-kanaler och Internetnyheter är högre bland yngre än bland äldre, medan den lokala morgonpressen blir mera positivt bedömd med stigande ålder, låt vara att det inte är några dramatiska skillnader.

Utbildningsfaktorn skiktar framför allt ut bedömningar inom dagspressen. Storstads morgonpressen åtnjuter mycket högt förtroende bland de högutbildade (+76), medan kvällspressen ligger mycket lågt (-48). Det är samma mönster som framkommit i många andra undersökningar (jfr Weibull och Börjesson, 1995). Betydande utbildningsskillnader i bedömningarna finns även för privat radio- och TV och Sveriges Radios nationella kanaler. De förra blir kritiskt bedömda bland högutbildade användare, de senare positivt.

Överlag är politiskt intresse den bakgrundsfaktor som skiktar användarna tydligast. Stockholms morgonpress och Sveriges Radios nationella kanaler – i praktiken P1 – ligger betydligt högre bland de politiskt intresserade. Också Sveriges Television och Internetnyheter uppvisar samma tendens med mera positiva bedömningar bland

**Tabell 6 Förtroende för olika medier bland användare efter ålder, politiskt intresse, utbildning och boende (procent och balansmått)**

Massmedium	Ålder		Politiskt intresse					Utbildning				Storstad - landsbygd			
	15-29	30-49	50-64	65+	H	MH	ML	L	L	ML	MH	H	Storstad	Stad	Landsbygd
Sveriges Television	78 +73	78 +74	76 +73	74 +71	80 +77	84 +82	69 +65	62 +52	72 +67	77 +74	79 +76	81 +79	80 +77	79 +76	73 +69
TV4	72 +66	69 +65	62 +56	63 +58	62 +54	71 +66	64 +59	69 +61	64 +59	72 +67	67 +61	62 +55	69 +63	78 +72	64 +59
Övrig TV	26 +3	22 -5	19 -6	14 -15	11 -31	20 -5	22 +1	36 +17	21 +3	28 +8	19 -6	14 -20	19 -9	19 -7	25 ±0
Sveriges Radio P1	74 +69	74 +71	75 +72	76 +73	79 +76	83 +80	67 +64	48 +35	65 +60	73 +68	76 +73	85 +84	77 +74	75 +72	72 +67
Sveriges Radio P4	65 +61	70 +66	73 +69	72 +68	68 +57	76 +73	67 +63	54 +76	72 +68	70 +67	68 +64	70 +64	66 +63	71 +66	72 +69
Övrig radio	29 +4	28 +9	29 +12	29 +11	15 -17	28 +6	30 +13	40 +28	31 +15	32 +16	26 +4	22 -6	24 +3	29 +7	32 +16
Lokal morgonpress	68 +60	75 +71	78 +76	78 +77	72 +64	79 +76	78 +76	64 +55	80 +76	76 +72	74 +70	76 +73	70 +65	81 +78	77 +73
Stockholms morgonpress	64 +56	59 +51	63 +56	61 +49	81 +73	71 +65	50 +40	33 +16	38 +20	58 +49	66 +62	80 +76	76 +71	55 +43	39 +29
Storstädernas gratisidningar	38 +23	32 +13	37 +25	36 +18	27 +2	39 +24	33 +19	38 +23	33 +17	42 +27	32 +16	33 +15	46 +32	24 +4	28 +12
Kvällstidningar	28 -10	24 -16	22 -19	28 -4	19 -38	24 -18	27 -5	38 -14	33 +5	31 -1	20 -21	13 -48	21 -27	25 -13	28 -5
Internetheter	44 +31	44 +34	38 +27	32 +12	41 +31	43 +31	41 +31	34 +16	29 +9	43 +32	46 +36	42 +33	44 +32	39 +28	41 +29

**Teckenförklaring:** L = låg/t, ML = medellåg/t, MH = medelhög/t, H = hög/t

**Källa:** Riks-SOM 2003

de politiskt intresserade. Omvänt gäller de privata radio- och TV-kanalerna och i någon mån kvällstidningarna får sitt stöd från dem som har lågt politiskt intresse.

Att det politiska intresset skiftar användarnas bedömningar ger ytterligare stöd för att det är nyheterna som i hög grad skapar mediernas image, åtminstone när vi ställer frågor om vilket förtroende man har för deras innehåll.

## Fem års medieförtroende

Undersökningen av medieförtroende år 2003 var den femte i ordningen som genomförts av SOM-institutet. Det grundmönster som framträder över de fem undersökta åren är en hög grad av stabilitet i människors föreställningar om innehållet i de stora medierna. Det finns små skillnader mellan enskilda år och överlag få omkastningar i bedömningar av enskilda medier. Också de grundläggande dimensionerna i människors bedömningar av de undersökta medierna faller ut på i stort sett samma sätt varje år och visar att det i hög grad är det informativa innehållet som är styrande för människors förtroendebedömningar.

Om vi särskilt söker efter förändringar är det två trender att uppmärksamma: uppgången för Internetnyheter och försvagningen av kvällspressen. Resultaten kan tolkas så att Internet håller på att utvecklas till ett nyhetsmedium; även om det fortfarande är svagt som ett huvudmedium håller det på att etablera sig som ett komplementmedium med tonvikt på uppdatering. På motsvarande sätt kan kvällspressens försvagning tolkas som att dessa tidningar i minskande utsträckning uppfattas som informativa: det är annat än nyheter som lockar kvällspressens läsare.

Det mest oväntade resultatet år 2003 är det kraftigt ökade förtroendet för den lokala morgonpressens innehåll, särskilt som förtroendet för dagspress som samhällsinstitution gått ner. Det är svårt att bedöma om detta skall uppfattas så att morgonpressen allmänt har förstärkt sin ställning som nyhetsmedium eller att ökningen närmast skall betraktas som en kontrast till kvällspressens försvagade roll. Klart är emellertid att den lokala morgonpressen år 2003 ligger på samma nivå i förtroende som Sveriges Television och Sveriges Radios nationella kanaler.

Intressant är att de tre medier som ligger högst i allmänhetens förtroende också är medier som under början av 2000-talet brottats med ekonomiska problem. Ett högt förtroendekapital bland allmänheten garanterar uppenbarligen inte medieekonomi. Det finns därför anledning att reflektera över vad som ligger i medieförtroende och över vilken roll olika typer av medier spelar. Det kan ju t o m vara så att i en värld av ökad oro kan människor i sitt val av medium komma att mera styras av intresset för underhållning och förströelse än av förtroendet för nyhetsinnehållet.

## Noter

- <sup>1</sup> Den explorativa faktoranalysen har tagits fram baserad på Kaiser's kriterium och med varimaxrotering.

## Referenser

- Asp, Kent (2001) TV-tittarnas programpreferenser och TV-kanalernas programutbud. I Holmberg, S, Weibull, L (red) *Land, Du välsignade?* Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet
- Elliot, Maria (1997) *Förtroendet för medierna*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.
- Ghersetti, Marina, Hjorth, Gunilla (kommande) *Mördare och polis* (preliminär titel) Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet/ Institutionen för journalistik, medier och kommunikation, Stockholms universitet.
- Hjarvard, Stig (kommande) Media branding. I Gripsrud, J, Murdock, G (Eds) *Money talks*. New York: Intellect Books.
- Holmberg, Sören, Weibull, Lennart (2004) *MedieAkademiens förtroendebarmeter 1997-2003*. MedieAkademin, Göteborg
- Mediebarometern 2003* (2004) Göteborg: Nordicom vid Göteborgs universitet
- Lundberg, Dan, Hultén, Olof (1968) *Individen och massmedia*. Stockholm: EFI
- Nordström, Bengt (2001) Public-servicetelevisionens starka och svaga sidor. I Holmberg, S, Weibull, L (red) *Land, Du välsignade?* Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet
- Schuman, Howard, Presser, Stanley (1981) *Questions and answers in attitude surveys: experiments on question form, wording, and text*. New York: Academic Press.
- Wadbring, Ingela (2003) *Publicistiskt bokslut 2002*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet
- Weibull, Lennart (1999) Vad menas med negativa nyheter? I Holmberg, S, Weibull, L (red) *Ljusnande framtid*. Göteborg: SOM-Institutet, Göteborgs universitet.
- Weibull, Lennart (2000) Förtroendet för massmedier. I Holmberg, S, Weibull, L (red) *Det nya samhället*. Göteborg: SOM-Institutet, Göteborgs universitet.
- Weibull, Lennart (2002) Påverkas budbäraren av budskapet? I Holmberg, S, Weibull, L (red) *Det våras för politiken*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Weibull, Lennart (2003) Medieförtroende 1999-2002. I Holmberg, S, Weibull, L (red) *Fåfångans marknad*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Weibull, Lennart, Börjesson, Britt (1995) *Publicistiska seder*. Stockholm, Tiden/SJF.

# GRATISTIDNINGSKAMP PÅ STOCKHOLMS GATOR – IGEN

INGELA WADBRING

Det tog några år, men i oktober 2002 var det dags: David i form av Bonniers, utmanade Goliat i form av Metro International genom starten av den dagliga gratisdistribuerade tidningen *Stockholm City*. I ärlighetens namn är det inte glasklart vem som är David och vem som är Goliat i den stockholmska tidningsvärlden, men då dagliga gratisdistribuerade tidningar diskuteras är det tydligt. *Metro*, som startade 1995, har hittills haft en oinskränkt stark position på just denna marknad. Hade det handlat om dagliga prenumererade tidningar eller tidskrifter hade bilden varit omvänd.

Sist det begav sig, hösten 2000, var det en betydligt mindre David som utmanade samme Goliat. Det var OTW Publishing som startade en daglig gratisdistribuerad tidning som distribuerades på eftermiddagen, *Stockholm News*. *Metros* motdrag kom direkt, redan innan *Stockholms News* första nummer ens utkommit: man startade en eftermiddagsutgiven konkurrent till *Stockholm News*, betitlad *Everyday*. Kampen på gratistidningsmarknaden i Stockholm blev inte långvarig. Redan innan nyåret 2000 lades *Stockholm News* ned. Några månader senare följde *Everyday* efter. Båda tidningarna blödde kraftigt, i ekonomiska termer. När OTW Publishings kapital var slut, var också tidningen det. Men inte ens som ensam herre på täppan klarade *Everyday* en eftermiddagsmarknad, varför också den lades ned några månader in på år 2001 (se Wadbring 2001, 2003).

Konkurrensen handlade om pengar. Ingen av tidningarna lyckades nå särskilt många annonsörer, och de annonsörer de nådde betalade inte precis fullpris för sina införanden. Eftersom annonsörerna står för hela intäktssidan för en gratisdistribuerad tidning, var det naturligtvis en katastrof. Att då dessutom inte ha en stark ekonomisk garant bakom sig, vilket OTW Publishing saknade, gjorde att det inte fanns någon som kunde skjuta till pengar (för en översikt över ekonomiska villkor, se exempelvis Picard 1989).

Det är en av de viktiga sakerna som skiljer starten av *Stockholm News* 2000 från starten av *Stockholm City* 2002. När Bonniers gav sig in i kampen med en daglig gratisdistribuerad tidning, fanns det ett stort företag bakom tidningen. Metro International är i så motto inte ensam gigant på arenan, men har fördelen av att ha varit först.

Hur utvecklingen på den stockholmska gratistidningsmarknaden ser ut, är frågan som ska diskuteras i det följande. Men med gratistidningar avses här endast dagliga sådana. I Stockholmsregionen finns också en mängd gratisdistribuerade veckoutgivna

tidningar med stor spridning, t.ex. de danskägda Mitt-i-tidningarna, men dessa tas alltså inte med i denna analys. Vi ska börja med att studera utvecklingen för *Metro* över tid, innan *Stockholms City* tas med i bilden.

## **Metro 10 år**

Det är i skrivande stund ungefär 10 år sedan *Metro* startade i Stockholm, i februari 1995. Det var starten på något nytt. Tidigare har denna typ av dagliga gratisdistribuerade tidningar i princip inte funnits. Sedan starten i Stockholm 1995 har ett hundratal likartade tidningar startat världen över – varav många i Metro Internationals regi – och det kan därför vara rimligt att säga att vi i och med starten i Stockholm 1995 såg starten på något nytt.

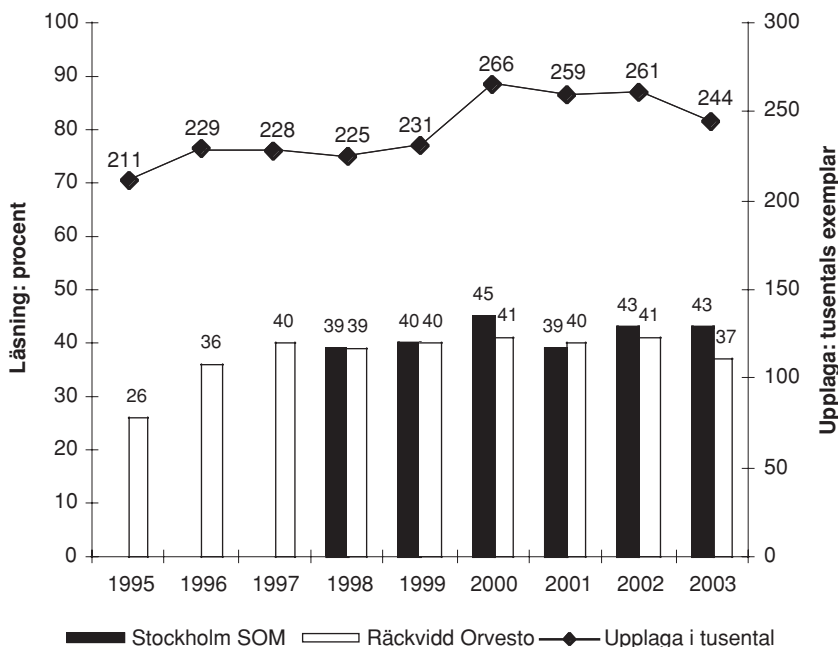
När man följer vad som skrivits om *Metro* i branschpress – exempelvis *Dagens Media*, *Journalisten*, *Pressens Tidning* – blir det uppenbart att det är i Stockholm som *Metro* går riktigt bra, ekonomiskt sett. I Metro Internationals egna årsredovisningar särredovisas inte de tre svenska editionerna, varför Stockholmupplagan inte går att skilja ut. Mycket talar dock för att det är i Stockholm som tidningen ekonomiskt är en riktig kassako, och som kan ses i figur 1 är det också en tidning som funnit vägen ut till publiken på läsarmarknaden.

Redan vid starten 1995 var *Metros* upplaga över 200.000 exemplar – att jämföra med exempelvis *Dagens Nyheters* upplaga på nästan 300.000 exemplar i regionen samma år – och den har sedan ökat. Mellan 1996 och 1999 låg upplagan på ungefär 230.000 exemplar för att sedan öka hösten 2000 med ytterligare ungefär 30.000 exemplar. Skälet till den ökning som då företogs, var rimligen starten av *Stockholm News* och den egna *Everyday*. Även om *Everyday* ägdes av samma företag som *Metro*, så var det ändå *Metro* som var flaggskeppet och skulle räddas, medan starten av *Everyday* endast hade ett mål; att snarast ta död på *Stockholm News* (se Wadbring, 2003).

Vad gäller läsningen av *Metro*, så startade inte SOM-institutet sin frågeserie förrän 1998, när *Metro* redan funnits tre år på marknaden. Jag har därför också lagt in räckviddsmåttet från Orvesto som fungerar dels som mått över tid, dels som jämförelsepunkt till SOM-undersökningen. (Inom parentes sagt är det slående hur lika de båda måtten är, trots att det ena är ett vanemått och det andra ett räckviddsmått.)

Redan vid starten nådde *Metro* ungefär en fjärdedel av invånarna i Stockholmsregionen. Med tanke på distributionen via kollektivtrafiken och att en daglig gratisdistribuerade tidning var ett helt nytt fenomen, så kan det inte sägas vara en låg siffra. Och läsningen har sedan ökat. Ungefär 4 av 10 i Stockholmsregionen läser regelbundet *Metro*. Det finns mindre skillnader över tid och mellan undersökningarna, men de är marginella. Sett till både upplaga och räckvidd verkar det finnas en mindre nedgång för *Metro* 2003. Vi återkommer till det.

**Figur 1** *Metros upplaga samt läsning med två olika mått, 1995-2003, Stockholmsregionen (A-region 01)*



**Källa:** Riks-SOM-undersökningen samt Orvesto respektive år avseende läsning (staplarna). Tidningsstatistik AB avseende upplaga (kurvan).

**Kommentar:** Som regelbunden läsare avses den som läser minst 3 dagar/vecka i SOM-undersökningen (denna började mäta *Metro* först 1998). Orvesto visar estimerad räckvidd.

Fortfarande är distribution via kollektivtrafiken det viktigaste sättet att sprida tidningen, men idag har man också bland annat tidningsställ på stan samt distribuerar den via arbetsplatser och vissa restauranger (se [www.metro.se](http://www.metro.se) 2004).

### Bonnier utmanar

Även om det dröjde till hösten 2002 innan Bonniers kolportörer började röra sig på Stockholms gator, så hade planerna att starta en ny tidning för att konkurrera med *Metro* funnits länge inom Bonniersfären, och framför allt diskuterats inom *Dagens Nyheter*.

Första gången rykten hördes var sommaren 1996. Då hette projektet *24 timmar*. Tanken var att *24 timmar* likt *Metro* skulle distribueras med hjälp av kollektivtrafiken vilket SL, Storstockholms lokaltrafik, dock inte gick med på. *DN*s avsikt med

projektet var att stanna upp *Metros* framfart så att denna inte skulle växa sig för stark. Man såg dock flera problem med projektet, problem som väl egentligen fortfarande finns kvar. Problemen man såg då, 1996, var att det skulle vara svårt att få en sådan tidning ens på sikt att gå ihop ekonomiskt och det fanns också distributionsmässiga problem om SL inte ville distribuera tidningen (Borin 2002; Konkurrensverket Dnr 1020/96; *Pressens Tidning* löpande). Även konkurrensmässigt fanns förstås problem. Som *DNs* medarbetare Leif Borin uttrycker det i sin *DN*-historik (Borin 2002:534):

*Det måste således bli en produkt som var bättre än Metro men inte så mycket bättre att den började nosa på Dagens Nyheter.*

Konkurrens i all ära – men det är svårt när det riktar sig mot den egna tidningen. Någon *24 timmar* utkom aldrig.

Istället riktade *Dagens Nyheter* in sig på ett annat gratistidningsprojekt: den helg-distribuerade *Avisen*. Denna lanserades under våren 1997, i 800.000 exemplar i Stockholmsregionen. Det blev ingen succé, och i början av 1999 lämnade *Dagens Nyheter* projektet och hösten 2001 lades *Avisen* ned (se *Dagens Media, Journalisten* och *Pressens Tidning*, löpande).

*DN City* hette nästa projekt. Här handlade det inte om en gratisdistribuerad tidning, men väl om en billig tidning. Den skulle utkomma på eftermiddagen och kosta hälften mot en kvällstidning. *DN City* skulle vända sig till unga stockholmare. Planerna omskrevs framför allt under sommaren och hösten 1999 (t.ex. *Pressens Tidning* löpande). Precis som ifråga om *24 timmar* diskuterades eventuella problem avseende såväl ekonomi som distribution – samt kannibalisering på de egna tidningar *Dagens Nyheter* och *Expressen*. En viktig fråga var naturligtvis om en start av *DN City* skulle inverka negativt på *DN* och/eller *Expressen*. Vilka argument som slutligen föll avgörande är svårt att veta, men i början av 2000 sa *Dagens Nyheter*s styrelse nej till att starta den nya tidningen (Borin 2002).

När *Stockholm City* såg dagens ljus, skriver vi hösten 2002. Projektet *Stockholm City* talades det tyst om från Bonniers och *DNs* sida innan starten var ett faktum. Det långsiktiga syftet som angavs med tidningsstarten var att konkurrera med *Metro*. Publicistiken var alltså inte det mest framträdande draget – vilket det förvisso inte var för *Metro* heller vid dess start. Det hindrade dock inte att man sökte skapa en egen redaktionell profil. Innehållsmässigt är *Stockholm City* en stockholmsinriktad tidning med ett något större fokus på nöje och sport än vad *Metro* har. Den saknar likt *Metro* traditionellt opinionsbildande material men till skillnad från *Metro* distribueras den via kolportörer, inte via kollektivtrafiken (se t.ex. *Dagens Media, Journalisten* och *Pressens Tidning*, löpande samt [www.stockholmcity.se](http://www.stockholmcity.se) 2004).

En tidnings överlevnad hänger på om den lyckas på två marknader. Dels ska den lyckas nå annonsörer för att få intäkter, dels ska den lyckas nå läsare för att visa för



annonsörerna att det är bra att annonsera i tidningen för att då når man många människor (Picard 1989). Annonsmarknaden lämnas huvudsakligen därhän i denna analys, och istället ska läsarmarknaden fokuseras.

### Läsarkonkurrens?

Även om läsarna inte bidrar med några konkreta intäkter till en gratistidning, så är de alltså livsnödvändiga eftersom det är läsarna som säljs till annonsörerna. Ett antal läsarundersökningar vidtogs ganska omedelbart efter *Stockholm Citys* start i såväl *Citys* som *Metros* regi, eftersom den stora branschmätningen Orvesto inte kunde användas förrän *City* funnits ett tag på marknaden. Att kunna belägga mängden läsare är naturligtvis viktigt för båda tidningarna, även om det primärt är nykomlingen på marknaden som måste visa att läsarna funnit den nya tidningen. Varför ska annars en annonsör bry sig om den och kanske till och med byta annonsorgan?

**Tabell 1** *Upplaga och läsningen av Metro och Stockholm City i Stockholmsregionen (A-region 01) 2003 (antal och procent)*

	Metro	City	Diff.
<b>Upplaga enligt TS (antal ex.)</b>	244.000 ex.	222.000 ex.	22.000 ex.
<b>Räckvidd enligt Orvesto (%)</b>	37	26	11
<b>Läsvana enligt SOM-undersökningen (%)</b>			
5 dagar/vecka eller oftare	25	16	9
4 dagar/vecka	10	6	4
3 dagar/vecka	8	7	1
2 dagar/vecka	9	7	2
1 dag/vecka	9	7	2
Mer sällan	28	27	1
Aldrig	12	29	-17
Summa procent	101	99	
Antal svarande	667	667	
-----			
Läsvana: minst 5 dagar/vecka bland kollektivtrafikåkare (SOM)	33	21	12
Läsvana: minst 1 dag/vecka bland kollektivtrafikåkare (SOM)	75	56	19

**Källa:** Tidningsstatistik 2003, Orvesto 2003 samt Riks-SOM-undersökningen 2003. Antalet svarande kollektivtrafikåkare är 397 personer.

I tabell 1 visas hur läsningen av *Metro* och *Stockholm City* såg ut hösten 2003. Även respektive tidnings upplaga är inlagd, och som jämförelse med data från SOM-institutet har data från Orvesto lagts in. Vid tidpunkten för SOM-mätningen har *City* funnits på marknaden i ett år och är alltså inte helt ny och okänd länge. Orvesto bygger på insamlade data från hela året.

Skillnaden i upplaga mellan de båda tidningarna är liten; dryga 20.000 exemplars skillnad. Eftersom båda tidningarna är gratisdistribuerade säger emellertid upplagemåttet mindre än vad det gör för tidningar som läsarna betalar för. Motsvarande revision som görs på betaltidningar är inte möjlig för gratisdistribuerade tidningar (se [www.ts.se](http://www.ts.se) 2004 för en översikt). Det innebär att olika läsarundersökningar blir mycket viktiga.

Den redovisade skillnaden i upplaga är liten mellan de båda tidningarna, men såväl Orvesto som SOM-undersökningen visar att skillnaden i läsning är större. Orvestos räckviddsmått visar en differens mellan tidningarna på 11 procentenheter, och vanemåttet visar en ungefär lika stor skillnad.

Framför allt är det den riktigt regelbundna läsningen och icke-läsningen som skiljer mellan de båda titlarna. Medan ungefär en fjärdedel av stockholmarna läser *Metro* minst fem dagar i veckan (den utkommer sex dagar per vecka, *City* fem dagar/vecka) är det en mindre andel som läser *City* så ofta. Den oregelbundna läsningen skiljer sig mindre åt: att läsa en eller båda tidningarna någon eller några gånger per vecka är det en relativt stor andel av stockholmarna som gör. Det är sammantaget 36 procent som läser *Metro* och 27 procent som läser *City* 1-4 dagar per vecka. Andelen aldrigläsare är dock större för *City* än för *Metro*.

En del av skillnaderna tidningarna emellan kan säkert tillskrivas deras respektive ålder: *Metro* är mer välkänd än vad *City* är, och når därmed ut på ett annat sätt. En annan viktig faktor är emellertid distributionsformen. Medan *Metro* distribueras via kollektivtrafiken **och** en mängd andra platser, har *City* att i huvudsak förlita sig på fasta ställ och kolportörer. Å andra sidan, även om *City* inte har något avtal med SL om att distribuera tidningen så har man tidningsställ och kolportörer i närheten av kollektivtrafiken, särskilt de stora knutpunkterna. Fullt så effektivt som att finnas med på tunnelbanor och likande verkar det emellertid inte vara. I tabell 1 visas också läsning bland kollektivtrafikresenärer och *Metro* har ytterligare en liten fördel gentemot *City* sett till andel kollektivtrafikåkande läsare än vad den generella bilden visar.

*Metro* har alltså en större andel läsare i Stockholmsregionen. Eftersom upplagan för de båda tidningarna är likartad innebär det att enskilda tidningsexemplar av *Metro* i genomsnitt läses av fler personer än *City*s. Det är kostnadseffektivt.

Hur ser läsekretsarna ut då? Finns det några viktiga skillnader dem emellan som skulle kunna vara till fördel för *City*? Eller för den delen, för *Metro*? I tabell 2 har ett antal traditionella faktorer tagits fram för att belysa eventuella skillnader dels mellan tidningarnas läsekretsar, dels i förhållande till befolkningen som helhet i regionen.

Det första som kan konstateras är att tidningarnas respektive läsekretsar är mycket lika varandra – men skiljer sig på några punkter gentemot befolkningen som helhet. Framför allt är gratistidningsläsarna yngre än befolkningen, de tillhör i något större utsträckning arbetarfamiljer jämfört med hur det ser ut bland befolkningen som helhet – och de åker, föga förvånande, kollektivt i större utsträckning än befolkningen.

**Tabell 2 En karaktäristik av Metros och Stockholm Citys läsekretsar, Stockholmsregionen (A-region 01) 2003 (procent)**

	Befolkningen	Metros läsekrets	Citys läsekrets
<b>Kön:</b>			
Kvinnor	54	58	56
Män	<u>46</u>	<u>42</u>	<u>44</u>
	100	100	100
<b>Ålder:</b>			
15-29 år	21	26	27
30-49 år	35	37	36
50-64 år	25	26	24
65-85 år	<u>19</u>	<u>11</u>	<u>13</u>
	100	100	100
<b>Utbildning:</b>			
Låg	20	18	18
Medellåg	30	33	34
Medelhög	22	23	25
Hög	<u>28</u>	<u>26</u>	<u>23</u>
	100	100	100
<b>Familjetyp:</b>			
Arbetarfamilj	28	32	38
Jordbrukarfamilj	1	-	-
Tjänstemannafamilj	35	34	32
Högre tj.m.fam./akademiker	27	27	22
Egen företagare	<u>9</u>	<u>7</u>	<u>8</u>
	100	100	100
<b>Medborgarskap:</b>			
Svenskt	93	91	90
Annat land	5	5	5
Både ock	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>5</u>
	100	99	100
Åker kollektivt minst varje vecka	60	76	75
Antal svar (cirka)	667	236	153

**Källa:** Riks-SOM-undersökningen 2003.

**Kommentar:** Som läsare räknas de som läser respektive tidning minst 4 dagar/vecka.

Ibland omtalas denna typ av tidningar som ”commuter papers”, dvs. pendlartidningar (se t.ex. Price 2002), och det ligger onekligen något i den beskrivningen. Det är då tiden finns, där tidningen inte konkurrerar med någonting annat. Ett litet format och korta artiklar hjälper också till att underlätta pendlarläsningen.

Skillnaderna mellan tidningarnas läsare är mindre. Det finns en enda skillnad som möjligen kan nämnas även om den egentligen faller inom felmarginalen: *Stockholm City* har en något större andel personer från arbetarfamiljer i sin läsekrets, medan *Metros* motsvarande överrepresentation står att finna bland högre tjänstemän/akademiker. I övrigt finns inga noterbara skillnader alls, inte ens vad gäller andel kollektivtrafikåkare i läsekretsen.

Vad som kan konstateras utifrån ett sådant resultat är att *Stockholm City* knappast verkar ha funnit ett unikt publiksegment, alltså läsare, som *Metro* inte redan nådde. Fortfarande kan det vara så att det inte är samma individer som läser de båda tidningarna, men läsekretsarnas sammansättning är precis densamma. Det innebär att konkurrensen handlar om samma potentiella läsare.

Och nästa fråga blir då naturligtvis i vilken utsträckning de båda dagliga gratisdistribuerade tidningarna utgör något tillskott dels på tidningsmarknaden som helhet, dels i förhållande till varandra. De två kommande tabellerna ska behandla den frågan. För det första, i tabell 3, en uppställning som visar de gratisdistribuerade tidningarnas tillskott till tidningsmarknaden som helhet i Stockholmsregionen.

**Tabell 3 Regelbunden läsning av dagstidningar i Stockholmsregionen, inklusive och exklusive Metro och Stockholm City, 1998-2003 (procent)**

	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Läsning av någon morgontidning exkl. Metro och City	65	64	57	59	60	58
Läsning av någon morgontidning inkl. Metro	82	78	73	73	73	71
Läsning av någon morgontidning inkl. Metro och City	-	-	-	-	-	72
<b>Differens</b>	<b>17</b>	<b>14</b>	<b>16</b>	<b>14</b>	<b>13</b>	<b>13</b>
Antal svarande	613	618	633	638	660	667

**Källa:** Riks-SOM-undersökningen respektive år.

**Kommentar:** Med regelbunden läsning avses läsning minst 3 dagar/vecka 1998, men fr.o.m. 1999 5 dagar/vecka (beroende av olika skalor olika år).

Tabell 3 visar för det första hur morgontidningsläsning i allmänhet ser ut i regionen om ingen av de gratisdistribuerade tidningarna räknas med som morgontidning. För det andra visas morgontidningsläsning i allmänhet om *Metro* inkluderas. För det tredje visas hur stor andel *Stockholm City* når utöver de traditionella betaltidningarna och *Metro*. Den differens man får mellan det högsta och lägsta värdet kan sägas vara de gratisdistribuerade tidningarnas nettobidrag på marknaden avseende tidningsläsare.

Över tid finns inga drastiska förändringar – dvs. sedan 1998 då vår mätserie startar. *Metro* har hela tiden gett ett tillskott till läsarmarknaden om cirka 15 procentenheter. Om en sådan siffra sedan jämförs med *Metros* räckvidd, vilken är cirka 40 procent (figur 1), kan konstateras att cirka 25 procent av den regelbundna läsningen av *Metro* är dubbelläsning med någon annan morgontidning.

Mest intressant att fokusera är emellertid 2003 års undersökning då *Stockholm City* finns med. Om grunden för morgontidningsläsning i Stockholmsregionen är knappa 60 procent regelbunden läsning, dvs. exklusive de båda gratisdistribuerade tidningarna, så är de sistnämndas tillskott totalt 13 procentenheter. Men det är bara en (1) procentenhets differens om Cityläsarna ”läggs på” Metroläsarna, sett till den regelbundna läsningen.

Ett annat sätt att studera just de dagliga gratisdistribuerade tidningarna, är att se hur läsningskombinationerna dem emellan ser ut. I tabell 4 finns det gjort och den bygger på totalprocent.

**Tabell 4 Läsning av *Metro* och *Stockholm City* med olika regelbundenhet i Stockholmsregionen (A-region 01) 2003 (totalprocent)**

		Läser <i>Stockholm City</i>		
		Ofta	Sällan	Inte alls
Läser <i>Metro</i>	Ofta	15	6	5
	Sällan	1	21	12
	Inte alls	0	1	38

**Källa:** Riks-SOM-undersökningen 2003.

**Kommentar:** Antalet svarande är 667 personer. Med **ofta** avses läsning minst 5 dagar/vecka, med **sällan** avses läsning 1-4 dagar/vecka och med **inte alls** avses läsning mindre än 1 dag/vecka.

Den största enskilda siffran finner vi i rutan för icke läsning, där man alltså inte tar del av någon av tidningarna. Fyra av tio stockholmare återfinns här. Den näst största siffran är sällanläsarna, de som läser båda tidningarna men med en viss oregelbundenhet. Ungefär två av tio stockholmare återfinns här. En nästan lika stor grupp läser båda tidningarna riktigt regelbundet, dvs. fem dagar i veckan eller mer. En lite större andel har valt att läsa *Metro* med viss regelbundenhet utan att läsa *City*, än tvärsom. Orvesto visar också samma mönster avseende räckvidd.

Sammantaget visar mönstret i huvudsak att de flesta som läser denna typ av tidningar, läser båda titlarna. Kanske inte samtidigt, men båda titlarna åtminstone med viss frekvens. Vad som skulle vara intressant att veta, som detta kapitel dessvärre inte ger svar på, är hur stor trogna läsarna är avseende den ena eller andra tidningen. Tar man den tidning som ligger närmast till hands för tillfället, eller väljer man aktivt den ena eller den andra? Och följdfrågan skulle då förstås bli: på vilka grunder då?

## Annonsörer och flanörer

Inte mycket har sagts om annonsörerna i kapitlet, utan det har snarare handlat om flanörerna (även om dessa huvudsakligen befinner sig i tunnelbanan). Några ord ska nämnas också om annonsörerna, eller snarare annonserna, se tabell 5.

**Tabell 5 Några jämförelser avseende Metros och Stockholm Citys innehåll, 2002-2003 (antal och procent)**

	Metro		City	
	2002	2003	2002	2003
Genomsnittligt antal sidor/dag	40	42	30	27
Andel annonser/dag	65	67	41	41
Andel av hel- och halvsidesannonserna med egenannonsering/dag	7	7	44	1

**Kommentar:** Beräkningen bygger på en veckas utgivning i början av december 2002 och i början av september 2003. Innehållet är uppskattat per kvartssida. Med egenannonsering avses cross promotion inom respektive koncern. Bilagor är inkluderade.

En översiktlig jämförelse mellan de båda tidningarna från hösten 2002 respektive 2003 (tabell 5) visar att såväl antalet sidor som andelen annonser är ungefär densamma de båda mätpunkterna. Det innebär att *Metro* har fler sidor och större andel annonser vid båda mättidpunkterna jämfört med *City*. Den skillnad som kan ses är att den cross promotion, dvs. annonser från andra företag inom koncernen, som var mycket utmärkande för *Stockholm City* några månader efter starten, nu helt försvunnit. Det torde innebära att även om man inte får fullt betalt för sina annonser, får man annonser. Ett skäl till den stora andelen annonser från den egna koncernen hösten 2002 var antagligen att man inte hade några andra annonser alls – och en tidning utan annonser ser inte ut som en ”riktig” tidning. Hellre då annonser från den egna koncernen än inga alls.

Sammanfattningsvis: vad kan då sägas om den gratistidningskamp som pågår bland Stockholms annonsörer och flanörer? Är det verkligen rimligt att karaktäri-

sera Bonniers och *Dagens Nyheter* som David, och är Metro International att betrakta som Goliat?

Det försiktiga svaret är att det beror på. Sett till den stockholmska tidningsmarknaden som helhet, med såväl betalda som gratisdistribuerade morgontidningar, så är svaret ett annat än om endast dagliga gratis tidningar diskuteras. Och det är ju den sistnämnda diskussionen som förts i detta kapitel. Och i så fall får nog *Metro* betraktas som jätten, och *City* som kung Sauls vapendragare.

## Referenser

- Borin, Leif (2002) *Dagens Nyheter 1970-1999. Ett tidningsföretag i ständig förändring*. Stockholm: Dagens Nyheter
- Dagens Media* (löpande)
- Journalisten* (löpande)
- Konkurrensverket Dnr 1020/96 (1996) DN:s anmälan av SL till Konkurrensverket och Konkurrensverkets beslut.
- Picard, Robert G. (1989) *Media Economics. Concepts and Issues*. Newbury Park: Sage Publications
- Pressens tidning* (löpande)
- Price, Carly L. (2002) *Threats and Opportunities of Free Newspapers*. Dallas: INMA
- Wadbring, Ingela (2001) I döda tidningars sällskap. I Holmberg, Sören och Weibull, Lennart (red) *Land, Du välsignade?* Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet
- Wadbring, Ingela (2003) *En tidning i tiden? Metro och den svenska dagstidningsmarknaden*. Göteborg: JMG, Göteborgs universitet
- www.metro.se (2004)
- www.stockholmcity.se (2004)
- www.ts.se (2004)





## VIKTIGAST I TIDNINGEN 1979-2003

JAN STRID

Den lokala morgontidningen är ett av de stabilaste mediefenomenen i Sverige. När kvällstidningar och storstadsmorgontidningar tappat i upplaga har den lokala morgonpressen i stort sett hållit positionerna (jfr Josefine Sternviks artikel i denna volym). Visserligen har också de lokala tidningarna tappat marknadsandelar, med de har till övervägande del behållit sina läsare. En förklaring till den lokala morgonpressens styrka är att den står för ett slags grundläggande orientering om ett begränsat geografiskt område. Bevakningen kombinerar överblicken av de viktigaste händelserna med ett dagligt servicematerial (Weibull 1983b; Weibull och Kratz, 1995). I och med att få andra medier finns i det lokala samhället har den lokala tidningen kommit att stå tämligen ohotad. Samtidigt kan förutsättningarna för den lokala pressen förändras. Exempelvis kan det lokala samhället ändra karaktär, liksom det kan ske förändringar i läsarnas innehållsintresse.

För att följa upp hur läsarintresset utvecklas har forskningsprogrammet Dagspresskollegiet sedan 1979 regelbundet undersökt allmänhetens innehållspreferenser i fråga om lokala morgontidningar. Första gången vi ställde frågan till allmänheten om vad som är viktigt innehåll i den dagliga tidningen var 1979. Eftersom det bedömts att sådana förändringar går långsamt har frågan ställts endast vart fjärde år. Resultaten har också bekräftat att förändringstakten är låg (jfr Strid 1995, 1996 och 2000).

Frågan som ställts handlar om hur viktigt allmänheten anser att det är att lokala dagstidningar innehåller olika typer av innehåll. Det hör till bilden att det som uppfattas som viktigt innehåll inte nödvändigtvis är sådant material som läses mest, även om det givetvis finns en stor överensstämmelse mellan vad läsarna uppger vara viktigt och vad de säger att de läser. Överensstämmelsen är inte total. Visst material kan jag mycket väl anse vara viktigt men jag läser det inte alltid exempelvis på grund av tidsbrist eller att materialet är svårläst e dyl. Det kan också finnas ett visst mått av prestige i att anse att t ex kulturmaterial är viktigt även om jag inte läser det så ofta. Det är intressant att notera att ”tyngre” material som t ex politik, kultur och ekonomi får högre värden då frågan gäller hur viktigt materialet är jämfört med om frågan gäller vad jag läser. Motsatsen gäller för ”lättare” material som serier, familjenyheter o dyl ( jfr Strid, 1978 och 1990; Weibull, 1983a).

### Viktighetsfrågan

Svarspersonerna får ta ställning till viktigheten på en sjugradig skala, där 7 är ”mycket viktigt” och 1 är ”mycket oviktigt”. Varje skalsteg har en benämning, t ex

ganska viktigt (6), något viktigt (5), och mittalternativet 4 är rubricerat ”varken viktigt eller oviktigt” (se i övrigt tabell 1).

De speciella innehållstyper som allmänheten har fått ta ställning till är i princip desamma under dessa 25 åren. Två annonskategorier har tagits bort, ett redaktionellt ämne har tillkommit (IT-frågor) och ett har delats upp på två (teater/musik). Detta kan naturligtvis anses verka i en konserverande riktning på så sätt att vi gynnar stabilitet men innehållsstudier visar att de kategorier som tidningarna innehöll för 25 år sedan är ungefär desamma idag. Däremot varierar mängden innehåll för olika kategorier vilket i så fall borde förändra människors uppfattning om vad som är viktigt och minska stabiliteten. Men detta får bli en del av tolkningen av resultaten.

Det är ofta lätt att få svar på frågor om vad som är viktigt tidningsinnehåll, men det kan samtidigt vara problematiskt att tolka vad som egentligen med att ett visst innehåll är viktigt. Om jag t ex anser att inrikesmaterialet är viktigt i dagstidningen kan minst tre olika tolkningar vara rimliga: (1) att inrikesmaterialet är viktigt; (2) att inrikesmaterialet i tidningen är viktigt samt att (3) dagstidningen är viktig och inrikesmaterialet därför är viktigt. Förmodligen finns alla tre faktorerna med när läsarna tar ställning till vad som är viktigt i tidningen. Detta måste vägas in i tolkningen av resultaten.

Underlaget för analysen är Dagspresskollegiets läsvanestudier som sedan 1986 genomförts som en del av SOM-undersökningen. I 1979, 1983, 1987, 1993, 1995 och 2003 års studier fick de tillfrågade ta ställning till 34-37 innehållskategorier som kan förekomma i en morgontidning. För varje alternativ skulle intervjupersonerna ange om de ansåg att kategorin var mycket viktig, ganska viktig, något viktig, varken viktig eller oviktig, något oviktig, ganska oviktig eller mycket oviktig - alltså en sjugradig skala. Alternativen hade grupperats i fyra innehållstyper: allmänt innehåll, lokala nyheter, särskilda ämnen och annonser. Frågans konstruktion framgår av tabell 1.

## Den totala viktigheten

En fullständig översikt över svarens procentuella fördelning finns i tabell 1. Denna omfattar samtliga svarspersoner, alltså även dem som inte läser någon dagstidning regelbundet. Tabellen skall ses som ett basmaterial på grundval av vilket olika typer av analyser utförs.

Huvudintrycket av bastabellen är den relativt stora viktigheten hos de flesta innehållstyperna. Medeltalet över samtliga innehållstyper ligger på 5,08 vilket innebär något viktigt. Om vi jämför den genomsnittliga viktigheten 2003 med den genomsnittliga viktigheten 1979 för de ämnen som är gemensamma för de två åren så är skillnaden obetydlig, 5,08 mot 5,04 1979.

Om vi utgår från procenttalen i tabell 1 kan vi konstatera att den genomsnittliga procentandelen för mycket viktigt är 16 procent och för mycket oviktigt bara 4

procent. Detta kan på ett generellt plan uttrycka så att allmänheten önskar att den lokala morgontidningen skall ha ett brett utbud.

**Tabell 1 Den totala fördelningen på viktighetsbedömningen 2003**

	Mycket viktigt	Ganska viktigt	Något viktigt	Varken/eller /vet ej	Något oviktigt	Ganska oviktigt	Mycket oviktigt	Ej svar	Summa procent
Sport	20	24	17	11	7	9	9	4	100
Familjenyheter	20	30	22	12	5	5	3	4	100
Insändare	15	30	24	15	5	5	2	5	100
Inrikesnyheter	44	34	11	4	1	1	1	4	100
Ekonomi o handel	20	33	22	13	4	2	2	5	100
Riksdag o regering	17	30	23	16	4	3	2	5	100
Fackliga frågor	7	20	25	24	9	7	4	5	100
Olyckor o brott	17	38	25	11	3	2	1	5	100
Ledare o komment	13	28	25	18	5	5	2	5	100
Utrikesnyheter	32	32	17	9	3	2	1	5	100
Kulturartiklar	12	20	24	21	8	5	3	5	100
Debattartiklar	14	25	25	19	6	4	2	5	100
Miljöfrågor	19	31	23	14	5	2	2	4	100
Lokal arbetsmarkna	26	34	17	12	3	2	2	4	100
Org o föreningar	9	27	27	20	6	4	2	5	100
Känt folk på orten	6	17	25	22	11	9	7	4	100
Kommunalpolitik	16	31	25	15	3	3	2	5	100
Lokala arbetsplatser	14	31	25	17	4	3	2	5	100
Skolfrågor	27	34	18	11	2	2	2	5	100
Nöjen/lokala arr	18	35	25	12	3	2	2	4	100
Seriesida	8	11	16	25	11	11	13	5	100
Musik	8	16	25	26	9	7	5	5	100
Samlevnadsfrågor	5	15	28	26	9	8	4	5	100
Om Radio/Tvprog	23	32	24	11	2	2	2	5	100
Konsumentupplysn	15	34	26	14	3	2	2	5	100
Korsord o tävling	8	13	20	23	12	11	8	5	100
Populärvetenskap	7	21	25	27	8	5	3	5	100
Datorer/IT	3	12	22	31	10	8	8	6	100
Lokala affärsannonser	17	28	26	15	4	3	3	5	100
Bostadsannonser	19	30	23	13	4	3	3	5	100
Nöjesannonser	14	28	28	14	4	3	3	5	100
Platsannonser	20	29	20	14	4	3	5	5	100
Bil-/motorannonser	10	22	24	21	7	6	6	5	100
Allm varutorg	12	28	26	18	5	4	3	5	100

**Fråga:** En tidning innehåller ju så mycket olika sorters innehåll. Hur viktiga anser Du personligen att nedanstående typer av innehåll är. Markera för varje innehållstyp hur viktigt Du anser det vara att Din lokala morgontidning innehåller just detta. (Svaren redovisas i procent)

**Källa:** Riks-SOM 2003

Innehållskategorierna är framtagna för att motsvara materialet i en genomsnittlig dagstidning. De flesta kategorierna följer tidningarnas egna kategoriindelningar som t ex ledare, debatt och insändarsida. Andra är innehållsbestämda som t ex miljöfrågor och sport. Några problem uppstår vid detta förfarande då vi också vill ha kategorierna så att de förstås på samma sätt av samtliga intervjuade. Inrikesnyheter och utrikesnyheter är exempel på icke-innehållsbestämda kategorier och de kan naturligtvis förstås på olika sätt. Man kan avse inrikespolitik men man kan också avse skvallor om rikskändisar och motsvarande gäller utrikesnyheter.

## Det mest viktiga

Om man skall försöka sammanfatta vad många människor anser viktigt eller oviktigt utefter en sjugradig skala ställs man inför flera olika problem. Om man anger ett medelvärde mellan ett och sju säger detta inget om spridningen eftersom man får samma resultat antingen alla angivit detta eller om hälften angivit den ena extremen och hälften den andra extremen. Exempel på det första är inrikesnyheter och på det andra är sport. Därför måste också spridningen (standardavvikelsen) anges när medeltalet redovisas. Det andra sättet är att ange andelen som har angett extremvärdena ”mycket viktigt” eller ”mycket oviktigt”. Genom att sedan rangordna innehållstyperna på grundval av de två värdena får man en god bild av läsarnas preferenser.

**Tabell 2** *Mest och minst viktigt i den lokala morgontidningen 2003: Rangordning av de sex mest och de sex minst viktiga innehållskategorierna efter medelvärde*

Typ av innehåll	Medelvärde	Standardavvikelse
<i>Mest viktigt</i>		
Inrikesnyheter	6,14	1,11
Utrikesnyheter	5,77	1,29
Skolfrågor	5,61	1,35
Lokal arbetsmarknad	5,53	1,42
Om Radio och TV	5,53	1,30
Olyckor och brott	5,49	1,18
<i>Minst viktigt</i>		
Musik	4,45	1,52
Samlevnadsfrågor	4,38	1,41
Känt folk på orten	4,28	1,58
Korsord/tävling	4,13	1,68
Datorer/IT	4,05	1,50
Seriesida	3,91	1,78

**Källa:** Riks-SOM 2003

I medelvärdesrangordningen ligger inrikesnyheter klart högst. Denna innehållskategori har värdet 6,14 på den sjugradiga skalan vilket är mellan ”mycket” och ”ganska viktigt”. Spridningen kring medelvärdet är ganska liten. Även utrikesnyheter, skolfrågor, lokal arbetsmarknad samt radio och TV-frågor ligger högt. Spridningen kring medelvärdet är lägre än tidigare års undersökningar vilket tyder på att homogeniteten i det svenska folkets syn på vad som är viktigt i dagstidningen har ökat. I botten på medelvärdesrangordningen ligger serier, datorer/IT, korsord/tävlingar samt känt folk på orten. Vi kan också se att samtliga har en hög spridning kring medelvärdet. Konkret innebär detta att det är en stor skillnad t ex för serierna mellan unga och äldre eller för samlevnadsfrågor mellan män och kvinnor.

Om vi istället rangordnar efter ”mycket viktigt” visar det sig att samma innehållstyper här finns med bland de fem främsta och i samma ordning. Om vi ser till det minst viktiga är även de samma ämnen om än i något annan ordning.

### Jämförelse 1979 och 2003

Exakt samma undersökning som vi nu redovisat resultaten av genomfördes 1979. Urvalet var något mindre 1979 liksom internbortfallet. Några ämnen har som sagts tagits bort och andra tillkommit. Jämförelsen görs med hjälp av medeltalet.

Den totala viktigheten (de sammantagna medeltalen) är högre 2003 än vad den var 1979. Det är också fler enskilda kategorier som ökat än som minskat. Skillnaden är inte så stor men det som avviker något är att tendensen till försvagning som framträtt i de tidigare studierna nu ersatts av en uppgång. Det är svårt att bedöma vad som ligger bakom ökningen, men också frågan om medieförtroende pekar på en uppgång för den lokala morgontidningen (jfr Lennart Weibulls kapitel om förtroende för mediernas innehåll i föreliggande volym).

När det gäller den innehållsrangordning som kan utläsas i allmänhetens bedömningar kan vi se att överensstämmelsen ( $Rho=0,68$ ) är ganska hög mellan 1979 och 2003. Endast åtta innehållskategorier har förändrats med tre tiondelar eller mer. De ämnen som ökat med mer är familjenyheter, ekonomi och handel, olyckor och brott, nöjen/lokala arrangemang samt fastighetsannonser. De ämnen som minskat med mer än tre tiondelar är riksdag och regering, fackliga frågor samt om radio och TV-program.

Överlag förfaller det vara det ”lättare” materialet som ökat och det ”tyngre” minskat. Men vilka dimensioner som ökat eller minskat har jag försökt att identifiera med en faktoranalys (figur 1). Utfallet av analysen kan jämföras med de två tidigare undersökningarna 1999 och 1995 för att se vilka dimensioner som ökat respektive minskat. Det är den sammanlagda viktigheten för de i varje dimension inlagda innehållskategorierna som jämförs.

**Tabell 3 Jämförelse över innehållskategoriernas medelvärden 1979 och 2003**

Innehållskategori	Medelvärde 1979	Medelvärde 2003	Differens
Sport	4,83	4,75	-0,08
Familjenyheter	4,93	5,24	+0,31
Insändare	5,06	5,13	+0,07
Inrikesnyheter	6,05	6,14	+0,09
Ekonomi och handel	5,08	5,40	+0,32
Riksdag och regering	5,55	5,25	-0,30
Fackliga frågor	5,76	4,54	-0,22
Olyckor och brott	5,16	5,49	+0,33
Ledare och kommentarer	4,99	5,06	+0,07
Utrikesnyheter	5,51	5,77	+0,26
Kulturartiklar	4,60	4,75	+0,15
Debattartiklar	4,81	4,99	+0,18
Miljöfrågor	5,54	5,33	-0,21
Lokal arbetsmarknad	5,46	5,53	+0,07
Organisationer och föreningar	4,20	4,28	+0,08
Känt folk på orten	4,20	4,28	+0,08
Kommunalpolitik	5,38	5,26	-0,12
Lokala arbetsplatser	5,14	5,20	+0,06
Skolfrågor	5,35	5,61	+0,26
Nöjen/lokala arrangemang	5,10	5,40	+0,30
Seriesida	3,77	3,91	+0,14
Samlevnadsfrågor	4,42	4,38	-0,04
Om radio- och TV-program	5,90	5,53	-0,37
Konsumentupplysning	5,38	5,36	-0,02
Korsord och tävlingar	4,12	4,13	+0,01
Populärvetenskap	4,37	4,63	+0,26
Lokala affärsannonser	5,31	5,19	-0,12
Fastighetsannonser	4,87	5,23	+0,36
Allmänhetens varutorg	4,78	5,04	-0,26

Spearman's Rho = 0,68

**Anm.** Spearman's Rho är ett sambandsmått för ordinalskalor där man jämför rangordningar. +1 är fullständig överensstämmelse och -1 är omvända rangordningar.

**Källa:** Strid och Weibull (1984) och (Riks-SOM 2003)

Figur 1 Faktoranalys av viktighetsbedömningarna 2003

Faktor 1: Politik/ samhälle	Faktor 2: Annonser	Faktor 3: Lokalt	Faktor 4: Ung feature	Faktor 5: Folk	Faktor 6: Service	Faktor 7: Teknik/ vetenskap	Faktor 8: Sport
Debatt	Nöjesannonser	Lokala arbetsplatser	Musik	Känt folk	Om radio/TV	Datorer/IT	Sport
Kultur	Bostadsannonser	Skolfrågor	Seriesida	Familjehyeter	Konsumentupplys.	Populärvetenskap	
Ledare/ kommentarer	Platsannonser	Lokal arbetsmarknad	Samlevnad	Korsord			
Riksdag/ regering	Bil/ motorannonser	Organisationer o fören		Insändare			
Miljö	Allm varumarknad	Kommunpolitik					
Utrikes	Lokala affärsannonser						
Ekonomi/ handel	Nöjen/ lokala arrangemang						
Inrikes							
Fackliga frågor							
16%* **Minskat	13%* Ökat**	10%* Ökat**	7%* Ökat**	6%* Ökat**	5%* **Minskat	5%* Ökat**	4%* **Minskat

**Kommentar:** Antalet faktorer enligt Kaiser's kriterium. Varimaxrotering. Faktorerna rangordnade efter faktorladdning.

**Anm:** \* procentandelen förklarad varians; \*\* Ökning eller minskning av den genomsnittliga andelen "mycket viktigt" jämfört med den tidigare undersökningen 1999.

Den allmänna bilden av den explorativa faktoranalysen är att den ger ett förhållandevis distinkt mönster. Den uppvisar betydande likheter med vad som tidigare iakttagits om allmänhetens läsmönster för lokala morgontidningar (jfr Weibull, 1983). De faktorer som framträder i faktoranalysen är följande:

Faktor 1 (Politik). Denna faktor som innehåller tunga ämnen som riksdag o regering, ekonomi, ledare och kultur har minskat över åren. Alla de ingående innehållskategorierna har inte minskat (t ex ekonomi) men totalt sett har andelarna i denna dimension minskat.

