



ALLMÄNHETENS FÖRTROENDE FÖR INSTITUTIONER,  
POLITISKA PARTIER, MASSMEDIER & FÖRETAG

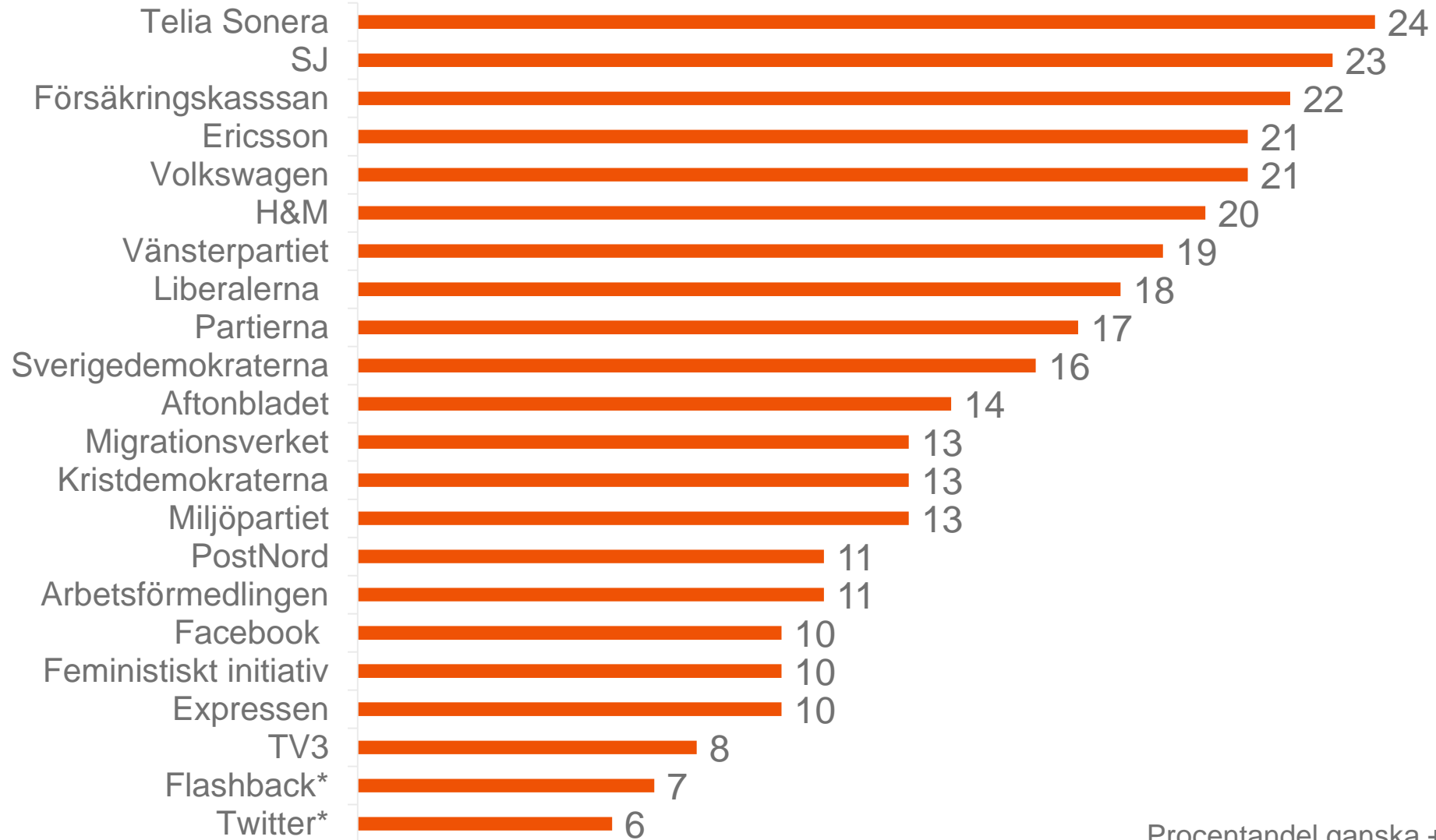
2018-03-22

# Medieakademins förtroendebarmeter 2018

- ❑ Medieakademins förtroendebarmeter har genomförts årligen sedan 1997.
- ❑ Årets mätning har genomförts av Kantar Sifo.
- ❑ 2018 års undersökning omfattar 1201 webb-intervjuer med personer äldre än 15 år.
- ❑ Fältperioden ägde rum den 16-23 februari 2018.
- ❑ Nya alternativt återkommande mätpunkter markeras med ”\*NYTT 2018”.