Faktor 2 (Nöje). Denna dimension som främst omfattar ungdomar har ökat och det är främst de kategorier som innefattar just nöje som ökat.

Faktor 3 (Lokalt). De lokala faktorn har också ökat vilket dessutom bekräftas av flera undersökningar gällande t ex läsningen av det lokala materialet i våra dagliga tidningar (Weibull och Kratz 1995).

Faktor 4 (Ungdom). Denna kategori som främst vänder sig till unga läsare har ökat. Detta gäller främst musik, ett ämne som inte var med från början men också samlevnadsfrågor.

Faktor 5 (Nära). Den ”nära” faktorn har liksom den lokala ökat och faktorerna ligger också nära varandra.

Faktor 6 (Konsument). Denna faktor har minskat och det gäller framför allt innehållskategorin om radio- och TV.

Faktor 7 (Teknik). Datorer/IT har bara varit med de två sista undersökningarna men dimensionen har ökat om än svagt.

Faktor 8 (Sport). Denna dimension som endast omfattar sport har minskat stadigt alltsedan 1979 vilket kan tyckas märkligt med tanke på det totalt sett ökade utbudet av sport.

Även om de enskilda faktorerna är relativt tydliga finns det också innehållstyper som är svåra att på enkelt sätt placera in i enskilda faktorer. En sådan är olyckor och brott som hänger samman med flera av faktorerna. Den allmänna slutsatsen av analysen är att det finns en klar bredd i de förväntningar allmänhetens har på den lokala morgontidningens innehåll.

## **Ålder eller generation**

Avslutningsvis skall vi se på problemet om förändringarna är relaterade till generation eller ålder. Är det material som man anser vara viktigt som ung också det material som är viktigt när man blir äldre eller är materialet viktigt när man är ung och ett annat material viktigt när man blir äldre. I nedanstående tabell har jag tagit fram de som var mellan 20 och 30 år 1983 och jämför dem så att säga med sig själva när de idag 2003 är mellan 40 och 50 år. Dessutom har jag jämfört dem med



de som idag är mellan 20 och 30 år. För att styrka hypotesen har jag dessutom jämfört de som 1983 var mellan 40 och 50 år med de som idag 2003 också är mellan 40 och 50 år dvs samma ålder.

**Tabell 4 En jämförelse över olika åldrar 1983 och 2003 (rangkorrelation med Spearmans Rho)**

		2003	
		20-30	40-50
1983	20-30	0,78	0,64
	40-50	0,65	0,74

Det framgår tydligt att sambandet mellan dem som har samma ålder 1983 och 2003 är klart högre (0,78 respektive 0,74) än mellan de som 1983 var 20-30 år och idag är mellan 40 och 50 år. Detta styrker hypotesen att vad man anser viktigt i tidningen är beroende av ålder eller vilket skede i livet man är. Det försvagar hypotesen att det man anser viktigt som ung följer med upp i åldrarna så att vi får en generationsförändring.

När man är mellan 15 och 30 år så är t ex nöjesmaterial, olyckor och brott, utrikesnyheter, serier, musik, samlevnad viktigare än vad dessa innehållskategorier är bland äldre grupper. Detta är också samma typ av innehåll som unga människor ansåg viktigare också 1983.

När man är mellan 30 och 50 år kommer familjen in med skolfrågor, ekonomi och handel, kommunpolitik och detta var naturligtvis samma frågor som var viktiga i denna grupp också 1983. I gruppen över 50 år kommer så det nära samhället in med känt folk på orten, ledare, kultur men också en nära ekonomi med konsumentfrågor och lokala affärsannonser på samma sätt som det gjorde 1983.

## En mjukare tidning

Vi har kunnat konstatera att när det gäller vad människor anser vara viktigt innehåll i dagstidningarna så sker mycket små förändringar över tid. Intressant är dock att den totala viktigheten steg 2004 efter att ha gått ner under flera år. Detta kan möjligen antyda att den dagliga morgontidningen har blivit viktigare. Samma tendens finns dessutom i samtliga åldrar.

Det är främst de "lättare" ämnena som blivit viktigare såsom nöjen och olyckor och brott medan de "tyngre" ämnena såsom politik har blivit mindre viktiga. Vidare förfaller det vara så att det är mycket få ämnen som anses oviktiga av någon större andel.

Vad vi anser vara viktigt i vår lokala dagstidning förefaller vara beroende av vilken situation vi befinner oss i livet. Lite tillspetsat: när vi är unga är det nöjesmaterialet sedan kommer skolfrågor med barnen, politiken och ekonomin som medelålders och det lokala och nära som äldre.

Om vi slutligen relaterar utfallet till vår inledande fråga om vad som har hänt med allmänhetens förväntningar på den lokala morgontidningens innehåll kan vi fastslå att det framför allt är tidningens bredd i innehållet som är styrkan. I morgontidningen får varje åldersgrupp sitt material och den eventuella förändring som sker bland allmänheten torde också ske bland journalisterna. Samtidigt kan vi se att förändringarna i viktighetshänseende är ytterligt små och sker mycket långsamt.

## Referenser

- Strid, Jan (1978): *Ungdomar och tidningsläsning*. Statsvetenskapliga institutionen, Göteborgs universitet.
- Strid, Jan, Weibull, Lennart (1984). *Läsvanor och läsintressen 1979-1983*. Avdelningen för masskommunikation, Göteborgs universitet.
- Strid, Jan (1991): Dagspressinnehållets viktighet. I Holmberg, S & Weibull, L (red): *Trendbrott*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet
- Strid, Jan (1995): Tidningsinnehållets viktighet. I Holmberg, S & Weibull, L (red): *Mitt i nittioalet*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Strid, Jan (2000): Vad är det viktigaste i morgontidningen 1999. I Holmberg, S & Weibull, L (red): *Det nya samhället*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Weibull, Lennart (1983) *Tidningsläsning i Sverige*. Stockholm: Liber förlag.
- Weibull, Lennart (1983a). *Dagspressens läsare*. Avdelningen för masskommunikation, Göteborgs universitet.
- Weibull, Lennart (1983b): *Tidningsläsning i Sverige*. Stockholm: Liber förlag.
- Weibull, Lennart, Kratz Charlotta (1995 /red/): *Tidningsmiljöer. Dagstidningsläsning på 1990-talet*. Göteborg: Institutionen för Journalistik och Masskommunikation, Göteborgs universitet.

## VANLIGA OCH MER OVANLIGA DAGARS MEDIEANVÄNDNING

ÅSA NILSSON

**E**n helt vanlig dag. Brukar vi säga ibland. Men finns det sådana? Helt klart är att vårt vardagliga liv präglas av rutiner. Vissa rutiner är mycket personliga, andra delar vi med många andra. Somliga tenderar att följa livscykel, andra kan relateras till vissa grupper av människor eller till människor med en viss livsstil. Egenskaper såsom ålder, kön, utbildning, var vi bor, vår arbetssituation och inkomst, fritidsintressen och livsmål kan spela stor roll för hur vi strukturerar och lever vår vardag.

Men alla dagar går inte på rutin. Planerade eller oförutsedda händelser kan göra dagen mer ovanlig än vanlig: du försover dig, barnen vaknar prickiga av mässlingen, en gammal god vän dyker upp från intet, ditt arbete håller dig sysselsatt till långt in på kvällen, en släkting bjuder på 50-årskalas, Sverige vinner EM i fotboll, hela staden är insnöad... Ibland innebär det glädjande avbrott från rutinerna, ibland inte.

Så går det över huvud taget att tala om "en vanlig dag"? Ett enkelt svar är att vi ju i alla fall ofta gör det. Oavsett skillnader i livsmönster människor emellan och tillfälliga avbrott i individuella rutiner, så finns det ändå något i människors sätt att leva i samhället som gör att ett begrepp som "vardagsliv" är användbart och meningsfullt. Men går det att beskriva, det hur en *generellt* vanlig dag egentligen ser ut? SCB har sedan länge arbetat med omfattande intervjuer för att få en bild av levnadsförhållanden i Sverige (ULF)<sup>1</sup>; men här handlar det i första hand om vanor, tillstånd och attityder, snarare än om direkta beteenden en genomsnittlig dag. Dagboksstudier är en metod som tydligare riktar in sig på det konkreta vardagslivet (se t. ex. Ellegård 1994). Ett annat, tämligen aktuellt exempel på hur man kan beskriva vardagslivet är projektet *En dag i Sverige*<sup>2</sup> som lät såväl yrkes- som amatör-fotografer runt om i landet skildra vardagslivet genom kameranlinsen en junidag 2003. Studier med vitt skilda metoder – men med samma övergripande syfte.

I SOM-undersökningen har ansatsen varit ännu en annan, helt utan anspråk att ge en heltäckande bild av svenskt vardagsliv, men i stället med syftet att kunna tillföra en vardagsdimension till studier av massmedieanvändning. SOM-enkäten har med denna utgångspunkt de fyra senaste åren avrundats med några frågor om vad man gjort under gårdagen – det vill säga relativt den dag man fyller i formuläret. Svaren på dessa frågor gör det möjligt att teckna en grov bild av en typisk (höst)dag – SOM-undersökningen genomförs i huvudsak i sent september/oktober månad – för den svenska befolkningen mellan 15 och 85 år (se metoddokumentationen i denna volym). Men en mätning av vardagsbeteende genom en postenkät

präglas naturligtvis av vilken dag respondenterna väljer att fylla i enkäten – dvs. i förlängningen vilken ”gårdag” svaren kommer att referera till (tabell 1).

**Tabell 1** ”Gårdagen” i Riks-SOM-undersökningen 2000–2003 (procent)

Veckodag	2000	2001	2002	2003
Måndag	9	10	9	10
Tisdag	7	8	28	8
Onsdag	24	10	17	31
Torsdag	20	28	15	18
Fredag	13	17	12	14
Lördag	16	14	12	11
Söndag	11	13	7	8
Summa procent	100	100	100	100
<i>Vardagar</i>	<i>73</i>	<i>73</i>	<i>81</i>	<i>81</i>
<i>Veckoslut</i>	<i>27</i>	<i>27</i>	<i>19</i>	<i>19</i>
Antal svar	1 766	1 838	1 759	1 805
Enkäten nådde ut	(fre) 6 okt	(fre) 28 sept	(tors) 26 sept <sup>1</sup>	(tors) 25 sept

**Kommentar:** <sup>1</sup>Enkäten nådde delvis ut redan (onsdagen) den 25 september.

Den stora koncentration av svar som är en direkt respons på det första enkätutskicket – omkring 40 procent av enkäterna kommer tillbaka ifyllda efter en vecka – gör att varje års undersökning överrepresenterar en enskild vecko(går)dag som konsekvens av vilken dag enkäten nådde ut det aktuella undersökningsåret. Den stora onsdagsövertikten 2003 är exempelvis resultatet av att det första enkätutskicket nådde ut till det stora flertalet respondenter på en torsdag och att många besvarade enkäten samma dag. Men mer avgörande för analyser av vardagsbeteende är fördelningen mellan vardagar och veckoslut. I 2000 och 2001 års undersökningar återspeglar fördelningen mellan vardagar och veckoslut ganska väl den faktiska (71 procent ( $5/7 \times 100$ ) respektive 29 procent ( $2/7 \times 100$ )), medan undersökningarna 2002 och 2003 innehåller relativt fler vardagar i svarsunderlaget (81 procent). Analyser på basis av SOM-undersökningens samlade gårdagar riskerar därmed att något överskatta vardagsbeteende. Då vardagsbeteendet hos många människor och på många punkter tenderar att skilja sig från helgdagarnas faller det sig därför naturligt att redan som utgångspunkt skilja mellan vardagar och veckoslut.<sup>3</sup>

## **En vanlig dag**

Hur ser då en typisk vardag respektive dag under veckoslutet ut? En genomsnittlig vardag i Sverige äter två tredjedelar av befolkningen frukost före klockan åtta, knappt sextio procent lämnar hemmet för att gå till arbetet/skolan, cirka femton procent arbetar övertid och en tiondel reser i arbetet (tabell 2). Nästan trettio procent är på kvällstid upptagna med aktiviteter eller ärenden utanför hemmet, lika många är i sin bostad i större delen av dagen. Tre fjärdedelar umgås med sin partner/familj, en dryg tredjedel med sina vänner. För en knapp femtedel är den genomsnittliga dagen ovanligt stressig, för en dryg tredjedel ovanligt lugn; det är alltså vanligare att vardagen upplevs som "ovanligt lugn" än "ovanligt stressig".

Veckoslutet har inte oväntat en något annorlunda rytm. När helgen kommer är de tidiga frukostätarnas skara nästan halverad – en dryg tredjedel äter sin frukost före åtta under helgen – cirka tio, femton procent går till arbetet/skolan, fem procent arbetar övertid, tre procent reser i jobbet, lika många är på semesterresa, och ännu fler, sju procent, tillbringar tid i sitt fritidshus. En fjärdedel är på kvällstid upptagna med ärenden/aktiviteter utanför hemmet; drygt hälften håller sig i princip hemma hela dagen. Vi ser vidare att åttio procent spenderar helgtid med sin partner/familj – drygt hälften med sina vänner. Mindre än tio procent upplever helgdagen som ovanligt stressig; tvärtom är det drygt hälften som uppfattar den som lugn.

Arbets-/studieliv följer i väsentlig del veckans vardags-/helgrytm – och har i sin tur betydelse för när man intar sin frukost, om vi lämnar bostaden eller ej, om vi uppfattar dagen som stressig eller lugn samt, inte oväntat, för övertidsarbete och arbetsresande.<sup>4</sup>

Våra mer allmänna vardagsvanor är mycket stabila under den undersökta treårsperioden 2001–2003, så långt jämförelser är möjliga; det gäller vardagen såväl som helgdagen.

**Tabell 2 Vardags- och helgaktiviteter, hösten 2001–2003**

	Vardag /helg	2001	2002	2003
Åt frukost före kl. 08 (kl. 07) <sup>1</sup>	Må–fr	40 <sup>1</sup>	66	66
	Lö–sö	17 <sup>1</sup>	33	36
Arbetade/gick i skolan utanför hemmet	Må–fr	58	59	59
	Lö–sö	12	10	15
Arbetade övertid	Må–fr	14	15	14
	Lö–sö	4	4	5
Var på resa i arbetet	Må–fr	*	9	9
	Lö–sö		3	3
Var på semesterresa	Må–fr	*	2	2
	Lö–sö		5	3
Var på lantställe/i fritidshus	Må–fr	*	4	5
	Lö–sö		10	7
Upptagen kvällstid m. aktiv./ärenden utanför hemmet	Må–fr	*	*	28
	Lö–sö			24
Var i min bostad <sup>2</sup> i princip hela dagen	Må–fr	31	29	29
	Lö–sö	56	53	55
Umgicks med min partner/familj	Må–fr	*	*	75
	Lö–sö			80
Umgicks med vänner	Må–fr	*	*	37
	Lö–sö			54
Hade en ovanligt stressig dag	Må–fr	19	17	18
	Lö–sö	10	9	8
Hade en ovanligt lugn dag	Må–fr	37	37	35
	Lö–sö	60	61	56
<i>Minsta antal svar</i>	<i>Må–fr</i>	<i>1 317</i>	<i>1 393</i>	<i>1 459</i>
	<i>Lö–sö</i>	<i>493</i>	<i>332</i>	<i>342</i>

**Källa:** Riks-SOM-undersökningen.

**Kommentar:** Frågan följer på frågor om medieanvändning under gårdagen och lyder 'Vad gjorde Du i övrigt i går?'. \*Delfrågan ingick ej detta år. <sup>1</sup>2001: kl. 07. <sup>2</sup>2001: 'hemma'.

Många vardagsaktiviteter har en tydlig koppling till ålder. Unga har exempelvis generellt senare frukostvanor, spenderar oftare kvällen utanför hemmet och är generellt mer umgängesorienterade än äldre; de yngre medelålders är tydligast präglade av övertidsarbete och stress; de äldre medelålders står för de generellt tidigaste frukostvanorna och delar med de yngre medelålders den starkaste fokuseringen på partner/familj; de allra äldsta står generellt utanför arbetslivet, är oftare på lantställe och tillbringar i större utsträckning hela dagen hemma i bostaden – samt upplever oftare dagar av lugn och ro. (tabell 3)

**Tabell 3 Aktiviteter en genomsnittlig veckodag under hösten 2003 efter ålder (procent)**

	15–29 år	30–49 år	50–64 år	65–85 år
Åt frukost före kl. 08	44	63	72	59
Arbetade/gick i skolan utanf. hemmet	64	64	54	6
Arbetade övertid	13	17	12	2
Var på resa i arbetet	8	10	8	2
Var på semesterresa	2	1	4	1
Var på lantställe/i fritidshus	2	2	6	13
Upptagen kvällstid m. aktiv./ärenden utanför hemmet	38	30	24	15
Var i min bostad i princip hela dagen	23	25	32	68
Umgicks med min partner/familj	71	81	81	68
Umgicks med vänner	57	36	33	39
Hade en ovanligt stressig dag	16	21	14	8
Hade en ovanligt lugn dag	29	30	44	63
<i>Minsta antal svar</i>	<i>410</i>	<i>580</i>	<i>489</i>	<i>334</i>

**Källa:** Riks-SOM-undersökningen.

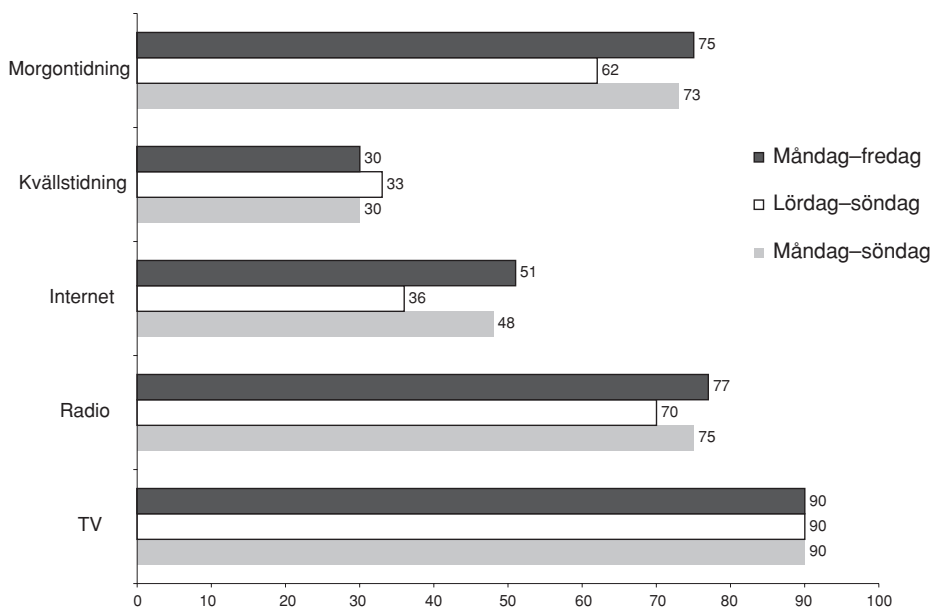
## Medieanvändning en enskild dag

En viktig vardagsingrediens är användningen av medier. Att mäta räckvidden för enskilda medier kan göras på flera sätt; en teknik som använts ganska ofta är den att fråga om vilka medier (vilka kanaler, vilket medieinnehåll) man tagit del av under gårdagen (s. k. *recency*-mätning) – en metod som framför allt används i personliga intervjuer. Men också i Riks-SOM-undersökningen har sedan år 2000 ställts frågor om gårdagens medieanvändning. Ursprungligen var syftet att ställa resultaten från denna typ av mätning mot dem man erhåller – av samma intervjupersoner –

genom att fråga om hur *ofta* man brukar ta del av ett viss medium (s. k. *frequency*-mätning) (Fredrikson 2002). Sedan 2001 har frågorna om medieanvändning under gårdagen kompletterats med frågor om hur dagen i övrigt sett ut – vars utfall redovisats ovan – i syfte att kunna analysera medieanvändningens vardagliga kontext.

Riks-SOM-undersökningens gårdagsmätning hösten 2003 visar tydligt hur särskilt TV, radio och morgonpress är medier med god förankring i vardagen (figur 1). Mer än tre fjärdelar av befolkningens 15–85-åringar tar del av television, radio och/eller morgontidning en genomsnittlig vardag: 90, 77 respektive 75 procent. Under helgen sjunker morgontidningsandelen till 62 procent; medan för radio och särskilt för TV andelen som använder mediet en genomsnittlig helgdag är mer lik vardagens: 70 respektive 90 procent. Andelen kvällstidningsläsare ligger på en knapp tredjedel under vardagen, en exakt tredjedel under helgdagen. Andelen som tog del av internet en genomsnittlig vardag motsvarar i SOM-undersökningen drygt hälften av den vuxna befolkningen, 51 procent. Veckorytmen är betydelsefull för användningen; andelen dagliga internetanvändare sjunker i veckoslutet till 36 procent.

**Figur 1** Användning av olika typer av medier en genomsnittlig vardag, helgdag respektive veckodag hösten 2003 (procent)



**Källa:** Riks-SOM-undersökningen.

**Kommentar:** Underlaget består av 1 454 personer med avseende på en genomsnittlig vardag, 341 personer en genomsnittlig helgdag och 1 838 personer en genomsnittlig veckodag.



Liksom andra vardagsaktiviteter står i samband med ålder och livscykel, kan vi beträffande medieanvändningen urskilja några tämligen välkända mönster härvidlag. Yngre personer representerar de minst flitiga morgontidningsläsarna respektive radiolyssnarna, men är i stället gruppen som använder internet mest (jfr. Josefine Sternviks, Jan Strids respektive Annika Bergströms kapitel i denna volym). Kvällstidningen och televisionen är tämligen åldersneutrala medier, även om de allra äldsta generellt läser kvällstidning i något mindre utsträckning än yngre. TV-mediets mycket breda spridning gäller alla åldrar.

**Tabell 4** *Medieanvändning en genomsnittlig veckodag hösten 2003 efter ålder (procent)*

	15–29 år	30–49 år	50–64 år	65–85 år
Morgontidning	59	73	80	78
Kvällstidning	30	31	34	26
Internet	68	60	41	12
Radio	66	75	80	78
TV	91	91	88	89
<i>Minsta antal svar</i>	<i>416</i>	<i>586</i>	<i>492</i>	<i>344</i>

**Källa:** Riks-SOM-undersökningen.

Användningen av internet har förändrats under senare år. Den dagliga räckvidden har under den analyserade perioden, 2000–2003, i SOM-undersökningens mätning ökat från 38 till 48 procent. Morgontidningsläsningen har förändrats i motsatt riktning: läsningen en genomsnittlig dag har under samma tid minskat från 83 till 73 procent. Beträffande internetanvändningen avser ökningen i första hand användningen under veckans vardagar (41 till 51 procent), medan morgontidningen tappat mest ifråga om helgläsningen (77 till 62 procent). Tendenserna för övriga medier är en svagt vikande räckvidd (Nilsson 2004).

En genomsnittlig gärdag i SOM-mätningen är i huvudsak en höstdag, och, som vi sett, oproportionerligt ofta en dag mitt i veckan. Dessa faktorer ska hållas i minnet vid jämförelser av resultaten från SOM-undersökningen med resultaten från andra räckviddsmätningar. I huvudsak liknar bilden i SOM-undersökningen den vi känner från andra studier (t. ex. Mediebarometer 2003), och resultaten beträffande skillnader i användning mellan olika åldrar validerar ytterligare mätningens rimlighet. Men där finns skillnader att uppmärksamma (jfr. Hellingwerf 2001), och särskilt gäller det räckvidden för internet och hur denna förändrats under senare år. SOM-undersökningen skattar jämfört med Mediebarometern<sup>5</sup> nätanvändningen en genomsnittlig dag år 2003 15 procentenheter högre (Nilsson 2004). En anled-

ning har befunnits vara just det faktum att SOM-undersökningen i mycket är en oktoberundersökning, vilket 2003 till exempel speglar ett förhöjt intresse för nättidningar om mordet på utrikesminister Anna Lind (jfr. Annika Bergströms kapitel i denna volym). Detta är ett mycket påtagligt exempel på hur händelser i omvärlden kan påverka den mer regelbundna vardagsvanan.

### Medieanvändningens tid och rum

Att sätta in medieanvändningen i en vidare omvärldskontext är relevant för den som studerar medieanvändningens förutsättningar och drivkrafter. Men för att närmare förstå hur människor integrerar medier i sin vardag är det lika viktigt att söka ringa in medieanvändningens placering i tid och rum. De två senaste årens SOM-mätningar av gärdagsanvändning visar hur flertalet medier framför allt konsumeras i hemmet: det gäller särskilt TV – 96 procent av "gärdagens" användare tittade på TV i hemmet – men också morgontidning (86 procent) – liksom internet, radio och kvällstidning (72–73 procent) (figur 2).

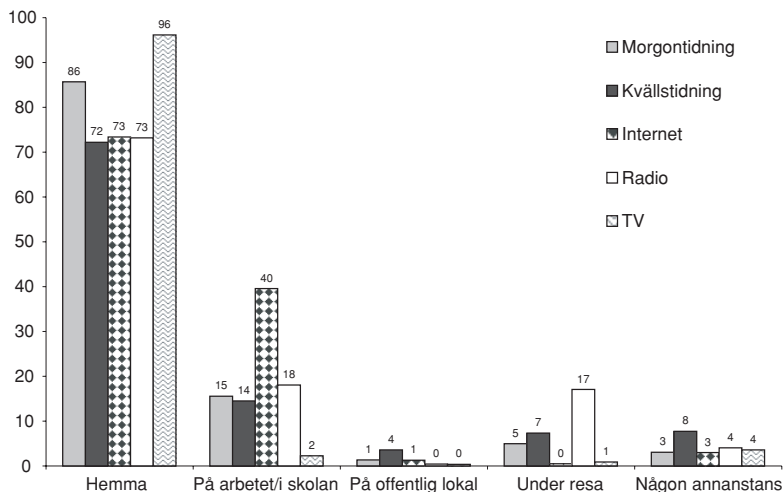
Internet är mediet som tydligast har ett alternativt rum: på arbetet eller i skolan. År 2003 har 40 procent av användarna tagit del av internet i denna kontext – 45 procent en genomsnittlig vardag, 10 procent en helgdag. Skillnaden mellan vardags- och helganvändning är tämligen stor även beträffande användning i bostaden: 70 respektive 91 procent. För övriga medier svarar arbetsplats-/skolanvändning för mellan 15 och 18 procent av respektive användargrupp med undantag av TV som har enbart 2 procent räckvidd bland TV-tittarna i denna kontext. Vardags-/veckoslutfaktorn väger förutom internet tyngst ifråga om morgontidning och radio.

Få av medierna konsumeras på andra typer av offentlig lokal (café, bibliotek etc.), men ser man till användningen under resa blir räckvidden bland användarna av respektive medier något större – detta gäller särskilt radio, där 17 procent av radiolyssnarna lyssnat under resa (vardag: 18 procent; lördag/söndag: 11 procent).

Mediernas konkreta plats i vardagen är i princip densamma mellan 2002 och 2003. Den största skillnaden gäller internetanvändningen på arbetsplatsen, vilken 2002 uppmättes till 43 procent – dvs. en differens på 3 procentenheter relativt 2003.

Det är välkänd kunskap att olika medier har lite olika "prime time" (se t. ex. Mediebarometer 2003 eller, för en mer kvalitativ ansats, Steeg Larsen 2000). Morgontidningsläsningen sker i första hand under morgonen, då, enligt SOM-undersökningen 2003, 79 procent av läsarna läser sin tidning. Men också radion är ett utbredd morgonmedium: 35 procent. Under dagen är "konkurrensen" medier emellan större; störst räckvidd bland användarna uppmäter vi för radion (67 procent) och internet (61 procent). Övriga har en räckvidd mellan 18 och 45 procent bland sina respektive användare. På kvällen dominerar TV-mediet med 90 procent räckvidd; men kvällen är också kvällstidningsläsarnas och nätanvändarnas tid – det gäller drygt hälften i respektive grupp (figur 3).

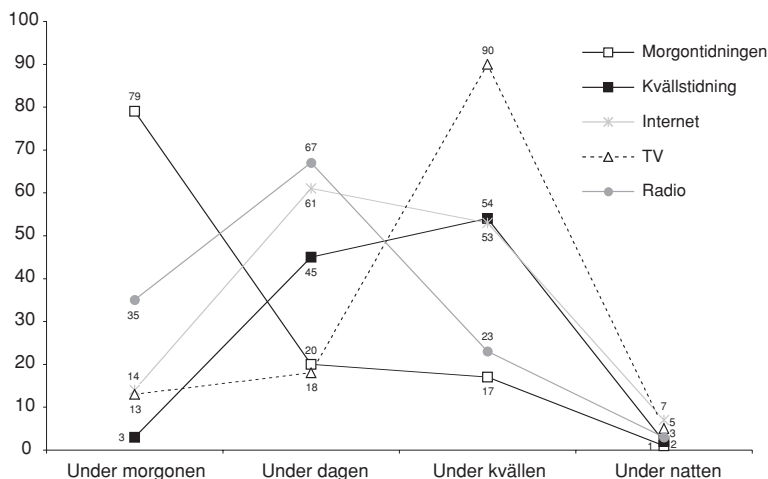
**Figur 2 Platsen för användning av olika medier, en genomsnittlig dag hösten 2003 (procent av användare)**



**Källa:** Riks-SOM-undersökningen.

**Kommentar:** Procentandelarna baseras på respektive mediums användare; den generella räckvidden är alltså inte jämförbar medier emellan.

**Figur 3 Tidpunkten för användning av olika medier, en genomsnittlig dag hösten 2003 (procent av användare)**



**Källa:** Riks-SOM-undersökningen.

**Kommentar:** Procentandelarna baseras på respektive mediums användare; den generella räckvidden är alltså inte jämförbar medier emellan.

Dygnsrytmen för respektive medium är huvudsakligen densamma på vardagen och under veckoslutet, åtminstone med denna tämligen grova indelning av dygnet. Det mest tydliga undantaget gäller användningen av internet; mediets räckvidd bland användarna under dagtid är 64 procent en genomsnittlig vardag och 44 procent en genomsnittlig helgdag, under natten skiljer räckvidden tvärtom mellan 5 och 14 procent. Det tycks alltså som om dagtidens arbetsplatsanvändning på vardagen under helgen i någon mån "ersätts" av nattlig användning i hemmet.

### **Medievanan och användningen en enskild dag**

Inom ramen för SOM-undersökningen finns möjligheten att relatera gårdagens medieaktiviteter till den vana att ta del av samma medier som uppges i formulärets tidigare avsnitt (jfr. Fredrikson 2002). Vanan kan av självklara skäl aldrig fullt ut återspeglas i användandet varje enskild dag: En enskild dag kan TV-apparaten ha gått sönder, tidningsbudet insjuknat i influensa, "medieanvändaren" själv blivit sängliggande i dvallik feber, varit bortrest eller på annat sätt påverkats i sin vardag på ett sätt som inneburit att de vanliga vardagsrutinerna fått ge vika. Detta kan påverka medieanvändningen i "negativ" mening – att räckvidden för den enskilde personen blir mindre än vanligt – eller i "positiv": att man tar del av medier, kanaler eller innehåll annat eller andra än man brukar. Ibland kan en "ovanlig dag" innebära att ett medium byts ut mot ett annat: den dag då TV-apparaten gått sönder tar man kanske fram boken ur bokhyllan redan före sängdags, om tidningen inte kommer tittar man kanske på TV-nyheternas morgonsändningar i stället. Händelser i samhället eller medieutbudet i sig kan naturligtvis också göra vardagen och mediekonsumtionen till något allt annat än vardaglig och vanlig.

Men om vanan och användandet en enskild dag inte korresponderar elegant för varje enskild individ, kan man kanske förvänta sig att mer ovanliga dagar balanserar varandra om man ser till medieanvändningen på aggregerad nivå. Skalan i SOM-undersökningens vanemätningar skiljer sig åt för olika medier, och endast för morgon- och kvällstidningsläsningen – där svarsalternativen inkluderar frekvensen om 7 dagar i veckan – går det att direkt relatera svaret till gårdagsanvändningen. Men även de andra vaneskalorna – ungefär hur ofta man brukar göra något respektive hur ofta man gjort något under de senaste 12 månaderna – kan omvandlas till mått för *förväntad* räckvidd. Om en person uppger sig ta del av en morgontidning sju dagar i veckan är sannolikheten att samma person gjort det en enskild dag i princip 100 procent. På motsvarande sätt kan sannolikheten för att en person som säger sig aldrig ta del av morgontidningar ändå ska ha gjort det en enskild dag skattas till 0 procent. En användningsvana på 3 dagar i veckan ger  $3/7 \cdot 100$  procent sannolikhet etc. De andra mer ungefärliga frekvensalternativen har, på friare grund, omvandlas i termer av förväntad räckvidd enligt det procenttal som anges i tabell 5.

Tabell 5 Medieanvändning i går efter vanan, 2000–2003 (procent)

		Räckvidd:		Differens	Antal personer
		Tog del av i går	Förväntad räckvidd <sup>1</sup>		
Morgontidning	7 dgr/v	94	100	-6	2 434
	6 dgr/v	92	86	6	2 232
	5 dgr/v	80	71	9	701
	4 dgr/v	72	57	15	278
	3 dgr/v	57	43	14	327
	2 dgr/v	41	29	12	151
	1 dag/v	37	14	23	101
	Mer sällan/aldrig	18	0–14	4–18	836
<i>Totalt</i>		<i>78</i>	<i>74</i>	<i>4</i>	<i>7 207</i>
Kvällstidning	7 dgr/v	90	100	-10	554
	6 dgr/v	83	86	-3	196
	5 dgr/v	76	71	5	343
	4 dgr/v	68	57	11	340
	3 dgr/v	54	43	11	533
	2 dgr/v	38	29	9	759
	1 dag/v	23	14	9	1 062
	Mer sällan Aldrig	7 4	0–14 0	-7–7 4	2 296 884
<i>Totalt</i>		<i>31</i>	<i>28</i>	<i>3</i>	<i>7 191</i>
Internet	Flera ggr/v	78	28-100	-22–50	3 120
	Ngn g/v	38	14	24	872
	Ngn g/mån	18	3	15	523
	Ngn g/kvartal	6	1	5	129
	Ngn g/halvår	8	1	7	91
	Ngn g/året	8	0	8	223
	Ingen gång	1	0	1	1 865
<i>Totalt</i>		<i>42</i>	<i>*</i>	<i>*</i>	<i>7 153</i>
Radio	Dagligen	91	100	-9	3 882
	5–6 ggr/v	82	79	3	1 106
	3–4 ggr/v	67	50	17	966
	1–2 ggr/v	41	21	20	506
	Mer sällan	20	0–14	6–20	403
	Aldrig	14	0	14	186
<i>Totalt</i>		<i>76</i>	<i>77</i>	<i>-1</i>	<i>7 195</i>

forts.

Tabell 5 forts.

		Räckvidd: Tog del av i går	Förväntad räckvidd <sup>1</sup>	Differens	Antal personer
TV	Dagligen	95	100	-5	5 049
	5–6 ggr/v	90	79	11	1 147
	3–4 ggr/v	84	50	34	594
	1–2 ggr/v	65	21	44	169
	Mer sällan	52	0–14	38–52	50
	Aldrig/ej tillgång	31	0	31	88
<i>Totalt</i>		<i>92</i>	<i>88</i>	<i>4</i>	<i>7 217</i>

**Källa:** Riks-SOM-undersökningen.

**Kommentar:** Vanan avser användning per vecka utom beträffande internet då den avser användning under de senaste 12 månaderna. <sup>1</sup>Måttet bör tolkas som bred referenspunkt. För radio och TV har frekvensen '5–6 ggr/v' omvandlats till en sannolik räckvidd på 5,5/7x100 procent etc. Frekvensen 'mer sällan' har omvandlats till 7 procent förväntad räckvidd (motsvarar en gång per fjortonde dag). Frekvensen beträffande 'någon gång i månaden' har omvandlats till 1/30x100 procent etc. \*Mätskalan tillåter inte en beräkning av förväntad räckvidd på total nivå.

I linje med diskussionen ovan kan fastslås att den dagliga vanan aldrig fullt ut motsvaras av ett faktiskt beteende den enskilda dagen (jfr. Fredrikson 2002 för analys av TV och radio på kanalnivå samt Weibull 1983, s. 181ff. och Reimer 1986, s. 31ff. beträffande morgontidningsläsning). Televisionen och morgontidningen är de medier där en daglig vana i högst utsträckning<sup>6</sup> också omsätts i praktiken: 5 respektive 6 procent faller ifrån den genomsnittliga enskilda dagen.

Lämnar vi däremot de mest högfrekventa användargrupperna är mönstret generellt det att respondenterna i sin beskrivning av vanan *underskattar* sin faktiska användning. Det är inte möjligt att rakt av jämföra de olika mediernas differens mellan förväntad och uppmätt räckvidd då frekvensskalorna skiljer sig åt, men ser vi till den mer lågfrekventa användningen – mer sällan än någon gång i veckan – framkommer hur särskilt konsumtionen av TV väsentligt undervärderas i den beskrivna vanan relativt den dagliga räckvidden.

Totalt sett ser vi hur den generella underskattningen av medieanvändningen i någon mån balanseras av överskattningen av den dagliga vanan (internet redovisas inte här då mätskalans utformning inte möjliggör full jämförelse). Över lag ger 2002 och 2003 års undersökningar en mindre differens än de tidigare åren mellan faktisk och förväntad räckvidd; framför allt gäller det beträffande morgontidningsläsning (Nilsson 2004; jfr. Fredrikson 2002 och Ohlsson 1989, s. 166ff.).

Delar av orsaken till den ofta betydande differensen mellan vana och räckvidd en genomsnittlig dag kan sökas i själva frågeteknikerna. Vanefrågan gäller använd-

ningen av mediet eller mediets kanaler kort och gott. Det faktum att frågan om gårdagens användning i 2002 och 2003 års undersökningar direkt relaterar till vilka platser man tagit del av mediet och vilken tid på dygnet torde höja räckviddsresultatet särskilt för de medier som används utanför hemmet, dvs. medier med betydande arbetsplats- och studierelaterad användning (jfr. Fredrikson 2002). Men den ökning av internetanvändningen som framkommer i SOM-undersökningens räckviddsmätning sker framför allt mellan 2002 och 2003 och kan därmed inte tolkas som ett uppenbart resultat av den förändrade frågetekniken.

Skillnaden i utfall mellan vana och faktiskt användning är heller inget unikt resultat och ska därför inte tolkas som ett rent reliabilitetsproblem. Men det innebär ändå inte att skillnaderna vi ser mellan de två mätmetodernas resultat nödvändigtvis handlar om skillnader i *användning*. Wadbring och Weibull (1996) betonar, ifråga om dagspressläsning, vikten av att se på vane- respektive räckviddsmätningen som två olika ansatser att beskriva människors medieanvändning – vilka tenderar att mäta lite olika saker. Det finns nämligen en validitetsproblematik i det att vane-mättet tenderar att förutom den faktiska vanan spegla sådant som intresse, attityder och prestige. Skillnader i resultat mellan vane- och räckviddsmätning kan därmed delvis tillskrivas identitetsfaktorer (jfr. Fredriksons (2002) analys av *underskattare* respektive *överskattare*). Tillmäter man exempelvis morgontidningen hög prestige – samhällelig, social, intellektuell... – är benägenheten att se sig själv som regelbunden morgontidningsläsare högre än om man är mer likgiltig inför morgontidningens roll som informationskanal och har sin identitet förankrad i en annan syn på samhälle/umgänge/intellekt.

### Den mer oväntade medieanvändningen

Resultaten redovisade ovan har bjudit på goda belägg för att vanan inte fullt ut realiserats i ett faktiskt beteende en enskild dag. Diskussionen visar också på det orimliga i att tolka alla skillnader i termer av brutna vanor (eller icke-vanor). Men även om vare sig reliabilitets- eller validitetsproblem förknippade med de bägge mätmetoderna ska underskattas så är det samtidigt mycket som händer och sker i vår vardag med kraft att bryta vardagsrutinen. Vill man gå vidare i den riktningen med analyser av vanebrytare och vanebrytande faktorer finns det som antyds av dessa termer två frågor relevanta att ställa sig: 1) vad utmärker de individer som bryter sin medievana (eller icke-vana!), och 2) vad utmärker vardagskontexten den dag då medievana bryts? Den övergripande frågan som väcks är i vilken grad vi har att göra med individ- respektive omvärldsfaktorer. Som antytts tidigare hänger sådana faktorer till många delar samman; unga människor tenderar till exempel att vara mer rörliga än äldre, med i övrigt olika vardagar som följd.

I det följande kommer analysen att avgränsas till två medier: morgontidningen – det etablerade massmediet vars räckvidd vi sett tecken på har minskat under senare år, och internet – det betydligt yngre mediet vars räckvidd tvärtom vuxit. Med

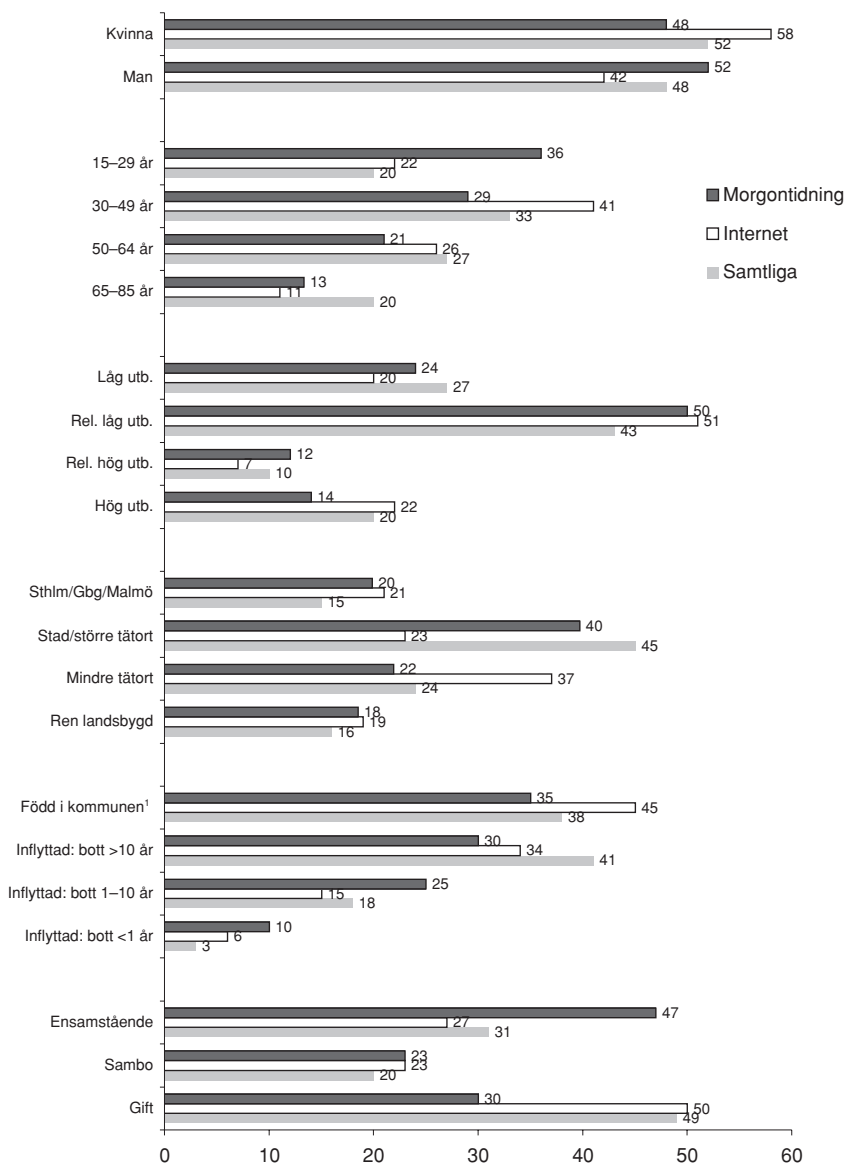
utgångspunkt i dessa två medier ska undersökas vilka "positiva" faktorer som kan urskiljas med potential att stimulera till medieanvändning trots en lågfrekvent eller rent av obefintlig vana (jfr. Weibulls analys av tvärtom den grupp som inte tar del av morgontidningen en enskild dag fast vanan antyder att de "borde" (Weibull 1983:191ff.)). En lågfrekvent/obefintlig vana definieras beträffande morgontidning som att läsa mindre ofta än en gång i veckan och beträffande internet som användning som oftast "någon gång i månaden" under de senaste 12 månaderna.

Om vi först fokuserar den grupp som läst en morgontidning den enskilda (går) dagen men säger sig inte göra detta regelbundet (figur 4; mörka staplar), visar det sig att andelen unga i denna grupp är betydligt större än genomsnittet i undersökningen, liksom ensamstående och förhållandevis nyinflyttade i kommunen (egenskaper som bägge samvarierar med ålder) – dvs. generellt mer rörliga människor med mindre stabila vanor. Denna bild speglar i mycket icke-läsarna som helhet (jfr. Lithner 2000). Andra studier har visat att unga generellt svarar för större skillnader än äldre mellan vana och daglig exponering (Fredriksson 2002; Ohlsson 1989; Weibull 1983, s.192f.). Utbildningsfaktorn (också den korrelerad med ålder) slår igenom något i det att särskilt de högst utbildade är underrepresenterade bland de mer "oväntade" läsarna. Könsskillnaden är däremot försumbar, liksom dimensionen storstad–landsbygd.

Ser vi därefter till den grupp individer som tagit del av internet en enskild dag men inte brukar göra detta (figur 4; vita staplar) är kvinnor något överrepresenterade i detta sammanhang. Åldern spelar in även här, men ifråga om internet är det framför allt gruppen 30–49-åringar som är överrepresenterade i det oväntade tillskottet av användare. Detta gäller vidare boende på mindre tätorter relativt stadsbor och boende på landsbygden. I termer av förankring på orten – liksom vad gäller förankring relationsmässigt – är gruppen mer lik befolkningen som helhet.



**Figur 4** Egenskaper hos "oväntade" morgontidningsläsare respektive internetanvändare jämfört med samtliga svarande, 2000–2003 (procent)



**Källa:** Riks-SOM-undersökningen.

**Kommentar:** Antalet "oväntade" morgontidningsläsare respektive internetanvändare är relativt litet, som minst 144 respektive 162 personer. För definition av grupperna, se texten. <sup>1</sup>Bott i kommunen hela livet eller född i kommunen med tillfälligt boende på annan ort.

Lämnar vi de rena individfaktorerna och går vidare till kontexten i tid och rum för den mer oväntade användningen av morgontidning respektive internet (tabell 6a), visar det sig att veckoslutsanvändningen är något överrepresenterad i bägge grupper. Vad gäller den mer oväntade morgontidningsläsningen sker den oftare än annars på dagen, dvs. relativt morgon, kväll och natt. Läsningen är också i större utsträckning förlagd utanför hemmet: på arbetet/i skolan, under resa, på offentlig lokal eller någon annanstans. Beträffande den mer oväntade internetanvändningen är det tvärtom den annars vanliga dagtidsanvändningen som är mindre framträdande, liksom morgonanvändningen. Internetanvändningen i denna grupp är totalt sett mindre spridd över dygnet, vilket också indikerar ett mer tillfälligt användande. Platsen är mindre ofta arbetet/skolan liksom i viss mån hemmet, men i stället i större utsträckning någon annanstans.

**Tabell 6a** Användningens tid och rum för "oväntade" morgontidningsläsare respektive internetanvändare jämfört med samtliga användare en enskild dag, 2002–2003 (procent)

	Oväntade läsare	Samtliga läsare	Oväntade internetanv.	Samtliga internetanv.
Vardag	78	83	79	86
Veckoslut	22	17	21	14
Under morgonen	55	81	7	13
Under dagen	36	20	30	61
Under kvällen	9	16	51	54
Under natten	1	0	4	5
Hemma	62	87	65	76
På arbetet/i skolan	29	15	24	41
På offentlig lokal	2	1	3	1
Under resa	13	4	1	0
Någon annanstans	20	3	11	2

**Källa:** Riks-SOM-undersökningen.

**Kommentar:** Antalet "oväntade" morgontidningsläsare respektive internetanvändare är litet, 85 respektive 99 personer. För definition av grupperna, se texten.

Om vi i nästa steg jämför dagskontexten i övrigt för gruppen mer oväntade morgontidningsläsare respektive internetanvändare med dem som vare sig uppfattar sig som regelbundna användare eller tog del av mediet den enskilda dagen, är det gemensamma och generella mönstret som framträder att de som handlar mot en (upplevd) icke-vana gör det i ett sammanhang som i högre grad präglas av en arbets-/studiekontext och stress (tabell 6b). Detta gäller särskilt ifråga om internet; här är

andelen som varit på arbetet/i skolan, arbetat övertid, rest i arbetet respektive upplevt dagen som ovanligt stressig i princip dubbelt så stor som bland dem som vare sig brukar använda internet eller gjort det den enskilda dagen. För gruppen oväntade morgontidningsläsare är mönstret detsamma men svagare.

I bägge grupper av "oväntade" användare är uppfattningen att dagen inte varit särskilt typisk något större jämfört med respektive referensgrupp; detta styrker i viss mån tolkningen att det delvis handlar just om en bruten (oregelbunden eller obefintlig) vana och inte bara om en orimligt uppskattad vana från respondentens sida.

**Tabell 6b Dagskontexten för "oväntade" morgontidningsläsare respektive internetanvändare jämfört med dem som definierar sig som icke-regelbundna användare och heller inte tagit del av mediet en enskild dag, Riks-SOM 2001–2003 (procent)**

	Oväntade läsare	Ej läst i går, brukar ej	Oväntade internetanv.	Ej använt i går, brukar ej
Åt frukost före kl. 08 <sup>1</sup>	53	43	67	60
Arbetade/gick i skolan utanf. hemmet	54	47	57	29
Arbetade övertid	15	11	14	7
Var på resa i arbetet	10	6	9	5
Var på semesterresa	4	2	3	2
Var på landställe/i fritidshus	4	4	3	8
Var i min bostad <sup>2</sup> i princip hela dagen	22	39	26	48
Hade en ovanligt stressig dag	22	16	24	12
Hade en ovanligt lugn dag	33	37	32	53
"En mycket typisk dag" <sup>1</sup>	10	12	11	13
"En ganska typisk dag" <sup>1</sup>	48	53	50	57
"En inte särskilt typisk dag" <sup>1</sup>	27	22	27	18
"En inte alls typisk dag" <sup>1</sup>	15	13	12	12

**Källa:** Riks-SOM-undersökningen.

**Kommentar:** Antalet "oväntade" morgontidningsläsare respektive internetanvändare är litet, som minst 89 respektive 101 personer. Antalet icke-regelbundna användare som ej heller tagit del en enskild dag är som minst 366 respektive 1 294 personer. <sup>1</sup>Ingick enbart 2002 och 2003. <sup>2</sup>2001: 'hemma'.

## Individ- kontra vardagsfaktorer

Därmed är det dags att återknyta till frågan om vad som ligger bakom de skillnader i vana och faktisk användning vi har sett. En analys av de mer "oväntade" morgontidningsläsarna lyfter fram några invidfaktorer i det att gruppen rymmer en jämfö-

relsevis stor andel unga och mindre rotade människor (parrelation, boende) – människor med generellt mindre stabila vanor. Vi vet att denna grupp har en relativt sett svag morgontidningsidentitet, varmed skillnaden mellan vana och faktisk räckvidd delvis bör tolkas som ett mätproblem. Men det faktum att dagen för oväntad läsning i något större utsträckning än annars upplevs som "atypisk" motiverar samtidigt att tolka skillnaden också i termer av just oväntad användning, sprungen ur en bruten vardagsvana.

Den oväntade läsningen verkar också ha en något annorlunda ram i tid och rum: den sker något oftare under helgen, relativt oftare under dagtid och är i högre utsträckning förlagd utanför hemmet. Det finns vidare tendenser till att den oväntade läsningen främjas av dagar som är mer präglade av arbete/studier och stress än annars. Att läsa morgontidningen på dagtid och på andra platser än i hemmet är vanligare bland unga än bland äldre. Men arbetsliv och stress hänger inte lika entydigt samman med ungdom, varför det tycks finnas skäl att förutom individfaktorer inkludera vardagsfaktorer när man ska beskriva vad som ligger bakom skillnader mellan vana och faktiskt räckvidd för morgontidningen. Att bo i ett prenumererande hushåll bidrar, inte överraskande, i positiv riktning till den mer oväntade läsningen; i denna grupp uppger 17 procent att de/hushållet har en morgontidningsprenumeration – att jämföra med 7 procent bland dem som vare sig brukar läsa morgontidning eller gjort det den enskilda dagen. (Andelen i hela befolkningen är 71 procent sett till genomsnittet för åren 2001–2003.)

När det gäller den mer oväntade internetanvändningen pekar analysen i mindre grad ut individfaktorer som av betydelse; gruppen mer tillfälliga användare är mer lik befolkningen som helhet, men har en profil av en förhållandevis stor andel unga medelålders (och, svårtolkat, av boende på mindre tätort). Den mer "oväntade" användningen är tydligare knuten till helgen och till kvällen än vad vi sett för den genomsnittliga användningen; och även om användningen också hos denna grupp sker hemma och i viss utsträckning på arbetet/i skolan så är det här som andra platser träder fram som möjliga platser för nätanvändning. Men samtidigt är tillgången till internet både i hemmet och på arbetsplatsen/skolan betydligt högre i gruppen "oväntade" användare jämfört med dem som vare sig uttrycker någon vana eller någon användning den enskilda dagen: 75 procent av de förra har tillgång till internet i hemmet och 40 procent på arbetet/i skolan – att jämföra med 29 respektive 15 procent i referensgruppen. Den relativt begränsade användningen på arbetsplats/skola i gruppen "oväntade" användare i kombination med att de samtidigt uppvisar en dagskontext tydligare präglad av arbete/skola och stress ger således en något motstridig bild och postrar på behovet att fördjupa analysen av den mer "oväntade" användningen för att se hur de olika faktorerna samvarierar med varandra.