# FÖRTROENDEBAROMETERN

## BOTTEN



Procentandel ganska + mycket stort förtroende

# FÖRTROENDEBAROMETERN

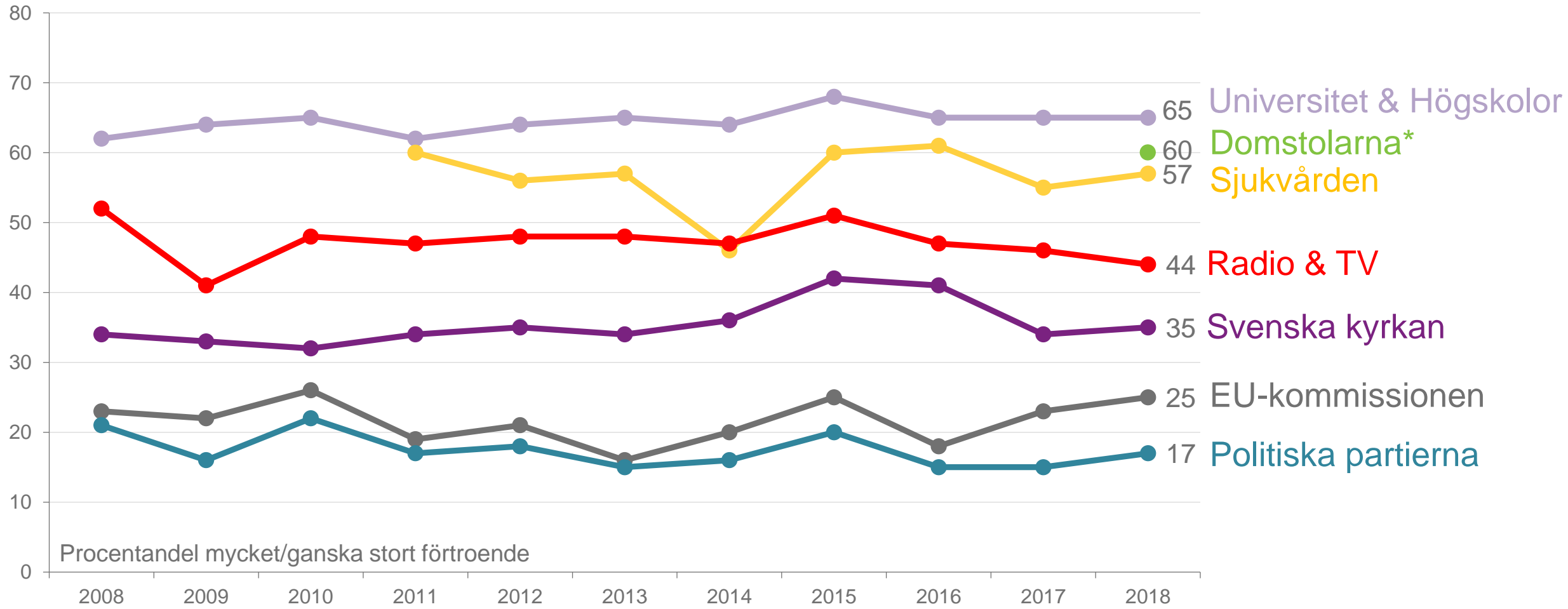
## TOPPEN



Procentandel ganska + mycket stort förtroende