## Medieanvändning i vardagen

Har man som uppgift att beskriva medieanvändningen i vardagen finns det som vi sett skäl att använda sig av kompletterande metoder. Vanan är aldrig helt densamma som användningen varje enskild dag – oavsett om orsaker till skillnader ska sökas i metod, individ- eller vardagskontextfaktorer. Där vanemätningen har fördelen att den är förhållandevis okänslig för tillfälligheter i såväl den nära vardagen som den omvärld vi delar med betydligt fler erbjuder mätningar av enskilda dagars medieanvändning möjligheten att studera den vardagssituation som omger användningen. I den föreliggande analysen har dessa två ansatser kombinerats för att belysa vad som karakteriserar kontexten för den mer oväntade medieanvändningen.

Själva medieinnehållet har dock hittills lämnats därhän. Vad i mediernas innehåll som uppmuntrar till vardagliga medierutiner – men inte minst till användning en enskild dag hos dem vars vardag inte lika tydligt präglas av medievanor – är en fråga som pekar framåt mot vidare studier. Sedan tidigare vet vi exempelvis att sport och serier är tidningsinnehåll som mer än annat är kopplat till vanan: antingen så läser man detta material i tidningen eller så gör man det inte alls (Reimer 1986, s. 58ff.). Läsningen av annat innehåll är mer avhängigt den tid som finns att tillgå (Weibull 1983, s. 390ff.) Men vilka rubriker, vilken typ av TV-innehåll etc. kan förmå den normalt svårlockade användaren att ta del av ett medium en enskild dag? Och under vilka förutsättningar i vardagen i övrigt? Sådana frågor kräver en mer komplex studie, som utöver det analytiska samspel som två kvantitativa ansatser kan erbjuda, inbegriper ett mer kvalitativt angreppssätt som på närmare håll förmår följa individers relationer till medier och medieinnehåll samt samspelet med vardagens företeelser i övrigt.

## Noter

- <sup>1</sup> [www.scb.se/templates/Product\\_\\_\\_\\_\\_12199.asp](http://www.scb.se/templates/Product_____12199.asp)
- <sup>2</sup> [www.endagisverige.nu](http://www.endagisverige.nu)
- <sup>3</sup> Som framgår av tabell 1 överskattar en genomsnittlig vardag i SOM-undersökningen något veckans mittdagar (2003 särskilt onsdagen, 2002 särskilt tisdagen, 2001 särskilt torsdagen), medan analyser av helgbeteende riskerar att något överskatta lördagsaktiviteter relativt söndagens (tydligast 2002).
- <sup>4</sup> Korrelationen mätt i Pearson's r mellan att ha arbetat/gått i skolan och ätit frukost före klockan åtta var 2003 0,27; i förhållande till att lämna bostaden eller ej (0,61); att uppfatta dagen som stressig (0,23); ...lugn (0,36); övertidsarbete (0,32); arbetsresande (0,21). Samtliga sambandsmått signifikanta på 99-procentig säkerhetsnivå.

- 5 Mediebarometern är en av de viktigare regelbundna mätningarna av medievanor i Sverige och har genomförts sedan 1979 – sedan 1994 i regi av Nordicom-Sverige, Göteborgs universitet. Intervjuerna görs per telefon under i princip hela året.
- 6 För internet frågas inte om daglig vana varför de mest högfrekventa användarna inte kan särstuderas och detta medium därmed inte heller fullt rättvisande kan jämföras med övriga.

## Referenser

- Ellegård, Kajsa (1994) *Att fånga det förgängliga. Utveckling av en metod för studier av vardagslivets skeenden*. Kulturgeografiska institutionen, Handelshögskolan, Göteborgs universitet.
- Fredrikson, Magnus (2002) *Vanor och bruk – En jämförelse mellan den vanemässiga användningen av press, radio och TV och användningen en enskild dag*. PM från Dagspresskollegiet, nr. 33. JMG, Göteborgs universitet.
- Hellingwerf, Karin (2001) *Gårdagskonsumtion av massmedier – En jämförelse mellan Mediebarometern 2000 och SOM 2000*. PM från Dagspresskollegiet, nr. 32. JMG, Göteborgs universitet.
- Lithner, Anders (2000) "Alla läser tidningen. Nästan." I Wadbring, Ingela och Lennart Weibull (red.) *Tryckt. 20 kapitel om dagstidningar i början av 2000-talet*. Dagspresskollegiet, JMG, Göteborgs universitet.
- Mediebarometer 2003*. Nordicom-Sverige, Göteborgs universitet.
- Nordicom-Sveriges Internetbarometer 2003* (kommande). Nordicom-Sverige, Göteborgs universitet.
- Nilsson, Åsa (2004) *Vanliga och mer ovanliga dagars medieanvändning – vanliga och mer ovanliga mätmetoder*. Arbetsrapport. JMG, Göteborgs universitet.
- Ohlsson, Anders (1989) "Läste Du tidningen igår? Om läsvana och gårdagsläsning". I Weibull, Lennart & Karin Björkqvist (red.) *Dagspressen och dess läsare – Empiriska studier av dagspressens utveckling under 1980-talet*. Almqvist & Wiksell International, Stockholm.
- Reimer, Bo (1986) *Läsaren och tidningen – MEMO-studier av en dags tidningsläsning*. Rapport nr. 9, Avdelningen för masskommunikation, Göteborgs universitet.
- Stegg Larsen, Bent (2000) *Medier till hverdag – En undersøgelse af mediebrug og hverdagsliv*. Film- og Medievidenskab, Københavns Universitet.
- Wadbring, Ingela & Weibull, Lennart (1996) "Räckvidd och läsvana 1986–1995". I *Medienotiser*, nr. 3, 1996. Nordicom-Sverige, Göteborgs universitet.
- Weibull, Lennart (1983) *Tidningsläsning i Sverige – Tidningsinnehav, tidningsval, läsvanor*. LiberFörlag, Stockholm.

# TIO ÅRS RADIOLYSSNANDE: EN ÖVERSIKT

JAN STRID

I SOM-institutets årliga mätningar har sedan 1994 ställts frågor om radiolyssnande. Bakgrunden var intresse att följa radiopublikens förändring mot bakgrund av privata lokalradions tillkomst detta år. I årliga översikter har det regelbundna radiolyssnandet redovisats (t ex Strid, 2000, 2001, 2002 och 2003). År 2003 mättes radiolyssnandet för tionde året i följd. I det följande redovisas några huvudtendenser.

## Regelbundet radiolyssnande 2003

Det allmänna draget i radiolyssnandet har i huvudsak varit stabilt. Men i början av 2000-talet noterades en nedgång i andelen regelbundna lyssnare. År 2002 var det strax över 20 procent av befolkningen som inte lyssnade på radio - mätt som minst två gånger per vecka. Andelen har 2003 ökat till närmare 25 procent och det är främst unga människor som inte lyssnar. När den stora förändringen av radion inträffade för drygt tio år sedan, 1993, med starten av privata lokalradiostationer eller, om man så vill, reklamkanaler så förutspåddes att radiolyssnandet skulle öka kraftigt. Likaså förutspåddes att vi skulle lyssna till fler kanaler per person. Båda dessa förutsägelser slog fel. Vi lyssnade tidigare på ca 2 kanaler per person och så är fallet också idag, och om man skall tala om någon tendens är det således att det regelbundna radiolyssnandet går ner.

Det som istället hänt är att publiken fördelat sig på ett större antal olika kanaler. Utvecklingen har emellertid även i detta avseende gått förhållandevis långsamt. I tabell 1 nedan kan vi se hur lyssnandet ser ut i Sverige med olika regelbundenhet och för varje radiokanal.

Störst andel lyssnare har P4 i Sveriges Radio. Detta är ju egentligen inte en kanal utan det är en sammanslagning av olika lokala kanaler. Det är också den enda i huvudsak talade lokala kanalen. De sänder dock inte hela dygnet och har endast kortare nyhetsinslag på helgerna.

P1 i Sveriges Radio är den kanal som har näst mest lyssnare och P3 kommer därefter men P4 är alltså fem gånger så stor som P3. Av de kommersiella kanalerna är Rix den största medan de övriga är ungefär lika stora. Annan privatradio är en sammanslagning av de lokala privata stationer som endast finns på några ställen i Sverige. Vi kan också se att majoriteten aldrig lyssnar på de kommersiella kanalerna ett förhållande som också gäller P2. Andelen som aldrig lyssnar på P2 har dessutom ökat med tre procentenheter från 2002-års undersökning.

**Tabell 1 Andel som brukar ta del av olika radiokanaler mer eller mindre regelbundet, hösten 2003 (procent)**

Kanal	Dagl	5-6 d/v	3-4 d/v	1-2 d/v	Mer sällan	Aldrig	Antal svar	Summa procent
P1 i Sveriges Radio	12	3	4	6	25	48	3675	100
P2 i Sveriges Radio	2	1	3	4	28	62	3675	100
P3 i Sveriges Radio	6	5	9	13	32	35	3675	100
P4 i Sveriges Radio	31	9	11	11	17	21	3675	100
Radio Rix	6	4	8	9	19	52	3675	100
Radio City	2	2	4	5	17	69	3675	100
Radio NRJ/Energy	3	2	5	7	20	62	3675	100
Mix Megapol	3	3	6	8	20	59	3675	100
Lugna Favoriter	3	2	4	6	16	69	3675	100
Annan privatradio	3	3	4	4	11	75	3675	100
Närradio	3	1	2	4	20	69	3675	100

### Lyssnande 1994-2003

Om vi jämför det dagliga lyssnandet med 2002-års siffror kan vi konstatera den stora stabiliteten i lyssnandet, siffrorna är nästan identiska. Men sett över en längre period kan vi se några intressanta skillnader.

**Tabell 2 Andelen dagliga lyssnare på de olika radiokanalerna 1994-2003 (procent)**

Kanal	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
P1 i Sverige Radio	17	13	12	12	13	12	13	13	12	12
P2 i Sveriges Radio	4	3	3	2	3	3	3	3	2	2
P3 i Sveriges Radio	15	12	9	8	8	8	7	7	7	6
P4 i Sveriges Radio	32	34	30	29	31	31	31	34	31	31
Radio Rix	4	4	5	5	6	7	6	6	6	6
Radio City	4	4	4	2	3	2	2	2	2	2
Radio NRJ/Energy	4	6	6	5	4	5	5	3	3	3
Mix Megapol	-	-	3	4	5	4	5	4	4	3
Lugna Favoriter	-	-	-	-	-	-	-	-	3	3
Annan privat radio	-	-	-	-	-	-	-	-	4	3
Närradio	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3
Antal svarande	1704	1777	1779	1754	1821	1800	1842	1899	3606	3675

De två kanaler som förlorat mest efter ”den stora förändringen 1993” är P1 och P3. P1 har minskat från 17 procent 1994 till 12 procent 2003 och P3 har gått från 15 till 6 procent. Men i ett längre perspektiv är det P3:s nedgång som varit mest dramatisk. En sådan jämförelse är dock knappast rättvisande, eftersom nedgången i



början av 1990-talet var en följd av en medveten programpolitisk omläggning till förmån för P4, något som också tillförde P4 en stor och – som kan utläsas av tabell 2 – trogen publik (Cronholm m fl, 1993). Den lokala prägel, det breda nyhetsutbudet med både nationella och lokala nyheter och sportbevakning är här faktorer som säkerligen spelat stor roll.

Översikten visar att Sveriges Radio kanaler under den gångna tioårsperioden relativt väl har klarat anstormningen av de kommersiella kanalerna, medan de senare har haft svårt att nå en regelbunden publik. I själva verket har ingen av dessa någon gång varit över 10 procent och det är tydligt att det inte heller finns några större upp- eller nedgångar under de undersökta åren.

### Radiolyssnandet i olika grupper

Ålder är den faktor som förklarar i stort sett allt när det gäller lyssnandet på radio. Är du ung upp till ca 30 år så lyssnar du på musik (dock ej klassisk musik i P2). Om du är mellan 30 och 50 år kan du blanda musik och tal medan om du är över 50 år så är det talade kanaler du väljer att lyssna till. Dessa ålderskillnader har i stort sett varit stabila under hela undersökningsperioden med två undantag, P2 och P1. P1 har minskat i de yngre åldrarna, 2002 var det en procent som lyssnade dagligen 2003 är det noll och det är först gången som vi inte har något dagligt lyssnande på P1 i åldrarna mellan 15 och 19 år. Tendensen styrks av att vi i Göteborgsundersökningen 2002 inte hade några lyssnare på P1 upp till 25 år vilket också var första gången.

**Tabell 3 Andelen dagliga lyssnar på olika radiokanaler efter ålder, 2003 (procent)**

Kanal	15-19	20-24	25-29	30-39	40-49	50-59	60-75	76-85
P1 i Sveriges Radio	0	2	3	5	8	13	24	34
P2 i Sveriges Radio	0	0	0	0	0	1	4	9
P3 i Sveriges Radio	5	10	11	7	9	4	3	4
P4 i Sveriges Radio	4	8	6	13	23	47	54	50
Radio Rix	7	12	13	10	9	4	1	0
Radio City	3	5	4	3	2	1	0	0
Radio NRJ/Energy	11	6	6	2	2	2	0	0
Mix Megapol	6	5	6	5	4	3	0	0
Lugna Favoriter	4	3	4	3	3	3	1	0
Annan Privat Lokalradio	5	6	4	3	2	3	1	0
Närradio	2	2	1	2	3	3	4	4
Antal svarande	280	218	263	602	580	696	793	243

**Källa:** Riks-SOM 2003

När det gäller P2 hade vi i undersökningen 2002 så gott som inga lyssnare i åldersgrupperna upp till ca 30 år och 2003 gäller detta upp till 50 år (där vi tidigare hade en procent). Dessa förändringar när det gäller lyssnandet på P1 och P2 antyder att vi här kan ha att göra med en generationsfaktor, vilket skulle innebära att P1- och P2-lyssnarna riskerar att dö ut om det inte sker något nytillskott.

Störst bland de kommersiella kanalerna i de allra yngsta åldrarna är Radio NRJ/Energy, men efter 20-års åldern är Radio Rix den största. Samtliga kommersiella kanaler har dock tappat något i de yngre åldrarna. Att närradion som tidigare var en kanal för äldre ändå har några procent av de yngre torde bero på att närradion på flera ställen liknar de kommersiella kanalerna med nästan enbart populärmusik.

Att finna olikheter i andra grupper än åldersgrupper är svårt. Om vi ser till skillnader mellan kvinnor och män så finns det enbart små skillnader i lyssnandet på två eller möjligen tre kanaler, P3, Radio Rix och Energy. Den manliga dominansen för P3 torde bero på deras blandning av olika musikgenrer och att de inte är så "mainstream" som de övriga musikkanalerna. Men att Rix och Energy har en övervikt för kvinnor är svårare att förklara. Möjligen kan det bero på att särskilt i Radio NRJ/Energy spelas den allra nyaste musiken och att detta lockar unga flickor.

**Tabell 4 Andelen dagliga lyssnare på olika radiokanaler efter kön, 2003 (procent)**

Kanal	Män	Kvinnor
P1 i Sveriges Radio	12	12
P2 i Sveriges Radio	2	2
P3 i Sveriges Radio	8	4
P4 i Sveriges Radio	31	30
Radio Rix	5	8
Radio City	2	2
Radio NRJ/Energy	2	4
Mix Megapol	3	4
Lugna Favoriter	2	3
Annan Privat Lokalradio	3	3
Närradio	3	3
Antal svarande	1919	1756

**Källa:** Riks-SOM 2003

Att likheten är så stor beror till stor del på att vi lyssnar tillsammans med andra och att det mera är ett gemensamt val såväl i hemmet som på arbetet/ i skolan. Även i bilen är lyssnandet ofta gemensamt. Därför är frågan kanske inte den allra bästa om man vill få fram vad människor helst lyssnar på. Frågan baseras ju på vad människor gör inte vad de skulle vilja göra.

Eftersom dessa vanor (att vakna, att åka till arbete/skola, att arbeta/gå i skolan, att åka hem från arbetet/skolan, att tillbringa eftermiddagen och kvällen i hemmet) är tämligen stabila och det är där vi lyssnar till radion kan vi heller inte förvänta oss några skillnader i radiolyssnandet. Den förändring i radiolyssnandet som vi kan förvänta oss gäller den unga publiken eftersom de kommersiella kanalerna riktar sig till dem samt förändringar i tekniken som gör att vi kan lyssna till musik på annat sätt, dvd, datorer mm. För att se dessa förändringar har nedanstående tabell sammanställts över radiolyssnandet i olika åldersgrupper samt kön.

**Tabell 5 Radiolyssnandet på olika kanaler i olika åldersgrupper samt kön uttryckt som differensen i dagligt lyssnande mellan 1994 och 2003**

Kanal	15-29 år	30-50 år	51-80	Män	Kvinnor
P1 i Sveriges Radio	-1	0	-7	-5	-4
P2 i Sveriges Radio	-1	-1	-4	-3	-2
P3 i Sveriges Radio	-8	-12	-8	-5	-9
P4 i Sveriges Radio	-5	+1	+5	0	-2
Radio Rix	+5	+2	0	+1	+3
Radio City	-4	-1	-1	-1	-1
Radio NRJ/Energy	-4	-1	-1	0	-3
Mix Megapol	+1	-1	0	0	+1

**Källa:** Riks-SOM 1994 och 2003

I stort sett samtliga kanaler utom Radio Rix har minskat bland de dagliga lyssnarna och detta i samtliga åldersgrupper. Samma mönster återfinnes i stort sett när det gäller kön.

Den grupp som förändras minst när det gäller kanalval är den mellan 30 och 50 år medan de yngre och de äldre förändras mer. Det är också så att kvinnor val förändrats mer än män under dessa 10 år. I princip går förändringarna åt samma håll i samtliga åldersgrupper utom för P4, för där går det ner bland de yngre och upp bland de äldre.

Det förefaller som när förändringen vind blåser över radiolyssnandet så blåser den åt samma håll över hela samhället.

### Ett stabilt decennium

Slutsatsen är relativt entydig för radiolyssnandet 1994-2003. Det samlade lyssnandet går ner något men lyssnandet på de enskilda kanalerna är ganska stabilt. Detta gäller också de senaste årens förändring. Det kan samtidigt finnas anledning att uppmärksamma nedgången för P1 och P2 i de yngre åldrarna. Förändringen kan antyda en generationseffekt för dessa båda kanaler vilket kan innebära svårigheter

inför framtiden om det inte sker någon nyrekrytering. På samma sätt som tidigare år är det åldern som är den avgörande faktorn för att förklara vilken kanal man lyssnar på. De kommersiella kanalerna rekryterar de unga, men deras svårigheter att under tioårsperioden inte nämnvärt öka bland medelålders tyder inte på någon kommande stor 'reklamradiogeneration'.

## Referenser

- Cronholm, Margareta m fl (1993): Satellit- och kabel-TV. I Carlsson, U, Anselm, M (red) *Mediesverige 1993*. Göteborg, Nordicom.
- Strid, Jan (2000): Och radion bara står på – radiovanor 1999. I Holmberg, S & Weibull, L (red): *Det nya samhället*. Göteborg. SOM-institutet. Göteborgs universitet.
- Strid, Jan (2001): En ny radio – och sedan? I Holmberg, S & Weibull, L (red): *Land, Du välsignade*. Göteborg. SOM-institutet. Göteborgs universitet.
- Strid, Jan (2002): Radiolyssnandet 2001 – en uppdatering. I Holmberg, S & Weibull, L (red): *Det våras för politiken*. Göteborg. SOM-institutet. Göteborgs universitet.
- Strid, Jan (2003): Radiolyssnandet minskar. I Holmberg, S & Weibull, L (red): *Fåfångans marknad*. Göteborg. SOM-institutet. Göteborgs universitet

# LÄTT OCH SVÅRT I TIDNINGSSPRÅK

MONICA REICHENBERG OCH INGELA WADBRING

På de flesta orter i Sverige har invånarna tillgång till en lokal tidning. Däremot har de sällan flera lokala tidningar att välja mellan. Antalet konkurrensorter har minskat i Sverige och idag finns det inte fler än ett 20-tal (Hadenius och Weibull 2003). Bland de orter som har flera tidningar återfinns inte oväntat de tre storstäderna Stockholm, Göteborg och Malmö. Där finns såväl traditionella morgontidningar som dagliga gratisdistribuerade morgontidningar, kvällstidningar och lokala veckoutgivna gratistidningar. I både Stockholm och Malmö finns dessutom konkurrens på morgontidningsmarknaden ([www.dagspress.se](http://www.dagspress.se), 2004-04-13).

Oavsett om det finns flera konkurrerande tidningar på en ort eller inte, så föredrar invånarna att läsa lokala morgontidningar (se Josefine Sternviks kapitel i denna bok). Vi vet en hel del om hur många som läser, hur mycket tid de ägnar åt att läsa, hur konsumtionen av dagstidningar ser ut i förhållande till annan mediekonsumtion, vilket medieinnehåll som är det mest lästa, vilka attityder människor har till dagspress i förhållande till andra medier etc. (för översikter, se t.ex. Wadbring och Weibull 2000). Syftet med denna artikel är att studera människors föreställningar om och attityder till tidningstexter i allmänhet. Hur människor upplever och förstår specifika tidningstexter finns studerat tidigare (Reichenberg och Hyldgaard Nankler 2002) liksom hur de upplever och förstår andra slags texter (Myrberg 2000; Reichenberg 2000, 2003). Nu gör vi ett försök att knyta samman kunskap från två områden; publikstudier avseende tidningsläsare och språkstudier avseende olika slags specifika texter.

Än mer specifikt kommer vi att hålla oss till Göteborgsregionen då vi analyserar människors attityder till tidningstexter. Underlaget är den västsvenska SOM-undersökningen,<sup>1</sup> där det ställts frågor om attityder till tidningstexter. Göteborgsregionen som dessutom har flera konkurrerande tidningar av olika slag – morgontidning, kvällstidning och daglig gratisdistribuerad tidning – bjuder ett gott underlag för en sådan analys.

## Uppfattningar om lätta och svåra tidningar

Att läsa en morgontidning är i stor utsträckning en vana. Följaktligen väljer en stor del av läsarna att förnya sin prenumeration varje år utan att särskilt fundera över det. De lokalt förankrade morgontidningarna har därmed en ganska stabil position i de flesta människors liv. Med kvällstidningar förhåller det sig något annorlunda. Varje dag ska löpsedelsmakarna försöka övertyga presumtiva läsare att köpa en

kvällstidning. Det leder till en annan slags nyheter och ett annat sätt att presentera nyheterna på. En gratistidning som Metro ska inte nå köpare, men väl läsare. Den är helt annonsfinansierad och det krävs att den kan visa annonsörerna att den har många läsare, annars blir den ointressant som annonsorgan (jfr Wadbring 2004).

Förutsättningarna att nå ut till läsarna är därmed olika för de tre tidningstyperna. Och fler olikheter finns. En av dem är läsarnas bedömningar av tidningarna; exempelvis att tidningarna är olika lätta att läsa (se tabell 1; jfr Wadbring 2003).

**Tabell 1** *Bedömning av hur lätt- respektive svårlästa Göteborgs-Posten, GT och Metro anses vara bland dem som har en uppfattning i frågan, Göteborgsregionen, 2003 (procent, medelvärde, standardavvikelse)*

	Göteborgs- Posten	GT	Metro
(0) Mycket svårläst	1	1	0
(1)	0	0	0
(2)	1	1	1
(3)	2	1	1
(4)	3	1	1
(5)	7	6	4
(6)	6	4	2
(7)	15	8	6
(8)	23	17	12
(9)	12	15	15
(10) Mycket lättläst	31	46	58
Summa procent	101	100	100
Antal svarande	1.697	998	1.265
Värde 9 + 10	43	61	73
Medelvärde	7,9	8,5	8,9
Standardavvikelse	2,0	1,9	1,8
Andel intervjupersoner som alls har en uppfattning	87	51	65

**Källa:** Väst-SOM-undersökningen 2003.

**Kommentar:** Frågan löd enligt följande: *Markera på skalan nedan hur lätt eller hur svår Du tycker att följande dagstidningar är att läsa (skala mellan 0 och 10)*

För att belysa människors syn på språket i tidningen fick svarspersoner på en skala mellan 0 och 10 bedöma tidningarnas grad av svår- respektive lättlästhet, där 0 står för svårläst och 10 står för lättläst. Väldigt få placerar sig på den svåra delen av skalan; det rör sig om ett fåtal procentenheter. Störst andel svarande återfinns för alla tre tidningarna på värde 10, vilket innebär att man tycker att tidningen är mycket lättläst. Slås värde 9 och 10 samman, är det nästan hälften som menar att GP är lättläst, och en bra bit över hälften som anser att GT och Metro är det.

Resultatet baseras på samtliga svarspersoner i undersökningen som haft en uppfattning om hur lätt eller svår respektive tidning är att läsa, vilket gör att det inte är respektive tidnings läsekrets som gjort bedömningen – det återkommer vi till längre fram. Bedömningen är därmed snarare gjord av allmänheten. Samtidigt är det ju så att Göteborgs-Posten är regionens ”stora” tidning och således den som de flesta har en uppfattning om. Nästan 9 av 10 i Göteborgsregionen avger ett omdöme om GP. Endast hälften av befolkningen i regionen gör en bedömning av GT medan Metro ligger mitt emellan.

Metro är sålunda den tidning som de flesta tillfrågade anser vara lättast att läsa. Tre fjärdedelar av de svarande anser att den är lättläst. Spridningen (standardavvikelsen) är också minst för Metro, vilket innebär att bedömarna är mer eniga i bedömningen av Metro än vad gäller såväl GT som GP även om skillnaderna inte är stora.

”Övning ger färdighet” lyder ett gammalt talesätt. Rimligen borde detta gälla även för tidningsläsare. En tidning man är van vid torde vara lättare att läsa än en tidning man läser mer sporadiskt. Den regelbundna läsningen gör att man bland annat hittar lättare i tidningen och att man troligtvis vant sig vid dess språkliga utformning. Tabell 2 fokuserar därför hur respektive tidnings läsekrets bedömer sin tidning i termer av hur lättläst de anser den vara.

Första raden i tabell 2 är ett genomsnitt för samtliga som gjort en bedömning (jfr tabell 1). Därefter följer de bedömningar som företagits av respektive tidnings läsekrets. För samtliga tidningar gäller att de läsare som läser regelbundet, anser sin respektive tidning mer lättläst än de som läser den oregelbundet eller inte alls. Skillnaden är störst för Göteborgs-Posten, vilket framgår av nedersta raden i tabell 2.

Om man så jämför de regelbundna läsarnas bedömning sinsemellan, så finns där olikheter beroende på vilken tidning de läser. Medan hälften av Göteborgs-Postens regelbundna läsare menar att deras tidning är lättläst, är det tre fjärdedelar av GTs och över 80 procent av Metros regelbundna läsare som menar att deras tidning är lättläst. Än större skillnader i bedömningen ger emellertid ickeläsarna av respektive tidning; knappt en fjärdedel av dem som inte läser GP regelbundet menar att den är lättläst medan en bra bit över hälften av dem som inte läser GT eller Metro ändå har uppfattningen att det är lättlästa tidningar (se också differensen i högra kolumnen).

**Tabell 2 Andel av respektive tidnings mer eller mindre regelbundna läsare som anser att respektive tidning är lättläst (värde 9 och 10 på skalan), Göteborgsregionen 2003 (procent)**

	Göteborgs- Posten	GT	Metro	Differens
Andel av <b>samtliga bedömare</b> som anser att respektive tidning är lättläst	43	61	73	30
Andel av dem som läser respektive tidning <b>regelbundet</b> (4-7 dagar/vecka) som anser att respektive tidning är lättläst	50	73	83	33
Andel av dem som läser respektive tidning <b>oregelbundet</b> (2-3 dagar/vecka) som anser att respektive tidning är lättläst	30	61	60	30
Andel av dem som läser respektive tidning <b>mer sällan än 2 dagar/vecka</b> som anser att respektive tidning är lättläst	23	59	66	43
Differens mellan frekventa läsare och sällan- eller aldrigläsare för resp. tidning	27	14	17	

**Källa:** Väst-SOM-undersökningen 2003.

Regelbunden läsning av respektive tidning är således en viktig förklaringsfaktor till den bedömning man gör. Men det finns fler förklaringsfaktorer. En viktig sådan är ålder. De unga – upp till 30 år – menar i lägre utsträckning än andra att GP är lättläst och i något högre grad än andra att Metro är lättläst. Utbildning spelar också roll. Högutbildade anser i högre utsträckning än de lågutbildade att samtliga tre tidningar är lättlästa, med ett undantag: unga upp till 30 år bedömer GT likartat oavsett utbildningsnivå.

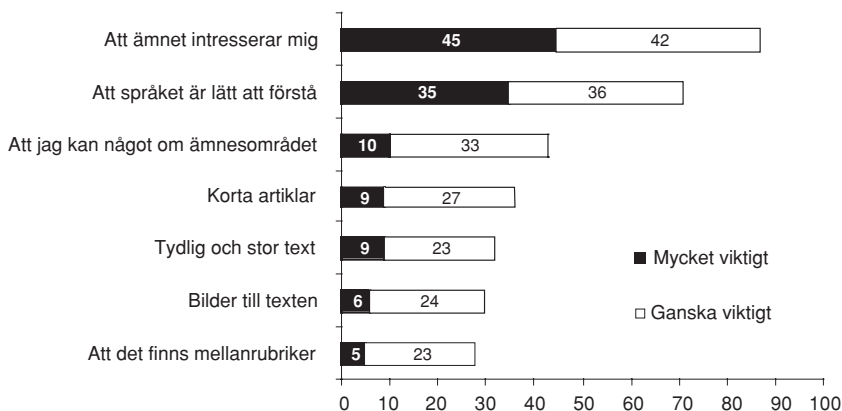
### Intresse och språk viktiga faktorer

Att språket är betydelsefullt för hur lätt eller svårt det är att ta till sig innehållet i en tidning – eller en text vilken som helst – är uppenbart. Studier visar exempelvis att om man inte förstår 20 procent av orden i en text har man svårt att läsa den med någon som helst behållning (Lundberg och Herrlin 2003). Men det är inte bara språket och ordförståelsen som kan vara en barriär, utan också avsaknaden av ett naturligt engagemang och en nyfikenhet att vilja gå på djupet i texterna kan utgöra ett hinder. Om läsaren däremot har ett personligt intresse i ämnet och dessutom motivation torde det gynna läsandet (Nicolson och Fawcett 2004). Det visar



sig också att det framför allt är det sistnämnda som allmänheten bedömer som viktigt för att en tidning ska anses vara lättläst (figur 1). Nästan hälften menar att intresset för ämnet är mycket viktigt och ytterligare drygt 40 procent menar att det är ganska viktigt. Ett enkelt språk är nästan lika viktigt som att ämnet är intressant för att tidningen ska anses vara lättläst. En tredjedel av de svarande menar att det är mycket viktigt och ytterligare nästan 40 procent menar att det är ganska viktigt.

**Figur 1** Andel av allmänheten som har uppfattningen att olika faktorer har mycket eller ganska stor betydelse för att en tidning ska anses vara lättläst, bland dem som har en uppfattning, Göteborgsregionen 2003 (procent)



**Källa:** Väst-SOM-undersökningen 2003.

**Kommentar:** Frågan löd enligt följande: *Vilken betydelse har följande för att Du ska tycka att en dagstidning är lätt att läsa?*

Förkunskaper däremot, anses ha mindre betydelse. Inte mer än var tionde svarande menar att förkunskaper – dvs. att man kan något om ämnesområdet – är mycket viktigt för att en tidning ska vara lättläst och en tredjedel menar att det är ganska viktigt. Det är ungefär samma nivå som resterande svarsalternativ hamnar på, som alla mer eller mindre har med redigering att göra: att artiklarna är korta, att texten är tydlig och stor, att det finns bilder och mellanrubriker.

Motivation och ett enkelt språk är således det som kan sägas vara den huvudsakliga innebörden i att en tidning anses vara lättläst. Motivation är något som är personanknutet och inte har med en särskild tidning att göra. Språk däremot är något som naturligtvis är knutet till enskilda artiklar och tidningar.

Eftersom de tre tidningarna bedömdes ha en olika hög grad av lättlästhet, (tabell 1), borde rimligen åtminstone inställningen till språkliga utformningen skilja sig åt i bedömningarna av de respektive tidningarna. Resultatet visar emellertid att det i

princip inte finns någon skillnad i den bedömning de tre tidningarnas respektive läsekrets gör. Oavsett vilken tidning man läser, är det att ämnet är intressant och att språket är lätt att förstå som i störst utsträckning anges som viktigt för att tidning ska anses vara lättläst (tabell 3).

Det hör också till bilden att de tre tidningarnas läsekrets inte är ömsesidigt utslutande – många som läser den ena tidningen läser också de andra, åtminstone sporadiskt – men att det ändå i princip inte finns några skillnader alls är anmärkningsvärt. Trots att Metro anses vara betydligt mer lättläst än framför allt GP, är det ändå inte så att Metros läsekrets anger någon enda faktor som varande viktigare i större utsträckning än någon annan tidnings läsekrets. Det gäller även om man tittar på de enskilda tidningarnas unika läsekretsar, dvs. de som enbart läser den ena eller andra tidningen. Inga skillnader kan noteras.

**Tabell 3** *Andel av respektive tidnings läsekrets som menar att olika faktorer har mycket stor betydelse för att en tidning ska anses vara lättläst, bland dem som har en uppfattning, Göteborgsregionen 2003 (procent)*

	Göteborgs- Postens läsekrets	GTs läsekrets	Metros läsekrets
Att ämnet intresserar mig	43	48	43
Att språket är lätt att förstå	36	39	37
Att jag kan något om ämnesområdet	9	12	14
Tydlig och stor text	9	8	10
Korta artiklar	8	14	14
Att det finns mellanrubriker	7	6	7
Bilder till texten	6	8	8

**Källa:** Väst-SOM-undersökningen 2003.

**Kommentar:** Som läsare räknas den som läser respektive tidning minst 4 dagar/vecka.

Bedömningarna påverkas däremot av svarspersonernas bakgrund. Utbildning är den enskilt viktigaste faktorn – ju högre utbildning, desto mindre viktig anges i princip varje faktor var. Och på motsatt sätt, ju lägre utbildning desto viktigare är i princip samtliga faktorer för att en tidning ska anses vara lättläst. Också ålder spelar en viss roll. Det är de äldre som i större utsträckning än andra menar att ett enkelt språk är viktigt för att en tidning ska vara lätt att läsa. Det ska i sammanhanget nämnas att äldre människor i hög utsträckning är lågutbildade. Äldre instämmer också i större utsträckning än andra i att det är viktigt att texten är stor och tydlig för att tidningen ska vara lättläst. Yngre å andra sidan anger i större utsträckning än äldre motivationen – dvs. att ämnet intresserar dem – som viktigt för att en tidning ska vara lättläst.

Sammantaget är det dock så att oavsett vilken tidning man läser, om man är ung eller gammal, låg- eller högutbildad, så är det två faktorer som anses viktigare än andra för att en tidning ska anses som lättläst: ett intressant ämne och ett lätt språk. Och det är Metro som uppfattas som mest lättlästa, och Göteborgs-Posten som den minst lättlästa.

Vad som anses vara intressanta ämnen är personanknutet och ingenting vi kan gå vidare med i denna analys. Möjligt att gå vidare med är däremot språket. Att tidningen har ett språk som är lätt att förstå är den näst viktigaste faktorn för att tidningen ska anses vara lättläst. Hur ser då detta ut i de tre tidningarna?

### Lätt och svårt i verkligheten?

För att få någon slags uppfattning om tidningarnas grad av lättlästhet valde vi ut ett antal händelser som omskrivits i alla tre tidningarna för en närmare analys. Det är texter som handlar om en politiker som tvingas avgå, om Anna Lindhs mordare samt en fotbollsmatch.<sup>1</sup> Det är ett fåtal texter, och får därför betraktas endast som indikationer på hur texterna ser ut i de tre tidningarna. Vilka journalister som skrivit de enskilda texterna spelar naturligtvis roll för hur dessa ser ut.

Texter kan analyseras på olika sätt. Vi har valt att se på om texterna innehåller talspråkliga respektive icke-talspråkliga drag. För att få veta vilka drag som är talspråkliga respektive skriftspråkliga har Telemans och Wieselgrens *ABC i stilistik* (1974) använts. Utgångspunkten är att texter som innehåller talspråkliga drag anses vara mer lättlästa. Eftersom utrymmet är begränsat har vi valt att främst titta på följande (som förklaras i anslutning till analysen nedan):

- andelen substantiv
- meningslängd
- fundament
- förekomsten av passivform
- författarröst

Utmärkande för skriftspråket är att det har en hög grad av informationstäthet. Ett sätt att få reda på informationstätheten är att beräkna andelen substantiv (jfr Josephson 1997, s 38f). När vi räknat substantiven har vi valt att följa principerna i Telemans och Wieselgrens (1974, s 230ff) manual och därför också räknat de substantiverade adjektiv och particip som kan ta substantivändelser som substantiv. Det totala antalet substantiv har sedan dividerats med det totala antalet ord. Resultatet i tabell 4 visar att mer än en fjärdedel av orden i de tre tidningarna utgörs av substantiv. Störst andel substantiv finns i Metro, men skillnaden mellan de tre tidningarna är liten. Enligt det här beräkningssättet tyder emellertid resultatet på att alla texterna är informationstäta (se också Melin 1995). Det ställer stora krav på läsarna och deras förkunskaper.

**Tabell 4 Några språkliga jämförelser mellan Göteborgs-Posten, GT och Metro (procent och medelvärde)**

	Göteborgs- Posten	GT	Metro
Andel substantiv	27,9	26,4	29,1
Passiv form	1,7	2,1	1,7
Genomsnittlig meningslängd	14,1	12,6	14,2

**Kommentar:** De språkliga jämförelserna bygger på en språklig analys av några texter i GP, GT och Metro. Se not 1.

Ett annat sätt att öka informationstätheten i texter är att använda passiv form istället för aktiv. Genom att använda passiv form behöver man inte specificera subjektet i satsen. Passiv form är främmande för talspråket. En otränad läsare kan därför tänkas få problem med denna konstruktion (Platzack 1989, s 106). Exempel på passiv form i språket är: *Det är brukligt att eventuell medicinering dras ner för att läkarna ska kunna se hur den undersökte påverkas av detta...* (GT, 10 mars, 2004). I talspråk skulle man sannolikt sagt: *Det är brukligt att man drar ner på medicineringen för att läkarna skall kunna se om det påverkar den undersökte.*

I både Göteborgs-Posten och Metro utgörs 1,7 procent av den totala textmassan av passiv form och i GT 2,1 procent. Resultaten tyder på att förekomsterna av passiv form är ringa i alla tre tidningarna (jfr. Westman 1974).

Ett annat utmärkande drag för skriftspråket är långa meningar. För att få en uppfattning hur det är i tidningsartiklarna har den genomsnittliga meningslängden beräknats. Denna har fått fram genom att dividera antalet ord med antalet meningar. Som framgår av tabell 4 är meningarna längst i GP och Metro. De är dock betydligt kortare än vad Gellerstam (1969) fick vid sina mätningar på 1960-talet. Där var medeltalet 18,6. Tidningstexter i allmänhet har med största sannolikhet förändrats i riktning mot kortare meningar, och de texter vi har med i analysen är dessutom relativt få varför tolkningen måste göras med försiktighet.

Här kan också vara på sin plats att tillägga att enbart korta meningar inte gör en text lättare att läsa. Tvärtom. Alltför korta meningar gör en text svårare att läsa. En förklaring till detta är att texten verkar styckad i alltför små bitar (Platzack 1974). Platzack menar att en god text skall ha en rytm för att vara lättläst. En sådan rytm kan man bara uppnå om man omväxlande använder långa och korta meningar. Om man ser till de artiklar som här analyserats innehåller de såväl långa som korta meningar och får följaktligen en ganska god rytm. En del komplicerade meningar har dock upptäckts. Så är fallet med de nedanstående exemplen. De blir svåra därför att fundamentet (de understrukna orden i meningarna nedan), dvs. den del som föregår det finita verbet, består av flera ord (jfr Diderichsen 1997):

- Inom den egna partiorganisationen leder Christer Borgströms beteende till en arbetsrättslig process. (GP, 19 april, 2004)
- Inte heller hans kvinnliga politikerkollegor i stadsdelsnämnden vill uttala sig (GP, 19 april, 2004)
- Teamet från rättspsykiatriska avdelningen i Huddinge är enigt om slutsatsen att Mijailovic inte är allvarligt psykiskt störd (Metro, 10 mars, 2004).
- Om Althin är besviken över läkarnas utlåtande vill han inte säga. (GP, 10 mars)

Genom att fundamenten är så långa blir det en belastning för korttidsminnet, då vi måste hålla information i huvudet som vi inte vet vad vi ska göra med förrän vi kommer till det finita verbet (se Melin, 2004).

Ett sätt att närma texter till det talade språket är att förse dem med ”röst”. En text med röst karaktäriseras av aktivitet, muntlighet och konnektivitet (Beck et al 1995). Aktivitet står för att texten har konkreta aktörer som utför olika handlingar, istället för att beskriva mer passiva tillstånd. Med konnektivitet avses dels att författaren görs synlig i texten, genom att han vänder sig direkt till läsaren, dels att aktörerna får tänka högt. I det första mötet med skriven text är det naturligtvis viktigt att läsaren får hjälp att dras in i texten (Beck et al 1995; Melin, 2004; Reichenberg 2000). I de tre tidningarna finns förekomster av röst. Det finns en ”röst” i samtliga artiklar som handlar om matchen Örgryte-Hammarby. I övrigt förekommer det mer i GT än i GP och Metro, vilket är logiskt då det är den tidning som ska locka läsare/köpare på ett annat sätt än de båda andra tidningarna. Det kan exempelvis se ut enligt följande:

*Debatten kring sextrakasserier inom Ung vänster har knappt hunnit tystna. Då kommer nästa slag mot det uttalat feministiska vänsterpartiet. Politikern Christer Borgström, ordförande i Kortedala stadsdelsnämnd i Göteborg, anklagas för sexuella trakasserier mot flera kvinnliga kollegor. (GT, 19 april, 2004).*

Ovanstående textutdrag kännetecknas av aktivitet. I såväl GP som GT träder den konkreta aktören Borgström fram. Han nämns däremot inte vid namn i Metro. Även när det gäller artikeln om Mijailovic ställs denne som person i centrum i GT. Hans provocerande yttrande: ”Jag är nöjd” får bilda huvudrubrik. Därefter handlar större delen av GTs artikel om Mijailovic som person och hur denne med förnöjelse har reagerat på utlåtandet från den rättspsykiatriska undersökningen. GP och Metro låter däremot advokaterna få den framträdande rollen.

I exemplen nedan träder författarna fram och dessutom beskrivs konkreta aktörer:

*Vi förväntade oss en försiktig tekniker med premiärnervor och utan servicerutin, men fick en grovjobbade sambaraket och bollkonstnär – allt i ett. 0-0, visst. Minnet från matchen är brasilianskt (GP, 13 april, 2004).*

*Bägge knockade motståndare, bägge drog på sig varningar, bägge var genomnyttiga för sina lag (Metro, 13 april, 2004).*

*Igår på Gamla Ullevi var det 10 grader. Rätt behagligt, trots allt. Det översvallande välkommandet han fick av publiken fick det att kännas ännu varmare och behagligare (GT, 13 april, 2004).*

Att använda sig av röst skapar konkretion och bidrar till ett dynamiskt berättande. Detta utnyttjas flitigt av kvällspressen inte minst för att skapa en högre emotiv temperatur (Melin, 2004), men i sportartiklar finns det alltså i samtliga tre tidningar.

Sammanfattningsvis kan vi konstatera att de nio artiklar i GP, GT och Metro som undersökts faktiskt inte avviker nämnvärt från varandra vad lätlästheten beträffar. Det är alltså inte i ”verkligheten” så att den ena tidningen är mer lätläst än den andra.

## Slutdiskussion

Hur ska då de framkomna resultaten tolkas? Man måste minnas att bedömningarna handlar om tidningar i allmänhet, inte specifika texter. Det innebär att vi snarast mätt attityder till de enskilda tidningarna, inte reella bedömningar av konkreta tidningstexter. Men vad säger dessa attityder? Varför anses Metro vara så mycket lättare än GP när ”verkligheten” visar att så inte är fallet, åtminstone språkligt sett. Det finns ett antal faktorer som kan tänkas spela mer eller mindre roll för bedömningarna. Ett antal faktorer som vi gått igenom i denna artikel spelar uppenbarligen inte någon större roll:

- Det konkreta språket i respektive tidning
- Redigeringen av tidningarna
- Regelbundenheten i tidningsläsningen

Vem personen är som bedömer tidningen spelar emellertid en viss roll. Ju högre utbildning man har, desto mer lätläst uppfattas alla tidningar vara, och desto mindre viktigt är det att språket är lätt, att man är intresserad av ämnet etc. Också ålder spelar roll. Framför allt är det de yngre som bedömer GP som betydligt svårare än vad de äldre menar att den är. För GT och Metro finns i princip inga ålderskillnader.

Ytterligare faktorer som skulle kunna spela en roll för bedömningen är exempelvis formatet. Göteborgs-Posten är en fullformatstidning medan GT och Metro är tabloider. I allmänhet brukar mindre tidningar kännas ”lättare”, om inte annat att handha (Strid och Weibull 1995). Kanske spiller det över på tidningen så att den också uppfattas som lätt att läsa. En annan faktor som också i något avseende gör Metro lättare tillgänglig än övriga tidningar är priset – eller snarare frånvaron av

pris. Möjligen kan samma resonemang appliceras här, att denna ekonomiska lätt-tillgänglighet också gör att tidningen anses lätt att läsa.

Två andra faktorer tror vi emellertid är än viktigare för hur bedömningarna ser ut.

- Blandningen av texter. I såväl Göteborgs-Posten som GT finns både enkla och svåra texter, de senare i form av bland annat ledare och kultur. I Metro saknas denna typ av svårare texter, och tidningen har således inga texter som ”tynger” innehållet som helhet betraktat. Det innebär att det är lättare att ta till sig hela Metro, jämfört med såväl Göteborgs-Posten som GT. En kulturtext – publicerad i GP eller GT – där läsaren saknar förkunskap och intresse är för många oöverstiglig. Motsvarande text hittar man inte överhuvudtaget i Metro. Samtidigt ska inte glömmas att denna typ av svårare texter, för vissa läsare är det som gör tidningen läsvärd och intressant.
- Att Metro dessutom är kortfattad både vad gäller enskilda artiklar och tidningen som helhet kan också spela roll. Även om tiden är knapp hinner man läsa hela eller stora delar av tidningen. I viss mån kan det sägas gälla också GT – men däremot inte Göteborgs-Posten. I GP måste de allra flesta välja vad de vill läsa eftersom den tillgängliga tiden inte medger att hela tidningen läses. Möjligen kan det bidra till att den tidning som hinns med, upplevs som lättare att läsa och ta till sig. Men det innebär också att det endast är Göteborgs-Posten som erbjuder ett smörgåsbord av texter. De båda andra är inte upplagda på ett sådant sätt.

Ytterligare en faktor som man inte kan bortse från när man försöker tolka varför människors bedömningar ser ut som de gör, är att det handlar om en allmän inställning som inte på något sätt alls är förankrad i någondera av tidningarna. Studier visar att en inte obetydlig andel av befolkningen överskattar sin egen förmåga att förstå texter (se Myrberg 2000) och det är inte orimligt att det slaget av felskattningar överförs också på tidningstexter i allmänhet. Så länge men inte behöver svara på förståelsefrågor kring en enskild text, är det enkelt att säga att tidningen har ett lätt språk. Om tester skulle utföras på konkreta texter från de tre tidningarna är det inte säkert att resultatet skulle bli detsamma. Med tanke på Metros kortfattade artiklar och därmed krav på att läsarna har en relativt stor förförståelse, är det något av ett mysterium att det är den tidning som uppfattas som mest lättläst och att skillnaderna i bedömningen dessutom är så pass stora mellan de tre tidningarna.

## Noter

- <sup>1</sup> Se Johansson (kommande) för beskrivning av 2003 års undersökning i Väst-sverige.
- <sup>2</sup> De analyserade texterna är hämtade ur respektive tidning den 10 mars 2004 (om Anna Lindhs mördare), den 13 april (fotbollsmatch) och den 19 april (om en politiker som tvingas avgå).

## Referenser

- Beck, I. L.; McKeown, M.G. och Worthy, J. (1995) Giving a text voice can improve students' understanding. I *Reading Research Quarterly*. 30 (2), 220–238
- Diderichsen, P (1997) *Elementær Dansk Grammatik. 2 udgave*. København: Gyldendahl
- Gellerstam, M (1969) Jämförelser mellan vokabulärerna i svenska morgontidningar 1965. I *Språkvård* 1969:3. S. 7-12.
- Hadenius, S och Weibull, L (2003) *Massmedier. En bok om press, radio och TV. 8e upplagan*. Stockholm: Bonniers
- Johansson, S (kommande) Samhälle Opinion Massmedia, Västra Götaland 2003 (prel. titel). I Nilsson, L (red) *Kommande*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet
- Josephson, O (1997). *Svensk sakprosa. Vad läsarna läste. 1800-talets religiösa traktater*. Lund: Institutionen för nordiska språk, Lunds universitet
- Myrberg, M (2000) *The Foundation for Lifelong Learning*. Stockholm: Skolverkets rapport 180
- Nicolson, R och Fawcett, A (2004) Learning from the science of learning: implications for the classroom. I Reid, G och Fawcett, A (Eds). *Dyslexia in context. Research, Policy and Practice*. London and Philadelphia: Whurr Publishers. Pp. 257-277.
- Platzack, C. (1974) *Språket och läsbarheten*. Lund: Liber
- Reichenberg, M (2000) *Röst och kausalitet i lärobokstexter. En studie av elevers förståelse av olika textversioner*. Göteborg: Acta Universitatis Gothoburgensis
- Reichenberg, M (2003) Är lättlästa texter verkligen lättlästa? I Linnarud, M & Sandlund, E (red) *Språk och lärande. Rapport från ASLA:s höstsymposium Karlstad, 7-8 november 2002*. (s. 74-92) Karlstad: Karlstads universitet
- Reichenberg, M (2003) *Vad står det egentligen i texten? En studie av elevers förståelse av två bibeltexter*. Göteborg: Institutionen för pedagogik och didaktik, Göteborgs universitet
- Reichenberg, M och Hyldgaard Nankler, C (2002) *Konsten att finna vägar in i texten*. Paper presenterat vid den Tredje nordiska konferensen för vuxenutbildning, Nordens folkliga akademi, 22-24 maj, 2002



- Strid, J och Weibull, L (1995) Tidningsformatets roll. I Weibull, L och Kratz, C (red) *Tidningsmiljöer. Dagstidningsläsning på 1990-talet*. Göteborg: JMG, Göteborgs universitet
- Teleman, U & Wieselgren, A M (1974) *ABC i stilistik*. Lund: Liber
- Wadbring, I (2003) *En tidning i tiden? Metro och den svenska dagstidningsmarknaden*. Göteborg: JMG, Göteborgs universitet
- Wadbring, I (2004) Dagspressens ekonomiska villkor. I Nord, L och Strömbäck, J (red) *Medier och demokrati*. Lund: Studentlitteratur
- Wadbring, I och Weibull, L (red) (2000) *Tryckt. 20 kapitel om dagstidningar i början av 2000-talet*. Göteborg: JMG, Göteborgs universitet
- Westman, M (1974) *Bruksprosa. En funktionell stilanalys med kvantitativ metod*. Lund: Liber
- www.dagspress.se (2004-04-13)



# SVÅRBEDÖMDA LÄSVANOR

JOSEFINE STERNVIK

1990-talet satte dagstidningsbranschen i gungning och de största svallvågorna har ännu inte helt ebbat ut. Tidningsupplagan började falla och dagspressen tappade läsare i förhållande till befolkningsutvecklingen. Nya tidningar gjorde entré på den förut så ointagliga marknaden. I slutet av decenniet och början på nästa kunde man för första gången sedan 1980-talet se en ljusning. Tidningsbranschen tycktes inte sjunka längre ner i djupet och kurvorna började sakta ta sig upp till ytan igen – även om vattennivån inte stod lika högt som förut. I början av 2000-talet ändrade dock kurvorna återigen riktning och började långsamt dyka.

Samtidigt som kurvorna pekar neråt kan man emellertid konstatera att vi i Sverige på inget sett befinner oss på botten. Vi är fortfarande i hög grad ett tidningsläsande folk – ett av de största om vi ser till antal läsare per invånare. Endast Norge, Japan och Finland har större andel tidningsläsare än vi. De senaste årens djupdykningar är alltså långt ifrån grundstötningar – mycket långt ifrån. Läsvanorna präglas dock av en viss instabilitet och årets mätresultat ger oss dessvärre inga tydliga besked om den framtida utvecklingen.

## Utvecklingen för dagstidningarna i Sverige under 20 år

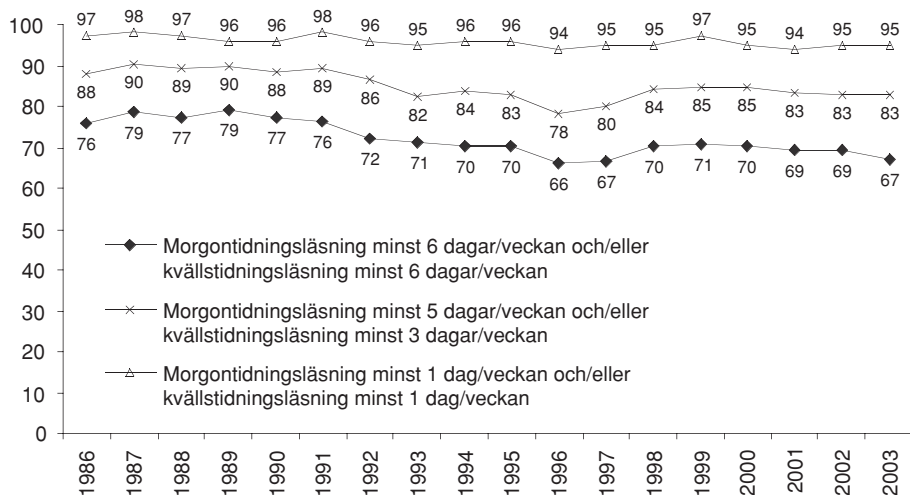
Det kanske mest slående intrycket man får när man ser till andel dagstidningsläsare under senare år är snarast stiltje. Ändå råder det knappast någon tvekan om att den explosionsartade utvecklingen på mediemarknaden i kombination med det pressade ekonomiska läget har påverkat dagspressen. De ändrade förutsättningarna visar förändringar både i läsvanor, prenumerationer och tidningarnas upplagor. Med tanke på just den tidigare stabiliteten, blir även små procentuella förändringar stora.

Ett tydligt exempel på hur turbulensen inom samhällsekonomin och mediebranschen har påverkat tidningsmarknaden är pressens sviktande upplaga. Mellan åren 1990 och 2003 har den totala upplagan sjunkit med nästan 1 000 000 exemplar (4 916 000 – 4 048 000) (TS-boken). Den största upplagenedgången har kvällspressen stått för, även om denna grupp ökat sin upplaga de sista två åren. De traditionella morgontidningarna har däremot totalt sett varit de mest stabila. Men det finns stora skillnader mellan gruppens enskilda tidningar, där andratidningarna på konkurrentorter varit de stora förlorarna och står bakom mycket av nedgången. Även större tidningar, såväl i storstäderna som på landbygden, har haft ekonomiska svårigheter. (Wadbring och Weibull, 2001)

Den upplagemässiga nedgången framträder även i en förändrad läsvana. Tillkomsten av nya medier och den allt kärvare ekonomin bidrog till ett minskat dagstidningsläsande under 1990-talet. Det var inte så att vi i Sverige slutade läsa dagstidningar, men allt fler läste allt färre dagar i veckan och läsandet tog en något annorlunda form än tidigare. Vid det absolut lägsta kravet på dagstidningsläsning (att läsa åtminstone någon tidning minst någon gång i veckan) kan denna förändring inte alls skönjas – det är alltså i princip lika stor andel i dag som för 17 år sedan som tar del av minst en morgon- eller kvällstidning.

Det är först om man mäter läsvanor med ett högre krav på läsning, som förändringarna på dagstidningsmarknaden blir tydliga. Det vanligaste kravet på dagstidningsläsning, som man brukar se till i dessa sammanhang, är läsning av morgontidning minst fem dagar i veckan och/eller läsning av kvällstidning minst tre dagar i veckan. Mätt efter dessa krav kan man se hur 1990-talets omvälvningar avspeglar sig i kurvorna.<sup>1</sup>

**Figur 1 Andelen regelbundna dagstidningsläsare 1986-2003 (procent)**



**Kommentar:** Urvalsstandarden har ändrats i årets resultatredovisning och innefattar numera både svenska och icke svenska medborgare. Åldersintervallet har utökats och består av personer mellan 15 och 85 år. Från och med 1998 inkluderas även läsning av storstädernas gratistidningar i de fall då respondenterna angivit dessa som sin morgontidning. Dessa förändringar har fått till följd att värdena i diagrammet skiljer sig något från tidigare redovisningar.<sup>1</sup>

Det regelbundna dagstidningsläsandet minskade under 1990-talet och var som lägst 1996, därefter tycktes det som om marknaden återhämtade sig något, men har sedan millenniumskiftet sakta börjat plana neråt igen. En intressant iakttagelse i

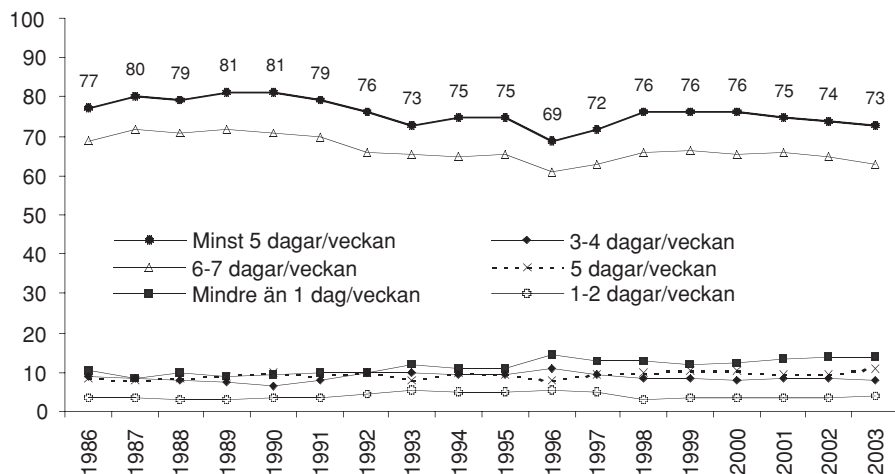
detta sammanhang är att förändringen liknar förtroendeutvecklingen för offentliga institutioner, så som exempelvis sjukvården och polisväsendet. Tilltron till dessa är hög fram till mitten av 1990-talet. Därefter tappar institutionerna i förtroende och placerar sig på en lägre nivå.

När vi i detta kapitel talar om dagstidningsläsning syftar vi endast till läsning av den traditionella dagstidningen, det vill säga morgon- och kvällspress, vilket idag är ett något missvisande mått på dagstidningsläsning. Mätningarna av detta slag tar inte någon närmare hänsyn till vare sig läsningen av gratistidningar så som till exempel Metro eller Stockholm City, eller till tidningsläsning på Internet, vilket numera har stor betydelse för den svenska dagstidningsläsningen. Läsandet av dessa tidningar behandlas mer ingående i separata kapitel (se Wadbrings och Bergströms respektive kapitel i denna bok).

## Morgontidningsläsning

Morgontidningarna har generellt sett klarat sig igenom 1990-talet förhållandevis väl. Omvälvningarna inom både samhällsekonomin och mediestrukturen har visserligen påverkat morgontidningarna, men läsarna finns kvar. Vanan att läsa morgontidningen tycks fortfarande vara stark, men inte helt orubblig. Det har hänt en del, även beträffande morgontidningsläsningen, som är värt att beakta.

**Figur 2 Regelbundenhet i morgontidningsläsning 1986-2003 (procent)**



**Kommentar:** Urvalsstandarden har ändrats i årets resultatredovisning och innefattar numera både svenska och icke svenska medborgare. Åldersintervallet har utökats och består av personer mellan 15 och 85 år. Från 1998 ingår även läsning av storstädernas gratistidningar i de fall då respondenterna angivit dessa som sin morgontidning. Dessa förändringar har fått till följd att värdena i diagrammet skiljer sig något från tidigare redovisningar.<sup>1</sup>

Nästan tre fjärdedelar av befolkningen mellan 15 och 85 år säger sig läsa en morgontidning regelbundet flera dagar i veckan. Från toppnoteringsåren i slutet av 1980-talet och början på nästa decennium fram till idag har dagspressen totalt sett tappat 8 procent av de regelbundna läsarna. Nedgången i morgontidningsläsningen har skett i tre perioder. Den första ägde rum mellan åren 1991 och 1993, den andra mellan 1995 och 1996. Ytterligare en nedgångsperiod kan nu skönjas. Hela 2000-talet präglas hittills av en pågående nedgång, som visserligen inte är lika kraftig som tidigare nedgångar, men som kanske inte heller har nått sin bottennotering. Morgontidningarna tenderar att tappa en procent av läsarna varje år, vilket kan tyckas marginellt, men om denna utveckling fortsätter kan nedgången leda till en försvagad morgonpress i förlängningen.

Trots att morgontidningsläsandet minskade under 1990-talet, tappade dagstidningarna inte speciellt många läsare. Den reducerade läsningen berodde inte på att svenskarna slutade läsa tidningen helt, utan på att de som läste fem dagar i veckan eller mer började läsa allt mer sällan. Icke-läsarna ökade inte som grupp, vilket däremot de sporadiska läsarna gjorde. På samma sätt som de regelbundna läsarna tappade andelar ökade de sporadiska läsarna och gör så fortfarande. Slutsatsen är i princip att lika många idag som för 17 år sedan läser morgontidningen, men de läser den allt mer sällan. De regelbundna läsarna har alltså påverkas mest av 1990-talets turbulens. Påverkan på morgontidningsläsandet har emellertid varit begränsad, med hänsyn till de omvälvningar som skett inte minst inom mediebranschen.

Förklaringen till att människor minskat sitt läsande står troligtvis till stor del att finna i det som tidigare sagts om tillkomsten av alternativa tidningar och medier. Gratistidningar och nyhetsläsning på Internet är två sådana faktorer som troligtvis dragit ner läsandet av den traditionella morgontidningen. Även den minskade andelen prenumeranter bidrar till att människor inte lika regelbundet tar del av morgontidningen.

Trots omvälvningarna på tidningsmarknaden har man länge pratat om stabilitet i tidningsvärlden och då framförallt syftat på morgontidningarna. Även om läsarskaran blivit mer oregelbunden och upplagorna fallit periodvis har läsarmönstret hittills varit förhållandevis konstant. För de allra flesta tillhör morgontidningen en del av morgonvanan. Man läser tidningen omkring en halvtimme vid frukostbordet innan jobbet. De senaste årets mätningar ger dock en antydning om att även läsmönstret börjar förändras.

Svarsmönstren för 2003 är dock inte helt jämförbara med de tidigare, eftersom tidsintervallen i 2003 års undersökning förändrats. Detta påverkar både antalet lästillfällen och den samlade lästiden. Intressant är emellertid att eftermiddags- och kvällsläsningen av morgonpress ligger relativt lågt med det nya sättet att mäta. Även om de mättekniska förändringarna troligen påverkat resultatet kan de dock inte helt förklara det förändrade läsarmönstret. Resultaten är anmärkningsvärda och det blir ytterst intressant att se vad nästa års mätningar ger för resultat i detta avseende.

**Tabell 1 Andel regelbundna läsare vid olika tidpunkter under dagen, antal lästillfällen och genomsnittlig lästid 1986-2003 (procent, medelvärde och minuter)**

	1986	1988	1990	1992	1994	1996	1998	2000	2001	2002	2003
Före kl. 06	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9
Före kl. 08	61	66	63	60	58	57	56	56	57	55	46
[Mellan kl. 08-06]											
Mellan kl. 08-12	27	27	29	30	31	32	33	37	33	35	30
Mellan kl. 12-17	18	17	14	16	17	17	13	17	17	16	13
Efter kl. 17	46	46	44	42	44	41	39	40	39	41	29
Genomsnittligt antal lästillfällen	1,51	1,55	1,51	1,48	1,50	1,47	1,42	1,49	1,46	1,48	1,24
Genomsnittlig lästid (minuter)	29,4	29,6	29,3	29,1	29,8	28,7	28,4	30,1	28,8	29,4	25,3
Antal svar	1523	1545	1476	1765	1607	1646	1682	1758	1754	1774	1820

**Kommentar:** Urvalsstandarden har ändrats i årets resultatredovisning och innefattar numera både svenska och icke svenska medborgare. Åldersintervallet har utökats och består av personer mellan 15 och 85 år. Från 1998 ingår även läsning av storstädernas gratistidningar i de fall då respondenterna angivit dessa som sin morgontidning. Dessa förändringar har fått till följd att värdena i tabellen skiljer sig något från tidigare redovisningar.<sup>1</sup>

Med regelbunden läsning avses läsning minst 1 dag/vecka.

2003-års svarsalternativ ser annorlunda ut i jämförelse med tidigare år då ytterligare en tidsintervall lagts till. Resultaten för 2003 är därför inte jämförbara med tidigare år, eftersom den ändrade tidsindelningen påverkar både antalet lästillfällen och samlad lästid.

Trenden de senaste åren har varit att morgontidningsläsandet har minskat på morgonen. Fler har börjat läsa på förmiddagen istället för på morgonen. Årets mätningar pekar dock på att läsandet minskar i samtliga tidsintervaller under dagen. Det innebär inte bara en fortsatt minskad läsning på morgonen utan också en reducerad läsning under resten av dagen och kvällen. Även om den ovan nämnda förändringen i frågeformuläret har bidragit till minskningen ger den ingen heltäckande förklaring. Årets mätningar ger en klar antydning om att människor tenderar att läsa allt mer koncentrerat. Antalet lästillfällen har minskat. Huruvida svängningar är så stora som årtens mätningar pekar på får nästa års mätningar visa.

Även den drastiskt minskade lästiden kan troligtvis delvis förklaras mättekniskt – kommande mätningar får även i detta avseende visa hur mycket. De senaste 17 åren har svensken i genomsnitt läst morgontidningen en halvtimme per dag totalt sett. Trots att tidningen genom åren blivit allt tjockare (se t.ex. Høst & Severinsson, 1997; Nilsson & Severinsson, 2001) så har alltså inte lästiden ökat. Tidigare har den å andra sidan inte heller minskat, vilket kunde vara tänkbart eftersom mediekonkurrensen hårdnat. Inte förrän det senaste året kan alltså en minskad lästid re-

gistreras. Det är inte helt enkelt att peka ut någon enskild förklaringsfaktor till denna företeelse, vid sidan av de mättekniska. Troligtvis beror det på en kombination av flera, men kanske främst på förändrade vardagsvanor.

Morgontidningsläsandet ser inte likadant ut i alla samhällsgrupper. Kraftigt förenklat utgörs de lågfrekventa läsarna, det vill säga de som ligger en bra bit under nivån för den genomsnittliga morgontidningsläsningen, av unga, låg- och medelutbildade, arbetare och ensamstående. De högfrekventa läsarna utgörs av äldre, högutbildade, tjänstemän och akademiker samt gifta och sambos.

**Tabell 2 Regelbunden läsning av morgontidning i olika grupper 1986-2003 (procent)**

	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Differens*
<b>Totalt</b>	77	80	79	81	81	79	76	73	75	75	69	72	76	76	76	75	74	73	12
<b>Kön</b>																			
Man	78	81	80	81	80	80	77	73	73	76	71	74	75	77	75	74	73	73	10
Kvinna	76	78	79	80	82	78	75	73	77	74	68	71	76	76	77	76	75	74	14
<b>Ålder</b>																			
15-29 år	68	70	66	67	69	66	62	60	59	59	53	59	60	62	60	59	56	53	17
30-49 år	80	81	83	84	83	81	77	73	75	75	68	71	74	75	73	73	70	71	16
50-64 år	84	87	87	86	87	85	85	84	85	87	80	80	85	84	84	84	84	83	7
65-85 år	81	84	83	89	84	83	80	79	83	82	79	81	85	84	86	84	84	86	10
<b>Utbildning</b>																			
Låg	75	-	78	79	79	80	75	74	75	74	71	72	75	77	76	77	74	77	9
Medel	80	-	79	83	84	72	75	70	72	72	68	71	71	73	72	70	70	69	16
Hög	85	-	87	85	83	89	79	77	81	81	71	75	83	81	80	79	79	83	18
<b>Subjektiv klass</b>																			
Arbetare	73	75	74	76	79	73	69	68	68	71	64	65	69	70	70	69	68	68	15
Jordbrukare	79	84	82	89	80	83	87	72	86	80	69	79	85	88	80	72	75	77	20
Tjänsteman	83	83	83	85	86	83	81	80	83	81	78	79	83	82	82	82	81	79	8
Högre tjänstem.	91	90	91	87	95	90	89	84	85	86	82	84	83	82	82	82	83	84	13
Egen företagare	76	83	81	87	81	81	81	78	74	76	73	77	79	81	78	80	75	75	14
<b>Civilstånd</b>																			
Ensamstående								63	63	67	61	65	64	67	67	65	62	62	6
Gift/sambo								78	81	79	74	76	81	81	80	80	79	79	7

**Kommentar:** Urvalsstandarden har ändrats i årets resultatredovisning och innefattar numera både svenska och icke svenska medborgare. Åldersintervallet har utökats och består av personer mellan 15 och 85 år. Från 1998 ingår även läsning av storstädernas gratistidningar i de fall då respondenterna angivit dessa som sin morgontidning. Dessa förändringar har fått till följd att värdena i tabellen skiljer sig något från tidigare redovisningar.<sup>1</sup>

Med regelbunden läsning avses läsning av morgontidning minst 5 dagar i veckan.

\* Differensen anger största skillnaden genom åren, det vill säga skillnaden mellan högsta och lägsta uppmätta värdet.



Den låg- och högfrekventa uppdelningen av morgontidningsläsarna har funnits så länge mätningar av det här slaget gjorts. Yngre och ensamstående har till exempel alltid läst tidningen i lägre utsträckning än äldre och samboende/gifta. Mycket talar för att det hänger samman med hushållsekonomin. De lågfrekventa läsarna är en ekonomiskt betydligt svagare grupp, vilket gör att de kanske tvingas välja bort morgontidningen för att de inte har råd eller väljer billigare alternativ (se nedan om prenumerationsbenägenhet). Ett sådant alternativ är läsning av gratistidning. Då man räknar in dessa tidningar ökar morgontidningsläsningen för den lågfrekventa gruppen. Men ekonomin kan inte ensamt förklara skillnaderna i morgontidningsläsningsnivån mellan olika grupper i samhället. 86 procent av den generellt sett ekonomiskt svaga gruppen pensionärer, läser till exempel morgontidningen. Även sådana faktorer som livsvanor torde ligga bakom åtskillnaden mellan grupperna.

Det finns emellertid större svängningar inom vissa befolkningsgrupper än andra. De förändringar i läsvanor som uppvisats är olika stark i olika grupper. De skillnader som framstår i tabell 2 ger en uppfattning om de olika gruppernas stabilitet i tidningsläsning. Den visar hur andelen regelbundna morgontidningsläsare sakta men säkert har krympt i vissa grupper, medan den i stort sett har blivit konstant i andra. Det kanske mest påfallande exemplet i detta avseende är människor i olika åldrar. Sämst läsnivå finner vi bland de allra yngsta, de i åldern 15-29 år. Men läsnivån är jämförelsevis låg även bland 30-49 åringarna. Det är bland de unga och de i yngre medelåldern som man också kan se den största nedgången i morgontidningsläsandet genom åren. Sedan slutet av 1980-talet har den yngre läsarkåren minskat sin andel med över 10 procent. De yngre medborgarna följer den allmänna utvecklingskurvan ganska väl fast på en betydligt lägre nivå; under 1990-talets mitt var läsningen som lägst i denna grupp. En viss återhämtning skedde därefter fram till år 2000 men har sedan dess sakta dalat igen. De i gruppen över 50 år har istället karaktäriserats av stabilitet. Nedgången under 1990-talet var lägre än för övriga åldersgrupper och idag är tidningsläsningsnivån den samma som innan turbulensen.

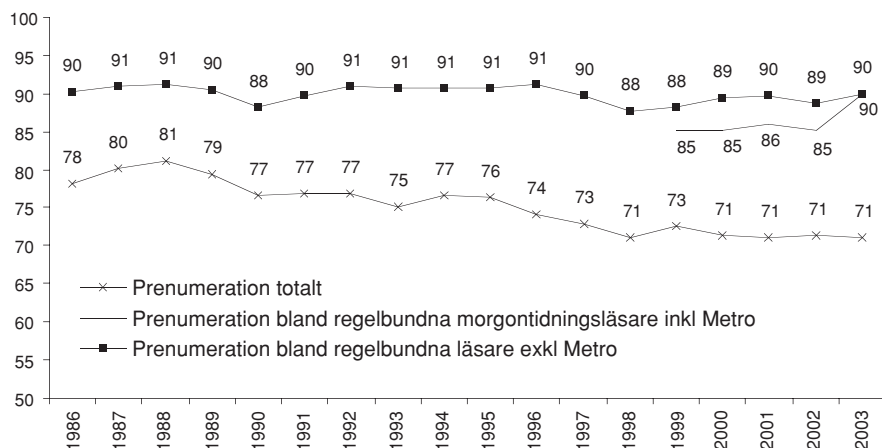
Åldersskillnaderna får effekter även på andra kurvor. Eftersom en större andel yngre än äldre inte förvärvsarbetar utan studerar eller är arbetssökande, slår åldersskillnaden igenom också om man ser till sysselsättning. Endast 55 procent av de som inte förvärvsarbetar läser en morgontidning minst fem dagar i veckan. Motsvarande andel för förvärvsarbetande är 75 procent och för pensionärer och liknande är det hela 85 procent som läser morgontidningen regelbundet.

### **Tillgång till tidningen – prenumerationsutvecklingen**

Den förändrade situationen för dagspressen, har inte bara inneburit minskade upplagor och annorlunda läsvanor, utan också en förändring av människors tillgång till tidningen och således även deras möjligheter att ta del av denna.

Kvällstidningar köps till största del i lösnummer, medan de flesta som läser morgontidningen regelbundet har tillgång till denna genom prenumeration i hushållet. De allra flesta läser sin tidning hemma, men en förhållandevis stor andel läser den på jobbet eller i skolan. Kvällstidningsläsarna är mer benägna än morgontidningsläsarna att läsa på andra platser än i hemmet (Mediebarometer 2003). Att morgontidningsläsning sker i hemmet har sin naturliga bakgrund i traditionen med hushållsprenumeration. Över 70 procent av den svenska befolkningen har tillgång till en morgontidning genom prenumeration i sitt hushåll. Bland de regelbundna morgontidningsläsarna är andelen ännu högre.

**Figur 3 Prenumerationsutveckling totalt och bland regelbundna morgontidningsläsare 1986-2003 (procent)**



**Kommentar:** Urvalsstandarden har ändrats i årets resultatredovisning och innefattar numera både svenska och icke svenska medborgare. Åldersintervallet har utökats och består av personer mellan 15 och 85 år. Detta har fått till följd att värdena i diagrammet skiljer sig något från tidigare redovisningar.<sup>1</sup>

Med regelbunden tidningsläsare avses den som läser morgontidningen minst en dag i veckan. Kurvan bygger på fråga om hushållsprenumeration – alltså om det finns någon prenumeration i det hushåll man bor.

Prenumerationsnivån är alltså fortfarande hög även om den sedan slutet av 1980-talet har minskat med 10 procent. Nedgången har gått i vågor men var som störst under senare delen av 1990-talet, då morgontidningarna tappade 6 procent av de prenumererande hushållen på fyra år. I stor sett kan man konstatera att prenumerationsutvecklingen följer upplagekurvan. Till skillnad från upplagekurvan tycks dock prenumerationsnivån inte fortsätta att falla. Efter millenniumskiftet 1990/2000 har den totala prenumerationsnivån legat konstant på 71 procent. Det är samtidigt den lägsta andel som uppmätts, sedan mätningar av det här slaget startade 1979.

Intressant i detta sammanhang är de som betraktar Metro som sin morgontidning och som angivit att de regelbundet tar del av denna tidning. Räknar man med denna grupp till regelbundna morgontidningsläsare blir andelen prenumeranter bland de regelbundna morgontidningsläsarna något lägre, vilket är högst logiskt eftersom Metro inte är någon prenumererad tidning. Det senaste årets mätningar tyder dock på att Metroläsarna också prenumererar på en morgontidning i lika stor utsträckning som de regelbundna morgontidningsläsarna. Frågan är om det är allt fler prenumeranter som även börjat läsa Metro eller om det är Metroläsarna som i högre grad också börjat prenumerera på en morgontidning. Med tanke på den uppåtgående kurvan ligger den senare förklaringen nära till hands.

Lägst andel med morgontidningsprenumeration i hushållet återfinns bland unga och ensamstående och högst bland äldre och gifta eller samboende personer. Bakom skillnaden finns olikheter dels beträffande livsmönster och vanor, dels vad gäller olika ekonomiska förutsättning. De yngre har inte lika starkt bundna vanor som övriga och de är dessutom ofta ekonomiskt svaga då de ännu inte fått fast inkomst och inte heller delar på kostnaderna med någon samboende. (se Andersson, 2003; Bergström, 2002)

Huruvida man anser sig ha råd med en tidningsprenumeration är troligtvis till stor del avgörande för om man väljer att börja prenumerera på en morgontidning eller inte. Har man däremot en prenumeration är det andra aspekter som främst ligger till grund för huruvida man funderar på att avsluta denna prenumerationen.

En tredjedel av prenumeranterna har minst någon gång under det gångna året funderat på att avsluta sin prenumeration. Funderingar av detta slag är starkt åldersrelaterade. Högsta andelen finns i åldersgruppen 30-49 år (41%) och lägst bland pensionärer (23%). Fördelningen ger en antydning om att det *inte* handlar om att ha råd eller inte med en morgontidningsprenumeration. De ekonomiska aspekterna är dock viktiga i funderingarna kring prenumerationen, men ur ett annat perspektiv.

Att man tyckte att "allt annat blivit så dyrt" betydde mer i mitten av 1990-talet än det gör år 2003. Detta skäl hänger ihop med konjunkturen och är inte längre det viktigaste då man funderar på att upphöra med tidningsprenumerationen. Höjning av prenumerationspriset har istället tagit över som den vanligaste förklaringen till funderingarna av denna karaktär. Här spelar sannolikt gratistidningar och Internetnyheter i olika form roll för hur man värderar prenumerationspriset. Priset är på detta sätt inte nödvändigtvis kopplat till det allmänna prisläget utan till att tidningen kostar mer pengar, medan till exempel Metro och nyheter på Internet betraktas som gratis. Det tycks alltså ytterst handla om huruvida man anser sig *vilja* betala för nyheter och *hur mycket* man tycker att nyheter egentligen får kosta. (Andersson, 2003; Bergström, 2002)

**Tabell 3 Skäl till varför man funderat på att upphöra med sin prenumeration 1993-2003 (procent av andel prenumeranter som funderat minst någon gång på att avsluta sin prenumeration)**

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2003	Differens*
Prenumerationspriset har höjts	27	26	31	27	23	20	22	24	27	34	14
Allt annat har blivit så dyrt så att pengarna räcker inte till	43	38	43	40	42	47	31	35	33	24	23
Jag har inte tid att läsa den	16	19	19	21	16	21	23	27	21	24	11
Tidningens innehåll är inte tillräckligt bra	17	20	16	17	14	16	17	11	17	19	9
Jag har tillgång till tidningen på arbetet/skolan	15	15	19	15	15	16	17	15	17	16	4
Jag kan läsa den på Internet	-	-	-	-	2	5	7	10	8	14	12
Jag får lokal information i radio och TV	13	13	14	12	14	11	16	15	15	13	5
Tidningsutdelningen sköts dåligt	6	9	6	5	6	6	11	8	9	13	8
Jag får de nyheter jag behöver från gratistidning	-	-	-	-	-	-	-	-	5	5	0
Tidningens politiska linje passar inte mig	6	8	6	5	4	1	4	1	3	5	7
Antal	370	319	407	386	393	374	376	343	379	402	

**Kommentar:** Urvalsstandarden har ändrats i årets resultatredovisning och innefattar numera både svenska och icke svenska medborgare. Åldersintervallet har utökats och består av personer mellan 15 och 85 år. Detta har fått till följd att värdena i tabellen skiljer sig något från tidigare redovisningar.<sup>1</sup>

Tabellen bygger på personer som angett att de minst någon gång funderat på att avsluta sin prenumeration. 2002 ställdes inte frågan i SOM-formuläret.

\* Differensen anger största skillnaden genom åren, det vill säga skillnaden mellan högsta och lägsta uppmätta värdet.

Tidsbrist har under 1990-talet blivit ett allt vanligare skäl till att man eventuellt vill upphöra med sin prenumeration. Även att man istället läser nyheter på Internet blir en allt vanligare förklaring. Man kan också se ett allt ökat missnöje med distributionen. Kanske kan detta betraktas som en reflektion av en pågående kultur- och samhällsförändring.

Differensen i tabellen anger den största skillnaden som uppmätts under mätperioden och ger en uppfattning om vilka faktorer som varit mest stabila genom åren. Utifrån detta kan man exempelvis konstatera att människor som funderar på att avsluta prenumerationen på grund av att de läser den på arbetsplatsen eller i skolan är ungefär de samma under hela mätperioden, liksom de som anser att de får lokal information ifrån radio och TV. Störst förändring finns bland de som uppgivit att allt annat blivit så dyrt så att inte pengarna räcker till.

Det framgår tydligt att det inte i första hand är innehållet i tidningen eller förändringar hos denna som gör att man funderar på att upphöra med prenumeratio-

nen. Istället är det privatekonomiska och mediestrukturella faktorer samt det faktum att man upplever att man inte har tid att läsa tidningen som får runt en tredjedel av morgontidningsprenumeranterna att vara osäkra på sin prenumeration och fundera på att avsluta denna.

Man måste emellertid inte vara prenumerant för att ta del av en morgontidning. 10 procent av de som läser morgontidningen minst fem dagar i veckan saknar en prenumeration i hushållet. De får tillgång till tidningen på andra sätt. De flesta av de som inte prenumererar läser tidningen på jobbet eller i skolan. Men en allt ökande andel läser tidningen på Internet eller tar del av den på kollektivtrafiken, till och från jobbet/skolan. Däremot minskar den grupp som köper morgontidningen i lösnummer.

**Tabell 4 Olika sätt att anskaffa tidningen bland läsande icke-prenumeranter 1986-2003 (procent)**

	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Läser på arbetet/skolan	39	36	38	39	32	34	34	36	37	35	36	37	36	36	36	35	33	40
Läser på Internet	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	5	7	10	11	14	15
Köper lösnummer	-	32	25	31	27	41	27	23	27	24	21	17	14	16	16	14	13	13
Läser på kollektivtrafiken	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	10	11	12	10	11	13
Läser hos bekant/granne	9	8	8	6	8	17	11	12	14	12	11	11	12	11	9	9	10	10
Lånar av bekant/granne	6	2	4	5	5	8	5	6	7	7	7	7	4	5	5	3	5	4
Läser på bibliotek	2	1	2	4	3	5	5	5	6	6	5	4	6	8	6	4	4	-
Läser på annat sätt	22	5	8	10	5	5	8	10	8	12	8	12	8	10	5	6	4	5
Antal svar	357	331	310	325	371	363	439	463	397	421	461	477	1026	962	1015	1046	1037	1049

**Kommentar:** Urvalsstandarden har ändrats i årets resultatredovisning och innefattar numera både svenska och icke svenska medborgare. Åldersintervallet har utökats och består av personer mellan 15 och 85 år. Detta har fått till följd att värdena i tabellen skiljer sig något från tidigare redovisningar.<sup>1</sup>

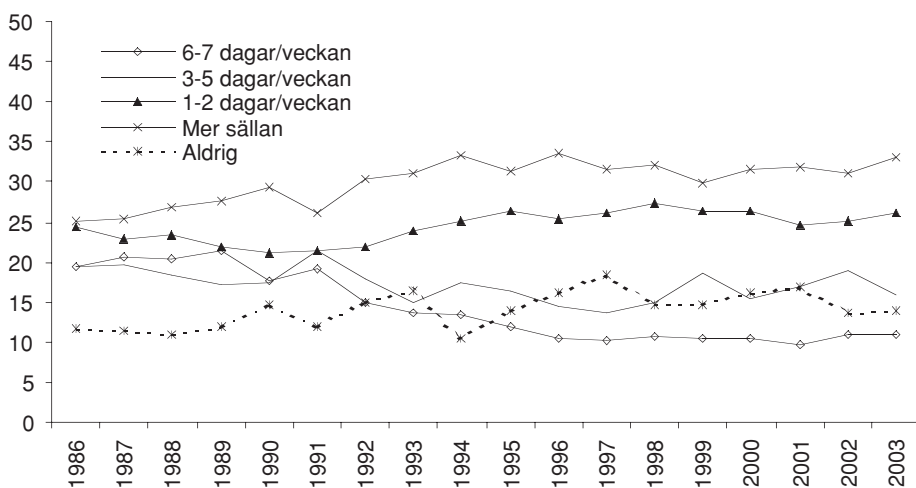
Procenten summerar inte till 100 eftersom flera alternativ kan anges.

Det är framförallt en viss urskiljbar grupp människor som tenderar att läsa tidningen utan att prenumerera på den, yngre och ensamstående, ofta med medel eller hög utbildning. Varför just denna grupp läser morgontidningen utan att betala den hänger troligtvis samman med faktorer som livsvanor och ekonomi. Men det handlar troligtvis också om en moraltisk frågeställning kring hur mycket man är beredd att betala för nyheter och vad dessa får kosta. Det går ju, som tidigare sagts, att ta del av nyheter billigt och så gott som gratis genom Internet och gratis-tidningar. (se Andersson, 2003; Bergström, 2002)

## Kvällstidningsläsning

Konjunktursvågningarna och förändringarna både i samhälls- och mediestrukturen har kanske mest kommit att påverka kvällspressen. Det är framförallt denna tidningsgrupp som stått för den största turbulensen på tidningsmarknaden. Den tappade under 1990-talet som mest 38 procent av sina regelbundna läsare. Precis som var fallet med morgontidningsläsandet kan nedgången i kvällstidningsläsandet till stor del förklaras med en mer sporadisk läsning, allt fler människor läser tidningen allt mer sällan – de regelbundna läsarna blir allt mer oregelbundna.

**Figur 4 Regelbundenhet i kvällstidningsläsning 1986-2003 (procent)**



**Kommentar:** Urvalsstandarden har ändrats i årets resultatredovisning och innefattar numera både svenska och icke svenska medborgare. Åldersintervallet har utökats och består av personer mellan 15 och 85 år. Detta har fått till följd att värdena i diagrammet skiljer sig något från tidigare redovisningar.<sup>1</sup>

De senaste åren har andelen 'icke-läsare' varit förhållandevis konstant, vilket alltså tyder på att kvällspressen inte längre tappar läsare. Däremot får de heller inte direkt några nya och de som redan läser kvällstidningen gör det allt mer sällan. Det är framförallt den grupp läsare som läser kvällspressen en till två dagar i veckan, eller ännu mer sporadiskt, som ökar – främst på bekostnad av tre- till femdagarsläsarna. Utvecklingen skiljer sig visserligen från tidning till tidning, men den uppgång som årets upplagestatistik visade på, kan inte utläsas i läsvanekurvorna.

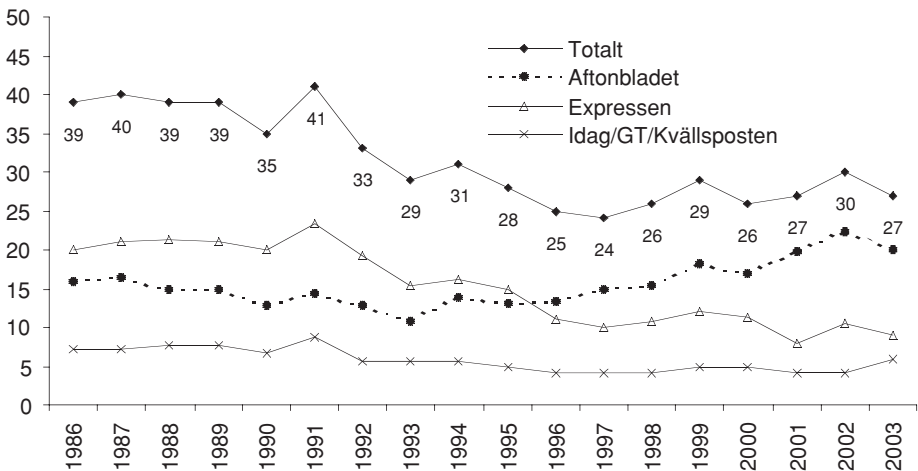
Det stora frånfallet av läsare för kvällspressen kan tillskrivas samtliga kvällstidningar under början av 1990-talet, men den fortsatta utvecklingen kan framförallt hänföras en enda tidning: Expressen. Sedan 1991 har Expressen tappat över 60

procent av sina läsare. 1996 gick Aftonbladet om Expressen både upplage- och läsarmässigt. Expressen räknar numera in såväl GTs som Kvällspostens upplagor i sin årsredovisning, men inte ens då kan tidningen ta upp kampen med Aftonbladet.

Sedan 1993 har Aftonbladet, med något undantag, ökat sin läsarkrets varje år. Förra årets siffror pekade på en fortsatt ljus utveckling då man noterade att Aftonbladet nu var uppe i nästan samma andel läsare som Expressen var under början av 1990-talet. Den ökade läsartutvecklingen kom dock av sig. Årets kurvor pekar neråt för både Aftonbladet och Expressen och avviker från den upplagestatistik som kvällstidningarna på helårsbasis redovisat för 2002 och 2003.

GT och Kvällsposten når, som regionala tidningar, en mindre andel av befolkningen. En svag nedgång har präglat dessa tidningarna under hela 1990-talet. Det senaste årets kurvor pekar dock, till skillnad från de båda övriga kvällstidningar, på en uppgång.

**Figur 5 Regelbundna kvällstidningsläsare totalt och fördelat på tidning 1986-2003 (procent)**



**Kommentar:** Urvalsstandarden har ändrats i årets resultatredovisning och innefattar numera både svenska och icke svenska medborgare. Åldersintervallet har utökats och består av personer mellan 15 och 85 år. Detta har fått till följd att värdena i diagrammet skiljer sig något från tidigare redovisningar.<sup>1</sup>

Med regelbundna tidningsläsare avses den som läser kvällstidningen minst tre dagar i veckan.

Det är troligt att Expressens frånfall har blivit Aftonbladets uppgång. De olika tidningarnas utveckling står troligtvis att finna i sättet som de agerat under de senaste åren. Medan Expressen tappat läsare på grund av olika strukturförändringar och misslyckade innehållsliga satsningar har Aftonbladets journalistiska framtoning

och satsning på Internet istället lockat till sig läsare. Aftonbladet var tidigt ute och anpassade sig efter förändringarna på mediemarknaden. (se Bergström, 2004)

Kravet för att räknas som regelbunden läsare av kvällstidning är läsning minst tre dagar i veckan, vilket är ett lägre mått än för morgontidningar. Detta mått är dock rimligt om man jämför räckvidden och vanan (Wadbring och Weibull, 1996). Kvällstidningar säljs i lösnummer och måste således locka köpare varje dag. Till skillnad från morgontidningarna, som till största delen är prenumererade och vars läsning starkt förknippas med vana, påverkas kvällstidningarna i större utsträckning av enskilda händelser i samhället. De år som visar på en ökad läskrets för kvällspresen kan förklaringen till stor del hänföras till ökad lösnummerförsäljning vid specifika händelser. (Wadbring & Weibull, 2001) Med tanke på detta är det senaste årets nedgång i vår mätserie något förvånande. Händelser som mordet på Sveriges utrikesminister Anna Lindh och EMU-omröstningen är två stora händelser som i sig borde drivit upp läsningen av kvällstidningarna. Läsvanekurvan går alltså i motsatt riktning i förhållande till det förväntade och till upplagestatistik på årsbasis. Frågan är om nedgången hade varit ännu kraftigare om dessa enskilda händelser inte ägt rum och huruvida nedgången är en tillfällighet eller ny trendutveckling. Endast kommande års mätningar kan ge oss svar på dessa frågor.

De regelbundna kvällstidningsläsarna är en strikt grupperad samling – eller åtminstone var de det. I princip kan man säga att kvällstidningens läsare är morgontidningsläsarnas motsats.

Det är framför allt män, lågutbildade och unga människor som regelbundet läser kvällstidningen. Men det är också i dessa grupper som kvällstidningsläsandet minskar som mest de senaste åren. Det finns ingen förklaring till varför just dessa grupper i större utsträckning än andra upphört eller trappat ner på läsandet av kvällstidningarna. Den försämrade ekonomin är en tänkbar förklaring till varför de resurssvaga grupperna prioriterar bort kvällstidningarna. Förändrade möjligheter att ta del av tidningen utan att behöva betala för den är en annan. Ytterligare en möjlig förklaring är ett förändrat tidningsinnehåll som inte längre de traditionella läsarna känner igen sig i och inte tilltalas lika mycket av.

Den kraftiga minskningen i dessa grupper har inneburit att de förut så strikt grupperade kvällstidningsläsarna numera inte är lika starkt grupperade. Det har skett en utjämning mellan grupperna. Om detta beror på en förändrad kvällstidning som försöker anpassa sig efter en bredare publik eller inte må vara osagt, men detta skulle i så fall innebära att kvällstidningarnas försök att nå fler grupper i samhället snarare lett till att de förut så trogna grupperna avvikit.



**Tabell 5 Regelbunden läsning av kvällstidning i olika grupper 1986-2003 (procent)**

	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Differens*
<b>Totalt</b>	39	40	39	39	35	41	33	29	31	28	25	24	26	29	26	27	30	27	17
<b>Kön</b>																			
Man	45	44	42	42	37	45	36	31	34	31	28	27	30	31	29	29	35	29	18
Kvinna	33	37	36	35	33	36	30	26	28	26	22	21	22	27	23	24	26	25	16
<b>Ålder</b>																			
15-29 år	44	47	46	42	38	48	38	29	34	31	25	24	25	32	30	31	36	29	22
30-49 år	40	39	43	41	35	41	34	32	34	30	28	27	25	30	27	28	30	25	18
50-64 år	38	44	33	37	36	39	33	29	28	32	25	24	27	31	27	27	31	31	20
65-85 år	27	28	23	28	29	30	23	20	25	18	18	17	23	21	19	20	23	22	13
<b>Utbildning</b>																			
Låg	41	-	41	43	40	43	39	30	36	32	27	29	31	34	29	30	32	26	17
Medel	42	-	38	39	36	46	33	32	31	31	29	23	27	30	29	30	36	31	23
Hög	23	-	32	25	21	29	22	19	22	19	19	14	15	19	19	19	22	18	18
<b>Subjektiv klass</b>																			
Arbetare	45	46	46	45	41	44	38	35	38	34	29	31	33	37	32	34	36	32	17
Jordbrukare	16	21	16	9	16	29	19	11	7	11	9	12	8	15	16	17	14	15	22
Tjänsteman	39	41	38	38	34	42	29	27	30	28	23	18	22	27	24	22	28	24	24
Högre tjänstem.	19	25	27	25	17	29	18	11	18	12	14	16	16	16	16	16	18	19	18
Egen företagare	43	43	39	44	38	40	36	33	32	28	29	28	28	29	31	30	32	33	16
<b>Civilstånd</b>																			
Ensamstående								27	32	29	24	24	25	30	27	26	29	28	8
Gift/sambo								30	31	28	25	24	26	29	26	27	31	27	7

**Kommentar:** Urvalsstandarden har ändrats i årets resultatredovisning och innefattar numera både svenska och icke svenska medborgare. Åldersintervallet har utökats och består av personer mellan 15 och 85 år. Detta har fått till följd att värdena i tabellen skiljer sig något från tidigare redovisningar.<sup>1</sup>

Med regelbunden läsning avses läsning av kvällstidning minst 3 dagar i veckan.

\* Differensen anger största skillnaden genom åren, det vill säga skillnaden mellan uppmätta högst och lägsta värdet.

## Svårbedömd utveckling

Efter turbulensen under 1990-talet kunde man konstatera att dagstidningsbranschen i allmänhet och morgontidningarna i synnerhet stod emot klimatförändringen förvånansvärt väl. Omslaget fick visserligen konsekvenser för dagstidningarna i form av sjunkande upplagor, svikande prenumeranter och mindre regelbundna läsarmönster. För kvällspressen var läget mer turbulent än för de traditionella morgontidningarna, även om skillnaderna inom de olika tidningsgrupperna var stora mellan enskilda tidningar. Men med tanke på vad som hänt i samhället och mediavärlden under denna period hade man kunnat förvänta sig större effekt på området.

Trots att den värsta stormen nu tycks ha bedarrat har vindarna inte helt lagt sig och i 1990-talets kölvatten är ingenting längre riktigt sig likt. Läsvanorna stabiliserade sig visserligen något under 1990-talets sista år, men hela 2000-talet pekar på en sakta försvagad dagspress.

Inom kvällspressen råder fortfarande en viss turbulens. Kvällspressens totala upplaga pekar uppåt för första gången på 2000-talet men upplageutvecklingen tycks inte överensstämma med läsnivån. Det senaste mätåret har kvällspressen återigen börjat tappa läsare efter en tids tillväxt. Resultatet är intressant inte minst med tanke på alla de händelser som inträffat i samhället under det senaste året och som sannolikt borde lett till ökad läsning av kvällstidningar.

Morgontidningarnas läsarkrets tycks ha stabiliserats mer de senaste åren, både om man ser till läsvanor och upplaga. Kurvorna pekar visserligen fortfarande något nedåt, men inte lika starkt som förut och prenumeranterna blir inte färre. Årets mätningar ger dock en indikation på att människors *sätt* att läsa morgontidningen har förändrats. Det tidigare så stabila läsmönstret tycks inte längre vara orubbligt. Sammanfattar man förändringen i detta avseende kan man konstatera att vi läser allt mer sporadiskt och koncentrerat samt allt kortare tid jämfört med tidigare.

De sporadiska läsarna ökar på bekostnad av de regelbundna, det vill säga så väl morgon- som kvällstidningen läses färre dagar i veckan. Det verkar också som om läsarna blivit mer benägna att läsa tidningen vid *en* tidpunkt och inte sprida ut läsningen på flera tillfällen under dagen. Den förut så rituella läsningen vid frukosten tycks inte heller lika självklar som tidigare och läsningen efter jobbet har minskat med över 10 procent. Vidare har den genomsnittliga lästiden, som förut varit konstant trots tillkomsten av nya nyhetsmedier, minskat.

Förklaringarna står troligtvis att finna i människors tidsbrist och det ökade mediebruset. Konkurrenten om människors uppmärksamhet har hårdnat, vilket också fått till följd att läsarna ägnar sin morgontidning allt mindre tid. Det går emellertid inte att dra allt för stora slutsatser av resultaten. Årets mätningar visar på kraftiga svängningar som delvis kan förklaras av mättekniska förändringar. Tillkomsten av fler svarsalternativ beträffande frågan om lästid gör hållbarheten i resultaten något osäker, även om de inte helt kan viftas bort. Styrkan på det förändrade läsmönstret eller huruvida det är en fortgående trend eller inte får kommande mätningar visa, men det kan vara ett tecken på att 1990-talets omvälvningar både i mediebranschen och i samhället fått mer djupgående konsekvenser för sin publik.

Man kan alltså notera att även om dagstidningarna stod pall för det oväder som drog in över landet för snart 15 år sedan, så har man inte riktigt tagit sig ur det. Det blåser fortfarande och efterdyningarna får nu effekter på dagstidningsläsandet. Det är ännu svårt att ge en exakt prognos för varåt det lutar. Det är en bit kvar till det stiltje som förut karaktäriserade dagstidningsmarknaden, som om det infinner sig troligtvis kommer att stabilisera sig på en lägre nivå än tidigare. Men den sakta försvagade dagspressen och det förändrade tidningsläsandet är inte det samma som

dagspressens undergång. Dessa faktorer visar endast på den utveckling som ägt rum såväl i samhället i stort som i medievärlden i synnerhet. Och det är inte så att vi slutat läsa tidningar. Vi tar fortfarande del av dagstidningar – även om tillgången till dem och läsningen av dem ser något annorlunda ut. För de traditionella dagstidningarna handlar det om hur väl man kan hantera och tillmötesgå denna utveckling. Här ligger svårigheten att ge en tillförlitlig prognos för dagstidningsläsningen i framtiden.

## Noter

- <sup>1</sup> Standarden för resultatredovisningen har ändrats jämfört med tidigare år, vilket fått till följd att kurvorna inte ser exakt likadana ut som tidigare. Åldersintervallen har höjts från 75 till 85 år och även icke-svenska medborgare har redovisats. Också måttet för läsning av morgontidningar ser annorlunda ut. De som betraktar någon av storstädernas gratistidningar som sin morgontidning och läser denna regelbundet ingår i den redovisade morgontidningsläsninggruppen från 1998 år och framåt. Den ändrade standarden har endast inneburit marginella skillnader på max  $\pm 2$  procentenheter.

## Referenser

- Andersson, Ulrika (2003) *Till vilket pris som helst...? Prenumeranter i förhållande till prenumerationspris*. Dagspresskollegiets PM-serie nummer 46. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.
- Bergström, Annika (2002) *Att upphöra med morgontidningsprenumerationen. Om prenumeranters funderingar på att upphöra med morgontidningsprenumerationen och i så fall varför*. Dagspresskollegiets PM-serie nummer 34. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.
- Bergström, Annika (2004) *Nyhetsvanor.nu*. Kommande avhandling från Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.
- Høst, Sigurd och Ronnie Severinsson (1997) *Avisstrukturen i Norge og Sverige – 1960-1995*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.
- Mediebarometer 2003* (2004) MedieNotiser nr 1 2004. Nordicom Sverige. Göteborgs universitet.
- Nilsson, Åsa och Ronnie Severinsson (2001) *Trender och traditioner i svensk morgonpress 1987-1999*. Dagspresskollegiet. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.
- TS-boken (löpande)

- Wadbring, Ingela och Weibull, Lennart (1996) Räckvidd och läsvana 1986-1995. En nivåjämförelse mellan två tidningsläsningsmått. I Ulla Carlsson (red.) *Rapport från 1996 års Mediebarometerseminarium*. Göteborgs universitet. Nordicom, Göteborg
- Wadbring, Ingela och Weibull, Lennart (2001) Dagspressen står pall. Ur Sören Holmberg och Lennart Weibull (red.) *Land, du välsignade?* SOM rapport nr. 26. SOM-institutet, Göteborgs universitet, Göteborg.

# VIKANDE STÖD FÖR VINDKRAFTEN

PER HEDBERG

De energikällor svenska folket vill satsa på den närmaste framtiden är sol- och vindkraft. I SOM-undersökningarna 1999 – 2003 har det ställts en fråga om hur mycket vi skall satsa på olika energikällor den närmaste framtiden.<sup>1</sup> Sol- och vindkraft har toppat listan samtliga år. Resultaten i tabell 1 visar att 2003 ville 75 procent satsa mer än idag på solkraften och 64 procent ville satsa mer på vindkraften. Därefter följer vattenkraft och biobränslen med bådadera 44 procent, naturgas med 30 procent och kärnkraft med 16 procent.<sup>2</sup> När det gäller satsning på kol och olja är svenska folket kallsinniga. Endast 2 procent önskar se en ökad satsning på kol och olja. Andelen som anser att vi helt och hållet skall avstå från kol som energikälla var 38 procent. Motsvarande siffra för olja var 18 procent.

Resultaten visar att opinionen blivit något mer positiv till vattenkraft och kärnkraft. Andelen medborgare som vill satsa mer på kärnkraft i framtiden har ökat med 7 procentenheter under åren 1999 – 2003 samtidigt som andelen som helt vill avstå från kärnkraften minskat med 5 procentenheter. Stödet för en ökad satsning på vattenkraften har ökat med 3 procentenheter medan andelen som helt vill avstå från vattenkraften varit minimal (1 procent) under hela undersökningsperioden.

Det land i världen som producerar mest elektricitet från vindkraft är Tyskland följt av Spanien, USA och Danmark. Sverige hamnar först på 12 plats. När det gäller vindkraftens andel av den totala energiförbrukningen toppar Danmark före Spanien och Tyskland.<sup>3</sup> Målsättningen i Sverige är att 2015 producera 10 TW timmar elektricitet från vindkraftsverk. Det innebär en omfattande utbyggnad de kommande åren.<sup>4</sup> Men har en utbyggnad av vindkraften stöd bland det svenska folket?

Svaret är än så länge ja. En majoritet stöder en utbyggnad av vindkraften, men det är en majoritet som minskat de senaste fem åren. Resultaten i tabell 1 visar att stödet för att satsa mer på vindkraften minskat från 74 procent 1999 till 64 procent 2003, minus 10 procentenheter. Även andra frågor i SOM-undersökningen indikerar ett minskat stöd för vindkraften. Sedan 1994 har en fråga ställts om inställningen till etablering av olika energirelaterade verksamheter i den egna kommunen. Vi har frågat om etablering av vindkraft, oljeraffinaderi, kärnkraftverk, anläggningar för miljöfarligt avfall, slutförvar för kärnkraftens högaktiva avfall och sedan 1999 etablering av gasnät för fossil- och naturgas i den egna kommunen. Andelen positiva till de olika typerna av energirelaterade etableringarna redovisas i tabell 2.

**Tabell 1 Vilka energikällor bör Sverige satsa på? (procent)**

**Fråga:** ”Hur mycket bör vi i Sverige satsa på nedanstående energikällor under de närmaste 5-10 åren?”

energi­källor och undersök­ningsår	svarsalternativ					summa procent	opinions­balans	antal personer
	satsa mer	satsa ungefär som idag	satsa mindre än idag	helt avstå från energi­källan	ingen åsikt			
<b>vattenkraft</b>								
1999	41	44	6	1	8	100	+34	1599
2000	39	48	6	1	6	100	+32	1583
2001	40	46	7	1	6	100	+32	1625
2002	44	45	4	1	6	100	+39	1620
2003	44	44	4	1	7	100	+39	1717
<b>vindkraft</b>								
1999	74	14	3	1	8	100	+70	1609
2000	72	17	4	2	5	100	+66	1599
2001	71	16	5	2	6	100	+64	1633
2002	68	19	5	2	6	100	+61	1631
2003	64	22	5	2	7	100	+57	1722
<b>solenergi</b>								
1999	77	11	2	1	9	100	+74	1605
2000	77	14	2	1	6	100	+74	1595
2001	75	14	3	1	7	100	+71	1620
2002	77	14	2	1	6	100	+74	1628
2003	75	15	1	1	8	100	+73	1721
<b>kärnkraft</b>								
1999	9	34	26	20	11	100	-37	1592
2000	11	34	30	19	6	100	-38	1573
2001	11	36	29	18	6	100	-36	1611
2002	12	37	29	16	6	100	-33	1624
2003	16	38	24	15	7	100	-23	1713
<b>biobränslen</b>								
1999	29	27	13	3	28	100	+13	1584
2000	44	28	10	3	15	100	+31	1559
2001	46	29	8	2	15	100	+36	1602
2002	45	32	8	1	14	100	+36	1610
2003	44	29	8	2	17	100	+34	1696
<b>fossil-/naturgas</b>								
1999	21	26	17	5	31	100	-1	1583
2000	30	32	17	4	17	100	+9	1565
2001	31	32	16	4	17	100	+11	1608
2002	32	35	14	3	16	100	+15	1608
2003	30	31	15	4	20	100	+11	1700
<b>kol</b>								
1999	1	9	39	34	17	100	-72	1590
2000	2	10	39	37	12	100	-74	1570
2001	2	11	38	38	12	100	-74	1614
2002	2	13	41	33	11	100	-72	1624
2003	2	10	35	38	15	100	-71	1708
<b>olja</b>								
1999	2	17	48	18	15	100	-64	1585
2000	2	20	52	16	10	100	-66	1568
2001	2	19	51	17	11	100	-66	1620
2002	2	22	50	16	10	100	-64	1626
2003	2	20	47	18	13	100	-63	1706

**Kommentar:** Resultaten omfattar enbart svarspersoner som kryssat för något svarsalternativ. Andelen personer som hoppar över de olika delfrågorna varierar mellan 6-9 procent genom åren. Måttet för opinionbalansen är beräknat genom att dra andelen som vill satsa mindre på energikällan eller helt avstå från den från andelen som anser att vi bör satsa mer på energikällan.

**Tabell 2 Andel positiva till etablering av energirelaterad verksamhet i den egna kommunen 1994-2003 (procent)**

**Fråga:** ”Hur ställer Du Dig till en etablering av följande verksamheter i den kommun där Du bor?”

etablering av:	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
vindkraft	74	72	76	70	72	74	70	70	66	59
gasnät för fossil- och naturgas	--	--	--	--	--	21	26	28	28	26
kärnkraftverk	11	12	14	14	14	11	10	11	10	12
anläggning för miljöfarligt avfall slutförvar för kärnkraftens högaktiva avfall	11	11	12	9	10	8	11	9	9	9
oljaffinereri	7	8	7	8	9	8	7	8	7	9
oljaffinereri	8	9	10	10	10	5	7	7	7	7

**Kommentar:** Svartalternativen i frågan var: mycket positiv, ganska positiv varken positiv eller negativ, ganska negativ och mycket negativ. Här redovisas andelen ganska positiva och positiva. Personer som inte besvarade frågan ingår ej i procentbasen.

Även när det gäller etablering av vindkraft i den egna kommunen är stödet vikande. Mellan 1994 och 1999 var drygt 70 procent positiva till etablering av vindkraftverk i den egna kommunen. Därefter har inställningen svalnat. I den senaste mätningen var fortfarande en majoritet positiva till vindkraftsetablering i den egna kommunen men siffran har sjunkit till 59 procent, en tillbakagång med 15 procentenheter sedan 1999. Stödet för vindkraft i den egna kommunen har alltså gått tillbaka något mer än det allmänna stödet för vindkraften som energikälla (-15 procentenheter jämfört med -10 procentenheter). I övrigt kan noteras från resultaten i tabell 2 att omsvängningen till en mer positiv syn på användningen av kärnkraften inte slagit igenom när det gäller etablering av kärnkraftverk i den egna kommunen. Andelen positiva har där legat förhållandevis stabilt på 10-14 procent genom åren.

Vi vet sedan tidigare att ju närmare den egna bostaden en vindkraftsetablering planeras ju mindre positiv är opinionen för vindkraften.<sup>5</sup> Resultaten från SOM-undersökningen 2000 visade att 41 procent då var positiva till en vindkraftsetablering i närheten av den egna bostaden medan 27 procent var negativa. I den senaste mätningen 2003 har andelen positiva reducerats till 33 procent (-8 procentenheter) och andelen negativa ökat till 33 procent (+6 procentenheter). En övertikt positiva 2000 har alltså 2003 utvecklats till ett jämviktsläge mellan positiva och negativa till etablering av vindkraft i närheten av den egna bostaden.

Ytterligare en indikator i undersökningen visar att vindkraften tappar något i stöd. I SOM-undersökningar 2000 och 2003 återfinns ett antal påståenden om vindkraften som de svarande ombads bedöma på en skala mellan 0 (felaktigt) till 10 (riktigt). Följande påståenden ingick i frågesviten: vindkraften är bullrig, vindkraften är miljövänlig, el producerad med hjälp av vindkraft blir dyr, vindkraft innebär

mycket små risker för människors liv och hälsa och vindkraften förfular landskapet. Resultaten visar att medelvärdena för de olika påståendena 2000 och 2003 är i det närmaste identiska, men att de små förändringar som skett samtliga går i riktning emot vindkraften. Vindkraften är bullrig +0,1 enheter, vindkraften är miljövänlig -0,2 enheter, el producerad med hjälp av vindkraft blir dyr +0,2 enheter, vindkraften innebär mycket små risker för människors liv och hälsa -0,3 enheter och vindkraften förfular landskapet +0,3 enheter.<sup>6</sup>

**Tabell 3 Andel positiva till att satsa mer på vindkraften efter social grupp-tillhörighet, partisynpaty och vänster-höger ideologi 1999-2003 (procent)**

	1999	2000	2001	2002	2003	differens 1999-2003
kön						
man	72	71	70	66	63	-9
kvinna	75	73	73	69	65	-10
ålder						
15-30	69	74	69	67	62	-7
31-60	76	73	77	70	70	-6
61-85	72	68	63	62	54	-18
bostadsort						
ren landsbygd	80	82	80	72	73	-7
mindre tätort	77	72	71	70	62	-15
stad, större tätort	70	70	70	67	63	-7
de tre storstäderna	74	65	69	65	61	-13
utbildning						
grundnivå	71	71	67	66	59	-12
mellannivå	74	73	71	68	63	-11
universitet/högskola	74	72	79	68	71	-3
partisynpaty						
v	86	81	85	80	75	-11
s	72	72	70	66	62	-10
c	80	90	80	79	76	-4
fp	84	81	79	70	63	-21
m	63	59	62	48	54	-9
kd	72	69	72	69	66	-6
mp	87	84	87	86	77	-10
vänster-höger ideologi						
klart till vänster	87	81	76	75	79	-8
något till vänster	77	79	79	74	69	-8
varken till vänster eller höger	72	73	69	65	63	-9
något till höger	71	69	69	64	60	-11
klart till höger	61	54	63	56	57	-4
samtliga	74	72	71	68	64	-10

**Kommentar:** Personer som inte besvarat frågan ingår ej i procentbasen. Frågeformulering redovisas i tabell 1.



Vi har alltså kunnat konstatera att stödet för vindkraften minskar bland befolkningen. Frågan är om det minskade stödet återfinns bland samtliga grupper i samhället eller om tillbakagången är mer påtagbar i vissa grupper än i andra. I tabell 3 redovisas andelen som vill satsa mer på vindkraft bland olika sociala grupper, bland personer med olika partisympati och bland personer med olika ideologisk inställning.

Resultaten visar för det första att oavsett social gruppstillhörighet finner vi en positiv vindkraftsopinion under hela undersökningsperioden. Bakgrundsfaktorer som kön, ålder, bostadsort och utbildning har i stort sett saknat betydelse i frågan om vi skall satsa mer på vindkraften. Resultaten från SOM-undersökningen 2003 visar att kvinnor marginellt är mer positiva än män, att äldre är något mindre positiva än yngre och medelålders, att landsbygdsbor är något mer positiva än personer som bor i tätorter och städer, samt att högutbildade är mer positiva till en satsning på vindkraft än låg- och medelutbildade. Jämfört med tidigare år har sambandet med ålder, utbildning och bostadsort förstärkts något 2003.

Stödet för vindkraften minskar i samtliga sociala grupper. Jämfört med 1999 års siffror är tillbakagången 10 procentenheter bland samtliga svarspersoner. En något mer accentuerad tillbakagång än för riksgenomsnittet finner vi bland äldre (-18 procentenheter), bland personer boende i mindre tätorter och i de tre storstäderna (-15 respektive -13 procentenheter), samt bland låg- och medelutbildade (-12 respektive -11 procentenheter).

En majoritet bland samtliga partiets sympatisörer stöder en utökad satsning på vindkraften i SOM-undersökningen 2003. Störst stöd har vindkraften bland sympatisörer till miljöpartiet (77 procent), centerpartiet (76 procent) och vänsterpartiet (75 procent). Svagast är stödet bland sympatisörer till moderaterna (54 procent). Men sedan 1999 har stödet för en ökad vindkraftssatsning gått tillbaka något bland samtliga partiets sympatisörer. Den största tillbakagången återfinns bland folkpartiets sympatisörer, -21 procentenheter. Stödet för vindkraften minskar även bland sympatisörer till partier med en grön profil, -11 procentenheter bland sympatisörer till vänsterpartiet, -10 procent bland sympatisörer till miljöpartiet och -4 procentenheter bland sympatisörer till centerpartiet.

Ideologiskt finns en svag koppling mellan inställning till vindkraft och egen vänster-högerplacering och så har varit fallet under samtliga fem undersökningsår. Personer som ideologiskt säger sig stå klart till vänster är mer positiva till en ökad vindkraftssatsning (79 procent 2003) än personer som placerar sig klart till höger (57 procent 2003). Tillbakagången i stödet för vindkraften har varit förhållandevis jämt fördelat bland personer som ideologiskt placerar sig till vänster respektive till höger i svensk politik. En något svagare tillbakagång finner vi bland dem som redan varit minst entusiastiska d v s de som placerar sig själva klart till höger i politiken (-4 procentenheter).

När det gäller var i Sverige vindkraftsutbyggnaden bör ske aktualiseras naturligtvis områden där vindförhållandena är gynnsamma. Lokaliseringar har framförallt diskuterats i södra Sveriges kustområden. I tabell 4 redovisas hur vindkraftsopinionen har utvecklats i olika geografiska områden 1999-2003.

**Tabell 4 Andel positiva till att satsa mer på vindkraft i olika delar av landet 1999-2003 (procent)**

	1999	2000	2001	2002	2003	differens 1999-2003
<i>andel satsa mer på vindkraft</i>						
riksområde						
Stockholms län	69	66	71	68	61	-8
Östra Mellansverige	73	70	74	69	64	-9
Småland med öarna	75	73	69	64	66	-9
Sydsverige	69	68	58	60	54	-15
Västssverige	75	74	75	70	66	-9
Norra Mellansverige	76	77	77	71	70	-6
Mellersta Norrland	81	79	72	68	70	-9
Övre Norrland	82	83	81	75	76	-6
stad						
Stockholm	69	70	72	63	63	-6
Göteborg	82	69	72	74	66	-16
Malmö	72	49	53	56	47	-25
samtliga	74	72	71	68	64	-10
<i>andel positiva till vindkraft i egna kommunen</i>						
riksområde						
Stockholms län	64	55	63	59	52	-12
östra Mellansverige	76	71	72	66	59	-17
Småland med öarna	73	70	72	75	66	-7
Sydsverige	71	69	67	62	51	-20
Västssverige	77	74	72	70	61	-16
Norra Mellansverige	76	74	72	71	58	-18
Mellersta Norrland	78	83	72	64	68	-10
Övre Norrland	82	86	80	68	70	-12
stad						
Stockholm	61	56	65	60	51	-10
Göteborg	79	73	69	67	52	-27
Malmö	77	60	59	56	44	-33
samtliga	74	70	70	66	59	-15
<i>andel positiva till vindkraft vid egna bostaden</i>						
riksområde						
Stockholms län		32			32	±0
östra Mellansverige		35			32	-3
Småland med öarna		42			40	-2
Sydsverige		46			29	-17
Västssverige		46			37	-9
Norra Mellansverige		42			31	-11
Mellersta Norrland		51			33	-18
Övre Norrland		52			37	-15
stad						
Stockholm		27			37	+10
Göteborg		40			31	-9
Malmö		34			20	-14
samtliga		41			33	-8

**Kommentar:** Frågeformuleringen återfinns i tabell 1. personer som ej besvarat frågan ingår inte i procentbasen. I Övre Norrland ingår Västerbottens och Norrbottens län; i Norra Mellansverige ingår Värmlands, Kopparbergs och Gävleborgs län; i Mellersta Norrland ingår Västernorrlands och Jämtlands län; i Västssverige ingår Hallands och Västra Götalands län; i Östra Mellansverige ingår Uppsala, Södermanlands, Östergötlands, Örebro och Västmanlands län; i Småland/Gotland ingår Jönköpings, Kronobergs, Kalmar och Gotlands län och i Sydsverige ingår Blekinge och Skåne län.

En grov geografisk indelning har gjorts. Resultaten för 2003 visar att stödet för vindkraften är förhållandevis lika oavsett var i landet man är bosatt, möjligtvis undantaget Sydsverige. Det kraftigaste stödet återfinns i Övre Norrland (76 procent) medan det är svagare i Sydsverige (54 procent). Opinionsutvecklingen mellan 1999 och 2003 visar att stödet för vindkraften minskat i samtliga områden och att det område där vindkraften tappat mest är i Sydsverige (-15 procentenheter). I storstadsområdena har stödet för en utökad vindkraftsatsning framför allt minskat i Malmö (-25 procentenheter).

När det gäller lokalisering av vindkraft i den egna kommunen finner vi även här att andelen positiva minskar i samtliga geografiska områden mellan 1999 och 2003. Och liksom när det gäller frågan om en ökad satsning på vindkraften minskar andelen positiva till en etablering i den egna kommunen mest i Sydsverige (-20 procentenheter) och i Malmö (-33 procentenheter). Andra områden där andelen positiva minskat i ungefär samma omfattning är Norra Mellansverige (-18 procentenheter), Östra Mellansverige (-17 procentenheter) och Västsverige (-16 procentenheter). I Göteborg har andelen positiva minskat med 27 procentenheter.

Andelen positiva till en etablering av vindkraft i närheten av den egna bostaden minskar framförallt är i Mellersta och Övre Norrland (-18 respektive -15 procentenheter) samt i Sydsverige (-17 procentenheter). Bland personer som bor i de tre storstäderna har andelen positiva till vindkraftverk i närheten av den egna bostaden minskat i Malmö (-14 procentenheter) och i Göteborg (-9 procentenheter) medan den ökat något i Stockholm (+10 procentenheter).

Stödet för en utökad satsning på vindkraften är svagast i Sydsverige (54 procent), andelen positiva till en etablering vindkraftverk i den egna kommunen är minst i Sydsverige (51 procent) och andelen positiva till en etablering av vindkraft i närheten av den egna bostaden är minst i Sydsverige (29 procent). Det är också i Sydsverige som de kraftigaste skiftningarna i vindkraftsopinionen i en negativ riktning skett mellan åren 1999 – 2003. När det närmar sig skarpt läge sviktar opinionsstödet i Sydsverige.

Flera indikatorer i SOM-undersökningarna visar att vindkraftsopinionen just nu är vikande. Färre vill satsa mer på vindkraften som energikälla, färre är positiva till etablering av vindkraft i sin egen kommun eller i närheten av den egna bostaden. Något fler instämmer i påståenden emot vindkraften, medan något färre instämmer i påståenden för vindkraften. Geografiskt är det framförallt i Sydsverige som vindkraften tappat i stöd.

Vi har kunnat konstatera att även om svenska folket överlag är positiv till vindkraften som energikälla avtar entusiasmen om det blir fråga om etablering i närheten av det egna boendet. Opinionsskiftningen i vindkraftsfrågan kan sannolikt till dels sökas i just lokaliseringsproblematiken. När den svenska vindkraftsatsningen går från idé till verklighet väcks lokala opinioner mot etableringar som väcker uppmärksamhet både lokalt och på riksplenet. Lokaliseringsfrågan är inte oproblematis

och kommer sannolikt att fortsätta sätta spår i vindkraftsopinionen i takt med den planerade utbyggnaden.

## Noter

- <sup>1</sup> Undersökningen om den svenska energiopinionen ingår i forskningsprojektet *Energiopinionen i Sverige* som finansieras av Energimyndigheten.
- <sup>2</sup> För kärnkraftsopinionens utveckling se Holmberg 2004.
- <sup>3</sup> Se Vindbladet, 2004
- <sup>4</sup> Se t ex Energimyndigheten, 2003
- <sup>5</sup> Se Hedberg 2001
- <sup>6</sup> Medeltalen var följande: vindkraften är bullrig 3,9 2000 och 4,0 2003, vindkraft är miljövänlig 8,6 2000 och 8,4 2003, el producerad med hjälp av vindkraft blir dyr 5,1 2000 och 5,3 2003, vindkraft innebär mycket små risker för människors liv och hälsa 8,3 2000 och 8,0 2003, vindkraft förfular landskapet 5,0 2000 och 5,3 2003. De påståenden som vägde tyngst bland personer som vill satsa mer på vindkraften 2003 var påståendet om att vindkraften är miljövänlig (9,0) och påståendet att den innebär mycket små risker (8,4). Bland personer som vill satsa mindre eller inte använda vindkraften vägde påståendena om att den förfular landskapet och att den innebär dyr el tyngst (9,3 respektive 8,1). Det påstående där polariseringen mellan dem som ville satsa mer och dem som ville satsa mindre eller inte alls var påståendet om att vindkraften förfular landskapet, 4,2 respektive 9,3.

## Referenser

- Hedberg, Per 2001 "Vindkraft i medvind". I Holmberg, Sören och Weibull, Lennart (red) *Det våras för politiken*. SOM-rapport 30. Göteborg: SOM-institutet.
- Holmberg, Sören 2004 "Kärnkraftanhängarna har gått om". I Holmberg, Sören och Weibull, Lennart (red) *Ju mer vi är tillsammans*. SOM-rapport 34. Göteborg: SOM-institutet.
- Vindbladet, 2004 nr 49.
- Statens Energimyndighet, 2003. "Vindkraft. Fördelning av nationella planeringsmål och kriterier för områden av riksintressen." Energimyndighetens förlag. Eskilstuna.

# KÄRNKRAFTSANHÄNGARNA HAR GÅTT OM

SÖREN HOLMBERG

Nu har det hänt. De långsiktiga kärnkraftsanhängarna har gått om de långsiktiga kärnkraftsmotståndarna i opinionen. Och det är första gången sedan kärnkraften politiserades i Sverige i mitten på 1970-talet. Vi talar inte om kortsiktiga åsikter kring att inleda kärnkraftsavvecklingen eller att stänga Barsebäck. När det gäller den typen av mer näraliggande frågor har den kärnkraftspositiva opinionen redan tidigare varit i överläge, åtminstone sedan 1990-talets sista år. Vi talar istället om den långsiktiga användningen av kärnkraften i Sverige – om kärnkraften skall användas som energikälla eller ej. På detta område har avvecklaropinionen hela tiden varit i starkare än användaropinionen ända sedan kampen om kärnkraften inleddes i Sverige åren 1975/76. I samband med folkomröstningen 1980 var andelen som långsiktigt önskade en kärnkraftsavveckling 66 procent mot endast 30 procent som vill använda kärnkraften (Holmberg & Asp 1984). Efter Tjernobylolyckan 1986 steg andelen som ville se en kärnkraftsavveckling till 75 procent medan användaropinionen sjönk till rekordlåga 12 procent.

Utvecklingen sedan dess har inneburit att kärnkraftsanhängarna kommit igen. Upphämtningen har skett i två omgångar. Först under slutet av 1980-talet när Tjernobyleffekten klingade av och sedan under den senaste femårsperioden när Barsebäck I har avvecklats, elmarknaden avreglerats och elpriserna skjutit i höjden. Och allt under en period när inga allvarliga kärnkraftsolyckor inträffade.

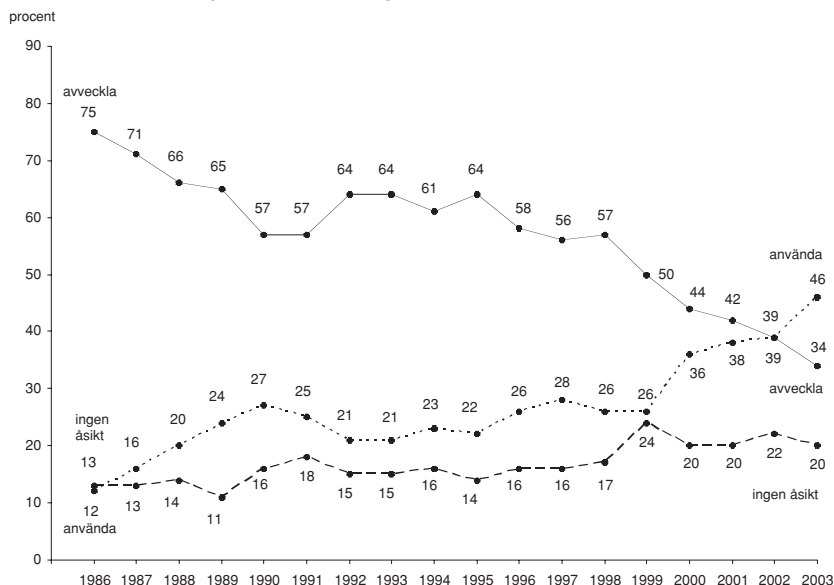
Den senaste SOM-undersökningen från hösten 2003 visar på en förhållandevis klar ledning för kärnkraftsanhängarna. Hela 46 procent anger att de långsiktigt vill använda kärnkraften mot endast 34 procent som vill avveckla den. Så sent som 2002 var det oavgjort med 39 procent för användning och 39 procent för avveckling. Bland kärnkraftsanhängarna växer andelen som inte bara vill använda kärnkraften utan också vill satsa offensivt på fler reaktorer, från 2 procent 1980 och 6 procent 1996 till 15 procent 2003 (se tabell 1 och figur 1).

Andra enkätfrågor i SOM visar på samma opinionsförskjutning. Det vill säga mer stöd för kärnkraften och ett växande stöd för att satsa på *mer* kärnkraft (tabell 2 och tabell 1 i Per Hedbergs kapitel).

**Tabell 1 Åsikter om kärnkraftens långsiktiga användning i Sverige (procent)****Fråga:** "Vad är din åsikt om kärnkraftens långsiktiga användning som energikälla i Sverige?"

åsikt	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
avveckla kärnkraften senast till år 2010	22	19	17	16	15	14	12	12
avveckla kärnkraften, men använd de kärnkraftsreaktorer vi har tills de har tjänat ut	31	32	40	34	29	28	27	22
använd kärnkraften och förnya efterhand kärnkraftsreaktorerna, men bygg inga fler	18	19	21	19	26	29	28	31
använd kärnkraften och satsa på fler kärnkraftsreaktorer i framtiden	6	7	5	7	10	9	11	15
ingen bestämd åsikt/ej svar	23	23	17	24	20	20	22	20
summa procent	100	100	100	100	100	100	100	100
antal personer	1779	1754	1740	1703	1704	1739	1777	1818
andel avveckla	53	51	57	50	44	42	39	34
andel använda	24	26	26	26	36	38	39	46
översikt avveckla	+29	+25	+31	+24	+8	+4	±0	-12

**Kommentar:** Frågeformuleringen år 2000 -2003 skiljer sig något åt från formuleringen åren 1996-1999.

**Figur 1 Avveckla eller använda kärnkraften på lång sikt? Opinionsutvecklingen 1986-2003 (procent)**

**Kommentar:** Se tabell 1 för enkätfrågans utformning år 2003. Svartalernativ 1-2 har definierats som "avveckla" medan svartalernativ 3-4 klassificerats som "använda". Åren 1986-1997 respektive 1996-1999 användes delvis annorlunda enkätfrågor. I figur 1 används den äldre femdelade enkätfrågan för åren 1986-1997 och den nya fyrdelade därefter.

**Tabell 2 Avveckla kärnkraften på lång sikt****Påstående:** ”Sverige bör på lång sikt avveckla kärnkraften?”

	1998	1999	2000	2001	2002	2003
mycket bra förslag	22	21	22	19	17	14
ganska bra förslag	25	23	22	21	23	19
varken bra eller dåligt förslag	21	22	21	23	23	23
ganska dåligt förslag	16	16	18	17	17	20
mycket dåligt förslag	13	13	12	14	14	19
ej svar	3	5	5	6	6	5
summa procent	100	100	100	100	100	100
antal personer	3561	3503	1842	3638	3606	3675
andel bra	47	44	44	40	40	33
andel dåligt	29	29	30	31	31	39
övertikt bra förslag	+18	+15	+14	+9	+9	-6

## Risker

Den långsiktiga nedgången i kärnkraftsmotståndet har ett klart samband med människors riskbedömningar. Kärnkraftens risker upplevs inte lika stora idag jämfört med 1980 eller 1986. Det är en av huvudorsakerna till det minskande motståndet.<sup>1</sup> Men opinionsförskjutningen under det senaste året kan inte förklaras av att människor uppfattar kärnkraften som mindre farlig. Det är snarast tvärtom. SOM-undersökningarnas mätningar av hur svenska folket bedömer fyra olika kärnkraftsrisker visar alla samma sak – människor uppfattar en något förhöjd risknivå. Det gäller risken för atomvapenspridning, för att vi inte säkert kan slutförvara kärnavfallet, för en större olycka i ett kärnkraftverk i Sverige och för att inte Östeuropa kan hantera kärnkraften på ett säkert sätt.

Det är alltså inte nedtonade riskbedömningar som ligger bakom åsiktsförskjutningen i kärnkraftsvänlig riktning. Kortsiktigt har andra faktorer inverkat. En trolig sådan faktor är elprishöjningarna. Hushållens elkostnader har gått upp och i debatten har det framhållits att kostnaderna riskerar att förbli höga eller gå upp ytterligare om kärnkraften avvecklas. Någon bra evidens för att de höjda elpriserna påverkat kärnkraftsopinionen på detta sätt har vi dock inte inom ramen för SOM-undersökningen. En hypotes skulle kunna vara att speciellt elpriskänsliga grupper skulle vara bland dem som förändrats mest i kärnkraftspositiv riktning. Någon strikt test kan emellertid inte genomföras eftersom vi inte har tillgång till något bra mått på elpriskänslighet. Vi vet dock från tidigare undersökningar att människors egenintresse spelar en roll för åsikterna i kärnkraftsfrågan. I projektet *Kärnkraften i*

*sambället* från sent 1980-tal och i valundersökningarnas material kan vi t ex visa att personer som bor i villor med direktverkande el är mer kärnkraftspositiva än andra villaägare. Personer som arbetar i mycket elberoende verksamheter som exempelvis pappers- och massaindustrin tenderar också att vara klart mer positiva till kärnkraften än genomsnittet. Elberoende påverkar inställningen till kärnkraft. Människor vill ha billig el för att hålla värmen i husen och rädda jobben.

**Tabell 3 Riskbedömningar i kärnkraftsfrågan 1980-2003 (medeltal)**

**Fråga:** ”Vad anser Du om följande risker som har diskuterats i samband med kärnkraften? Hur stor är risken för...”

Hur stor är risken för:	80	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	00	01	02	03
att kärnkraften leder till att allt fler länder skaffar sig atomvapen?	6,2	6,8	6,5	5,8	5,7	5,5	5,9	5,7	5,9	5,8	5,6	5,9	5,2	5,2	5,5	5,0	4,9	5,1	5,4
att vi i Sverige inte kan hantera och slutförvara kärnkraftens avfall på ett säkert sätt?	---	6,1	6,1	5,9	5,7	5,2	5,4	5,3	5,1	5,3	4,8	5,2	4,5	5,0	4,6	4,8	4,6	4,6	4,7
en större olycka med radioaktivt utsläpp i ett kärnkraftverk i Sverige?	4,8	4,8	4,4	3,9	3,9	3,5	3,7	3,7	4,0	3,9	3,6	3,9	3,7	3,6	3,6	3,5	3,5	3,4	4,0
att länderna i Östeuropa inte kan hantera sina kärnkraftverk och sitt kärnavfall på ett säkert sätt?	---	---	---	---	---	---	---	---	---	8,8	8,7	8,9	8,4	8,5	8,5	8,5	8,1	8,0	8,2

**Kommentar:** Medeltalen kan variera mellan 1,0 (mycket lite risk) och 10,0 (mycket stor risk). Siffrorna för 1980 är hämtade från *Kampen om kärnkraften* av Sören Holmberg och Kent Asp (1984: 476).

## Kvinnor och män

De senaste årens stora attitydförändringar i kärnkraftsfrågan har dock inte ändrat de gamla mönstren när det gäller vilka olika sociala och politiska grupper som tenderar att vara för respektive emot kärnkraften som energikälla. Intet är nytt på denna front. Precis som under 1970-talets kampår är det kvinnor, unga och glesbygdsbor som fortfarande är mest negativa till kärnkraften. Åsiktsskillnaderna vis-a-vis män, äldre och storstadsbor är inte dramatiska, men förhållandevis tydliga – framförallt när det gäller kön och ålder. I SOM-studien 2003 vill 58 procent av männen och 48 procent av äldre personer använda kärnkraften på lång sikt. Motsvarande andelar är klart lägre bland kvinnor och unga, 35 respektive 34 procent. Äldre män står fortfarande mot yngre kvinnor i kärnkraftsfrågan, precis som i folkomröstningen 1980 (Holmberg & Asp 1984).



Opinionsförskjutningen till förmån för kärnkraften återfinns emellertid i alla sociala grupper. Kvinnor och män, unga och gamla, högutbildade och lågutbildade, glesbygd och storstad, alla har de blivit mer positiva till kärnkraften. Och det gäller också för det senaste årets attitydförändring.

**Tabell 4 Avveckla eller använda kärnkraften på lång sikt efter social gruppstillhörighet och partisympati (procent)**

	avveckla	använd	ingen åsikt	summa procent	antal personer	övertikt avveckla
<b>kön</b>						
man	28	58	14	100	870	-30
kvinna	39	35	26	100	946	+4
<b>ålder</b>						
15-30	37	34	29	100	370	+3
31-60	33	49	18	100	948	-16
61-85	33	48	19	100	498	-15
<b>utbildning</b>						
grundnivå	34	41	25	100	495	-7
mellannivå	32	47	21	100	756	-15
universitet/högskola	38	49	13	100	527	-11
<b>bostadsort</b>						
landsbygd	43	39	18	100	280	+4
tätort	33	47	20	100	441	-14
stad	33	48	19	100	789	-15
Stockholm/Göteborg/Malmö	31	47	22	100	283	-16
<b>partisympati</b>						
v	49	28	23	100	156	+21
s	35	43	22	100	616	-8
c	47	41	12	100	135	+6
fp	26	57	17	100	204	-31
m	21	69	10	100	278	-48
kd	38	51	11	100	122	-13
mp	59	18	23	100	82	+41
övrigt parti	23	43	34	100	56	-20
inget parti	24	35	41	100	167	-11
<b>samtliga</b>	34	46	20	100	1818	-12

**Kommentar:** Intervjufrågan om kärnkraften redovisas i tabell 1. Resultaten gäller för år 2003.

## Minskad partipolitisering

Åsiktsmönstret bland de politiska partiernas sympatisörer ser också i allt väsentligt likadant ut idag som för trettio år sedan. Nu som då finns den största andelen kärnkraftsanhängare bland moderata sympatisörer, medan sympatisörer till vänsterpartiet, miljöpartiet och centern lutar mest åt att vara kärnkraftsnegativa; center-

partister dock endast nått och jämnt. Anhängare till socialdemokraterna, kristdemokraterna och folkpartiet tenderar likt moderaterna att vara övervägande positiva till kärnkraften. Det gäller speciellt för de numera mer talrika folkpartisterna. De gamla mer fåtaliga folkpartisterna före valet 2002 tenderade att vara mer kärnkrafts-skeptiska. I SOM-undersökningen 2001 fanns det fler kärnkraftsmotståndare (49 procent) än anhängare (42 procent) bland fp-sympatisörer. I den senaste SOM-studien 2003 är kärnkraftsanhängare i klar majoritet bland folkpartiets anhängare (57 procent). Motståndarna har minskat till 26 procent.

Jämfört med opinionsläget 2002 har framförallt sympatisörer till centerpartiet och vänsterpartiet blivit mer kärnkraftspositiva. Övriga partiers anhängare har också blivit något mer positiva men inte lika påtagligt som v- och c-sympatisörer. Den väljargrupp som åsiktsmässigt förskjutits minst i kärnkraftspositiv riktning är m-sympatisörer.<sup>2</sup> Det innebär att den partipolitiska polariseringen minskat något i kärnkraftsfrågan. Det statistiska måttet eta – som kan variera mellan 0 och 1,00 – visar också på en nedgång i sambandet mellan partisympati och kärnkraftsåsikt, från .38 2002 till .28 2003. Sett tillbaka över alla SOM-undersökningar sedan 1986 är nedgången anmärkningsvärd så till vida att sambandet parti-kärnkraftsåsikt aldrig varit så svagt som 2003. I tidigare SOM-studier har eta-värdet varierat mellan .33 och .40. När kärnkraftsfrågan var som mest politiserad på sent 1970-tal höll sig motsvarande eta-värden kring .45 till .50. Måhända ser vi tecken på en begynnande avpolitisering av kärnkraftsfrågan – åtminstone bland väljarna? En tendens till minskad partipolarisering finns i vilket fall på väljarnivå.

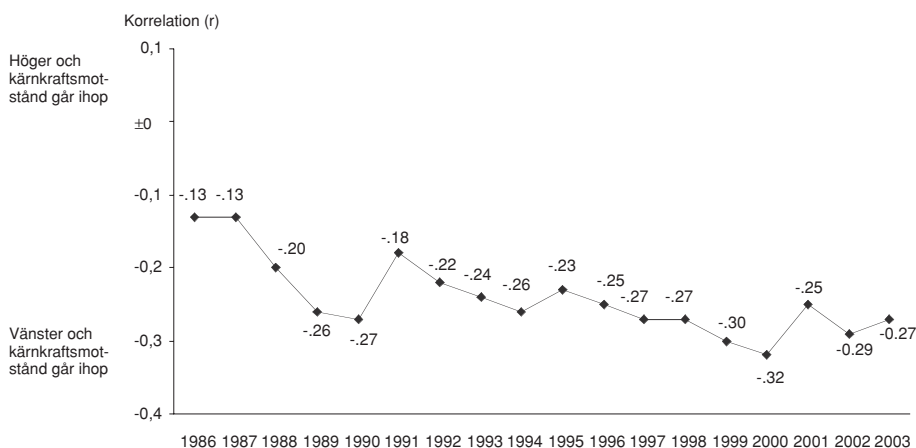
### **En före detta alternativ konfliktdimension**

När kärnkraften politiserades i Sverige på 1970-talet talades om framväxten av en ny alternativ konfliktdimension på tvärs mot vänster-högerdimensionen (Holmberg 1978, Vedung 1979, Korpi 1980, Gahrton 1981). Tillväxt-ekologidimensionen var ett av den nya konfliktlinjens namn. Kärnkraft och miljö utgjorde dimensionens mest bärande element; om det nu någonsin fanns någon alternativ attityddimension bland de många människorna (Bennulf 1994). Men så mycket är i alla fall klart att på 1970-talet var kärnkraften på massnivå inte åsiktsmässigt kopplad till den normalt så dominerande vänster-högerdimensionen (Holmberg och Asp 1984). Kärnkraftsmotståndare och kärnkraftsanhängare återfanns både till höger och till vänster, i själva verket något mer till höger än till vänster i de första mätningarna 1976 (Holmberg, Westerståhl och Branzén 1977).

Men det var då. Sedan dess har kärnkraftsattityderna ändrat karaktär, åtminstone när det gäller vänster-höger. Kärnkraftsmotstånd i opinionen har alltmer kommit att förknippas med vänsteråsikter och kärnkraftsförespråkande med högerståndpunkter. Det statistiska sambandet mellan kärnkraftsåsikt och vänster-högerideologi har långsamt förstärkts. Korrelationen ( $r$ ) mellan människors kärnkraftsåsikt och deras subjektiva vänster-högerpositionen höll sig kring .00 vid tiden för 1980

års folkomröstning. I de senaste SOM-mätningarna håller sig motsvarande korrelation kring  $-0.30$ . Ett negativt samband betyder i detta sammanhang att vänster och kärnkraftsmotstånd tenderar att gå samman, liksom höger och kärnkraftsförespråkande (se figur 2).

**Figur 2 Sambandet mellan väljarnas kärnkraftsåsikter och självuppskattad vänster-högerposition (r)**



**Kommentar:** Den subjektiva vänster-högerskalan är femgradig i SOM-studierna. Väljarnas kärnkraftsåsikter har mätts med fem svarsalternativ 1986-1995 och med fyra svarsalternativ sedan 1996 (se tabell 1). Korrelationskoefficienten (r) kan variera mellan  $-1.00$  och  $+1.00$ .

Det är uppenbart att kärnkraften på massnivå inte längre är en självständig och tvärsgående attityddimension i Sverige. Vänster-högerdimensionen, som även i andra sammanhang uppvisar dominerande tendenser, har inkorporerat kärnkraftskonflikten och transformerat den till en vänster-högerfråga bland många andra. Kärnkraften är idag en före detta alternativ konfliktdimension.

Sanningen i det påståendet understryks ytterligare om vi ser på vilka åsiktskopplingar som dagens kärnkraftsfråga har till andra sakfrågor och värderingar i samhället. Vi har i SOM-undersökningarna 2002-2003 och i Valundersökningen 2002 systematiskt studerat korrelationerna mellan människors kärnkraftsinställning och åsikterna i ett hundratal olika sakfrågor och värderingar. Resultaten visar att kärnkraften i viss mening är en åsiktsmässig solitär. Den uppvisar medelhöga samband med ett antal vänster-högerfrågor, gröna frågor och några kvinnofrågor, men i övrigt är åsiktskopplingarna till andra åsikter eller värderingar mycket tunn.

Följande sakfrågeåsikter/värderingar har starkast samband med människors kärnkraftsåsikter i vårt test. Starkast betyder här korrelationer mellan som mest  $.32$  till  $.20$ . Frågan om införande av 6-timmars arbetsdag toppar lista, följd av inställ-

ningen till vindkraft, synen på bilism i innerstäder, NATO-medlemskap, EMU-åsiikt, attityd till ett miljövänligt samhälle, inställning till minskad u-hjälp, inställning till att homosexuella kan adoptera barn, uppfattning om ett socialistiskt samhälle, åsiikt om sociala bidrag, inställning till Sveriges neutralitet, åsiikt om tidiga betyg i skolan, inställning till marknadsekonomi, uppfattning om hög produktivitet och tillväxt, prioritering av en ren värld, åsiikt om minskade inkomstskillnader, syn på den offentliga sektorns storlek, åsiikt om att förbjuda porr, inställning till flyktingmottagning, syn på ett mångkulturellt samhälle, inställning till hårdare fängelsestraff och åsiikt om spritförsäljning i livsmedelsbutiker. Övriga cirka åttio prövade sakfrågeåsikter uppvisade lägre korrelationer än .20 – i många fall lägre än .10 och ned mot .00.

Om vi för alla dessa sakfrågor jämför vad kärnkraftsmotståndare tenderar att tycka jämfört med kärnkraftanhängare får vi fram följande bild. Kärnkraftsmotståndare är relativt kärnkraftsanhängare mer positiva till 6-timmars arbetsdag, till vindkraft, till bilbegränsningar i innerstäder, till att stanna utanför NATO och EMU, till ett miljövänligt samhälle, till bibehållen u-hjälp, till homosexadoptioner, till ett socialistiskt samhälle, till bibehållna sociala bidrag, till svensk neutralitet, till frånvaron av tidiga betyg i skolan, till marknadsekonomiska begränsningar, till en lugnare tillväxt, till en ren värld, till minskade inkomstskillnader, till en bibehållen storlek på den offentliga sektorn, till porrförbud, till en generös flyktingmottagning, till ett mångkulturellt samhälle och till att *inte* införa hårdare fängelsestraff eller sälja sprit i livsmedelsaffärer.

Uppräkningen av åsikter skall inte dramatiseras. Vi talar om tendenser och i de flesta fall små åsiktsskillnader. Men en bild framträder onekligen. Och den bilden är inte överraskande. Som opinionsforskare blir man inte förvånad av de mönster som syns. De passar väl samman med det faktum att det främst är kvinnor och v-respektive mp-sympatisörer som tenderar att vara kärnkraftsmotståndare medan kärnkraftsanhängarna är starkast bland män och m-sympatisörer.

Huvudresultatet är att vi kan iakta klart tolkningsbara åsiktsmönster även om sambanden ofta är förhållandevis modesta. Kärnkraften är inte längre fokalfrågan på en alternativ konfliktdimension i Sverige. Men den ingår i ett löst sammanhållet kluster av samhällsattityder som skiljer kvinnor och män åt, liksom vänstermänniskor från högermänniskor.

## Förtroende

Förtroendespekten är alltid central i all samhällsanalys. Utan förtroende stannar hjulen. Eller mindre drastiskt uttryckt – utan förtroende ökar alla former av kostnader i ett samhälle. När det inte räcker med ett handslag för att bekräfta en överenskommelse eller att vi inte kan lämna ytterdörren öppen stiger kostnaderna för advokater, poliser och väktare. Förtroende är bra inte minst för att det sänker alla transaktionskostnader i ett samhälle.

Förtroende är också centralt när det gäller opinionsbildning; inte minst i en komplicerad fråga som kärnkraften där få av oss har några egna erfarenheter eller särskilt goda kunskaper om det tekniska. Kommunikationsvetenskapen lär oss att åsiktsformation inte enbart påverkas av budskap utan också av budbärare. Vi tar lättare intryck av en budbärare vi litar på.

I SOM-undersökningarna har vi alla år frågat om människors förtroende för några av de centrala aktörerna i kärnkraftsdebatten. Resultaten i tabell 5 visar på relativt stora förändringar när det gäller vilka aktörer vi litar på i energi- och kärnkraftssammanhang. Forskare och journalister berörs dock inte. De har alltid toppat respektive legat sist på förtroendelistan och några trender upp eller ned kan inte spåras.

**Tabell 5 Förtroende för olika aktörer i energi- och kärnkraftsfrågan 1986-2003. Andel svars personer som anger ett mycket stort eller ganska stort förtroende (procent)**

**Fråga:** ”Hur stort förtroende har Du för följande grupper när det gäller information om energi och kärnkraft?”

	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	00	01	02	03	
miljöorganisationer	57	65	63	64	61	64	69	68	65	71	67	59	59	65	59	55	61	61	
kärnkraftsindustrin	36	46	47	49	58	52	45	48	42	45	45	41	52	53	52	54	52	55	
regeringen	52	52	49	37	36	44	36	43	46	39	38	28	43	42	44	54	52	52	
forskare	81	89	88	85	87	83	80	83	81	81	85	81	82	85	87	85	85	82	
journalister	16	21	28	26	20	24	28	30	26	28	29	26	26	30	29	22	25	25	
statliga myndigheter	40	40	44	35	36	38	36	45	42	41	40	33	45	47	56	58	60	59	
kommunstyrelsen där Du bor													26	35	36	33	37	39	41
elbolagen																29	27	--	

**Kommentar:** Frågan innehöll också svarsalternativen ganska litet respektive mycket litet förtroende. Personer som ej besvarat förtroendefrågorna (mellan 4-10 procent genom åren) är inte medtagna i procentbasen.

När det gäller miljöorganisationer, som alltid legat på andra plats på förtroendelistan, kan en viss försvagningstendens iakttas; knappt skönjbar men svagt nedåt jämfört med de bästa åren kring mitten av 1990-talet. Huvudmotståndaren, kärnkraftsindustrin, har hittills åtnjutit ett något lägre genomsnittligt förtroende än miljöorganisationer – platssiffran på förtroendelistan har pendlat mellan tre och fyra – men tendensen är svagt stigande. Regeringen och statliga myndigheter på energiområdet är två andra aktörer som också haft ett visst förtroendeuppsving under de senaste fem-tio åren. För statliga myndigheter har uppgången varit så stark att man sedan några år intar tredjeplatsen på förtroendelista. Det är ett positivt resultat. Översynsmyndigheter bör åtnjuta förtroende i varje samhälle. Det är svårt att spela en match om man inte kan lita på domaren.

## Skall vi följa Tyskland eller Finland?

Den fortsatta kampen om kärnkraftsavvecklingen med fokus på Barsebäck II:s vara eller inte vara kommer att utsätta alla aktörer för stora påfrestningar. Kanske kommer kärnkraftsfrågan på nytt bli mer konfliktfylld efter några relativt lugna år? Eller lyckas partierna och industrin få till en kompromiss som skjuter frågan på framtiden. Eller så blir det ingen fortsatt kärnkraftsavveckling. Den internationella utvecklingen med en kärnkraftsavveckling i Tyskland samtidigt som Finland nysatsar på kärnkraften borrar för en debatt med stor spännvidd. Det kommer att bli spännande att följa våra mätserier framöver.

## Noter

- <sup>1</sup> Korrelationerna på individnivå mellan kärnkraftsåsikt och olika riskbedömningar är starka men har minskat något under senare år. I SOM-undersökningarna har korrelationerna ( $r$ ) sett ut som följer för några utvalda år: Risk för reaktorolycka i Sverige: .63 1989, .62 1991, .57 1993, .49 2002, .53 2003; Risk för att vi inte kan hantera kärnkraftens slutförvar säkert i Sverige: .60 1989, .59 1991, .55 1993, .54 2002, .53 2003; Risk för atomvapenspridning: .48 1989, .43 1991, .43 1993, .33 2002, .37 2003; Risk för att Östeuropa inte kan hantera kärnkraften säkert: .16 2002, .13 2003.
- <sup>2</sup> Alla partigrupper har blivit något mer kärnkraftspositiva mellan 2002 och 2003. Beräknat i termer av förskjutningar i balansmåttsenheter där 0 är lika med ingen förändring och 200 är den maximala förändringen blir rangordningen följande för partiernas väljare (ju högre siffra desto mer attitydförskjutning åt det kärnkraftspositiva hållet: c 32, v 21, fp 11, s 10, kd 10, mp 8, m 2).

## Referenser

- Asp, Kent, Hedberg, Per och Holmberg, Sören 1989. *Kärnkraften i samhället. Ett forskningsprojekt*. Göteborg: Statsvetenskapliga institutionen.
- Gahrton, Per 1981. Visst finns en ny politisk dimension i Sverige. *Sociologisk forskning* 1981, nr 3.
- Holmberg, Sören, Westerståhl, Jörgen och Branzén, Karl 1977. *Väljarna och kärnkraften*. Stockholm: Liber.
- Holmberg, Sören 1978. Kärnkraften och vänster-högerdimensionen. Konfliktlinjer i svensk politik. *Statsvetenskaplig tidskrift* 1978, nr 2.
- Holmberg, Sören och Asp Kent 1984. *Kampen om kärnkraften*. Stockholm: Liber
- Korpi, Walter 1980. Kärnkraften och politikens dimensioner. *Sociologisk forskning* 1980, nr 3-4.
- Vedung, Evert 1979. Kärnkraften ger ny blockbildning i politiken. *Tvärsnitt* 1979, nr 1

# MONARKI ELLER REPUBLIK?

LENNART NILSSON

Enligt 1809 års regeringsform § 4 ägde konungen ”allena styra riket”. Den politiska omdaningen 1905-1917 innebar emellertid att parlamentarismens princip skulle tillämpas och denna praxis betraktades som gällande rätt. Kungen var i sitt val av statsråd tvungen att ta hänsyn till partiställningen i riksdagen och det var regeringen som i realiteten avgjorde regeringsärendena (Holmberg och Stjernquist 1980).

När författningsutredningen 1963 lade fram sitt förslag till ny regeringsform som skulle kodifiera parlamentarismen utbröt en intensiv debatt om kungens ställning i Sverige. Statsvetaren Herbert Tingsten kritiserade i skriften *Skall kungamakten stärkas?* (1964) den bristande överensstämmelsen mellan författningsutredningens mål, att skriva in parlamentarismens princip i grundlagen, och de konkreta förslagen som förstärkte kungens makt i förhållande till vad som under årtionden varit gällande rätt. Tingsten avsåg främst kungens rättigheter enligt förslaget vid regeringsbildningen, särskilt hans rätt att avskeda ministären och enskilda ministrar, hans rätt att motsätta sig regeringens förslag samt hans rätt att vägra en regering att upplösa riksdagen och utlysa nyval.

Det hade inte ingått i författningsutredningens uppgifter att pröva frågan om monarki eller republik, men utredningens förslag ansågs ge möjligheter till en smidig övergång till republik, genom att de befogenheter som kungen tilldelats direkt skulle kunna överföras på en vald president. I boken *Republiken Sverige* presenterade statsvetaren Pär-Erik Back ett förslag till ”Grundlag för Republiken Sverige” (Back och Fredriksson 1966).

Från konservativa utgångspunkter kritiserades författningsutredningens förslag just för att det kunde tänkas underlätta övergången till republik och för att det reducerade kungen till en högsta PR-man (Heckscher 1963; Herlitz 1963). I en understreckare i Svenska Dagbladet gav professorn i statsrätt Nils Herlitz uttryck för monarkisternas oro över att författningsutredningens förslag gått för långt:

*Men den som allvarligt, osentimentalt och med blick för realiteterna bakom orden tror på en monarkisk ordning, måste säga sig att det inte är någon mening med en kung som inte genom sin ställning får ett djupt – om än maktlöst – engagemang i statslivet, dess bekymmer och problem (Herlitz 1966).*

Med Torekovkompromissen 1971 avfördes frågan om republik eller monarki från den politiska dagordningen. När statschefen berövats sina maktbefogenheter återstod bara de representativa och ceremoniella uppgifterna. Kompromissen mellan de fyra

stora riksdagspartierna under grundlagberedningens arbete gjorde att beslutet om statschefen kunde fattas under bred politisk enighet (Stjernquist 1971). Inte heller införandet av kvinnlig tronföljd 1979 kunde väcka liv i republikfrågan. Ett tidigt beslut om kvinnlig tronföljd torde snarast ha stärkt monarkins ställning.

Vilket folkligt stöd har monarkin? Eftersom regelbundna val inte anordnas för utseende av statschefen i en monarki har vi inga officiella uppgifter om stödet för monarkin. I Norge hölls emellertid en folkomröstning om monarkin vid unionsupplösningen 1905. Kung Oscar II hade officiellt å sina egna och sin släkts vägnar av sagt sig den norska kronan samma dag som Karlstadsöverenskommelsen undertecknades den 26 oktober 1905. Den 18 november samma år anordnades en folkomröstning där det norska folket fick ta ställning till att tillfråga prins Carl av Danmark att låta sig väljas till Norges kung. Resultatet gav ett mycket klart utslag med 79 procent som röstade ja och 21 procent som röstade nej. Valdeltagande uppgick till 75 procent. Det var den danske utrikesministern som hade krävt att en folkomröstning skulle genomföras med hänsyn till ”Prindsen og hans Dynastis Framtid”, till Sverige och till Danmarks och den danska kungafamiljens värdighet. Folkomröstningen anses ha bidragit till att ge monarkin en stark legitimitet i Norge (Jonsrud 1996; Listhaug 1993).

### Frågor om monarkins ställning i Sverige

I avsaknad av val av statschef och folkomröstningar är vi i Sverige hänvisade till vetenskapliga medborgarundersökningar och allmänna opinionsundersökningar för att bilda oss en uppfattning om uppslutningen. I Sverige aktualiserades i undersökningen 1976 i anslutning till det första valet sedan den nya regeringsformen trätt i kraft frågan om införandet av republik i Sverige (Pettersson 1978). Därefter har frågor om monarkin i Sverige ingått i SOM-undersökningarna sedan 1995.

I det följande skall svenska folkets inställning till monarkin belysas i tre olika avseenden.

- \* Vill svenska folket behålla eller avskaffa monarkin?
- \* Vilken inställning har svenska folket till att införa republik?  
Har inställningen förändrats över tid?  
Hur ser inställningen till republik ut inom olika grupper bland medborgarna?
- \* Vilken betydelse har förtroende för kungahuset för inställningen till monarkin?  
Hur stort är förtroendet för kungahuset i förhållande till andra samhällsinstitutioner? Vilket förtroende har andra aktörer som journalister och riksdagsledamöter för kungahuset?

Underlaget för analyserna utgörs av Riks-SOM-undersökningarna 1995-2003 samt valundersökningen 1976. Jämförelser kommer att göras med resultat från under-



sökningar av journalister och riksdagsledamöter samt aktuella opinionsundersökningar.

I den undersökning som genomfördes 1976, i anslutning till det första valet sedan den nya regeringsformen trätt i kraft, ställdes för första gången en fråga om införandet av republik. I SOM undersökningarna infördes 1995 två frågor om monarkins ställning, dels en fråga om *hur stort förtroende har Du för det sätt på vilket följande samhällsinstitutioner och grupper (kungahuset) sköter sitt arbete?*, en fråga som därefter ingått varje år, dels en fråga om att *införa republik med en vald president*, som ingått i de nationella SOM-undersökningarna 1995, 1999-2001 och 2003. I riksundersökningen 2003 fick de svarande dessutom ta ställning till en fråga om att *behålla eller avskaffa monarkin* samt samma förslag som i valundersökningen 1976 *införa republik i Sverige*. Den exakta frågeformuleringen och svarsalternativen presenteras i anslutning till redovisningen av resultaten nedan.

Att vilja avskaffa monarkin säger inget om vad alternativet skall vara. Det har framhållits att frågan om valet mellan monarki eller republik är i det närmaste meningslös, eftersom republikanska statskick kan variera från system med en stark presidentmakt som i Frankrike och USA till system med en president med renodlat representativa funktioner som i Schweiz och Tyskland, som utses av parlamentet. Så länge inte alternativet till det nuvarande preciserats, är det inte möjligt att ta ställning (Herlitz 1966). Frågan i valundersökningen respektive SOM-undersökningarna har utgått från att valet gäller sättet att utse statschef med de uppgifter som den nuvarande regeringsformen tilldelar statschefen.

Det kan emellertid inte uteslutas att mycket uppmärksammade val av president i andra länder främst i USA påverkat ställningstagandet till frågan om införandet av republik som alternativ till monarkin. Därför har svarspersonerna fått ta ställning till att *införa republik i Sverige* alternativet *införa republik med en vald president*. Frågorna i 2003 års SOM-undersökningar innebär att frågan om statsformen aktualiseras i tre avseenden: för eller emot monarkin utan att alternativ aktualiseras, för eller emot införande av republik i Sverige samt för det tredje för eller emot införande av republik med en vald president.

### **Svenska folket vill behålla monarkin**

När det gäller frågan om att behålla eller avskaffa monarkin är resultatet entydigt. Svenska folket inte vill ändra statsform. Två tredjedelar vill behålla monarkin medan 15 procent vill avskaffa den och 17 procent har ingen åsikt. Unga och gamla, kvinnor och män, personer med enbart folk- eller grundskola såväl som akademiker, boende på landsbygden och i städerna, företagare, tjänstemän och arbetare, moderater och vänsterpartister vill behålla monarkin.

Även om stödet för monarkin är starkt inom alla grupper finns det vissa skillnader mellan de olika grupper som är värda att uppmärksamma. Kvinnor är något mer rojalistiska än män. Uppslutningen bakom monarkin är störst bland äldre och minst

bland de under 20 år men de yngsta saknar i större utsträckning åsikt i frågan. De högutbildade vill i något större utsträckning avskaffa monarkin men här är differenserna små.

**Tabell 1** *Inställningen till att behålla eller avskaffa monarkin inom olika samhällsgrupper och totalt, Riks-SOM 2003 (procent och antal)*

	Behålla	Avskaffa	Ingen åsikt	Summa	Antal
<i>Kön</i>					
Kvinnor	70	12	18	100	914
Män	66	17	17	100	842
<i>Ålder</i>					
70-85	80	8	12	100	252
60-69	73	11	16	100	261
50-59	69	15	16	100	345
40-49	65	19	16	100	290
30-39	65	15	20	100	276
20-29	60	19	21	100	212
15-19	58	17	25	100	120
<i>Utbildning</i>					
Hög	65	20	15	100	347
Medelhög	67	17	16	100	404
Medellåg	69	13	18	100	498
Låg	71	11	18	100	480
<i>Yrkesgrupp/klass</i>					
Företagare	69	13	18	100	153
Jordbrukare	78	15	7	100	60
Högre tjm/akademiker	67	19	14	100	257
Tjänstemän	70	16	14	100	455
Arbetare	66	13	21	100	718
<i>Partisympati</i>					
m	85	6	9	100	274
kd	82	8	10	100	121
fp	73	15	12	100	200
c	86	5	9	100	133
mp	54	32	14	100	76
s	64	15	21	100	599
v	43	31	26	100	152
<i>Ortstyp</i>					
Storstäder	61	23	16	100	267
Stad eller större tätort	68	15	17	100	778
Mindre tätort	70	11	19	100	430
Ren landsbygd	75	9	16	100	266
<i>Medborgarskap</i>					
Svensk medborgare	70	14	16	100	1663
Icke svensk medborgare	41	23	36	100	69
<i>Samtliga</i>	68	15	17	100	1756

**Kommentar:** Frågans formulering var: Tycker Du att Sverige skall behålla eller avskaffa monarkin? Frågan ingick i den politikinriktade undersökningen 2003. Till icke svenska medborgare räknas både personer med enbart utländskt medborgarskap och personer med dubbelt medborgarskap.

Inom olika yrkesgrupper är rojalisterna starkast företrädna bland jordbrukare och svagast bland arbetare. Storstadsbor vill i något större utsträckning avskaffa monarkin än boende på landsbygden. Icke svenska medborgare vill i klart lägre utsträckning behålla monarkin men samtidigt är det fler än bland svenska medborgare som saknar åsikt.

När det gäller frågan om att behålla monarkin finns det tydliga skillnader mellan de politiska partiernas sympatisörer. Mest rojalistiska är personer som sympatiserar med c, m och kd följt av fp. Det kulturradikala inslaget inom fp tycks idag vara mycket begränsat, med endast 15 procent som vill avskaffa monarkin vilket är samma andel som bland s-sympatisörerna, vilket också är genomsnittet bland hela svenska folket. Av mp- och v-sympatisörerna är det dryg 30-procent som vill avskaffa monarkin men bland både v och mp är andelen som vill behålla monarkin större, 43 respektive 54 procent.

### Ingen Bruncieffekt

I samband med ett statsbesök i sultanatet Brunei i februari i år gjorde kungen vid en presskonferens uttalanden om förhållanden i Brunei, som vållade en mycket intensiv debatt i medierna. Kungens svarade på en journalist fråga om det varit svårigheter att umgås och träffas och förhandla med en ledare som anklagats för att vara ickedemokrat och som styr sitt land med järnhand och kungen framhöll den stora öppenheten i landet och den nära kontakten mellan sultanen och folket. Det föranledde kritik från samtliga partiledare, flera riksdagsledamöter och ledarskribenter. (dn.se/kungen) Dessutom riktades kritik mot regeringen för sättet på vilket statsbesöket planerats och genomförts. Statsvetaren Olof Petersson talade om en *konstitutionell kris* (Petersson 2004).

Samtidigt som den omfattande kritiken mot kungen framfördes i medierna kunde journalister redovisa stor uppslutning bakom kungen från upprörda läsare. (Se t.ex. Dagens Nyheter 2004-02-14, dn.se/kungen) Fältarbetet för SOM-undersökningen genomfördes under perioden oktober 2003 till januari 2004, vilket gör att det inte enbart med denna undersökning som underlag går att dra några slutsatser om effekterna av kungens uttalande för stödet för monarkin. Omedelbart efter kungens uttalande gjordes emellertid en Sifo-undersökning med en likartad frågeformulering som i SOM-undersökningen.

På frågan om ”de vill behålla eller avskaffa monarkin”, som ställdes till 1000 personer svarade i Sifoundersökningen 72 procent Ja, Behålla 16 procent Nej, Avskaffa medan 12 procent svarade Vet ej. (Sifo, DN, 2004-02-14, *Kungens stöd i folkdjupet*). En jämförelse mellan de två undersökningarna som genomfördes inom ett halvår med liknande frågor före respektive efter Brunei-uttalandet gör det möjligt att konstatera att på kort sikt hade inte kungens uttalande någon negativ effekt på stödet för monarkin i Sverige. Ca 70 procent ville behålla monarkin, ca 15 procent ville avskaffa den och resten hade ingen åsikt i frågan såväl före som efter statsbesöket i Brunei.

## Svagt stöd för att införa republik

Den undersökning, som genomfördes 1976, i anslutning till det första valet sedan den nya regeringsformen trätt i kraft, visade att förslaget att *införa republik i Sverige* hade ett mycket begränsat stöd och att monarkin hade en mycket stark förankring bland svenska folket (Petersson 1978). Svarsalternativen var emellertid förknippade med hur viktigt det var att förslaget genomfördes, dvs. betonade frågans angelägenhetsgrad och inte bara principfrågan, se tabell 2. Det kan antas ha reducerat stödet för påståendet till den hårda kärnan av republikaner som både ansåg att det var principiellt riktigt och politiskt angeläget att införa republik.

SOM-undersökningarna 1995, 1999-2001 och 2003, där frågan avsett att *införa av republik med en vald president*, har gett samma resultat som valundersökningen i mitten av 1970-talet. Cirka 10 procent stöder förslaget närmare 70 procent emot och drygt 20 procent osäkra. Opinionsläget har med andra ord varit oförändrat under de senaste 25 åren, och under hela perioden anser ca 50 procent att det är ett mycket dåligt förslag att införa republik med en vald president.

**Tabell 2 Svenska folkets inställning till republik 1976 (VU) samt 1995, 1999-2001 och 2003 (SOM), procent och antal**

Valundersökningen, VU <i>Införa republik i Sverige</i>	Riks-SOM <i>Införa republik med en vald president</i>							Riks-SOM <i>Införa republik i Sverige</i>	
	1976	1995	1999	2000	2001	2003	1995	2003	
Bra förslag: Mycket viktigt att det genomförs	5	5	5	6	6	5	Mycket bra förslag	8	
Bra förslag: Ganska viktigt att det genomförs	4	6	5	7	6	6	Ganska bra förslag	6	
Spelar ingen större roll	23	21	19	20	19	22	Varken bra eller dåligt förslag	25	
Dåligt förslag: Ganska viktigt att det inte genomförs	20	16	19	19	18	17	Ganska dåligt förslag	21	
Dåligt förslag: Mycket viktigt att det inte genomförs	49	52	52	48	51	50	Mycket dåligt förslag	40	
Summa procent	100	Summa procent	100	100	100	100	Summa procent	100	
Antal	2 622	Antal	1684	1628	1618	1646	1735	Antal	1748

**Kommentar:** Frågans formulering och svarsalternativen respektive år framgår av tabellen. Frågan om att *införa republik med en vald president* har ingått i de politikinriktade undersökningarna, medan frågan om att *införa republik i Sverige* ingick i den medieinriktade undersökningen 2003.

När frågan i 2003 års medieinriktade SOM-undersökning avsåg förslaget att *införa republik i Sverige* men utan att frågans angelägenhetsgrad aktualiseras som i 1976 års valundersökning ökade stödet för republik med några procentenheter till knappt 15 procent. Omvänt minskade motståndet till drygt 60 procent och de osäkra uppgick till 25 procent. Det handlar emellertid om olika undersökningar och det är inte samma personer som tagit ställning till de två olika frågorna. Huvudresultatet är dock detsamma: begränsat stöd för republik och stark uppslutning bakom monarkin.

### Vilka är republikaner och monarkister?

En klar majoritet av svenska folket vill inte ändra statsform och avvisar förslaget att införa republik. Inom alla grupper är det klart fler som är emot förslaget att *införa republik med en vald president*. Det gäller unga och gamla, kvinnor och män oavsett typ av utbildning, boende på landsbygden och i städerna, företagare, tjänstemän och arbetare, moderater och vänsterpartister. Svaramönstret för olika grupper överensstämmer med det som redovisades för frågan om att behålla eller avskaffa monarkin, se tabell 1.<sup>1</sup>

Kvinnor är något mer negativa till att införa republik med en vald president än män. De yngsta vill i något större utsträckning införa republik medan uppslutningen bakom monarkin är störst bland äldre. Inom olika yrkesgrupper är rojalisterna starkast företrädde bland jordbrukare och svagare bland arbetare men också här är differenserna små. Icke-svenska medborgare är i mindre utsträckning monarkister och också mer tveksamma till valet av statsform än svenska medborgare. Frågan om att införa republik med en vald president är en klar vänster-högerfråga med sympatisörerna till v och mp längst till vänster, därefter s och fp och längst till höger personer som sympatiserar med c, kd och m.

När det gäller förändringar över tid är det små skillnader som registreras mellan 1995 och 2003 för andelen monarkister. En tendens är emellertid att åsiktsskillnaderna förstärks; grupper som varit minst positiva till monarkin dvs. yngre, v- och mp-sympatisörer samt utländska medborgare har blivit något mindre positiva och omvänt har de mest positiva dvs. c-, kd- och m-sympatisörer blivit något mer positiva.

Kännedomen om att det finns en stark folklig uppslutning bakom kungadömet i kombination med att kungen idag har renodlat representativa och ceremoniella uppgifter kan innebära att flera som i princip är för ett annat sätt att utse statschefen inte vill att frågan aktualiseras, då det skulle kunna innebära att det parti man sympatiserar med skulle förlora röster på att driva förslaget. Resultaten från SOM-undersökningen talar för att en sådan bedömning är riktig. Att aktualisera kravet på republik skulle knappast ge några nya röster men man skulle riskera att förlora många, och därmed minska sitt inflytande över politiken i andra frågor som man bedömer som viktigare.

**Tabell 3 Svenska folkets inställning till förslaget att införa republik med en vald president 1995, 1999-2001 och 2003 i Riks-SOM (procent och antal)**

Grupp	Republikaner					Monarkister					Antal 2003
	95	99	00	01	03	95	99	00	01	03	
<i>Kön</i>											
Kvinna	9	7	9	9	10	71	75	73	73	70	894
Man	13	12	16	15	13	64	68	61	65	64	841
<i>Ålder</i>											
70-85	12	9	10	15	7	79	80	71	73	79	241
60-69	8	10	11	7	11	76	76	74	75	70	259
50-59	12	12	18	14	13	66	69	63	67	60	342
40-49	15	8	11	14	16	58	69	65	64	62	289
30-39	9	7	8	8	9	67	73	72	72	72	275
20-29	8	8	11	12	11	70	69	67	66	65	212
15-19	14	16	25	18	13	64	59	51	63	59	117
<i>Yrkesgrupp/ Klass</i>											
Företagare	12	10	8	10	10	67	73	70	66	69	152
Jordbrukare	9	5	9	11	17	86	80	75	84	72	60
Högre tjm/ akademiker	11	10	12	13	12	75	75	73	67	68	256
Tjänstemän	9	7	11	12	12	71	73	70	73	69	457
Arbetare	12	11	14	12	10	63	68	64	67	66	705
<i>Parti</i>											
V	20	15	22	26	22	58	63	62	50	49	153
S	12	10	12	11	13	61	68	65	69	62	592
Mp	10	12	9	10	17	72	59	71	60	58	81
C	6	5	8	7	5	81	80	81	80	85	133
Fp	6	7	13	23	10	74	77	71	69	70	202
Kd	2	3	8	8	5	73	85	81	79	82	117
M	8	8	10	7	5	78	78	68	78	82	273
<i>Medborgarskap</i>											
Svenskt	10	9	12	12	11	69	72	69	70	69	1640
Utländskt	25	12	24	27	25	49	58	35	41	37	68
Samtliga	11	10	13	12	11	68	71	67	69	67	1735

**Kommentar:** Personer som svarat att det är ett *mycket eller ganska bra* förslag att införa republik med en vald president benämns **republikaner** medan **monarkister** är personer som svarat att det är ett *ganska eller mycket dåligt* förslag att införa republik. De osäkra som har valt alternativet *varken bra eller dåligt* förslag redovisas inte i tabellen men uppgår till ca 20 procent, se tabell 3. Personer som inte besvarat frågan (4 procent) ingår inte i procentbasen.

### Förtroendet för kungahuset och frågan om monarkins ställning

Förtroendet för kungahuset var under perioden 1995-1998, högt och stabilt med balansmått<sup>2</sup> varierande mellan +41 och +46. År 1998 var det endast universitet/högskolor som hade högre förtroende. Därefter har förtroende för kungahuset

sjunkit något fem år i rad och 2003 låg kungahuset på sjunde plats med balansmätt +30.<sup>3</sup> Av de tre maktsymbolerna i det gamla samhället, tronen, altaret och svärdet, har emellertid tronen genomgående haft det största förtroendet. De demokratiskt valda institutionerna – riksdagen, regeringen, kommunstyrelserna samt EU-parlamentet – har hela tiden varit mera omstridda med lägre förtroende än kungahuset. (Holmberg och Weibull 2004)

Bland svenskar som har mycket stort förtroende för kungahuset är det nästan samtliga, 96 procent, som vill behålla monarkin. Med sjunkande förtroende minskar andelen monarkister och uppgår till under 20 procent bland personer med mycket litet förtroende. Omvänt ökar andelen som vill avskaffa monarkin från 1 procent bland dem med mycket stort förtroende till 70 procent bland svenskar med mycket litet förtroende. Även bland dem med ganska litet förtroende är det fler som vill avskaffa än behålla monarkin. I denna grupp saknar emellertid en fjärdedel åsikt. De osäkra är ännu fler bland dem som har varken stort eller litet förtroende. Inställningen till statsformen och förtroendet för kungahuset är två sidor av samma mynt. Sambandet mellan förtroende för kungahuset och införande av republik är emellertid svagare. En uppluckring av förtroende innebär ökad benägenhet att vilja avskaffa monarkin men med fortsatt tveksamhet till införande av republik.

**Tabell 4** *Inställning till att behålla eller avskaffa monarkin och förtroende för kungahuset (procent)*

Behålla/avskaffa monarkin	Förtroende för kungahuset					Samtliga
	Mycket stort	Ganska stort	Varken eller	Ganska litet	Mycket litet	
Behålla monarkin	96	89	60	30	17	68
Avskaffa monarkin	1	2	11	45	70	15
Ingen åsikt	3	9	29	25	13	17
Summa procent	100	100	100	100	100	100
Antal	259	523	614	130	146	1756

**Kommentar:** Frågans formulering och svarsalternativen respektive är framgår av tabellen. Frågan om att *införa republik med en vald president* har ingått i de politikinriktade undersökningarna, medan frågan om att *införa republik i Sverige* ingick i den medieinriktade undersökningen 2003.

Journalistkåren har klart lägre förtroende för kungahuset än svenska folket. Vid journalisters bedömning av förtroendet för olika samhällsinstitutioner år 2000 var balansmättet för kungahuset +4. Vid en jämförelse med svenska folkets förtroende för olika samhällsinstitutioner var det den mest negativa avvikelser i bedömningen. (Weibull 2001)

Även riksdagsledamöterna hyser lägre förtroende för kungahuset än medborgarna. Inom ramen för forskningsprojektet *Bilder av riksdagen – medborgare och riksdagsledamöter i den representativa demokratin* har statsvetaren Martin Brothén genom *Riksdagsenkät 2002* analyserat riksdagsledamöternas förtroende för olika samhällsinstitutioner år 2002. Av alla riksdagsledamöter var det 30 procent som hade mycket eller ganska stort förtroende för kungahuset. Endast bland m- och kd-ledamöterna var det över 50 procent som hade stort förtroende, 71 respektive 62 procent. Ledamöterna från c och fp hamnade i en mellangrupp med 37 och 30 procent, medan mp-, s- och v-ledamöterna hade lägst förtroende med 18, 12 respektive 0 procent med mycket eller ganska stort förtroende. Vid en jämförelse mellan rangordningen av medborgarnas och riksdagsledamöternas förtroende för 20 samhällsinstitutioner framgår att medborgarna placerade kungahuset på fjärde plats medan riksdagsledamöterna placerade det på artonde plats, trea från slutet. (Brothén 2004)<sup>4</sup>

Det begränsade förtroendet för kungahuset bland journalister och riksdagsledamöter utgör ett potentiellt hot mot monarkin men så länge stödet för monarkin är utbrett bland svenska folket är det inte ett aktuellt problem.

## Monarki eller republik, en icke-fråga

Under den senaste trettio åren har Sverige gått igenom stora ekonomiska och politiska förändringar. Sverige har haft sju statsministrar och fem personer har varit talman. Under samma tid har Sverige haft en statschef, kung Carl XVI Gustaf.

I Demokratiutredningens slutbetänkande *En uthållig demokrati. Politik och folkstyrelse på 2000-talet* (SOU 2000:1) och dess många forskarrapporter lyser statschefen med sin frånvaro. När det svenska folkstyret blev föremål för en grundlig genomlysning inför det nya årtusendet behandlades inte monarkin. Vid en granskning av demokratiutredningens arbete våren 1999 ansåg den norske idéhistorikern Trond Berg Eriksen att det var en brist:

*Till och med de mest utvecklade demokratier har monarkiska och aristokratiska element i sig vid sidan av den allmänna rösträtten. Mönsterdemokratierna Sverige, Danmark och Norge är alla demokratier? Betyder kungadömet något positivt eller negativt för demokratin? (DN 99-05-27)*

Vid överläggningar om direktiven för den aviserade författningsutredningen tycks det råda enighet om att frågan om monarki eller republik ej skall ingå i utredningsuppdraget. Våren 2004 är monarkins ställning en aktuell fråga i medierna men kravet på republik är en politisk sakfråga som ingen vill driva, och i denna mening är frågan om monarki eller republik en icke-fråga.

Det ärftliga kungadömet princip är en anakronism i en demokrati som vilar på alla människors lika värde och styrelse av folket, för folket och genom folket. Stats-



formen är emellertid fast förankrad enligt demokratins praktik. Flera av världens äldsta och mest stabila demokratier är monarkier och statsformen har i de nordiska monarkierna utbredd stöd bland befolkningen. Svenska folket har förtroende för kungahuset och inom alla samhällsgrupper avvisas förslaget att införa republik. Uppslutningen bakom monarkin i Sverige är idag fortsatt stark.

Under ständsriksdagens tid var kungen med stora maktbefogenheter hänvisad till att vinna de ofrälse ståndens stöd för sitt handlande vid flera avgörande skeden i svensk historia. I dagens opinionssamhälle är statschefen utan reella maktbefogenheter helt beroende av utbredd stöd bland svenska folket för monarkins fortlevnad.

## Noter

- <sup>1</sup> Svarsmönstret för olika grupper är också detsamma för frågan *införa republik i Sverige*, även om nivåerna är något högre för republikanerna och lägre för monarkisterna.
- <sup>2</sup> Balansmättet anger andelen mycket och ganska stort förtroende minus andelen ganska och mycket litet förtroende.
- <sup>3</sup> Minskningen motsvarar 8 procentenheter, då balansmättet kan gå från +100 till -100.
- <sup>4</sup> Fil dr Martin Brothén har välvilligt ställt materialet till artikelförfattarens förfogande.

## Referenser

- Back, P-E och Fredriksson, G (1966), *Republiken Sverige*. Prisma. Verdandi debatt.
- Berg Eriksen, T (1999), Kan Sverige bli mer demokratiskt? *Dagens Nyheter* 1999-05-27.
- Brothén, M (2004), *Förtroendet för riksdagen 2003, Resultat från forskningsprojektet Bilder av riksdagen – medborgare och riksdagsledamöter i den representativa demokratin*, presenterade vid SOM-institutets seminarium tisdagen den 30 mars 2004 samt kompletterande material. *Dagens Nyheter*, 2004-02-14. [dn.se/kungen](http://dn.se/kungen)
- Heckscher, G (1963), *Trygga folkstyret*. Bokförlaget medborgarskolan.
- Herlitz, N (1963), *1969 års regeringsform? Kommentarer till författningsutredningens förslag*. Norstedts.
- Herlitz, N (1966), "Statschefens ställning". *Svenska Dagbladet* 1966-04-07.

- Holmberg, E och Stjernquist, N (1980), *Grundlagarna med tillhörande författningar*. P A Norstedt & Söner förlag.
- Holmberg, S och Weibull, L (2004), "Samlande förtroende". I Holmberg, S och Weibull, L (red), *Ju mer vi är tillsammans*. SOM-rapport nr 34. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Jonsrud, K O (1996), *Monarki og egalitaere verdier – et paradox? En studie av monarkins legitimitet i det norske samfunn*. Hovedoppgave i statsvitenskap. Institutt for sosiologi og statsvitenskap." Norsk teknisk-naturvitenskapelige universitet.
- Listhaug, O (1993), "Politikk og samfunn." I Alstad, B (red) *Norske meninger 1946-93*. Bind 1. Soreidgrend: Sigma forlag.
- Nilsson, L (1996), "Svenska folket och monarkin." I Holmberg, S och Weibull, L (red), *Mitt i nittioalet*, SOM-rapport nr 16. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Nilsson, L (2000), "Fortsatt starkt stöd för monarkin." I Holmberg, S och Weibull, L (red), *Det nya Samhället*. SOM-rapport nr 24. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Petersson, O (1978), *Valundersökningar. Rapport 3*. Valundersökning 1976. Teknisk rapport. SCB.
- Petersson, O (2004), "Kungens kompetens måste ifrågasättas", *Dagens Nyheter* 2004-02-17.
- SOU 2000:1, *En uthållig demokrati. Politik och folkstyrelse på 2000-talet*. Demokratiutredningens slutbetänkande.
- Sifo, *Dagens Nyheter*, 2004-02-14.
- Stjernquist, N (1971), "Grundlagberedningskompromiss i statschefsfrågan." *Statsvetenskaplig tidskrift* 1971.
- Tingsten, H (1964), *Skall kungamakten stärkas? Kritik av författningsförslaget*. Aldus aktuellt.
- Weibull, L (2001), "Förtroende för samhället – både högt och lågt." I *JMG granskaren. Journalist 2000*. Göteborg: Centrum för granskning av journalistik och medier vid Göteborgs universitet.

# SVENSKARNA, NATO OCH IRAK-KRIGET

ULF BJERELD

Ända sedan det kalla krigets slut har den svenska folkopinionen präglats av stabilitet i frågor kring alliansfrihet och Nato-medlemskap. Andelen svars personer i SOM-undersökningarna som menat att det är ett dåligt förslag att Sverige söker medlemskap i Nato har i mätning efter mätning varit ungefär dubbelt så stor som andelen som menat att det är ett bra förslag.

Av de politiska partierna var det länge endast folkpartiet som drev kravet att Sverige borde söka medlemskap i Nato med omedelbar verkan. Men i samband med sin partistämma hösten 2003 beslöt även moderaterna att partiet aktivt skulle verka för att Sverige blir medlem av Nato, utan att först invänta en samordning med Finland. Kravet drevs dock igenom mot den moderata partistyrelsens vilja och i praktiken har moderaterna under året inte drivit frågan. Trots partistämmans beslut väljer den moderata partiledningen att i stället hålla fast vid partiöverenskommelsen med socialdemokraterna, kristdemokraterna och centerpartiet om Sveriges säkerhetspolitiska doktrin, där den militära alliansfriheten utgör ett grundfundament.

Debattklimatet inför 2003 års SOM-undersökning präglades bl a av Nej-sidans entydiga seger i folkomröstningen om svenskt EMU-medlemskap samt den upptrappade våldsspiralen i Irak, efter kriget och Saddam-regimens fall. Givet dessa omständigheter vore det förvånande om den svenska folkopinionen vid just detta mättillfälle skulle ha blivit mer positivt inställt till ett svenskt Nato-medlemskap. Så blev inte heller fallet. Förändringen i Nato-opinionen är liten, och motståndet mot ett svenskt Nato-medlemskap har snarast ökat något. I tabell 1 redovisas svenska folkets inställning till Nato-medlemskap under åren 1994-2003.

Av de tillfrågade 2003 anser 22 procent att det är ett bra förslag att Sverige söker medlemskap i Nato. År 2002 var andelen 23 procent och 2001 var den 22 procent. Andelen som anser att det är ett dåligt förslag att Sverige söker medlemskap i Nato ökar hösten 2003 något till 44 procent, mot 41 procent i 2002 års undersökning.

**Tabell 1 Svenska folkets inställning till NATO-medlemskap 1994-2003 (procent)***Förslag: Sverige bör söka medlemskap i Nato*

År	Bra förslag	Varken eller	Dåligt förslag	Summa procent	Opinionsbalans
1994	15	37	48	100	-33
1995	17	37	46	100	-29
1996	21	34	45	100	-24
1997	24	38	38	100	-14
1998	22	35	43	100	-21
1999	19	34	47	100	-28
2000	24	31	45	100	-21
2001	22	29	49	100	-27
2002	23	36	41	100	-18
2003	22	34	44	100	-22

**Kommentar:** Opinionsbalansen visar andelen som tycker att det är ett bra förslag minus andelen som tycker att det är ett dåligt förslag. Värdena kan därmed variera mellan +100 (alla tycker att det är ett bra förslag) och -100 (alla tycker att det är ett dåligt förslag). Positiva värden anger en övervikt för andelen som anser att det är ett bra förslag, medan negativa värden anger en övervikt för andelen som anser att det är ett dåligt förslag. Personer som ej besvarat frågan ingår inte i procentbasen.

En jämförelse med andra undersökningar ger stöd för tolkningen att det svenska Nato-motståndet är stabilt. Styrelsen för Psykologiskt Försvar (SPF) genomför årliga mätningar utifrån frågeformuleringen ”Om du fick bestämma – tycker du att Sverige skall söka fullt medlemskap i Nato eller skall vi hålla fast vid alliansfriheten?” I 2003 års SPF-studie anser 22 procent att Sverige skall söka medlemskap i Nato, medan 59 procent anser att Sverige skall hålla fast vid alliansfriheten (*Opinion 2003*). I en Sifo-mätning från januari 2004 – med frågan ”Tycker du att Sverige ska ansluta sig till försvarsalliansen Nato” – svarar 24 procent ja och 59 procent nej (*Svenska Dagbladet 17/1 2004*). I såväl SPF:s som Sifos mätningar har Nato-motståndet ökat något de senaste åren.

Vi skall nu redovisa vilka åsiktsskillnader som återfinns i olika befolkningsgrupper. Tabell 2 visar svenska folkets åsikt i Nato-frågan 1994-2003 efter kön, ålder och partisynpati.

Män har vid varje mättillfälle haft en mer positiv inställning än kvinnor till ett svenskt Nato-medlemskap och så är det även 2003. Åldersskillnaderna har varierat över tid. Vid de flesta mättillfällena har de äldsta varit minst negativa till ett svenskt Nato-medlemskap. I 2003 års mätning är motståndet emellertid minst i den yngsta gruppen, även om skillnaderna är små. Bland olika partisympatisörer är

Nato-motståndet störst bland vänsterpartister, centerpartister, miljöpartister och socialdemokrater. Moderaterna är det enda parti som uppvisar en övervikt för dem som förespråkar ett svenskt Nato-medlemskap. Såväl bland kristdemokrater som bland folkpartister är Nato-motståndarna fler än Nato-anhängarna. Det innebär att folkpartiets linje att Sverige skall söka medlemskap i Nato fortfarande möter motstånd bland partiets egna anhängare.

**Tabell 2 Svenska folkets inställning till Nato-medlemskap, efter kön, ålder och partisympati 1994-2003 (opinionsbalans)**

*Förslag: Sverige bör söka medlemskap i Nato*

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Samtliga	-33	-29	-24	-14	-21	-28	-21	-27	-18	-22
<b>Kön</b>										
Man	-30	-22	-20	-13	-18	-25	-18	-18	-12	-16
Kvinna	-35	-33	-28	-16	-24	-36	-24	-35	-26	-29
<b>Ålder</b>										
15-30	-45	-29	-30	-16	-12	-26	-28	-24	-10	-16
31-60	-32	-32	-26	-15	-27	-30	-26	-35	-26	-27
61-75	-20	-17	-16	-14	-12	-28	-7	-11	-9	-19
<b>Partisympati</b>										
vänsterpartiet	-58	-53	-46	-57	-39	-55	-51	-61	-50	-51
socialdemokraterna	-36	-39	-38	-30	-33	-40	-41	-36	-32	-35
centerpartiet	-35	-26	-28	-32	-29	-40	-23	-37	-35	-39
folkpartiet	-27	-4	-24	+11	-7	-31	-27	-21	-4	-8
moderaterna	-17	+2	+7	+21	+9	+4	+16	+8	+34	+19
kristdemokraterna	-32	-9	-24	+2	-12	-14	+1	-17	+5	-14
miljöpartiet	-61	-42	-50	-43	-52	-50	-36	-52	-54	-36

**Kommentar:** Se tabell 1. Ju mer negativ opinionsbalans, desto svagare stöd för att Sverige bör söka medlemskap i Nato.

I vilken utsträckning motsvaras motståndet mot ett svenskt Nato-medlemskap av ett stöd för den svenska alliansfriheten och neutraliteten? Tabell 3 visar svenska folkets inställning till alliansfrihet och neutralitet 1994-2003.

**Tabell 3 Svenska folkets inställning till neutraliteten 1994-2003 (procent)**

**Förslag:** Sverige bör i fredstid föra en alliansfri politik, syftande till neutralitet i krig

År	Bra förslag	Varken eller	Dåligt förslag	Summa procent	Opinionsbalans
1994	70	23	7	100	+63
1995	69	21	10	100	+59
1996	69	21	10	100	+59
1997	67	21	11	99	+56
1998	62	25	13	100	+49
1999	69	23	8	100	+61
2000	66	21	13	100	+53
2001	66	24	10	100	+56
2002	70	23	7	100	+63
2003	68	22	10	100	+58

**Kommentar:** Ju högre positiv opinionsbalans, desto starkare stöd för alliansfriheten och neutraliteten.

Stödet för att Sverige i fredstid bör föra en alliansfri politik, syftande till neutralitet i krig är stabilt. I 2003 års undersökning svarade 68 procent av de tillfrågade att det var ett bra förslag, mot 70 procent i föregående års mätning. Andelen som svarade att det var ett dåligt förslag uppgick 2003 till 10 procent, mot 7 procent föregående år. Sett över de senaste tio åren framstår också den svenska neutralitetsopinionen som mycket stabil.

Tabell 4 redovisar inställningen till alliansfrihet och neutralitet efter kön, ålder och partisympati. Olika befolkningsgrupper uppvisar i stort sett samma åsiktsmönster i synen på neutraliteten som i synen på svenskt Nato-medlemskap. Kvinnor är mer positivt inställda till neutraliteten än män. Den yngsta gruppen är minst positivt inställda till alliansfriheten och neutraliteten. Stödet för neutraliteten är starkast bland vänsterpartister, centerpartister, socialdemokrater och miljöpartister, medan det är svagast bland folkpartister och moderater. Inom alla befolkningsgrupper finns det dock en klar övervikt för de som anser att det är ett bra förslag att Sverige i fredstid för en alliansfri politik, syftande till neutralitet i krig.

Av 2003 års SOM-undersökning framgår också att det i svensk opinion finns en skepsis mot den amerikanska ockupationen av Irak, medan stödet är större för att FN skall ta över styret av landet. Av de tillfrågade anser 44 procent att det är ett bra förslag att "Sverige bör verka för att USA:s och dess allierades ockupation av Irak snarast upphör", medan 36 procent anser att det är ett varken bra eller dåligt förslag och endast 20 procent anser att det är ett dåligt förslag. Förslaget "Sverige bör verka för att FN tills vidare tar över styret av Irak" får stöd av 67 procent av de

tillfrågade, medan 25 procent anser att det är ett varken bra eller dåligt förslag och endast 8 procent anser att det är ett dåligt förslag.

**Tabell 4 Svenska folkets inställning till neutraliteten, efter kön, ålder och partisympati, 1994-2003 (opinionsbalans)**

*Förslag: Sverige bör i fredstid föra en alliansfri politik, syftande till neutralitet i krig*

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Samtliga	+63	+59	+59	+56	+49	+61	+53	+56	+63	+58
<b>Kön</b>										
Man	+61	+53	+50	+52	+44	+55	+49	+48	+56	+48
Kvinna	+65	+66	+67	+59	+56	+68	+58	+62	+68	+66
<b>Ålder</b>										
15-30	+62	+50	+54	+52	+39	+56	+48	+45	+49	+48
31-60	+61	+61	+59	+56	+42	+62	+56	+59	+66	+57
61-75	+69	+63	+64	+58	+59	+61	+50	+53	+63	+65
<b>Partisympati</b>										
vänsterpartiet	+83	+72	+76	+81	+66	+74	+69	+75	+78	+77
socialdemokraterna	+69	+67	+64	+72	+57	+70	+65	+64	+71	+67
centerpartiet	+65	+66	+61	+74	+66	+67	+74	+63	+74	+77
folkpartiet	+45	+49	+62	+33	+33	+48	+51	+58	+55	+37
moderaterna	+49	+42	+37	+29	+24	+46	+30	+36	+29	+37
kristdemokraterna	+70	+52	+52	+61	+49	+55	+50	+50	+60	+49
miljöpartiet	+81	+71	+80	+65	+63	+79	+48	+69	+74	+63

**Kommentar:** Ju högre positiv opinionsbalans, desto starkare stöd för alliansfriheten och neutraliteten.

Åsikterna om läget i Irak följer till stor del partilinjerna. Vänsterpartister och miljöpartister är t ex mest negativt inställda till den amerikanska ockupationen. Noterbart är dock att folkpartiets sympatisörer är betydligt mer negativt inställda till en fortsatt amerikansk ockupation än moderaternas sympatisörer. Bland fp-sympatisörer anser 42 procent att Sverige bör verka för att den amerikanska ockupationen snarast upphör, medan motsvarande andel för moderaterna endast är 27 procent. Folkpartister är också tillsammans med vänsterpartister och kristdemokrater den grupp som ser mest positivt på att Sverige bör verka för att FN snarast tar över styret i Irak.

Det tycks således som att de folkpartistiska sympatisörerna inte delar den folkpartistiska ledningens åsikter i flera centrala utrikes- och säkerhetspolitiska frågor. Folkpartiet är ju det parti som var minst kritiskt till USA:s och dess allierades beslut

att utan FN-stöd gå i krig med Irak. Folkpartiet är också det enda parti som i debatten aktivt driver kravet att Sverige skall avsäga sig alliansfriheten och nu söka medlemskap i Nato.

I rådande opinionsläge finns det inte mycket som talar för att moderaterna eller folkpartiet kommer att gå på offensiven i Nato-frågan. Det som däremot kan komma att påverka den svenska debatten är en omfattande finsk utredning om Finlands säkerhetspolitiska läge och framtida säkerhetspolitiska vägval som kommer att publiceras inom den närmaste tiden. Oavsett vad utredningen kommer fram till, kommer frågan om Finland bör söka medlemskap i Nato att hamna högt upp på den finländska agendan. Om Finland bestämmer sig för att *inte* söka medlemskap i Nato, blir tröskeln än högre för dem som önskar att Sverige skall överge sin militära alliansfrihet. Men om Finland skulle bestämma sig för att söka medlemskap i Nato, öppnas dörren åtminstone på glänt för dem som önskar se även Sverige som Nato-medlem. Frågan blir då om moderaterna och folkpartiet – trots opinionens starka motstånd – verkligen vågar sticka fram foten.



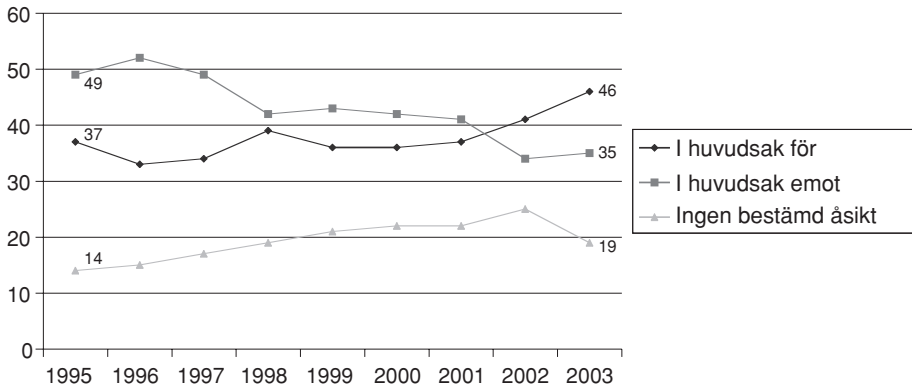
# EU JA, MEN...

RUTGER LINDAHL

Bilden av "det kluvna Sverige" i EU-frågor utnyttjas flitigt i den allmänna debatten. Detta framkom inte minst efter folkomröstningen om införande av euro som officiell valuta i Sverige. Det tydliga avvisandet av förslaget gav bränsle till debatt om svenskarnas inställning till medlemskapet i EU. I förra årets rapport från SOM-institutet redovisades resultat som gav underlag för bedömningen att kluvenheten i synen på EU-medlemskapet fortfarande var tydlig, men att opinionsmönstret blivit mer nyansrikt. (Lindahl, 2003)

Ett av de resultat från motsvarande analys genomförd ett år senare som illustrerar detta visar att, trots den negativa inställningen till införandet av euron, stödet för Sveriges EU-medlemskap har förstärkts i opinionen (figur 1).

**Figur 1** Åsikter om medlemskapet i EU 1995-2003 (procent)



**Kommentar:** Frågan löd "Vad är din åsikt om det svenska medlemskapet i EU?" Tre svarsalternativ kunde användas: "I huvudsak för det svenska medlemskapet i EU", "I huvudsak emot det svenska medlemskapet i EU" och "Har ingen bestämd åsikt i frågan".

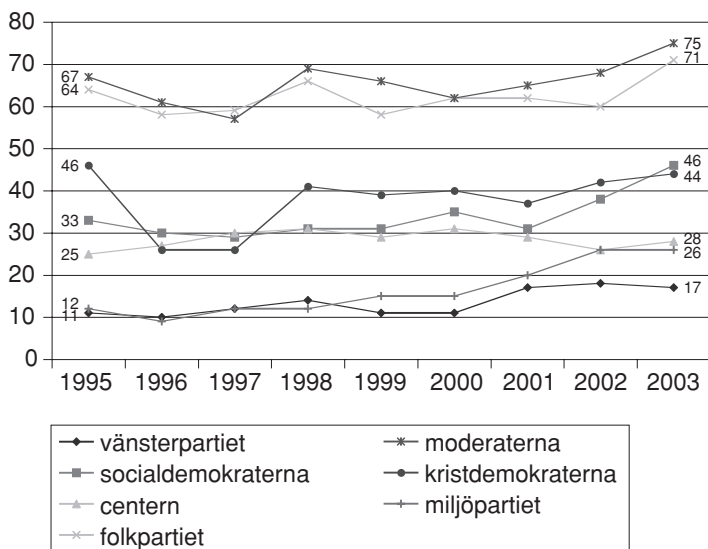
Kampanjen inför folkomröstningen om euron kan ses som en trolig förklaring till den minskade andelen svenskar som anser sig inte ha någon bestämd åsikt i frågan. I första hand har förändringarna i åsiktsmönstret lett till en förstärkning av stödet för fortsatt EU-medlemskap, medan den motsatta åsikten endast förstärkts margi-

neilt. SOM institutets undersökning, som genomfördes tidsmässigt nära folkomröstningen, har uppenbart fångat upp samma dubbla åsiktsmönster som också rapporterades i Sveriges Televisions vallokalsundersökning, dvs. att en relativt stor andel svenskar som ställer sig positiva till medlemskap i EU valde att rösta nej i euro-omröstningen. Resultaten från SOM-undersökningen kan tolkas så att många som valde att rösta nej i euro-frågan samtidigt beslutade sig för att tydligare markera sitt stöd för Sveriges medlemskap i EU.

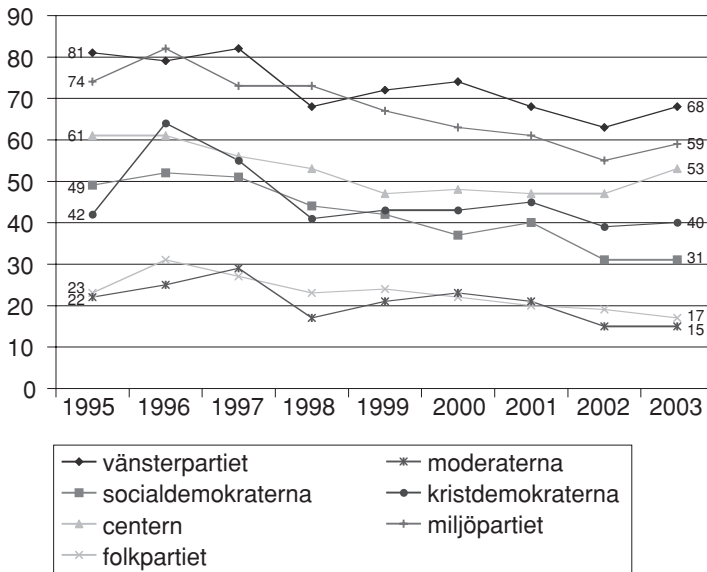
I tidigare analyser av opinionsutvecklingen i EU-frågan har främst kunnat noteras att motståndet mot Sveriges EU-medlemskap sedan 1995 successivt minskat bland sympatisörerna till flertalet riksdagspartier. Denna trend bryts 2003. (figur 2b) Det är främst bland sympatisörer till de tre nej-partierna i euro-frågan – vänsterpartiet, miljöpartiet och centerpartiet – som motståndet mot EU-medlemskapet förstärks.

Samtidigt framträder bland övriga partiers sympatisörer en starkare förändring i riktning mot ökat stöd för Sveriges medlemskap i EU (figur 2a). Endast bland vänster- och miljöpartiets anhängare ligger stödet kvar på samma nivå som föregående år eller sjunker marginellt. Starkast är förändringen av stödet för EU-medlemskapet bland sympatisörer med folkpartiet (11 procentenheter), socialdemokraterna (8 procentenheter) och moderaterna (7 procentenheter). Bland moderater och socialdemokrater är 2003 års resultat en fortsättning på en trend som startade året innan, medan det bland folkpartister är ett trendbrott.

**Figur 2a Andel svenskar som i huvudsak är för Sveriges medlemskap i EU efter partisympati 1995-2003 (procent)**



**Figur 2b Andel svenskar som i huvudsak är emot Sveriges medlemskap i EU efter partisympati (procent)**



Även om det i resultaten när det gäller synen på Sveriges EU-medlemskap finns en relativt tydlig väster-högerdimension, förstärks i 2003 års SOM-undersökning bilden av att EU-medlemskapet vinner ökat stöd inte bara till höger, utan även något till vänster i svensk politik. Kvinnor är fortfarande i större utsträckning än män emot medlemskapet i EU, men både bland kvinnor och män har stödet för EU-medlemskapet ökat. Stödet har även ökat inom alla åldersgrupper och på alla utbildningsnivåer. En EU-kritisk opinion dominerar endast bland invånare i norra Mellansverige och i Norrland, men den negativa opinionsbalansen (andel som är positiva minskat med andelen som är negativa till Sveriges medlemskap i EU) har i dessa områden i stort sett halverats under de senaste två åren.

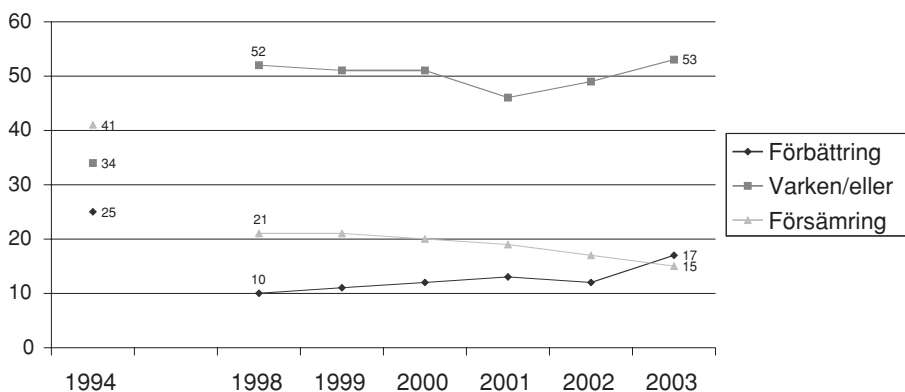
### Försämring eller förbättring som konsekvens av EU-medlemskapet?

EU-medlemskapets konsekvenser har under en följd av år analyserats i SOM institutets undersökningar. I jämförelse med många av de bedömningar som gjordes inför folkomröstningen 1994 har opinionsläget förändrats. En central fråga har gällt om den allmänna inställningen till Sveriges medlemskap i EU påverkas av bedömningen av om medlemskapet i EU är till nytta för Sverige eller ej? I *Eurobarometerns* mätning som publicerades våren 2004 framgår att endast 27 procent bland svenskarna anser att EU-medlemskapet varit till nytta för Sverige. Det är 4

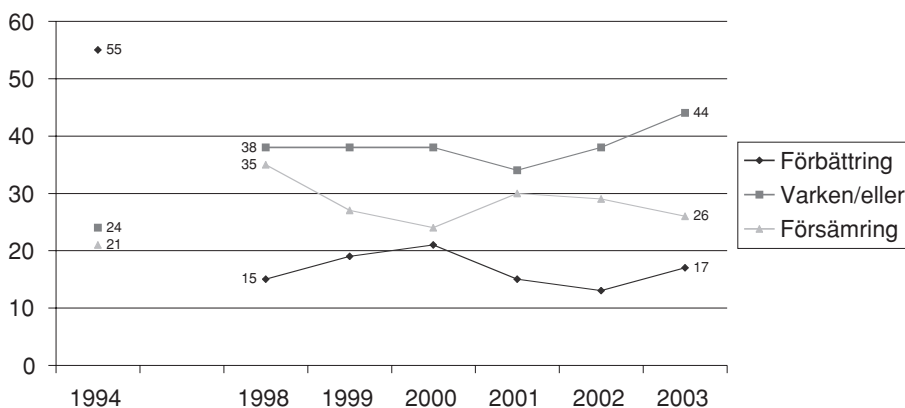
procentenheter lägre än vid förra mätningen. I Finland och Danmark är opinionsläget mer positivt. Bland de tillfrågade i dessa länder anser 46 procent respektive 64 procent att deras länder har nytta av EU-medlemskapet.

Inom miljöområdet gör över hälften bland de svarande i SOM-institutets undersökning bedömningen att EU-medlemskapet varken betydtt förbättring eller försämring. Bland övriga har utvecklingen under de senaste sex åren präglats av att allt fler gör bedömningen att EU-medlemskapet betyder förbättring. I 2003 års undersökning är det dock för första gången fler som anser detta än motsatsen (figur 3a).

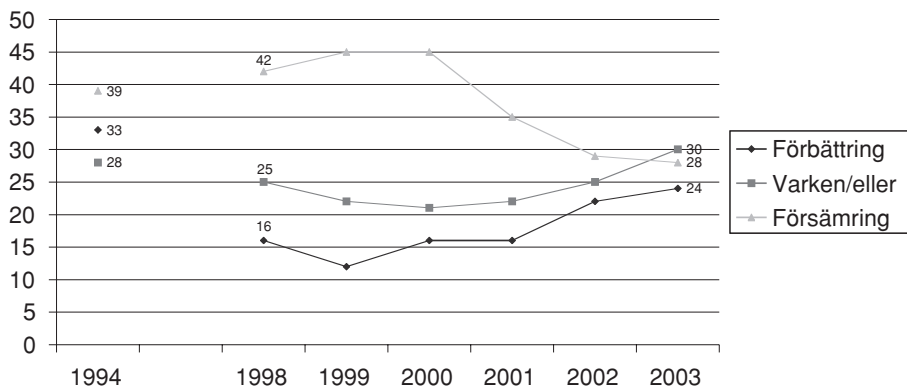
**Figur 3a** *Uppfattning om konsekvenser av EU-medlemskapet inom miljöområdet 1994-2003 (procent)*



**Figur 3b** *Uppfattning om konsekvenser av EU-medlemskapet inom ekonomiområdet 1994-2003 (procent)*



**Figur 3c Uppfattning om konsekvenser av EU-medlemskapet inom jordbruksområdet 1994-2003 (procent)**



**Kommentar:** Svarsalternativen "stor förbättring" och "viss förbättring" har sammanslagits i resultatredovisningen och samma sak har gjorts med svarsalternativen "viss försämring" och "stor försämring". Andelen som ej har någon uppfattning i frågan redovisas ej i figuren, men utgör för varje år differensen mellan 100 och summan av de i figuren angivna värdena.

Inom ekonomiområdet har utvecklingen inte motsvarat de förväntningar som skapades inför folkomröstningen 1994. Men även inom detta område domineras resultatbildningen av den stora andelen svenskar som gör bedömningen att EU-medlemskapet varken förbättrat eller försämrade de ekonomiska förhållandena i Sverige (figur 3b). Under de senaste åren har andelen som anser att förhållandena försämrats minskat och samtidigt bedömer fler ett EU-medlemskapet har en förbättrande effekt.

Inom jordbruksområdet gick bedömningarna under ett antal år kraftigt isär, men sedan början av 2000-talet har åsiktsmönstret tätat (figur 3c). År 2000 ansåg 45 procent bland svenskarna att EU-medlemskapet medfört försämrade förhållanden inom jordbruksområdet. Andelen bland befolkningen som uppger denna åsikt år 2003 har sjunkit till 28 procent. Samtidigt har andelen som anser att förhållandena förbättrats tack vare Sveriges EU-medlemskap ökat från 16 till 24 procent. Bakom denna kraftiga svängning ligger möjligen att såväl regeringen som flera ledamöter i Europaparlamentet uppmärksammats för sin kritik mot EU:s jordbrukspolitik och till stöd för bl.a. bättre förhållanden vid djurtransporter. Dessutom har jordbruksområdet under de senaste åren inte drabbats av några dramatiska händelser av typ kotalenskapssjukan.

Den sammantagna bilden av resultaten inom de åtta områden som undersökts visar att andelen som inte har någon uppfattning om konsekvenserna av det svenska EU-medlemskapet har minskat. Det har dock inte lett till att andelen som uttalar en bestämd åsikt om försämring eller förbättring ökat, utan det är bedömningen

”varken förbättring eller försämring” som inom samtliga åtta områden uppvisar en ökning jämfört med föregående år. För de fem områden som inte kommenterats tidigare gäller att sysselsättningsfrågor av över hälften av svenskarna anses *inte* ha påverkats i någon större grad av EU-medlemskapet. Bland de övriga är det en övervikt för bedömningen att medlemskapet i EU lett till försämrade förhållanden. Även när det gäller militär säkerhet dominerar uppfattningen att EU-medlemskapet varken betyder förbättring eller försämring, men bland dem som väljer något av de andra svarsalternativen finns det en övervikt för åsikten att medlemskapet i EU inneburit förbättring för Sverige.

Livsmedelsprisernas utveckling tillhör de ämnen som lockar flest svenskar att uttala en åsikt. Nästan hälften bedömer att förhållandena i Sverige i stort sett varken försämrats eller förbättrats genom EU-medlemskapet. Bland övriga är det helt jämt mellan dem som hävdar att det skett förbättring och de som har motsatt åsikt. Inom området brottsbekämpning är det drygt 40 procent som svarar att det varken blivit bättre eller sämre sedan EU-inträdet. Andelen svenskar som anser att det skett en försämring är dock nästan dubbelt så stor (27 procent) som den som har motsatt åsikt (14 procent). Företagens konkurrensmöjligheter har under en följd av år dominerats av en positiv opinionsbalans, dvs. andelen svenskar som ansett att EU-medlemskapet inneburit förbättringar har varit större än andelen som haft motsatt åsikt. I 2003 års SOM-undersökning är huvudtrenden att det är alternativet ”varken förbättring eller försämring” som attraherar fler svenskar än tidigare (från 34 procent år 2002 till 43 procent år 2003). Den positiva opinionsbalansen (+13) bibehålls. EU-medlemskapets betydelse för företagets konkurrensförmåga är det område som flest svenskar (24 procent) väljer att inte uppge någon uppfattning om.

Generellt är motståndare till EU-medlemskapet mer radikala i sin EU-kritik än EU-förespråkare i sitt stöd för EU. Störst avstånd mellan åsikterna hos de båda grupperna uppkommer i synen på EU-medlemskapets betydelse för den ekonomiska utvecklingen i Sverige. I en mätning av opinionsbalansen (kan variera mellan +100 och -100) är avståndet inom detta område 74 steg mellan de som är i huvudsak för och de som är i huvudsak emot Sveriges medlemskap i EU. Minsta avståndet, 37 steg, finns i bedömningen av utvecklingen inom miljöområdet (jfr tabell 2).

## **Euro-opinionen och synen på EU-medlemskapet**

Uppgången i stödet för Sveriges EU-medlemskap och avvisandet av förslaget att införa euro som svensk valuta föranleder en fördjupad analys av svenskarnas syn på konsekvenser av EU-medlemskapet. Vad karakteriserar de svenskar som i SOM-institutets undersökning hösten 2003 uppgav att de är positiva alternativt negativa både till Sveriges medlemskap i EU och införandet av euron och vad karakteriserar dem som är positiva till EU-medlemskapet men som röstade nej till införandet av euron?

Män är i större utsträckning än kvinnor anhängare av EU-medlemskap och införande av euron, medan det råder omvänt förhållande bland motståndare både till EU-medlemskapet och euron. Bland dem som uppgav att de är positiva till EU-medlemskapet men negativa till införande av euron är det i stort sett jämn fördelning mellan könen. Åldersmässigt skiljer sig inte grupperna åt. Stöd för såväl medlemskap i EU som införande av euron ökar med stigande utbildningsnivå och motsatt relation gäller bland motståndarna.

Bland förespråkarna för EU-medlemskapet och euron dominerar sympatisörer med socialdemokraterna, folkpartiet och moderaterna. Tre fjärdedelar av moderata samlingspartiets och folkpartiets sympatisörer återfinns i denna kategori. Bland socialdemokraternas sympatisörer är stödet 47 procent och bland kristdemokraternas 44 procent. Inom traditionellt EU-kritiska vänsterpartiet uppgår EU- och eurostödet till 10 procent och bland miljöpartiets sympatisörer till 15 procent. Motståndet mot både EU-medlemskapet och införandet av euron har betydande stöd från sympatisörer med socialdemokraterna, vänsterpartiet, centerpartiet och miljöpartiet. Åttio procent bland vänsterpartisterna var i huvudsak emot Sveriges EU-medlemskap och emot införande av euron. Motsvarande andelar för de andra partiernas sympatisörer var 72 procent inom miljöpartiet, centern 66 procent, kristdemokraterna 47 procent och bland socialdemokraterna 40 procent. Bland sympatisörer med moderata samlingspartiet och folkpartiet uppgav 16 respektive 18 procent att de var emot både EU-medlemskap och införande av euron.

I den kategori svenskar som uppger att de är positiva till EU-medlemskapet men inte till att införa euron förekommer sympatisörer med samtliga riksdagspartier. Största andelen finns bland sympatisörer med centerpartiet (20 procent). Bland socialdemokraternas och miljöpartiets sympatisörer är andelen 13 procent, bland vänsterpartiets 10 och bland övriga partiers sympatisörer 9 procent.

I Stockholmsområdet och i södra Sverige dominerar stöd för både Sveriges medlemskap i EU och för införande av euron. Motsatt situation finns i norra Mellansverige och i Norrland. I östra Mellansverige, Småland, Gotland och Öland, samt i Västsverige är opinionsläget jämt mellan förespråkare och motståndare till EU och euron som svensk officiell valuta. Stödet för EU-medlemskap men ej införande av euron är ungefär lika stort (9-13 procent) över hela Sverige.

### **De EU-positiva men euro-negativa – en åsiktsmässig mellangrupp**

En analys av hur de svenskar som tillhör kategorin EU-positiva men euro-negativa bedömer konsekvenser av Sveriges EU-medlemskap visar att de tillhör en åsiktsmässig mellangrupp. De gör inte lika positiva bedömningar som personer som är både EU- och euro-positiva och inte heller lika negativa som de som är såväl EU- som euro-negativa. Genomsnittligt ligger de dock något närmare de EU-och euro-positiva.

**Tabell 1 Uppfattning om konsekvenser av EU-medlemskapet inom åtta politikområden fördelat efter samlad inställning till Sveriges EU-medlemskap och införande av euro som officiell valuta (balansmåt)**

Politikområde	EU-positiv+ Euro-positiv	EU-positiv+ euro-negativ	EU-negativ+ euro-negativ
Miljön	+20	+4	-19
Ekonomi	+29	-1	-53
Sysselsättningen	+20	-2	-38
Jordbruket	+18	+4	-33
Militära säkerheten	+27	+16	-18
Livsmedelspriserna	+26	-5	-26
Brottsbekämpningen	+9	-9	-39
Företagens konkurrensvillkor	+35	+19	-6

**Kommentar:** Balansmåtet är framräknat genom att procentandelen positiv minskats med andelen negativ. Måtet kan variera mellan +100 och -100.

En motsvarande analys av bedömningar som gäller konsekvenser av Sveriges EU-medlemskap bland svenskar som uppger att de i huvudsak är för EU-medlemskap, är för införande av euro som valuta i Sverige, är i huvudsak emot EU-medlemskap, samt de som är emot införande av euro i Sverige, visar att i varje fall de två sistnämnda gruppernas bedömning skiljer sig åt. Skillnaden gäller dock främst styrkan i åsiktsmönstret, inte den allmänna riktningen på bedömningen.

**Tabell 2 Uppfattning om konsekvenser av EU-medlemskapet inom åtta politikområden fördelat efter separerad inställning till Sveriges EU-medlemskap och till införande av euro som officiell valuta (balansmåt)**

Politikområde	EU-positiv	Euro-positiv	EU-negativ	Euro-negativ
Miljön	+17	+18	-20	-11
Ekonomi	+23	+24	-51	-25
Sysselsättningen	+14	+15	-37	-25
Jordbruket	+15	+15	-33	-20
Militära säkerheten	+25	+23	-16	-8
Livsmedelspriserna	+20	+23	-28	-22
Brottsbekämpningen	+6	+6	-37	-30
Företagens konkurrensvillkor	+32	+31	-7	-1

**Kommentar:** Balansmåtet är framräknat genom att procentandelen positiv minskats med andelen negativ. Måtet kan variera mellan +100 och -100.



De som uttalar sig för Sveriges EU-medlemskap gör i stort sett samma bedömning av EU-medlemskapets effekter för Sverige som de som uttalat sig för eurons införande. En sammanvägning av bedömningarna ger genomgående positiva balansmått. Starkast är de när det gäller effekter på företagens konkurrensvillkor och den svenska ekonomin. Svagast är de beträffande bedömningen inom området brottsbekämpning. Personer som är emot medlemskap i EU bedömer att EU-medlemskapets konsekvenser innebär en kraftig försämring för Sverige. Balansmåttan är genomgående negativa och kraftigaste utslag noteras för effekter på ekonomin, samsättningen och brottsbekämpningen. Företagens konkurrensvillkor är det område som visar den svagaste negativa bedömningen. Analyseras bedömningar uttalade av personer som röstade nej till införande av euron som svensk valuta framträder en bedömningsprofil som liknar den föregående. Styrkan i de negativa bedömningarna av EU-medlemskapets konsekvenser för Sverige är dock genomgående svagare.

### **EU, ja men stöd för nya integrationsprojekt är inte automatiskt**

Uppenbart innebar folkomröstningen om införande av euro som svensk valuta ett tillfälle för många svenskar att ta två frågor under övervägande. Dels den gamla frågan om stöd för fortsatt EU-medlemskap eller stöd för utträde ur EU, dels den nya frågan som kunde tänkas symbolisera inställningen till framtida fördjupning av samarbetet inom unionen. Det svarsmönster som erhållits i SOM-institutets undersökning tyder på att en inte oväsentlig andel av de väljare som avvisade euroförslaget samtidigt ansåg det betydelsefullt att markera att denna fråga separerades från den större EU-medlemskapsfrågan. I den senare frågan gav de stöd för fortsatt svenskt medlemskap i EU. En sådan tendens noterades redan i de analyser som presenterades i föregående års SOM-rapport (Lindahl, 2003). Även om stödet bland svenskarna för fortsatt EU-medlemskap ökar innebär inte detta att utrymmet minskar för kritik, både positiv och negativ, avseende EU och medlemskapets konsekvenser för Sverige. Svenskarnas kritiska utvärdering av vad EU-medlemskapet för med sig har stor betydelse för den grundläggande inställningen till samarbete inom EU. Förslag om nya former för samarbete, nya integrationsprojekt, inom EU kan läggas fram för en alltmer EU-positiv befolkning, men stöd för dessa förslag följer inte med någon automatik från svenskarnas sida.

### **Referenser**

- Eurobarometer Nr 61* (2004), Bryssel, Europeiska Kommissionen  
Holmberg, S. m.fl. (2001) *EuropaOpinionen*, Göteborg, Statsvetenskapliga institutionen, Göteborgs universitet.

- Lindahl, R. (2003) "En mer nyansrik EU-opinion" i Holmberg, S. & Weibull, L. (red.) *Fåfångans marknad*. Göteborg, SOM-institutet, s. 311-325.
- Lindahl, R. (2002) "Våren dröjer i EU-politiken" i Holmber, S. & Weibull, L. (red.) *Det våres för politiken*. Göteborg, SOM-institutet, s. 397-405.
- Lindahl, R & Oskarson, M. (2001) "EU-medlemskap på gott och ont" i Holmberg, S. m.fl. (2001) *EuropaOpinionen*. Göteborg, Statsvetenskapliga institutionen, Göteborgs universitet, s. 173-192.
- Temo, [www.temo.se](http://www.temo.se). Översikt över svenska opinionsundersökningar rörande EU och euron.

## ETT RUNGANDE NEJ – MEN TILL VAD?

LARS NORD OCH JESPER STRÖMBÄCK

Det fina med folkomröstningen om införandet av euron som valuta hösten 2003 var att den både kunde illustrera den svenska demokratins seger och dess kris. Den visade att demokratins former och processer fungerande väl, men den blottade samtidigt samhällseliga strukturer som måste sägas utgöra en svår påfrestning för en fungerande demokrati.

När statsminister Göran Persson steg upp i talarstolen på socialdemokraternas valvaka var hans första budskap till de egna sympatisörerna att det kändes skönt med ett rejält valutslag. Det rådde ingen tvekan om vad svenska folket ville i den här frågan och det skulle därför inte bli några uppslitande diskussioner om hur valresultatet skulle tolkas. Resultatet var solklart, och bara att i demokratisk ordning rätta sig efter. 56 procent av svenska folket visade i folkomröstningen att de inte ville att Sverige skulle införa euron som valuta, medan 42 procent röstade ja. Det var en förvånansvärt bred marginal jämfört med tidigare svenska folkomröstningar i modern tid. Skillnaden mellan vinnande och förlorande sidan var nästan tre gånger större än vid folkomröstningen om svenskt EU-medlemskap 1994.

Demokratins procedurer fungerade tämligen väl. Politikerna, med Carl Bildt och Göran Persson i spetsen, förband sig tidigt inför väljarna att hålla en folkomröstning om euron. I slutet av 2002 beslutades om valdag, valsedlar och kampanjstöd. Sedan kunde kampanjen inledas. Över hela landet ordnades debatter mellan ja- och nej-sidor och medierna gav relativt stor uppmärksamhet åt frågan. Till sist gick nästan 83 procent av de röstberättigade till vallokalerna och när rösterna räknats konstaterade statsministern att utslaget i denna rådgivande folkomröstning skulle följas av riksdag och regering. Detta trots att 80 procent av det parlamentariska underlaget bestod av partier som var positiva till att byta kronan mot euron. Tydligare kan knappast respekten för folkviljan manifesteras.

Samtidigt kan vidare analyser av folkomröstningsresultatet 2003 användas för att peka på nya spänningar i den svenska demokratin. Fyra av tio väljare röstade enligt SVTs vallokalundersökning mot partilinjen. Bara 33 storstadskommuner (och Haparanda) röstade ja, medan resten av landet röstade nej. Varannan man röstade ja, men bara var tredje kvinna. Varannan Saco-medlem röstade ja, men bara var tredje LO-medlem. 70 procent av ja-röstarna sade sig ha mycket stort eller ganska stort förtroende för politiker, men bara 40 procent av nej-röstarna (SVT Valu, från Riksdag & Departement 2003:27). Mot bakgrund av den åsiktsskillnad mellan folket och den politiska eliten som blev uppenbar efter euroomröstningen började

flera politiska bedömare ifrågasätta tillståndet i den svenska demokratin. I medierna talades efteråt om folkomröstningen som ”folkets rungande örfil”.

Det finns goda skäl att närmare granska vad som var utmärkande för dem som röstade ja respektive nej i den här folkomröstningen. Vilka var de och vad hade de för syn när det gällde att införa euron som valuta? Vilken roll spelade socioekonomiska faktorer jämfört med kognitiva egenskaper hos ja-sägare och nejsägare? Går det att säga något om huruvida resultatet av folkröstningen om euron var ett uttryck för en genuin folkvilja i frågan om att ersätta den svenska kronan mot euron? I det här kapitlet kommer olika egenskaper hos de röstande i folkomröstningen att undersökas i syfte att försöka besvara dessa frågor.

### Varför röstar vi som vi gör?

Frågan om varför människor röstar som de gör har varit central inom opinionsforskningen de senaste hundra åren. När det blev tekniskt och kommersiellt möjligt att genomföra större enkät- och panelundersökningar bland befolkningen blev det också möjligt att få kunskap om hur opinioner förändras under en kampanj, hur konsistent en politisk opinion är och hur mycket den hör samman med till exempel social tillhörighet och aktuella politiska händelser (Evans 2004). De mest klassiska studierna på området utfördes i USA under efterkrigsåren av Paul Lazarsfeld och Bernard Berelson vid University of Columbia och senare av ett forskarlag vid University of Michigan lett av Angus Campbell, Warren Miller och Philip Converse.

Columbiaforskarna visade i arbeten som *The People's Choice* och *Voting* att väljarnas politiska preferenser var anmärkningsvärt stabila, och att människor i samma sociala miljöer tenderade att rösta på ett och samma parti (Lazarsfeld et al. 1968 och Berelson et al. 1954). Dessa teorier vidareutvecklas av Michiganforskarna som också var de första att basera sina undersökningar på ett nationellt underlag. Deras slutsats, första gången presenterad i boken *The American Voter*, var att en grundläggande förklaring till de åsikter om politik och kandidater som låg bakom röstandet i USA var partidentifikationen, det vill säga känslan av tillhörighet till ett särskilt politiskt parti (Campbell et al. 1960).

Senare forskning kring röstbeteendet har introducerat nya perspektiv. Den så kallade rational choice-teorin utgår från att människors röstande ytterst styrs av deras egen politiska och ekonomiska nytta av att rösta på ett särskilt sätt och att politiska ideologier främst spelar en roll för att ge osäkra, och i sakfrågorna mindre insatta, väljare allmän vägledning om politiken (Downs 1957). Det postindustriella samhällets framväxt, präglad av mer välutbildade människor och nya samhällsliga konfliktlinjer och värderingsmönster har inspirerat till nya förklaringar kring befolkningens politiska preferenser (Inglehart 1977). Den moderna valforskningen erkänner den relativt ökande betydelsen av personlighet, sakfrågor och individuella värderingar, men bekräftar samtidigt att sociala faktorer alltså visar sig vik-

tiga som grundläggande förklaringar till röstningen i de flesta studier som görs på området (Evans 2004; Miller & Shanks 1996).

En samlad bedömning utifrån svenska valrörelser på senare år är att sociala faktorer generellt förklarar röstning något sämre än tidigare, men att det skiljer mellan olika faktorer. Kön och ålder förefaller till exempel betyda mer än tidigare, och klassröstningen har inte fortsatt att minska vid de senaste valen. Det gör att den sociologiska modellen fortfarande i hög grad är giltig för att förklara varför svenska väljare röstar som de gör (Holmberg 2000).

## **Hur röstar vi i folkomröstningar?**

De flesta studier av röstbeteende gäller av förklarliga skäl allmänna val, medan det finns färre undersökningar kring röstbeteendet i samband med folkomröstningar. Skiljer sig dessa politiska situationer åt eller rör det sig om samma avgörande mekanismer innan väljarna avger sina röster?

Här kan konstateras att den politiska viljan bakom att anordna en folkomröstning i allmänhet innehåller argument för att ett allmänt val och en folkomröstning inte är samma sak. Splittring inom partierna eller läsningar mellan dem brukar anföras som ett skäl för att låta folket avgöra frågan. Det kan tolkas som en föreställning om att mer oberoende och individuella ställningstaganden är önskvärda. Samtidigt innebär folkomröstningskampanjer oftast att de politiska partierna och deras ledare deltar aktivt i opinionsarbetet, och på så sätt kan partiröstande i praktiken fortfarande bli viktigare än ståndpunkten i den aktuella sakfrågan (Gallagher & Uleri 1996). I en studie av den svenska kärnkraftsomröstningen 1980 konstateras att både utformningen av de olika linjerna och partiernas aktiva kampanjarbete stärkte partiloyalitetens roll, inte minst eftersom väljarna uppfattade frågan som svår (Asp 1986).

Ett avgörande argument för den som hävdar att partiidentifikation vanligen spelar en roll också i folkomröstningar är att väljarna antas sakna både tillräckliga kunskaper och välgrundade åsikter kring den fråga eller de frågor som omröstningen gäller. Har väljarna ett tillräckligt stort intresse av att sätta sig in i sakfrågan och rationellt väga argument för eller emot, eller sker röstningen efter andra kriterier? Två faktorer som kan antas spela en viktig roll för röstningsbeteendet är den aktuella frågans upplevda viktighet respektive komplexitet.

Kring dessa frågor är dock inte ens de nordiska erfarenheterna entydiga. Danmark, som har haft flest folkomröstningar, har beskrivits som ett land där sakfrågan och dess betydelse för väljarna stått i centrum, medan norska folkomröstningar förknippats med ett betydligt större inslag av partiröstande (Tonsgaard 1992; Nilson & Björklund 1986).

Sverige har haft sina senaste folkomröstningar kring tämligen komplicerade sakfrågor med många dimensioner (pensionssystem 1957, kärnkraft 1980, EU 1994 och euron 2003). Inte heller här är bilden entydig. I kärnkraftsomröstningen spe-

lade partitillhörigheten en stor roll för linjevalet, såväl direkt genom att människor var lojala mot närstående partier, som indirekt genom att partiernas riskbedömningar var viktiga för valet (Holmberg & Asp 1984). I EU-omröstningen hade partisympatierna inte samma förklaringsvärde, utan folkomröstningen var i minst lika stor utsträckning ett klass- eller centrum/periferival (Gilljam 1996).

En annan fråga som ofta diskuteras i samband med folkomröstningar är om de gynnar status quo eller inte och om de är konserverande till sin natur. När det gäller allmänna val är det inte ovanligt att väljarna ger mandat för politisk förändring när de är kritiska till den sittande regeringens politik. I en folkomröstning är läget annorlunda och den aktuella frågan kopplas sällan direkt till det politiska handlandet, utan gäller snarare om en förändring överhuvudtaget är önskvärd. Vid de fyra tillfällena i Sverige då väljarna haft att ta säga ett enkelt ja eller nej till en konkret förändring har de i tre av fyra fall sagt nej till denna (rusdrycksförbud, högertrafik och euro). Enda undantaget är den knappa ja-segern i folkomröstningen om EU-medlemskap 1994.

Den intressanta frågan när det gäller folkomröstningen om ett svenskt införande av euron 2003 är vilka mönster som kan urskiljas vad gäller svenskarnas röstbeteende. Inte minst viktigt är att studera ifall det ”nej” som en majoritet av svenska folket röstade fram bör ses som ett uttryck för en genuin folkvilja när det gäller själva sakfrågan – ”Anser du att Sverige ska införa euron som valuta?” – eller om faktorer med mindre betydelse för sakfrågan fick en avgörande betydelse.

Sett ur ett demokratiskt perspektiv är det önskvärt att det inte finns allt för stora skillnader mellan de som röstade ja respektive nej till euron. Om det finns stora skillnader mellan exempelvis låginkomsttagare och höginkomsttagare, mellan storstadsbor och landsbygdsbor, mellan politiskt intresserade och politiskt ointresserade eller mellan de som tilltror respektive misstror politiker, är det indikatorer på att andra aspekter än själva sakfrågan hade betydelse för valutgången. Om ja- respektive nej-röstarna kännetecknas av stora skillnader vad gäller sociala och kognitiva faktorer reser det också frågetecken kring folkomröstningars demokratiska värde, åtminstone i EU-relaterade frågor.

En förutsättning för att folkomröstningar ska vara demokratiskt meningsfulla och konstruktiva är att det framförallt är sakfrågan som avgör hur människor röstar – inte deras kön, utbildning, ålder, ekonomi, politiska intresse, politiska kunskaper eller politiska förtroende. Ju större skillnaderna är mellan ja- respektive nej-röstarna i dessa avseenden, desto mer finns det skäl att misstänka att valutslaget inte gav uttryck för en genuin folkvilja i frågan om ett svenskt införande av euron, och desto mer finns det skäl att misstänka att människor tog till sig annat än själva sakfrågan. Det skulle i sådana fall kunna vara exempelvis en röst mot den sittande regeringen, dess politik på andra områden, det politiska systemet som sådant, behovet av att folkomrösta i frågor som den om euron, om behovet av förändring eller om behovet av att ta ställning just hösten 2003.

## De klassiska förklaringarna

När det gäller de svenska väljarnas röster i euroomröstningen vet vi redan att många inte delade den åsikt som de partier de brukar rösta på hade. I annat fall hade jasi-dan segrat med 80 procent av rösterna. Partiloyaliteten kan därför inte sägas ha spelat en avgörande roll i detta sammanhang. Däremot finns indikatorer på de socioekonomiska faktorernas betydelse. I den följande tabellen (tab.1) har folkomröstningens ja- och nej-röstare granskats utifrån kön, ålder, utbildning, inkomst, fackförbundstillhörighet och boende.

**Tabell 1 Röstande i folkomröstningen om euron utifrån socioekonomiska egenskaper (procent)**

Kategori	Ja	Nej	Antal
<b>Totalt</b>	<b>44</b>	<b>56</b>	<b>3165</b>
<b>Kön</b>			
Kvinna	38	62	1648
Man	51	49	1517
<b>Ålder</b>			
18-19 år	28	72	91
20-29 år	44	56	431
30-39 år	46	54	527
40-49 år	46	54	524
50-59 år	46	54	649
60-75 år	45	55	729
<b>Utbildning</b>			
Låg	30	70	827
Medellåg	42	58	898
Medelhög	49	51	756
Hög	56	39	639
<b>Inkomst</b>			
- 100 000	36	64	184
- 200 000	33	67	473
- 300 000	36	64	579
- 400 000	44	56	533
- 500 000	44	56	538
- 600 000	55	45	327
- 700 000	70	30	213
700 000 -	73	27	182
<b>Facktillhörighet</b>			
LO	28	72	849
TCO	48	52	692
SACO	63	37	278
<b>Region</b>			
Landsbygd	32	68	499
Tätort	39	61	776
Stad	48	52	1383
Storstad	55	45	474

**Kommentar:** Procentbasen utgörs av dem som uppgett att de röstat ja eller nej. Svarsprocenten avrundade till närmaste heltal.

Genomgången av socioekonomiska bakgrundsfaktorer visar i flera fall på betydande skillnader mellan jaröstare och nejöstare. Bland jaröstarna finns betydligt fler högutbildade och personer med högre inkomster och i de tre storstadsområdena är jaröstarna i majoritet. En större andel kvinnor än män uppger att de röstat nej, medan det knappast finns några skillnader mellan olika åldersgrupper, bortsett från förstagångsväljarna där nejöstare var i klar majoritet. Två variabler som inte redovisats ovan, typ av boende och uppfattning om den egna ekonomiska utvecklingen det senaste året, uppvisar inga betydande skillnader mellan jaröstare och nejöstare.

Sammanfattningsvis kan dock konstateras att den sociologiska modellen inte var helt överspelad heller vid 2003 års folkomröstning om införandet av euron som valuta i Sverige. Resultaten i denna del är mycket snarlika de som redovisats i Sveriges Televisions vallokalundersökning.

## De kognitiva förklaringarna

Vid sidan av sociala faktorer finns det starka skäl att misstänka att kognitiva faktorer spelade en betydande roll för hur människor röstade i folkomröstningen om euron. Där de sociala faktorerna huvudsakligen handlar om egenskaper som antingen är individuella och samtidigt bortom individens egna påverkan (kön och ålder) eller placerar individen i hennes sociala sammanhang (inkomst, boende), handlar kognitiva faktorer huvudsakligen om egenskaper hos den enskilde individen. De kognitiva faktorerna handlar om hur vi som individer inhämtar, bearbetar och använder information.

Av grundläggande betydelse för hur människor orienterar sig mot omvärlden är de kognitiva scheman alla bär på, vilka kan beskrivas som mentala "kartor" av verkligheten eller aspekter av verkligheten. Dessa kognitiva scheman organiserar information, kunskap och erfarenheter vi tidigare inhämtat och lagrat i våra minnen, och de påverkar även vilken information vi är öppna för (Fiske & Taylor 1991; Waldahl 1998; Graber 1988; Lundh 1992). Med Walter Lippmans ord (egen översättning): "Hur vi föreställer oss världen bestämmer vid varje enskilt ögonblick hur människan kommer att handla" (Lippman 1922/1997, sid. 16).

Annorlunda uttryckt kan man säga att de kognitiva faktorerna föregår och i hög utsträckning påverkar vilken information vi exponerar oss för (*selective exposure*), vilken information vi uppfattar (*selective perception*), vilken information vi riktar uppmärksamheten mot (*selective attention*) och vilken information vi kommer ihåg (*selective retention*) (Severin & Tankard 1997. Jfr. Fiske & Taylor 1991; Lundh 1992).

Ingen människa kan ta del av all information som finns tillgänglig, inte ens i en avgränsad fråga som den om ett svenskt införande av euron. För att våra hjärnor inte ska överbelastas måste vi hela tiden – medvetet eller omedvetet – välja vilka medier och vilket medieinnehåll vi ska ta del av, vilka argument vi ska försöka



förstå och vilka företrädare vi ska lyssna till. För att uttrycka det i existensalistiska termer: Människan kan välja allt utan att inte välja. Vi kan inte välja att inte välja.

Vilka val vi gör hänger i stor utsträckning samman med våra kognitiva scheman; vad vi medvetet eller omedvetet uppfattar är intressant, viktigt och angeläget. Till de viktigaste kognitiva faktorerna i politiska sammanhang hör graden av politiskt intresse, graden av politiskt förtroende, graden av partiidentifikation och de politiska kunskapernas omfattning. Ytterligare en viktig aspekt handlar om hur viktigt man bedömer att någon fråga – i det här fallet ett svenskt medlemskap i EMU – är. Samtliga dessa faktorer kan antas påverka hur människor förhöll sig till såväl jasidans som nejsidans kampanjer och argumentation som till den journalistiska rapporteringen om EMU och ett svenskt införande av euron.

I den följande tabellen har utifrån detta folkomröstningens ja- och nej-röstare granskats utifrån politiskt intresse, förtroende för svenska politiker, partisympati, grad av partiidentifikation, självupplevda kunskaper i EMU-frågan och hur viktigt ett medlemskap i EMU anses vara för Sveriges framtid.

Resultaten visar att de kognitiva faktorerna genomgående hade betydelse för hur människor röstade i folkomröstningen och att det finns ett tydligt mönster som skiljer jaröstare från nej-röstare.

Jasidan var i majoritet bland de som uppger sig vara mycket eller ganska politiskt intresserade, som uppger sig ha mycket eller ganska stort förtroende för svenska politiker, som är mycket övertygade partianhängare, som sympatiserar med moderaterna eller folkpartiet, som upplever sig ha mycket eller ganska goda kunskaper om EMU och som anser att EMU-medlemskapet är mycket eller ganska viktigt för Sveriges framtid.

På omvänt sätt var nejsidan i majoritet bland de som uppger sig vara inte särskilt eller inte alls politiskt intresserade, bland de som har ganska eller mycket litet förtroende för svenska politiker, bland de som sympatiserar med vänsterpartiet, socialdemokraterna, centerpartiet, kristdemokraterna och miljöpartiet, bland de som har svag eller ingen partiidentifikation, bland de som har ganska eller mycket små kunskaper om EMU och bland de som anser att EMU-medlemskapet är inte särskilt eller inte alls viktigt.

Dessa resultat kan i viss mån jämföras med hur människor röstade i folkomröstningen om EU 1994. Också då var ja-sidan starkare bland de som hade hög utbildning (Gilljam 1996), förtroende för svenska politiker, stort intresse för politik i allmänhet (bland män men inte bland kvinnor) och för EU-frågor (Oskarson 1996). Däremot var mönstret omvänt vad gällde politiska kunskaper, då mätt genom ett antal kunskapsfrågor och inte genom en självklassificering: de som hade en mer omfattande EU-kunskap var generellt sett mer negativt inställda till ett svenskt EU-medlemskap än de som hade en mindre omfattande EU-kunskap (Oskarson 1996).

**Tabell 2 Röstande i folkomröstningen om euron utifrån kognitiva egenskaper (procent)**

Kategori	Ja	Nej	Antal svar
<b>Totalt</b>	<b>44</b>	<b>56</b>	<b>3165</b>
<b>Politiskt intresse</b>			
Mycket intresserad	56	44	354
Ganska intresserad	51	49	1366
Inte särskilt intresserad	36	64	1202
Inte alls intresserad	25	75	178
<b>Politiskt förtroende</b>			
Mycket stort förtroende	74	26	31
Ganska stort förtroende	56	44	490
Ganska litet förtroende	43	57	785
Mycket litet förtroende	25	75	214
<b>Partisynpati</b>			
Vänsterpartiet	12	88	272
Miljöpartiet	15	85	158
Socialdemokraterna	43	57	1086
Centerpartiet	16	84	220
Folkpartiet	71	29	373
Kristdemokraterna	44	56	227
Moderaterna	74	26	514
<b>Partiidentifikation</b>			
Mycket övertygad partianhängare	58	42	378
Något övertygad partianhängare	47	53	1223
Ej partianhängare	40	60	1323
<b>Självupplevda kunskaper om EMU</b>			
Mycket stora kunskaper	58	42	52
Ganska stora kunskaper	52	48	629
Ganska små kunskaper	40	60	745
Mycket små kunskaper	36	64	116
<b>EMU-medlemskapets betydelse för Sveriges framtid</b>			
Mycket viktigt	96	4	258
Ganska viktigt	85	15	471
Inte särskilt viktigt	10	90	549
Inte alls viktigt	1	99	270

**Kommentar:** Antal svar varierar på grund av att vissa frågor fanns i båda enkäterna och andra i en av dem.

## Sociala och kognitiva förklaringar – en jämförelse

Om man jämför de studerade faktorernas betydelse för hur människor röstade i folkomröstningen om euron, står det klart att både sociala och kognitiva förklaringar hade betydelse. Listar man de studerade faktorernas betydelse utifrån styrkan i sambanden med ja- respektive nej-röstande, och börjar med den viktigaste faktorn, blir resultatet följande: EMU-medlemskapets betydelse för Sveriges framtid (0,83), partisympati (0,43), inkomst (0,24), utbildning, facklig tillhörighet och grad av politiskt förtroende (0,22), politiskt intresse (0,18), boende (0,15), självupplevda kunskaper i EMU-frågan och kön (0,13) samt grad av partiidentifikation (0,12). Samtliga dessa samband är statistiskt signifikanta, medan ålder inte är det.<sup>1</sup>

Utifrån dessa resultat går det inte att hävda att vare sig den sociologiska eller den kognitiva förklaringsmodellen är överlägsen den andra. Båda modellerna behövs om vi vill förstå hur människor röstar i de allmänna valen eller i en folkomröstning.

## Rådgivande eller beslutande omröstningar?

Utifrån den här studiens resultat tonar en bild av den typiske ja- respektive nej-röstaren fram; en bild som sammanfattas i figur 1.

**Figur 1** *Kännetecknen för de som röstade ja respektive nej i euro-omröstningen*

Ja-röstare	Nej-röstare
Man	Kvinna
Högutbildad	Lågutbildad
Medelhög- eller höginkomsttagare	Låg- eller medelinkomsttagare
Saco-ansluten	LO-ansluten
Storstadsbo	Landsbygdsbo
Politiskt intresserad	Politiskt ointresserad
Tilltro till politiker	Misstro mot politiker
Röstar på (m) eller (fp)	Röstar på (mp), (v), (c), (kd) eller (s)
Stark partiidentifikation	Låg eller ingen partiidentifikation
Stora kunskaper om EMU enligt dem själva	Små kunskaper om EMU enligt dem själva
Anser EMU-medlemskap viktigt	Anser EMU-medlemskap oviktigt
för Sveriges framtid	för Sveriges framtid

Ur ett demokratiskt perspektiv är de stora skillnaderna mellan den typiske ja-röstaren och den typiske nej-röstaren både belysande och problematiska. De ger en stark indikation på att många andra aspekter än själva sakfrågan hade stor betydelse för valutgången. Inte minst är det problematiskt att skillnaderna är så pass stora mellan de politiskt intresserade och de politiskt ointresserade och mellan de

som tilltror respektive misstror svenska politiker. Demokratiskt sett hade det varit bättre ifall människors röstande på ja respektive nej varit mer oberoende av bland annat graden av politiskt förtroende, graden av politiskt intresse och graden av självklassificerade kunskaper om EMU.

Ska man tolka valutslaget i ljuset av dessa resultat röstade många nej inte bara därför att de var mot ett svenskt införande av euron, utan också därför att de inte ansåg sig ha tillräckligt med kunskaper, tillräckligt mycket intresse eller tillräckligt stort förtroende för politiker. Det kan ha berott på att ett ja sågs som en förändring medan ett nej sågs som status quo, eller därför att ett ja sågs som oåterkalleligt medan ett nej sågs som en tillfällig lösning i väntan på ökad säkerhet om vad EMU och euron kan väntas innebära på olika områden.

Sett ur ett demokratiskt perspektiv väcker resultaten flera mycket angelägna frågor. Inte minst viktigt är det att diskutera vilken plats folkomröstningar ska ha i den svenska representativa demokratin och om valutslagen i svenska folkomröstningar alltid ska följas, oberoende av vilka mönster som kan skönjas bakom röstandet och oberoende av valdeltagande. När svenska folkomröstningar formellt är rådgivande – bör utslagen av dem alltid följas som om de var beslutande?

Med tanke på den pågående diskussionen om fler folkomröstningar i framtiden, till exempel om förslaget till ny EU-konstitution, förtjänar dessa frågor att lyftas upp på den politiska dagordningen.

## Noter

- <sup>1</sup> Sambanden är signifikanta på 0,01-nivån. Det sambandsmått som används är Cramers V, där 0 visar att variablerna är statistiskt oberoende av varandra och 1 att sambandet är perfekt. Genom Cramers V normeras  $X^2$  så att ett värde framtaget för en tabell kan jämföras med värden för en annan tabell. Det lämpar sig för variabler på ordinal- och nominalskalenivån.

## Referenser

- Asp, Kent (1986) *Mäktiga massmedier – Studier i politisk opinionsbildning*. Stockholm: Akademilitteratur.
- Berelson, Bernard et al. (1954) *Voting: A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign*. Chicago: Chicago University Press.
- Campbell, Angus et al. (1960) *The American Voter*. New York: John Wiley.
- Downs, Anthony (1957) *An Economic Theory of Democracy*. New York: Harper.
- Evans, Jocelyn A.J. (2004) *Voters & Voting – An Introduction*. London: Sage.
- Fiske, Susan T. & Taylor, Shelley E. (1991) *Social Cognition*. New York: McGraw-Hill.
- Från riksdag & departement* 2003:27

- Gallagher, Michael & Uleri, Pier Vincenzo (1996) *The Referendum Experience in Europe*. London: Macmillan Press.
- Gilljam, Mikael (1996) Det kluvna Sverige? I Gilljam, Mikael & Holmberg, Sören (red): *Ett knappt ja till EU. Väljarna och folkomröstningen 1994*. Stockholm: Norstedts Juridik.
- Graber, Doris (1988) *Processing the News. How People Tame the Information Tide*. 2:a upplagan. Lanham: University Press of America.
- Holmberg, Sören (2000) *Välja parti*. Stockholm: Norstedts Juridik.
- Holmberg, Sören & Asp, Kent (1984) *Kampen om kärnkraften. En bok om väljare, massmedier och folkomröstningen 1980*. Stockholm: Publica.
- Inglehart, Ronald (1977) *The Silent Revolution: Changing Values and Political Styles among Western Publics*. Princeton: Princeton University Press.
- Lazarsfeld, Paul et al. (1968) *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*, New York: Columbia University Press.
- Lippman, Walter (1922/1997) *Public Opinion*. New York: The Free Press.
- Lundh, Lars-Gunnar (1992) Perception, uppmärksamhet och kognitiva strukturer. I Lundh, Lars-Gunnar, Montgomery, Henry & Waern, Yvonne: *Kognitiv psykologi*. Lund: Studentlitteratur.
- Miller, Warren E. & Shanks, J. Merrill (1996) *The New American Voter*. Cambridge: Harvard University Press.
- Nilson, Sten Sparre & Björklund, Tor (1986) Ideal Types of Referendum Behaviour. *Scandinavian Political Studies* 9:3
- Oskarson, Maria (1996) Skeptiska kvinnor – Entusiastiska män. I Gilljam, Mikael & Holmberg, Sören (red): *Ett knappt ja till EU. Väljarna och folkomröstningen 1994*. Stockholm: Norstedts Juridik.
- Severin, Werner J. & Tankard, James W. Jr. (1997) *Communication Theories. Origins, Methods, and Uses in the Mass Media*. 4:e upplagan. New York: Longman.
- Sveriges Televisions Vallokalundersökning 2003
- Tonsgaard, Ole (1992) A Theoretical Model of Referendum Behaviour, I Gundelach, Peter & Siune, Karen (red): *From Voters to Participants: Essays in Honour of Ole Borre*. Århus: Politica.
- Waldahl, Ragnar (1998) A Cognitive Perspective on Media Effects. I Höijer, Birgitta & Werner, Anita (red): *Cultural Cognition. New perspectives in audience theory*. Göteborg: Nordicom.



## FOLKETS UPPSKATTNING, PARTILEDARNAS BELÖNING?

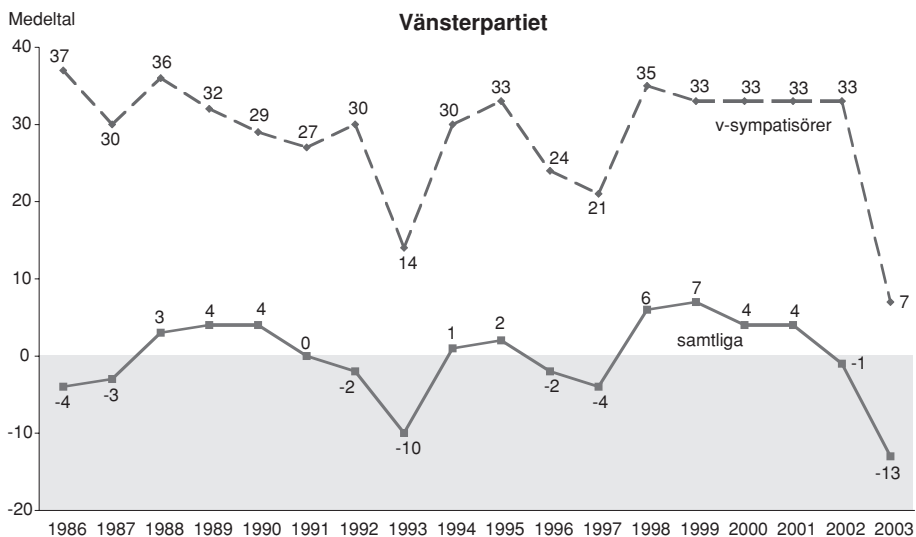
SÖREN HOLMBERG

Om folkets uppskattning vore partiledarnas enda belöning låge de inte bra till. Sverige har nämligen inte särskilt populära partiledare. I SOM-regi har vi mätt svenska partiledares popularitet på samma sätt sedan 1986. Vi har använt en elvogradig ogillar-gillarskala med värden mellan -5 till +5. Sammanlagt tjugofyra olika partiledare/språkrör har studerats genom åren. Några har vi mätt vid upprepade tillfällen. Alf Svensson (kd) är den riktige långköraren, men Carl Bildt (m), Olof Johansson (c), Gudrun Schyman (v) och Ingvar Carlsson (s) har också mätts många gånger. Om Göran Persson (s) och Lars Leijonborg (fp) hänger med ytterligare några år hamnar de i samma exklusiva skara. Ett antal partiledare har endast kommit med i mätningarna någon enstaka gång, t ex Karin Söder (c) 1986 och vikarie-  
rande partiledaren Ulla Hoffman (v) 2003.

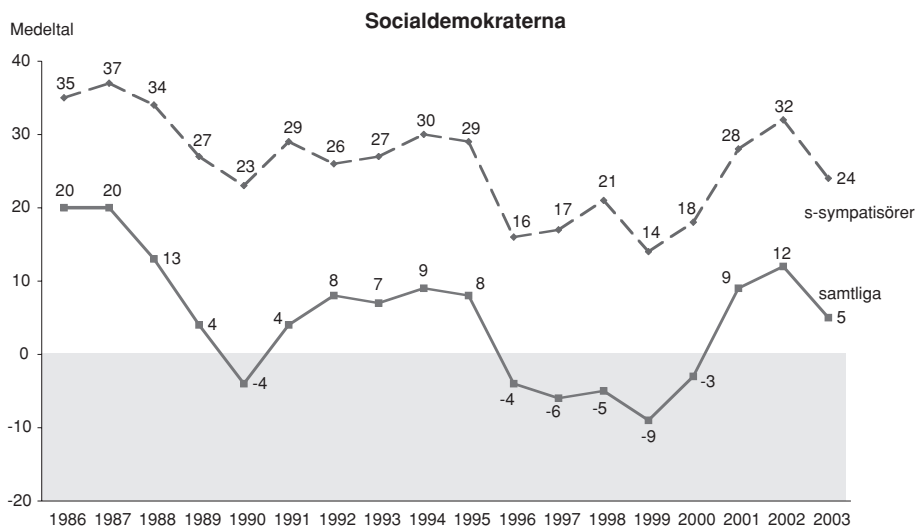
Totalt ett hundra tjugotre mätningar av enskilda partiledares/språkrörs popularitet har gjorts under åren 1986-2002. I en majoritet av dessa mätningar har partiledarnas genomsnittliga uppskattningspoäng hamnat under noll (59 procent).<sup>1</sup> När svenska folket uppger vad de tycker om olika partiledare är alltså det vanligaste svaret – *ogillar*. Partiledarna får oftast popularitetssiffror med tyngdpunkt på skalans minussida. Bottenrekorden har Bo Lundgren 2002 med -13 och Ulla Hoffman 2003 också med -13. Resultaten har multiplicerats med tio för att slippa decimaltecken. Skalan varierar därför mellan -50 och +50.

Det händer naturligtvis då och då att partiledare uppnår någorlunda höga popularitetssiffror i hela svenska folket. Ingvar Carlsson (s) har rekordet med +20 åren efter mordet på Olof Palme följd av Bengt Westerberg (fp) med +13 1987. På senare år har Göran Persson uppnått bäst siffror med +12 efter valet 2002. Men så här goda popularitetssiffror är mycket ovanliga. Det har endast hänt fem gånger (4 procent av fallen) att en svensk partiledare nått högre genomsnittliga popularitetssiffror än +10 bland samtliga svenskar. Ingvar Carlsson gjorde det åren 1986-88, Bengt Westerberg 1987 och Göran Persson 2002 (se figur 1).

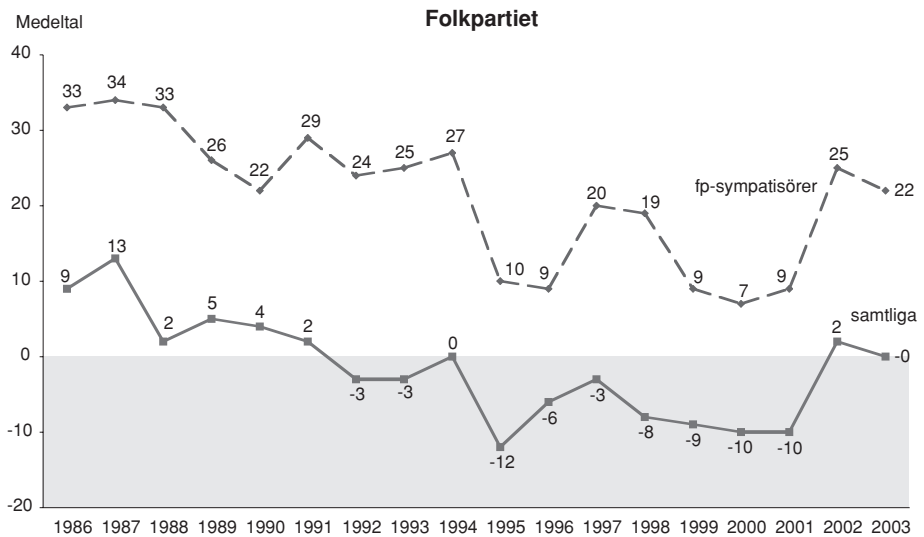
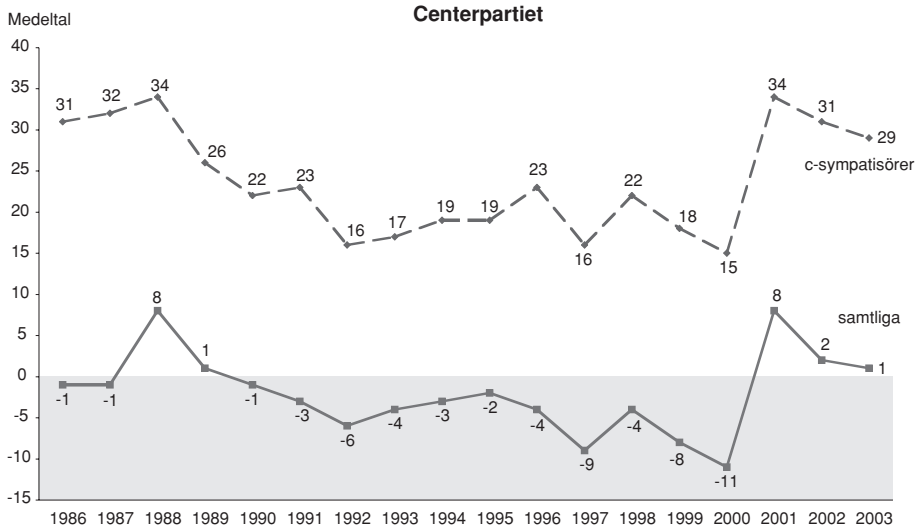
**Figur 1 Partiledarpopularitet 1986-2003 (medeltal)**

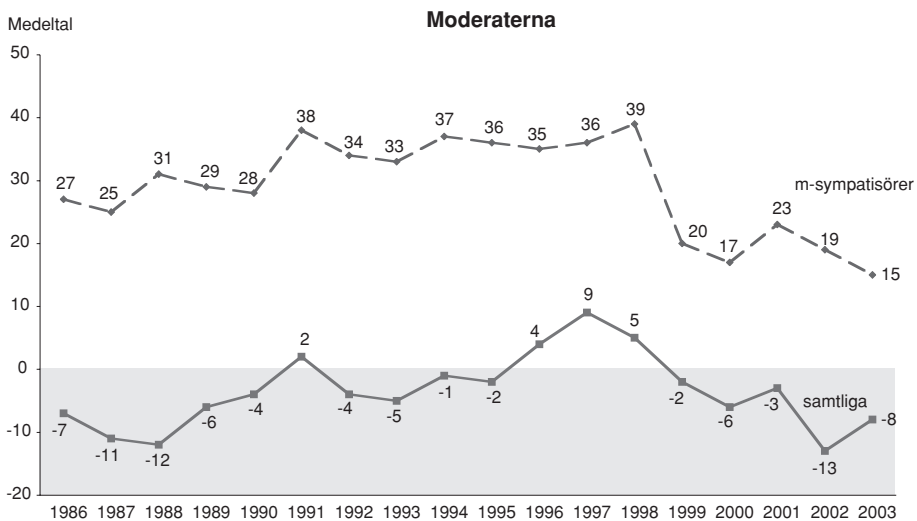
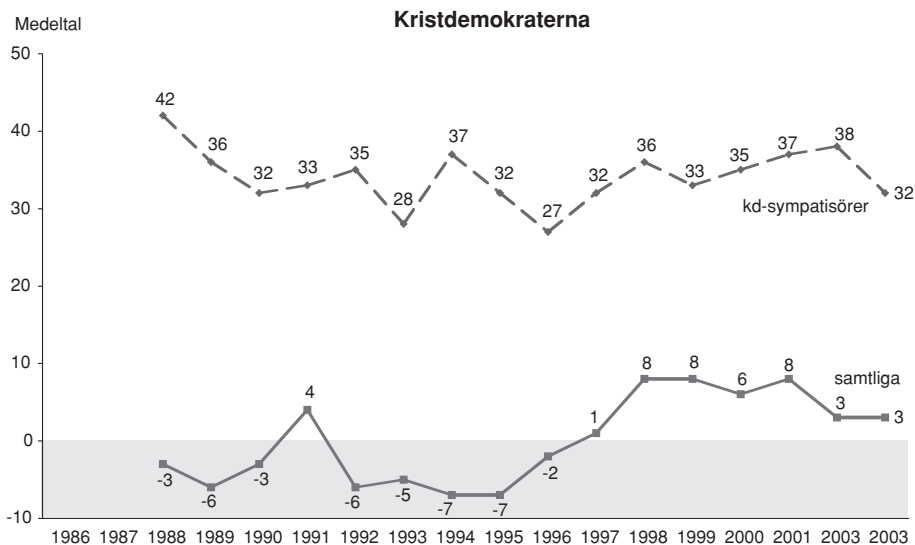


**Kommentar:** Mätningen 2003 gäller för Ulla Hoffman.

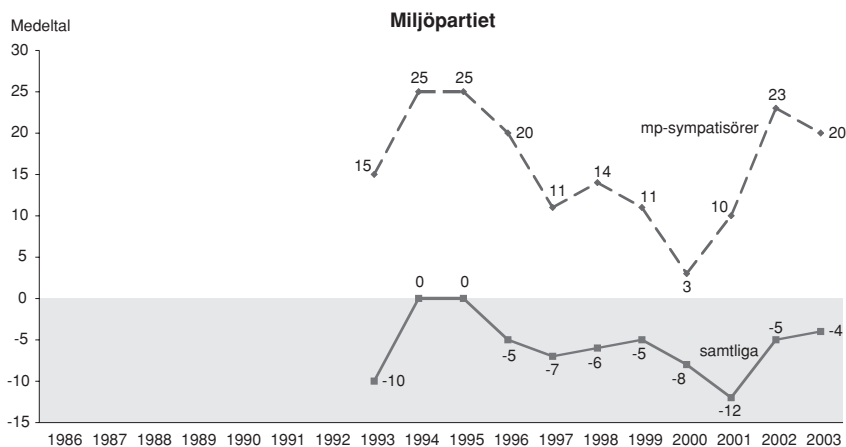








**Kommentar:** Mätningen 2003 gäller för Bo Lundgren. Resultaten för Fredrik Reinfeldt är 1 för samtliga och 23 för m-sympatisörer.



**Kommentar:** Resultaten gäller för mp:s manliga språkrör t o m 1997. Därefter är resultaten sammanvägda för kvinnliga och manliga språkrör.

Resultat för kvinnliga språkrör	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Resultat för manliga språkrör	1998	1999	2000	2001	2002	2003
mp-sympatisörer	+4	+3	+6	+10	+24	+24	mp-sympatisörer	+23	+19	-0	+10	+21	+15
samtliga	-7	-4	-8	-12	-4	-2	samtliga	-5	-5	-8	-11	-5	-5

Partiledarna är mer uppskattade bland det egna partiets sympatisörer än bland folk i allmänhet. Här har vi inga exempel på att partiledarnas popularitetssiffror hamnar på minussidan, även om Matz Hammarström (mp) kom nära med ett +/-nollresultat år 2000. Men vi har heller inte många exempel på riktigt höga uppskattningssiffror. Alf Svensson har rekordet på +42 (1988) från den tiden då kristdemokraterna var ett litet parti utanför riksdagen. Vid ytterligare några få tillfällen har någon partiledare lyckats komma upp i högre siffror än +35 – Bildt (m) 1998, Carlsson (s) 1987 och Werner (v) 1986. Vanligen hamnar partiledarnas popularitet mellan endast +25 till +35 bland de egna (46 procent av fallen). Och direkt dåliga siffror med genomsnitt under +20 bland det egna partiets anhängare är relativt ofta förekommande (26 procent av fallen). Sämst popularitetsresultat bland egna sympatisörer har Matz Hammarström (mp) haft med +/- 0 år 2000, följd av Lars Leijonborg (fp) med +7 2000, Ulla Hoffman (v) med +7 2003 och Maria Leissner (fp) med +9 1996.

Bilden av föga populära svenska partiledare bekräftades när vi för några år sedan kunde jämföra hur uppskattade partiledare var i ett tjugotal länder. Samma elvagrada ogillar-gillar skala användes i alla länder. Svenska partiledares genomsnittliga popularitet hamnade mot mitten av de tjugo undersökta länderna. Nio länder hade i medeltal mer uppskattade partiledare medan tio länder hade mindre populära partiledare (Holmberg & Weibull 2001, Holmberg 2000, Holmberg & Oscarsson 2002).

Det är naturligtvis roligare att vara populär än impopulär, men föga populära svenska partiledare kan trösta sig med att graden av partiledaruppskattning inte är

någon av de riktigt viktiga faktorerna när väljarna går till valurnorna. Inte betydelslös, men heller inte avgörande. De viktigaste röstningsskäl för svenska väljare är fortfarande ideologi och sakfrågor. Partiledarnas personliga popularitet kommer längre ned på listan för de allra flesta väljare (Holmberg & Oscarsson 2004). Det är endast i massmedierna som partiledarna spelar huvudrollen. Det är lättare att intervjua en partiledare än en ideologi.

När vi i över tjugo länder jämför vilken inverkan partiledares popularitet har på väljares partival hamnar Sverige sist med den minsta genomsnittliga effekten. Andra länder med ett starkt partisystem och proportionella val uppvisar också relativt begränsade partiledareffekter. Länder med majoritetsval, speciellt USA, uppvisar en större inverkan av partiledarpopularitet (Holmberg & Oscarsson 2004).

De begränsade partiledareffekter som finns även i det svenska systemet går dock i hypotesens riktning. Populära partiledare fungerar till en del som dragplåster för sina partier medan impopulära partiledare riskerar att vara sänken. Någon trend som pekar på att partiledarnas betydelse ökat över tid kan inte iakttas. Fälldin och Palme på 1970-talet betydde lika mycket eller lika lite som Olofsson och Persson på 2000-talet.

Ett användbart mått på en partiledares potentiella förmåga att värva röster till sitt parti får vi om vi jämför partiledarens popularitet med motsvarande uppskattning för det egna partiet. En partiledare som *inte* är mer gillad än sitt parti kan knappast dra många personliga röster till partiet. Om partiledaren tvärtom är mindre uppskattad än sitt parti riskerar hon eller han att stöta bort väljare – att fungera mer som ett sänke än som ett dragplåster för partiet. I SOM-studierna har vi hela tiden mätt partiledarnas och partiernas popularitet på samma elvgradiga skala. Det gör det möjligt att systematiskt studera sambandet mellan hur partier och partiledare uppskattas.

Resultaten i tabell 1 påvisar mycket tydligt att sambandet mellan partiledares och partiets popularitet är mycket starkt. Korrelationen ( $r$ ) på individnivå mellan populariteten hos partiledare och deras partier är genom alla år i genomsnitt cirka .70. Ett mycket starkt samband med andra ord, men inte så starkt att det inte lämnar ett visst utrymme för mindre skillnader mellan hur uppskattade partiledare är i förhållande till sina partier.

Ser vi på resultaten från 2003 visar det sig att Sverige endast hade ett potentiellt dragplåster bland partiledarna och det var Alf Svensson som var på väg att lämna sitt uppdrag. Han var den ende partiledaren som var mer populär än sitt parti både i valmanskåren som helhet och bland de egna väljarna. Samtliga övriga partiledare var mindre uppskattade än sina partier bland egna sympatisörer – främst Hoffman och Lundgren. Flera partiledare var dessutom mindre uppskattade än sina partier bland alla väljare. Det gällde Hoffman, Persson, Leijonborg och Lundgren. Bland dessa partiledare har Hoffman och Lundgren de klart svagaste siffrorna. De ligger närmast att utnämnas till potentiella sänken för sina partier. Idag har de båda lämnat sina partiledaruppdrag tillsammans med Alf Svensson – det enda dragplåstret.

**Tabell 1 Partiledarna som dragplåster eller som sänken i kampen om opinionen 1986-2003 (medeltalsskillnader)***Partiledarnas popularitet jämfört med det egna partiets bland samtliga väljare*

Partiledare	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	00	01	02	03
v	+13	+14	+15	+15	+15	+13	+11	+4	+10	+9	+5	+3	+10	+11	+8	+8	+4	-4
s	+10	+9	+4	+2	±0	+1	±0	-2	-2	+3	-4	-8	-10	-10	-7	-2	+1	-1
mp	-	-	-	-	-	-	-	-7	-2	-5	-5	-5	-6	-4	-2	-4	+1	+4
c	±0	-2	+3	+1	-1	-5	-4	-3	-4	-1	-1	-4	-2	-5	-6	+4	+1	+1
fp	+6	+5	+1	+3	+2	+2	±0	±0	+1	-6	-1	±0	-5	-6	-6	-8	-3	-2
kd	-	-	+5	+3	+4	+4	+3	+4	+5	+5	+8	+8	+8	+8	+8	+8	+7	+7
m	±0	-4	-11	±0	-2	+4	+3	+3	+6	+3	+8	+11	+9	-1	-3	-1	-4	-5

Snitt fem partiledare	+6	+4	+2	+4	+3	+3	+2	±0	+2	+2	+1	±0	±0	-2	-3	±0	-0	-2
Snitt sju partiledare								-1	+2	+1	+1	+1	+1	-1	-1	+1	+1	±0

*Partiledarnas popularitet jämfört med det egna partiets bland egna sympatisörer*

Partiledare	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	00	01	02	03
v	-1	±0	±0	+4	+3	-3	-2	-12	-6	±0	-3	-9	±0	+2	±0	-2	-2	-26
s	±0	+1	-1	-1	-4	-4	-5	-5	-4	-2	-8	-9	-10	-13	-11	-4	-2	-3
mp	-	-	-	-	-	-	-	-14	-7	-7	-8	-14	-21	-20	-23	-17	-10	-10
c	-3	-6	-3	-4	-5	-13	-14	-12	-12	-12	-7	-10	-10	-15	-13	+1	-2	-1
fp	+3	+4	-2	+1	-2	±0	-1	+1	-2	-19	-15	-6	-14	-17	-20	-25	-8	-5
kd	-	-	+1	+1	+2	-3	±0	-4	+1	+2	±0	+3	+3	+4	+3	+3	+2	+2
m	-6	-11	-6	-3	-3	+1	+2	±0	+3	+2	+3	+5	+2	-15	-16	-12	-17	-18

Snitt fem partiledare	-1	-3	-2	-1	-2	-4	-4	-6	-5	-6	-6	-6	-6	-12	-12	-8	-6	-11
Snitt sju partiledare								-7	-5	-5	-5	-6	-7	-11	-11	-8	-6	-9

**Kommentar:** Resultaten visar hur populära partiledarna är i jämförelse med sina egna partier. Differensmättet kan variera mellan +100 (partiledaren mer populär än partiet) och -100 (partiet mer populärt än partiledaren). Plusvärden indikerar m a o att partiledaren är mer populär än partiet, medan minusvärden visar att partiledaren är mindre populär än sitt parti. Partiernas och partiledarnas popularitet har mätts på en gillar-ogillarskala med värden mellan +5 (gillar) och -5 (ogillar). Resultaten för mp:s språkrör (sammanvägda fr o m 1998) framgår av redovisningen i figur 1.

Om vi ser på resultaten för hela perioden sedan mätningarna påbörjades 1986 visar det sig att dagens generation av partiledare är mindre av potentiella röstvärvare för sina partier än gårdagens partiledare. Partiledarna som grupp har i genomsnitt tappat i popularitet jämfört med sina partier – i hela valmanskåren såväl som bland egna sympatisörer. Det är värt att betona resultatet en gång till. I detta individu-

aliseringens tidevarv har partiledarna relativt sina kollektivistiska partier blivit *mindre* uppskattade, inte mer uppskattade.

Partiledarnas popularitet bland det egna partiets sympatisörer är speciellt intressanta om vi vill studera fenomenet dragplåster i närmare detalj. Partiledare som är mer uppskattade än sina partier bland de egna anhängarna har med större sannolikhet dragit röster till partiet än partiledare som är mindre populära. Mätt på detta sätt visar resultaten i tabell 1 att antalet potentiella dragplåster varit begränsade genom åren: Ingvar Carlsson, Gudrun Schyman och Maud Olofsson vid vardera ett tillfälle, Lars Werner vid två, Bengt Westerberg vid tre, Carl Bildt vid sju och rekordhavaren Alf Svensson vid hela tolv tillfällen. Sammanlagt ger detta 27 mät-tillfällen där partiledaren varit mer populär än sitt parti bland de egna sympatisörerna (22 procent av fallen). Ett resultat som visar att vi har potentiella dragplåster bland svenska partiledare – Bildt och Svensson är två bra exempel – men att de är förhållandevis sparsamt förekommande. Vid de övriga 96 mättillfallen är partiledarna lika populära som sina partier (7 procent av fallen) eller mindre populära (71 procent). I det senare fallet – som är det klart vanligaste – är risken att partiledaren är ett sänke klart större än möjligheten att fungera som ett dragplåster.

Blott Sverige svenska partiledare har. Det är en tautologisk sanning, men inte odelat positiv. Svenska partiledare som grupp betraktade är inte särskilt uppskattade. Och utvecklingen går inte mot det bättre. Tvärtom tenderar svensk partiledares popularitet att i genomsnitt vara mindre idag än för tjugo år sedan. Dessutom har den populäraste av dem alla avgått. Fenomenet Alf Svensson har lämnat sin post efter nära trettio år som partiledare. Kan någon axla hans mantel?

## Noter

- <sup>1</sup> Svenska partiledare är oftast mycket välkända. Bland *svarande* på frågorna om partiledarna respektive bland *samtliga* svars personer blev resultatet följande: Olofsson 96 procent respektive 90 procent; Lundgren 97, 91; Hoffman 74, 69; Leijonborg 98, 91; Persson 99, 93; Eriksson 81, 74; Wetterstrand 85, 79; Svensson 98, 92; Reinfeldt 67, 62.

## Referenser

- Holmberg, Sören och Oscarsson, Henrik (2004) *Väljare. Svenskt väljarbeteende under 50 år*. Stockholm: Norstedts Juridik.
- Holmberg, Sören (2001) Föga populära partiledare. I Holmberg, Sören och Weibull, Lennart red. *Land, Du välsignade?* Göteborg: SOM-institutet.
- Holmberg, Sören (2000) *Välja parti*. Stockholm: Norstedts Juridik.
- Holmberg, Sören and Oscarsson, Henrik. Party Leader Effects on the Vote. Forthcoming Book Chapter in Arts, Kees et al. eds. *Leadership*.

# SVENSKARNAS SYN PÅ OMVÄRLDEN

LENNART WEIBULL

Det första åren av det nya millenniet har kännetecknats av en ökad oro i världen. Terrorattacken i USA den 11 september 2001, kriget i Afghanistan, Palestina-konflikten och tågattentatet i Spanien våren 2004 invasionen i Irak är exempel på händelser som har skapat global osäkerhet. Under en period minskade också det internationella resandet kraftigt. Till detta bidrog även andra faktorer som exempelvis den omfattande Sars epidemin i Sydostasien.

Omvärldshoten bröt dock bara tillfälligt resmönstren. Världen har efter hand anpassat sig till den nya situationen. Från svensk horisont var dessutom hoten på relativt långt håll. Samtidigt är vårt förhållande till världen inte bara en fråga om resor under en kortare tidsperiod. Det handlar i lika hög grad om traditioner och kulturell samhörighet, liksom om de bilder som medier och populärkultur förmedlar (Gould, 1975; Lauristin och Vihalemm, 1997; Werner, 1980; Lindholm, 1970; Jansson, 2001, 2002). Medborgarnas samhörighet med andra länder är samtidigt ett slags grundläggande förutsättning för opinionsbildningen i frågor om förhållandet till omvärlden. Viljan att samarbeta med omvärlden kan antas hänga samman med den upplevda närheten till enskilda länder.

Frågor om samverkan med omvärlden har under de gångna åren fått förnyad aktualitet, bl a genom debatten om Sveriges förhållande till EU/EMU och den intensifierade globaliseringsdiskussionen. Mot denna bakgrund är det av intresse att belysa hur svenskars omvärldsbild ser ut i början av 2000-talet. Tidigare undersökningar har pekat på en klar anglosaxisk orientering (Rönström och Weibull, 1996). I det följande analyseras svenska folkets syn på omvärlden 2003 på grundval av en fråga om upplevd samhörighet med människor i ett urval länder. Först ges dock en översikt av svenskarnas besök i andra länder år 2003. Den möjliggör även en belysning av frågan hur resor utomlands hänger samman med synen på andra länder.

## Utlandsresor 2003

Svenskar är ett resande folk. Genom charterflygets expansion under 1960- och 1970-talen blev resandet inte längre något som var förbehållet begränsade grupper utan en möjlighet för alla. Redan i början av 1990-talet åkte drygt hälften av alla svenskar mellan 15 och 80 år utomlands, mest till Spanien och Grekland (SCB, 1993). Även världen i övrigt har öppnat sig. Semesterresor till Florida och Thailand är standard i resebyråernas kataloger. I SOM-undersökningen 1991 visades att 80 procent av svenskarna någon gång hade varit i Danmark, 63 procent i Tyskland, 42 procent i Storbritannien och 19 procent i USA (Rosengren och Weibull, 1997).

**Tabell 1 Andel i olika grupper som uppger sig ha gjort minst någon utlandsresa under de senaste 12 månaderna, 2003 (procent)**

**Fråga:** Har du under de senaste 12 månaderna varit utomlands för arbete, studier, semesterresa eller av annat skäl?

	Rest utomlands	Ej rest utomlands	Totalt	Antal svar
Samtliga	51	49	100	1 765
Män	53	47	100	851
Kvinnor	50	50	100	914
15 – 29 år	60	40	100	336
30 – 44 år	54	46	100	570
45 – 64 år	54	46	100	488
65 – 85 år	35	65	100	371
Låg utbildning	32	68	100	484
Medellåg utbildning	52	48	100	505
Medelhög utbildning	58	42	100	403
Hög utbildning	70	30	100	351
Arbetarfamilj	39	61	100	720
Jordbrukarfamilj	32	68	100	62
Tjänstemannafamilj	58	42	100	461
Högre tjm/akademikerfamilj	74	26	100	260
Företagarfamilj	62	38	100	154
<i>Hushållsinkomst</i>				
≤100 000 kr	37	63	100	98
101 000 – 200 000 kr	31	69	100	269
201 000 – 300 000 kr	49	51	100	323
301 000 – 400 000 kr	51	49	100	308
401 000 – 500 000 kr	53	47	100	278
501 000 – 600 000 kr	65	35	100	181
601 000 – 700 000 kr	71	29	100	128
> 701 000 kr	86	14	100	105
Svensk medborgare	51	49	100	1 672
Ej svensk medborgare	59	41	100	44
Dubbelt medborgarskap	62	39	100	26
<i>Uppväxt i:</i>				
Landsbygd, Sverige	38	62	100	466
Liten tätort, Sverige	52	48	100	471
Stad i Sverige	56	44	100	375
Storstad i Sverige	63	37	100	273
Land i Norden	61	39	100	28
Land i Europa	72	28	100	53
Utom Europa	65	35	100	31

**Källa:** Riks-SOM 2003



Frågan i 2003 års undersökning gällde hur många som under de senaste 12 månaderna – alltså i princip sedan andra hälften av 2002 – varit utomlands 'för arbete, studier, semesterresa eller av annat skäl'. Det visar sig att nästan exakt hälften (51%) av svarspersonerna uppger att de gjort någon utlandsresa under det gångna året (tabell 1). Det finns stora skillnader mellan olika grupper i befolkningen. De som varit klart minst utomlands är pensionärerna, där endast en tredjedel gjort någon utlandsresa de senaste 12 månaderna, att jämföra med personer under 30 år där andelen är närmare 60 procent. Bland högutbildade är andelen som varit utomlands nästan 70 procent och bland den högsta inkomstgruppen – hushållsinkomst på 700.000 kronor eller mer – är andelen hela 86 procent.

Bakom skillnaderna i utlandsresande skymtar faktorer som fysisk rörlighet, ekonomisk resursstyrka och typ av yrkesverksamhet. Att sociala faktorer spelar en stor roll för utlandsresor bekräftar vad som även framkommit i andra frågeundersökningar (Nelander och Goding, 2002). En analys av interaktionen mellan ålder och utbildning visar att högutbildade reser mer oavsett ålder, medan det bland de lågutbildade finns en klar åldersskillnad: unga lågutbildade har i klart större utsträckning varit utomlands än äldre. Annorlunda uttryckt är utbildningsskillnaden mycket stor inom pensionärsgruppen:

	15-29 år	65-85 år	Effekt av ålder
Lågutbildad	53%	21%	+32%
Högutbildad	69%	70%	-1%
Effekter av utbildning	-14%	-49%	

Vid sidan av sociala omständigheter finns även en geografisk faktor bakom utlandsresandets omfattning. Den tar sig uttryck dels i att de personer som bor nära nationsgränsen oftare har varit utomlands, dels i att personer som har vuxit upp i andra länder än Sverige, i större utsträckning varit utomlands. Personer som bor i Skåne har i något större utsträckning varit utomlands än de som bor i Mellansverige. Exempelvis är andelen utlandsresenärer i Malmö/Lund/Trelleborg-regionen 66 procent, medan den i norra Mellansverige är 40 procent.<sup>1</sup> Det som ligger bakom skillnaderna är att lågutbildade i gränsområdena är något mera benägna till utlandsresor än i andra områden; högutbildades benägenhet att resa utomlands bestäms däremot inte av var i landet de bor.

Den andra geografiska faktorn gäller invandrare i Sverige. I denna grupp är det betydligt vanligare att ha gjort en utlandsresa än bland personer som vuxit upp i

landet. Bland personer som är födda utanför Norden och utanför Europa har 72 respektive 65 procent rest utomlands (tabell 1), i jämförelse med 51 procent bland dem som födda i Sverige. I den senare gruppen är det i sin tur en stor skillnad mellan dem som vuxit upp på landsbygden (38%) och dem som vuxit upp i en storstad (56%). Även bland andra generationens invandrare, de svenskar vars föräldrar vuxit upp utanför Norden, är resebenägenheten högre: 68 procent har varit utomlands under det senaste året.

## Enskilda länder

De som hade varit utomlands under de senaste tolv månaderna fick på en öppen fråga även ange högst tre länder de besökt. De länder som förekommer frekventast i listan är sådana som finns i Sveriges närhet. Danmark ligger klart högst och har haft besök av drygt 25 procent av dem som rest utomlands. Omräknat till hela befolkningen innebär detta att var sjunde svensk under de senaste 12 månaderna besökt vårt sydliga grannland. Att resande går söderut visas av att det näst mest besökta utlandet är Tyskland och det tredje Spanien. Därefter kommer de Finland, Norge och Storbritannien på ungefär samma nivå (ca 10 procent av dem som varit utomlands minst en gång under de senaste tolv månaderna).

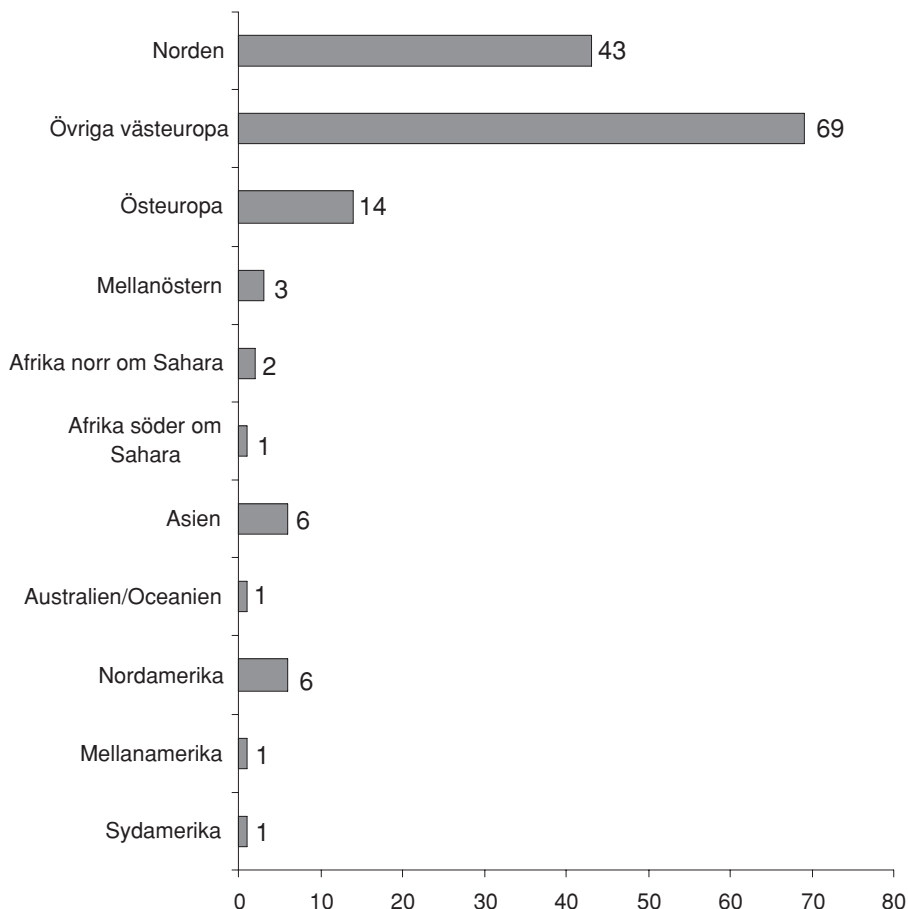
Var tjugonde utlandsresenär har besökt USA under det senaste året, något som motsvarar två procent av befolkningen eller drygt 100.000 personer. Det bör dock framhållas att skattningar av besök i enskilda länder måste tolkas försiktigt, eftersom man måste räkna med både minnesfel, särskilt vid kortare besök (jfr not 1) och prestigefar.

Ser vi till större områden är det drygt 40 procent av utlandsresenärerna som besökt minst något nordiskt land och knappt 70 procent något annat västeuropeiskt land (figur 1). Andelarna för övriga världen är i denna jämförelse relativt små.

När det gäller utlandsbesöken inom Norden och Västeuropa är närhetsfaktorn viktig. Var fjärde boende i Skåne län har markerat att man under de senaste tolv månaderna varit minst en gång i Danmark.<sup>2</sup> Samma gäller för var femte i Västra Götands län, men endast för var tionde i Stockholmsregionen. Det finns i valet av resmål vissa utbildningsskillnader inom gruppen utlandsresenärer. Så är exempelvis Spanien och Tyskland överrepresenterade bland lågutbildade, medan Frankrike och Italien har relativt sett fler angivelser bland högutbildade. Bakom detta ligger troligen faktorer som syn på olika typer av researrangemang, kulturella värderingar och ekonomiska förutsättningar (jfr Urry, 1990; Jansson, 2002).

I jämförelse med den tidigare SOM-mätningen 1991 är mönstret relativt konstant. Då avsåg studien visserligen vilka länder man överhuvudtaget besökt, men det är samma länder som placerar sig högt i båda mätningarna. Enda skillnaden gäller Norge som kommer klart högre när det gäller vilka länder man någon gång besökt (Rosengren och Weibull, 1997). Rörelsemönstret indikerar ett slags individ- och kulturbestämt orienteringsmönster. Frågan är då om det också står för en känsla av samhörighet.

**Figur 1** Under de senaste 12 månaderna besökt minst ett land inom följande delar av världen, 2003 (procent av dem som varit utomlands)



**Källa:** Riks-SOM 2003

### Samhörighet med omvärlden

Det finns många olika sätt att mäta omvärldsorientering. I tidigare mätningar inom ramen för SOM-undersökningen har använts indikatorer som intresse att följa med vad som händer i andra länder, övervägande att flytta till annat land, val av land om man skulle vara tvungen att flytta från Sverige och en direkt fråga om vilka länder Sverige borde samarbeta med (se bl a Weibull och Rosengren, 1992 och 1995; Rosengren och Weibull, 1997; Rönström och Weibull, 1996). I 2003 års SOM-undersökning ställdes frågan om 'samsörighet med människor boende i' ett urval angivna europeiska länder och USA samt övriga världsdelar. I frågan ingick även

Sverige som jämförelsepunkt. Svagheten i frågan är givetvis att den inkluderar både länder och världsdelar ingår, men det bedömdes trots allt vara enda möjligheten att få den eftersträlvade globala täckningen.

Utfallet av frågan visar först och främst på en påfallande stark nordism. Det är egentligen bara med människor i de nordiska länderna – och då främst med boende i Danmark och Norge – svenskar känner en stark samhörighet. Närmare var femte svensk uppger sig känna mycket stor samhörighet med människor i Danmark och Norge och två av tre känner åtminstone ganska stor samhörighet. För Finland ligger siffrorna något lägre (figur 2).

I fråga om övriga länder är det främst Tyskland, USA, Frankrike och Australien som en inte obetydlig andel av svenskarna uppger sig känna samhörighet med. För de två förstnämnda länderna ligger andelarna för åtminstone ganska stor samhörighet på omkring 25 procent, för de två senare på något över 15 procent. Bland länder i Sveriges närområde får Baltikum – i frågan även angivet med ländernamnen Estland, Lettland och Litauen – såväl som Ryssland anmärkningsvärt små andelar.

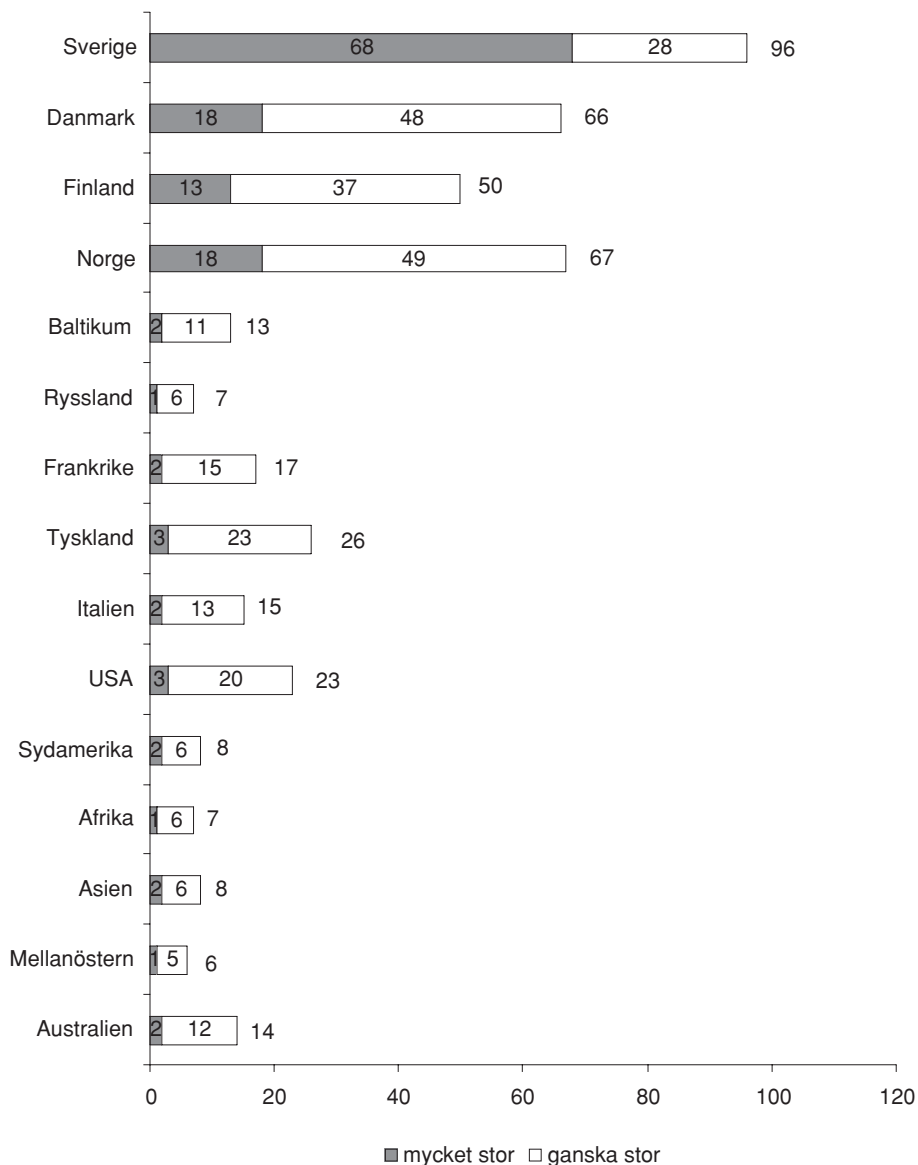
Resultatet bekräftar i huvudsak de tidigare analyserna av svenskarnas omvärldsorientering. Det finns två utmärkande drag. Det ena är närhetsfaktorn som förklarar framför allt samhörigheten med de nordiska länderna men också med Tyskland, den andra är den anglosaxiska faktorn som innebär en samhörighet med engelsktalande länder även om de ligger på långt avstånd från Sverige (jfr Rönström och Weibull, 1996). Den gemensamma nämnaren mellan de två är kulturell närhet: det handlar om länder som vi som svenskar har lätt att förstå. I ljuset av en sådan tolkning befinner sig det geografiskt näraliggande Baltikum på ett stort kulturellt avstånd.

Om vi prövar resonemanget genom en faktoranalys, där utgångspunkten är att det finns en nordisk faktor, en europeisk/anglosaxisk (europeiska länder och engelsktalande icke-europeiska länder) och för en övriga världen får vi dock inte fullt stöd för tolkningen. Australien visar sig då ladda något högre i övriga världen än i den europeiska/anglosaxiska faktorn, där landet dock också har en relativt hög laddning. Baltikum faller ut som en egen faktor samtidigt som området laddar relativt högt i både övriga världen och Norden. En nyansering av den tidigare tolkningen skulle då vara att synen på Baltikum präglas av omorientering och att det därför råder en viss osäkerhet om hur dessa länder skall betraktas.

Om vi utgår från att det grundläggande i den kulturella orienteringen är förståelse spelar givetvis språket en avgörande roll. Engelskans stora betydelse framgår också i svaret på en annan fråga i SOM-undersökningen 2003. Där visar det sig att drygt två tredjedelar av svarspersonerna uppger sig förstå engelska 'obehindrat' eller åtminstone 'klara sig'; detta är också personer som reser utomlands mer än genomsnittet. Avståndet till nästa främmande språk är stort: endast en av tio svenskar anger sig behärska tyska på motsvarande sätt. För franska och spanska ligger andelarna på 2-3 procent. Det är mot denna bakgrund knappast överraskande att det i Sverige finns en stark anglosaxisk orientering.<sup>3</sup>

**Figur 2 Känner samhörighet med följande länder 2003 (procent)**

**Fråga:** ”I vilken utsträckning känner du samhörighet med människor boende i följande länder eller områden?”



**Källa:** Riks-SOM 2003

## Skillnader i synen på omvärlden

Synen på omvärlden skiljer sig delvis mellan olika grupper. Ett genomgående drag är att högutbildade generellt uppger en större samhörighet med människor i andra länder: i fråga om samtliga länder och världsdelar har högutbildade klart högre siffror än lågutbildade (tabell 2). Boende i storstäder ligger också genomsnittligt över boende på mindre orter. Resultatet stöder äldre forskning som betonat högutbildades och storstadsmänniskors mera kosmopolitiska orientering (Merton, 1949).

Däremot finns det inga skillnader mellan mäns och kvinnors bedömningar och förhållandevis små åldersskillnader. De yngre ligger något högre i fråga om USA och de äldre när det gäller Baltikum. Ett från den allmänna debatten förväntat antagande att yngre skulle skilja sig från äldre genom en större känsla av samhörighet med angivna länderna får inget stöd i data.

En annan bakgrundsfaktor som ger tydligt utslag är medborgarskap och uppväxtområde. Personer med utländskt medborgarskap ligger klart över svenskarna för samtliga länder utom för Sverige och de nordiska länderna. Personer uppvuxna utanför Sverige känner överlag en något större samhörighet med länder utanför Norden än de som vuxit upp i Sverige. Bedömningarna är dock inte lika entydiga efter var man vuxit upp i världen. Personer som är födda i länder utanför Europa uppger dock en högre samhörighet med Sydamerika, Afrika och Mellanöstern.

En intressant iakttagelse i materialet är att personer som är utländska medborgare eller vuxit upp utanför Norden särskilt skiljer ut sig genom en relativt sett låg samhörighet med de nordiska länderna. Nordismen finns framför allt bland infödda svenskar. Ett rimligt antagande är att förändringen av Sverige till ett multikulturellt samhälle med nya kontaktytor mot omvärlden kommer att ytterligare minska den nordiska orienteringen i Sverige.

När det gäller hur omvärldsorienteringen är kopplad till andra attityder kan det först fastslås att politiskt intresserade personer i betydligt större utsträckning än andra känner samhörighet med omvärlden (tabell 2). I fråga om ideologisk position finns det vissa skillnader i känslan av samhörighet. Känslan av samhörighet med USA ligger klart högre bland personer som anser sig stå till höger. Tendensen finns även i bedömningarna av Australien och Tyskland. Omvänt förhållande gäller för upplevd samhörighet med Sydamerika, Afrika och Mellanöstern – men inte för Asien – där personer till vänster ligger klart högre i fråga om samhörighet. Samma tendens har påvisats i tidigare studier av synen på tredje världen (Lindholm, 1970; Hedman, 1978).

Den ideologiska faktorns roll för omvärldsorienteringen framträder även när det gäller synen på globala proteströrelser. Förtroende för dessa har ett klart samband med upplevd samhörighet med tredje världen, medan det är de personer som inte tror på de globala proteströrelserna som känner samhörighet med USA. Att det finns en särskild udd riktad mot USA och inte mot i-världen i allmänhet framgår av att det inte finns några motsvarande samband med bedömningar av Frankrike och Italien. Några skillnader i synen på världen finns följande inte heller mellan EU-anhängare och EU-motståndare.

**Tabell 2 Känsla av samhörighet med olika regioner efter familjeklass, medborgarskap och uppväxtområde 2003 (procent)**

	Kön		Ålder			
	Kv	Man	15-29	30-49	50-64	65-85
Sverige	97	95	96	95	96	96
Danmark	66	66	66	68	70	58
Finland	48	53	45	51	53	51
Norge	67	67	64	69	70	60
Baltikum	14	13	9	15	14	15
Ryssland	8	6	5	9	6	6
Frankrike	18	16	18	19	17	14
Tyskland	25	27	25	29	26	20
Italien	17	14	14	17	17	12
USA	21	24	25	21	22	22
Sydamerika	8	7	8	10	8	5
Afrika	8	7	8	9	7	5
Asien	8	7	10	9	7	4
Mellanöstern	7	6	6	8	6	4
Australien	14	14	16	17	13	8
Antal svar	899	853	400	571	478	303

	Utbildning				Medborgarskap		
	Låg	Medellåg	Medelhög	Hög	Svenskt	Annat	Dubbelt
Sverige	94	97	94	99	96	92	92
Danmark	54	64	73	78	66	54	30
Finland	43	47	54	62	51	51	33
Norge	54	67	73	79	68	46	36
Baltikum	10	11	16	18	13	19	8
Ryssland	4	6	10	8	7	16	5
Frankrike	9	15	23	26	17	24	22
Tyskland	15	22	35	37	25	36	39
Italien	8	13	20	23	14	32	22
USA	15	22	25	31	22	26	22
Sydamerika	4	7	10	12	7	19	25
Afrika	4	6	8	11	7	18	17
Asien	4	8	9	11	7	19	12
Mellanöstern	3	6	8	9	6	13	19
Australien	7	14	17	21	14	29	13
Antal svar	443	567	401	331	1 649	37	23

	Uppväxtort:						Boendeområde:			
	Sverige					Utanför	Sto	St	Lb	
	Glesbygd	Mindre ort	Stad	Storstad	Norden	Europa				Europa
Sverige	98	97	95	96	89	87	90	92	96	96
Danmark	60	65	75	79	56	41	32	72	68	61
Finland	48	48	54	56	85	27	26	54	52	46
Norge	68	64	74	74	56	31	40	69	69	65
Baltikum	11	13	17	12	26	12	5	14	13	13
Ryssland	5	7	9	5	7	15	4	7	6	7
Frankrike	22	12	15	20	24	7	24	25	15	13
Tyskland	18	22	32	34	22	33	12	34	25	21
Italien	9	14	20	19	7	27	16	21	15	12
USA	19	21	25	30	7	16	30	29	21	20
Sydamerika	6	7	11	7	4	8	31	12	5	7
Afrika	5	6	11	4	4	12	26	9	6	7
Asien	17	5	8	11	7	3	10	10	6	8
Mellanöstern	5	5	8	4	4	8	31	9	5	5
Australien	9	12	18	21	7	16	20	18	12	13
Antal svar	439	465	362	267	27	49	25	447	548	678

**Anm:** Sto = Storstad, St = Stad eller större tätort, Lb = Mindre tätort eller landsbygd

	Politiskt intresse				Självskattad ideologi				
	MI	GI	ISI	IAI	KV	NV	VE	NH	KH
Sverige	97	98	94	94	95	98	95	98	94
Danmark	72	73	61	47	58	71	58	74	74
Finland	67	56	43	35	49	56	44	54	47
Norge	88	71	64	45	58	72	60	73	65
Baltikum	24	16	8	8	15	18	10	13	14
Ryssland	13	8	4	5	8	9	6	6	5
Frankrike	29	22	10	9	15	21	15	19	16
Tyskland	46	31	18	12	24	27	20	31	32
Italien	25	19	10	7	13	18	13	17	14
USA	34	29	14	13	16	19	18	30	40
Sydamerika	16	9	5	5	13	11	6	7	7
Afrika	19	8	4	5	15	10	6	4	4
Asien	15	8	6	7	6	6	14	11	7
Mellanöstern	15	7	3	4	14	8	6	4	3
Australien	19	17	10	11	13	16	9	19	20
Antal svar	191	765	722	152	141	449	647	401	148

**Anm:** MI = mycket intresserad, GI = ganska intresserad, ISI = inte särskilt intresserad, IAI = inte alls intresserad; KV = klart vänster, NV = något vänster, VE = varken eller, NH = något höger, KH = klart höger.

**Källa:** Riks-SOM 2003



## **Samhörighet i Sverige**

I frågan om samhörighet med andra länder har markerats att det gäller människor som bor där. Motsvarande alternativ har även funnits för Sverige, där det visat sig att samhörigheten i nästan alla grupper ligger långt över den men andra länder. Problemställningen kan emellertid preciseras till att gälla grupper inom Sverige. I SOM-undersökningen 2003 ställdes därför en kompletterande fråga, där det vid sidan av människor bosatta i Sverige även gavs alternativ som människor i stadsdelen, grannar och familj.

Generellt är andelarna för upplevd social samhörighet högst för familjen: 85 procent känner mycket stor samhörighet och nästan 100 procent åtminstone ganska stor (tabell 3). Också andelarna för personer bosatta i Sverige ligger högt – nästan 80 procent uppger känna åtminstone ganska stor samhörighet. Det är dock en lägre andel än samhörigheten då motsvarande fråga ställdes i anslutningen till upplevd samhörighet med andra länder (figur 2). Andelarna faller sedan ytterligare då det gäller boende i stadsdelen eller grannar. Det är uppenbart något lättare att känna en kulturell samhörighet med alla svenskar än en social samhörighet med människor i närområdet.

Medan nations- och familjekänslan uppvisar förhållandevis små skillnader mellan olika grupper finns det större avvikelser när det gäller samhörigheten med de närboende. Det är framför allt de unga och de som är uppvuxna utanför Sverige respektive som har medborgarskap i annat land som skiljer ut sig genom något lägre andelar, främst i fråga om samhörigheten med grannar. Både bland de yngsta och bland personer med utländskt medborgarskap anger endast drygt hälften – och bland personer uppvuxna utanför Europa mindre än hälften – att de känner samhörighet med sina grannar, i jämförelse med över 75 procent bland de äldsta, nästan 70 procent bland svenska medborgare och 75 procent av dem som är uppvuxna i Sverige.

Skillnader i upplevd samhörighet kan för både yngre och personer som kommer från andra länder betraktas som ett uttryck för en lägre grad av integration i det lokala samhället. Det är för övrigt samma grupper som är underrepresenterade i användningen av lokala medier (Lithner, 2000). Det intressanta är dock att det inom Sverige kan iaktas samma skillnad mekanism som gäller svenskarnas utlandsbesök: de som har vuxit upp i ett annat nordiskt eller europeiskt land känner överlag högre samhörighet med sin sociala omgivning i Sverige än de som vuxit upp utanför Europa. Svartpersonerna är visserligen få i den senare gruppen men mönstret är ändå tydligt.

## **Sverige i världen**

Resultaten från 2003 visar ännu en gång att svenskarna är ett resande folk, där oron i omvärlden inte verkar ha dämpat reslusten nämnvärt. Hälften av befolkningen

**Tabell 3 Upplevd samhörighet inom Sverige 2003 (procent som anger sig känna åtminstone ganska stor samhörighet)****Fråga:** "I vilken utsträckning känner du samhörighet med följande grupper människor?"

	Kön	Ålder	Utbildning				Medborgarskap			Uppväxtområde			Utanför Europa	Totalt								
			LU	ML	MH	HU	Svenskt	Annat	och	Både	Sverige	Lb			Mt	Stad						
Människor bosatta i Sverige	Män	Kv	15-29	30-44	45-64	65-85	78	70	61	79	80	80	75	65	67	67	78					
Människor bosatta i stadsdelen/del av kommunen där du bor	67	66	63	66	68	68	68	69	62	66	67	56	48	69	71	65	63	49	49	67		
Dina grannar	70	66	52	67	74	77	71	67	63	65	68	57	43	74	77	75	76	57	65	47	67	
Din familj	98	96	97	98	98	97	97	98	98	98	98	97	100	99	98	98	96	94	98	98	95	98
Antal svar	853	899	400	571	478	303	443	567	401	331	1 649	56	28	449	459	392	248	49	45	33	1 752	

**Källa:** Riks-SOM 2003**Kommentar:** Lb = landsbygd i Sverige, Mt = mindre tätort i Sverige, Stad = mellanstor stad eller större tätort i Sverige, St stad = storstad i Sverige

har varit utomlands under de senaste 12 månaderna och en dryg tredjedel har besökt minst något västeuropeiskt land utanför Norden. Frågan är vad resandet betyder för Sveriges omvärldsorientering. Bidrar utlandsresor till en ökad samhörighet med människor i andra länder?

På ett allmänt plan är det rimligt att svara ja på frågan. Personer som under det senaste året har gjort en utlandsresa uppger överlag en större samhörighet med människor i andra länder än de som inte varit utomlands. Om vi tolkar samhörighet som ett uttryck för intresse och engagemang för andra länder kan vi således fastslå att utlandsresenärer uppvisar en större öppenhet för omvärlden. Resultatet stämmer även för enskilda länder, särskilt för länder i Västeuropa och för USA.

Samtidigt finns det skäl att ställa sig tveksam till om resandet verkligen handlar om en breddad omvärldsorientering. För det första är det högutbildade som både reser mest och som uppger sig känna en större samhörighet. Lågutbildade och arbetarfamiljer utmärks inte av samma stora intresse för omvärlden. Öppenheten mot omvärlden är således ojämnt fördelad i det svenska samhället.

För det andra har både resande och samhörighet sitt fokus på Norden och Västeuropa – och i någon mån på USA. Andra delar av världen är i stort sett vita på genomsnittssvenskens mentala karta. Detta kan också synas naturligt med tanke på vilka länder som under längst tid stått öppna för resande på rimliga ekonomiska villkor. Det något anmärkningsvärda är ändå att både resande och orientering i fråga om Östeuropa är så pass låg, trots att dessa länder ligger nära och numera är öppna. I jämförelse med de tidigare mätningarna i början av 1990-talet har också förhållandevis lite hänt: det är fortfarande Västeuropa som står i centrum för intresset och det finns en osäkerhet inför Östeuropa. Inte heller bland yngre är orienteringen märkbart annorlunda (jfr Rosengren och Weibull, 1997).

En alternativ tolkning skulle därför kunna vara att resmönstren som de sett ut under de gångna decennierna – och fortsätter att se ut – snarast förstärker den västeuropeiska och anglosaxiska orienteringen i Sverige. Vi reser till länder som vi har lätt att förstå och ökar vår bekantskap med dem, medan vi i endast begränsad utsträckning kommer i kontakt med några andra. Samma tendens finns även inom Sverige. Den paradoxala slutsatsen skulle därför kunna vara att orienteringen mot omvärlden kan vara en fråga om vad som händer inom Sverige. Det multi-etniska Sverige förefaller ha en större potential att ändra vår syn på människor från andra kulturer än våra tillfälliga besök i andra länder som liknar vårt eget.

## Noter

- <sup>1</sup> Andelen för skåningarnas utlandsresor förefaller dock i jämförelse med andra undersökningar vara något låg. En studie av resvanorna i Skåne från november 2003 visade att 96 procent av de boende i Skåne åker till Danmark minst en gång om året (Schéele och Blomquist, 2003). Andelen förefaller anmärkningsvärt hög och uppgiftertom urvalets sammansättning saknas i rapporten. I en annan undersökning, SOM-institutets undersökning i Malmö/Lund/Eslöv 2001, är andelen personer mellan 15 och 85 år som åker till Danmark minst en gång om året 79 procent – och minst en gång i månaden 11 procent (Wadbring, Weibull och Bergström 2002:42). Dessa siffror innebär rimligen att den nationella SOM-undersökningen kan antas underskatta grannlandsbesöken något, särskilt i en region som Skåne där det ofta handlar om korta besök i Danmark för nöjen eller inköp.
- <sup>2</sup> Det måste betonas att detta inte är en andel som är jämförbar med de andelar som diskuteras i not 1. I de där refererande undersökningarna gällde frågan explicit besök i Danmark. I den nationella SOM-undersökningen 2003 skulle man skriva ner högst tre länder som man besökt under de senaste 12 månaderna. Det finns anledning att anta att detta i svaren från flitiga utlandsresenärer kan missgynna länder i den nära omgivningen. Vid jämförelser mellan olika landsdelar torde detta dock vara ett mindre problem.
- <sup>3</sup> Det kan tillfogas att de självs kattade kunskaperna i engelska minskar med ökande ålder. Bland personer mellan 15 och 29 år är andelen som anser sig behärska språket 88 procent, mellan 30 och 49 år 74 procent, mellan 50 och 64 år 67 procent och mellan 65 och 85 år 27 procent. För tyska finns inte något sådant ålderssamband, utan där är tendensen snarast att självs kattade kunskaper är lite mindre dåliga bland de äldsta (13%) än bland de medelålders (8%).

## Referenser

- Bjereld, Ulf, Demker, Marie (2001) Ny värld – nya skiljelinjer? I Oscarsson, Henrik (red) *Spår i framtiden*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet
- Gould, Peter (1975) *Mental Maps of Information Surfaces of Sweden*. Lund 1975
- Hedman, Lowe (1978) *Svenskarna och u-hjälpen. En studie av den svenska allmänheten, lokala opinionsbildare och journalister*. Stockholm: Almqvist&Wiksell International
- Jansson, André (2001) *Image Culture: media, consumption and everyday life in reflexive modernity*. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet

- Jansson, André (2002) Spatial Phantasmagoria: The Mediatization of Tourism Experience. *European Journal of Communication*, Vol 17:4
- Lauristin, Marju, Vihalemm, Peeter (Eds. with Rosengren, Karl Erik, Weibull, Lennart; 1997) *Return to the Western World. Cultural and Political Perspectives on the Estonian Post-Communist Transition*. Tartu: Tartu University Press
- Lindholm, Stig (1970) *U-landsbilden. En studie av den allmänna opinionen*. Stockholm Studies in educational psychology
- Lithner, Anders (2000) Alla läser tidningen. Nästan. I Wadbring, I, Weibull, L (red) *Tryckt. 20 artiklar om dagstidningar i början av 2000-talet*. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet
- Merton, Robert (1949) Patterns of Influence. A Study of Interpersonal Influence and Communication Behavior. I Lazarsfeld, Paul F, Stanton, Frank (Eds.) *Communication Research 1948-49*. New York
- Nelander, Sven, Goding, Ingela (2002) *Semester och barns uppväxtvillkor*. Landsorganisationen i Sverige
- Rosengren, Karl Erik, Weibull, Lennart (1997) Swedish Views of the World. In Lauristin, M, Vihalemm, P (Eds. with Rosengren, K E, Weibull, L) *Return to the Western World. Cultural and Political Perspectives on the Estonian Post-Communist Transition*. Tartu: Tartu University Press
- Rönström, Anna, Weibull, Lennart (1996) Världen utanför. I Holmberg, S, Weibull, L (red) *Mitt i nittiotalet*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet
- Schéele, Siv, Blomquist, Anna (2003) *Öresundsmedborgarnas kunskaper, erfarenheter och attityder. Enkätundersökning november 2003*. Inregia AB
- SCB (1993) Sveriges offentliga statistik *Fritid 1976-1991* Rapport nr 85
- Urry, John (1990) *The Tourist Gaze*. London/Newbury Park/New Dehli: Sage Publications
- Wadbring, Ingela, Weibull, Lennart, Bergström, Annika (red; 2001) *Efter Arbetet. Synen på nedläggningen och dess konsekvenser*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Weibull, Lennart, Rosengren, Karl Erik (1992) *The International View of the Swedish Public. A descriptive report of the results from the Swedish Balticom Study in 1991*. Avdelningen för medie- och kommunikationsvetenskap, Lunds universitet, Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet
- Weibull, Lennart, Rosengren, Karl Erik (1995) Svenskarnas omvärldsorientering 1990-1994. I Holmberg, S, Weibull, L (red) *Det gamla riket*. SOM-institutet, Göteborgs universitet
- Werner, Anita (1980) *Holdningar til andre land og fjernsynsseeing blant barn i Finmark*. Institutt for presseforskning, Universitetet i Oslo



# SOM-INSTITUTETS RAPPORTER

## **SOM-rapport nr 1**

Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (red): *SOM-undersökningen 1986*  
Göteborg 1987, 87 sidor. Pris 20 kronor (moms tillkommer)

## **SOM-rapport nr 2**

Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (red): *SOM-undersökningen 1987*  
Göteborg 1988, 112 sidor. Pris 20 kronor (moms tillkommer)

## **SOM-rapport nr 3**

Björkqvist, Karin: *SOM-undersökningen 1988*  
Göteborg 1989, 68 sidor. Pris 20 kronor (moms tillkommer)

## **SOM-rapport nr 4**

Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (red): *Åttiototal*  
Göteborg 1989, 183 sidor. Pris 20 kronor (moms tillkommer)

## **SOM-rapport nr 5**

Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (red): *Medier och opinion i Sverige*  
Göteborg 1990, 140 sidor. Pris 20 kronor (moms tillkommer)

## **SOM-rapport nr 6**

Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (red): *Politiska opinioner*  
Göteborg 1991, 147 sidor. Pris 20 kronor (moms tillkommer)

## **SOM-rapport nr 7**

Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (red): *Åsikter om massmedier och samhälle*  
Göteborg 1991, 150 sidor. Pris 20 kronor (moms tillkommer)  
ISRN GU-STJM-SOM--7--SE

## **SOM-rapport nr 8**

Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (red): *Trendbrott?*  
Göteborg 1992, 260 sidor. Pris 50 kronor (moms tillkommer)  
ISRN GU-STJM-SOM--8--SE

## **SOM-rapport nr 9**

Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (red): *Perspektiv på krisen*  
Göteborg 1993, 250 sidor. Pris 50 kronor (moms tillkommer)  
ISRN GU-STJM-SOM--9--SE

### **SOM-rapport nr 10**

Nilsson, Lennart (red): *Västsvensk opinion*

Göteborg 1993, 250 sidor. Pris 50 kronor (moms tillkommer)

ISRN GU-STJM-SOM--10--SE

### **SOM-rapport nr 11**

Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (red): *Vägval*

Göteborg 1994, 320 sidor. Pris 170 kronor (moms tillkommer)

ISRN GU-STJM-SOM--11--SE

### **SOM-rapport nr 12**

Nilsson, Lennart (red): *Västsvrige i fokus*

Göteborg 1994, 150 sidor. Pris 130 kronor (moms tillkommer)

ISRN GU-STJM-SOM--12--SE

### **SOM-rapport nr 13**

Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (red): *Det gamla riket*

Göteborg 1995, 305 sidor. Pris 180 kronor (moms tillkommer)

ISRN GU-STJM-SOM--13--SE

### **SOM-rapport nr 14**

Nilsson, Lennart (red): *Västsvensk horisont*

Göteborg 1995, 250 sidor. Pris 150 kronor (moms tillkommer)

ISRN GU-STJM-SOM--14--SE

ISBN 91-972694-1-7

### **Swedish Opinion**

Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (eds.) Engelsk sammanfattning av SOM-institutets resultat.

Göteborg 1995, 24 sidor. Pris 50 kronor (moms tillkommer)

ISBN 91-972694-0-9

### **SOM-rapport nr 15**

Jarlbro, Gunilla (red): *Ungdomars opinioner*

Göteborg 1996, 120 sidor. Pris 110 kronor (moms tillkommer)

ISRN GU-STJM-SOM--15--SE

ISBN 91-972694-2-5

### **SOM-rapport nr 16**

Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (red): *Mitt i nittioalet*

Göteborg 1996, 470 sidor. Pris 220 kronor (moms tillkommer)

ISRN GU-STJM-SOM--16--SE

ISBN 91-972694-3-3



**SOM-rapport nr 17**

Nilsson, Lennart (red): *Västsvenska perspektiv*

Göteborg 1996, 238 sidor. Pris 160 kronor (moms tillkommer)

ISRN GU-STJM-SOM--17--SE

ISBN 91-972694-4-1

**SOM-rapport nr 18**

Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (red): *Ett missnöjt folk?*

Göteborg 1997, 380 sidor. Pris 220 kronor (moms tillkommer)

ISRN GU-STJM-SOM--18--SE

ISBN 91-972694-5-X

**Trends in Swedish Opinion**

Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (eds.) Långtidstrender inom svensk opinionsbildning, engelsk sammanfattning.

Göteborg 1997, 36 sidor. Pris 80 kronor (moms tillkommer)

ISBN 91-972694-6-8

**SOM-rapport nr 19**

Nilsson, Lennart (red): *Nya landskap*

Göteborg 1997, 290 sidor. Pris 190 kronor (moms tillkommer)

ISRN GU-STJM-SOM--19--SE

ISBN 91-972694-7-6

**SOM-rapport nr 20**

Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (red): *Opinionsambället*

Göteborg 1998, 342 sidor. Pris 220 kronor (moms tillkommer)

ISRN GU-STJM-SOM--20--SE

ISBN 91-972694-8-4

**SOM-rapport nr 21**

Nilsson, Lennart (red): *Mångfald – bilder av en storstadsregion*

Göteborg 1998, 283 sidor. Pris 190 kronor (moms tillkommer)

ISRN GU-STJM-SOM--21--SE

ISBN 91-972694-9-2

**SOM-rapport nr 22**

Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (red): *Ljusnande framtid*

Göteborg 1999, ca 420 sidor. Pris 250 kronor (moms tillkommer)

ISRN GU-STJM-SOM--22--SE

ISBN 91-973670-1-X

**SOM-rapport nr 23**

Nilsson, Lennart (red): *Region i omvandling*

Göteborg 1999, ca 300 sidor. Pris: 210 kr (moms tillkommer)

ISBN: 91-973670-2-8

ISRN: GU-STJM-SOM--23--SE

**SOM-rapport nr 24**

Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (red): *Det nya samhället*

Göteborg 2000, ca 520 sidor. Pris: 275 kr (moms tillkommer)

ISBN: 91-973670-3-6

ISRN: GU-STJM-SOM--24--SE

**SOM-rapport nr 25**

Nilsson, Lennart (red): *Den nya regionen*

Göteborg 2000, ca 325 sidor. Pris: 210 kr (moms tillkommer)

ISBN: 91-973670-4-4

ISRN: GU-STJM-SOM--25--SE

**SOM-rapport nr 26**

Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (red) *Land, Du välsignade?*

Göteborg 2001, 485 sidor. Pris: 275 kr (moms tillkommer)

ISBN: 91-973670-6-0

ISRN: GU-STJM-SOM--26--SE

**SOM-rapport nr 27**

Nilsson, Lennart (red): *Flernivådemokrati i förändring*

Göteborg 2002, ca 340 sidor. Pris: 210 kr (moms tillkommer)

ISBN: 91-973670-7-9

ISRN: GU-STJM-SOM--27--E

**SOM-rapport nr 28**

Oscarsson, Henrik (red): *Spår i framtiden*

Göteborg 2002, 212 sidor. Pris: 210 kr (moms tillkommer)

ISBN: 91-973670-8-7

ISRN: GU-STJM-SOM--28--SE

**SOM-rapport nr 29**

Wadbring, Ingela, Weibull, Lennart & Bergström, Annika (red): *Efter Arbetet.*

*Synen på nedläggningen och dess konsekvenser.*

Göteborg 2002, 212 sidor. Pris: 210 kr (moms tillkommer)

ISSN: 1101-4692 och 0428-4788

ISRN: GU-STJN-SOM--29--SE

### **SOM-rapport nr 30**

Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (red) *Det våras för politiken. Trettio två artiklar om politik, medier och samhälle.*

Göteborg 2002, 544 sidor. Pris: 275 kr (moms tillkommer)

ISBN: 91-973670-9-5

ISRN: GU-STJN-SOM--30--SE

### **SOM-rapport nr 31**

Nilsson, Lennart (red) *Perspektiv på Västsverige*

Göteborg 2003, 288 sidor. Pris: 210 kr (moms tillkommer)

ISBN: 91-89673-01-8

ISRN: GU-STJN-SOM--31--SE

### **SOM-rapport nr 32**

Oscarsson, Henrik (red) *Demokratitrender*

Göteborg 2003, 343 sidor. Pris: 210 kr (moms tillkommer)

ISBN: 91-89673-02-6

ISRN: GU-STJN-SOM--32--SE

### **SOM-rapport nr 33**

Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (red) *Fåfångans marknad*

Göteborg 2003, 432 sidor. Pris: 260 kr (moms tillkommer)

ISBN: 91-89673-03-4

ISRN: GU-STJM-SOM--33--SE

### **SOM-rapport nr 34**

Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (red) *Ju mer vi är tillsammans*

Göteborg 2004, 440 sidor. Pris: 260 kr (moms tillkommer)

ISBN: 91-89673-04-2

ISRN: GU-STJM-SOM--34--SE