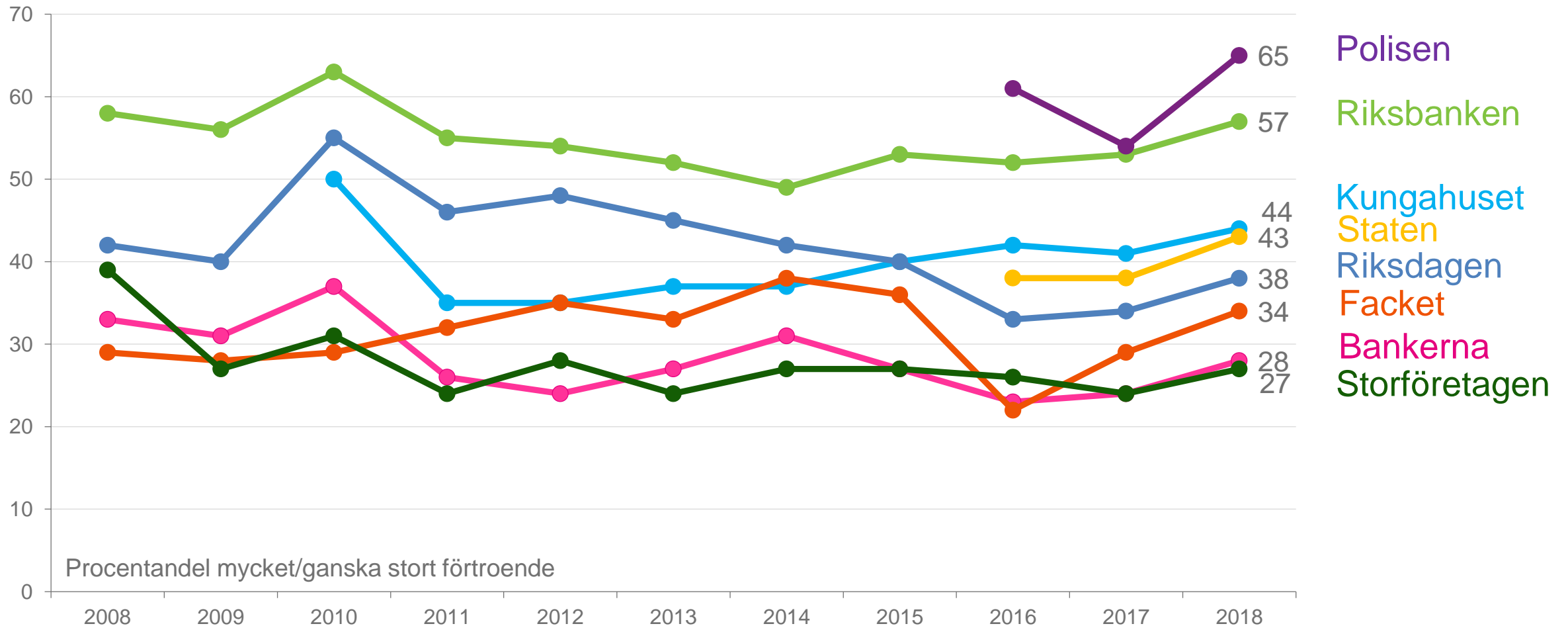
# FÖRTROENDE FÖR SAMHÄLLSINSTITUTIONER

INGEN ELLER LITEN FÖRÄNDRING



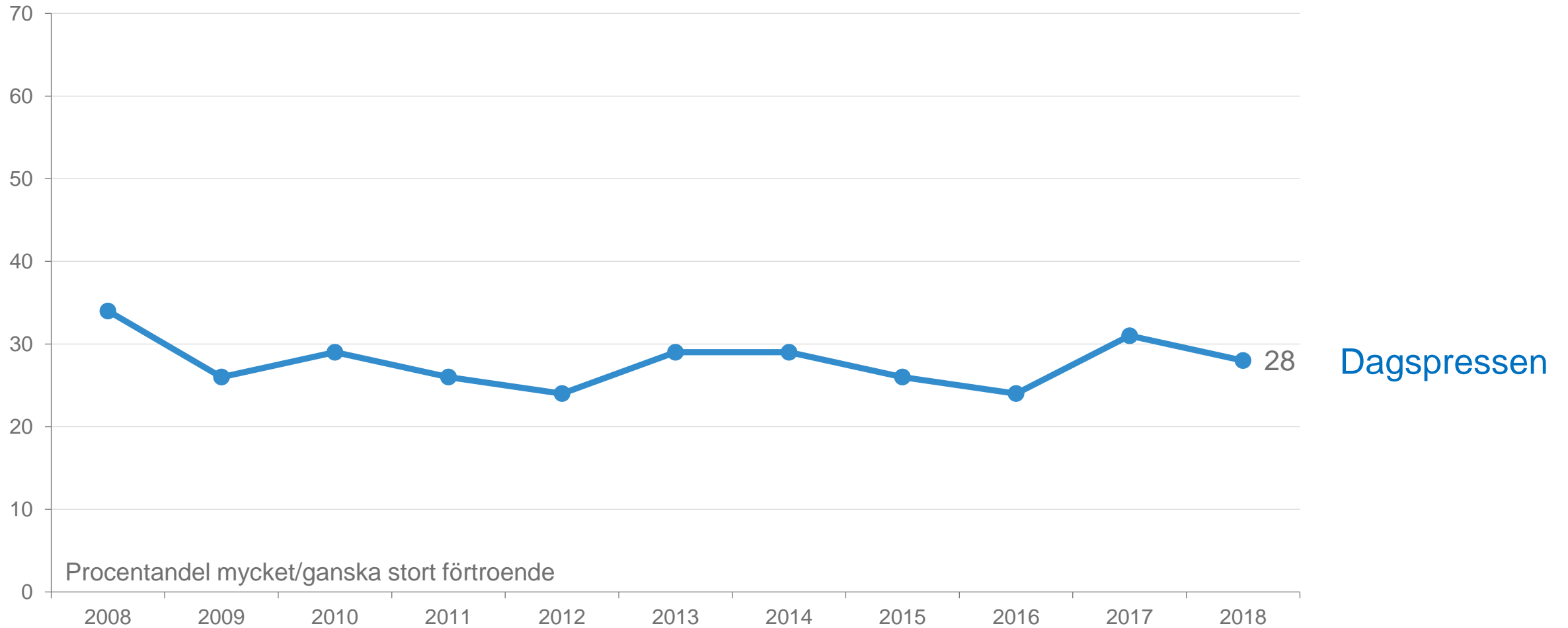
# FÖRTROENDE FÖR SAMHÄLLSINSTITUTIONER

## UPPÅTGÅENDE FÖRÄNDRING

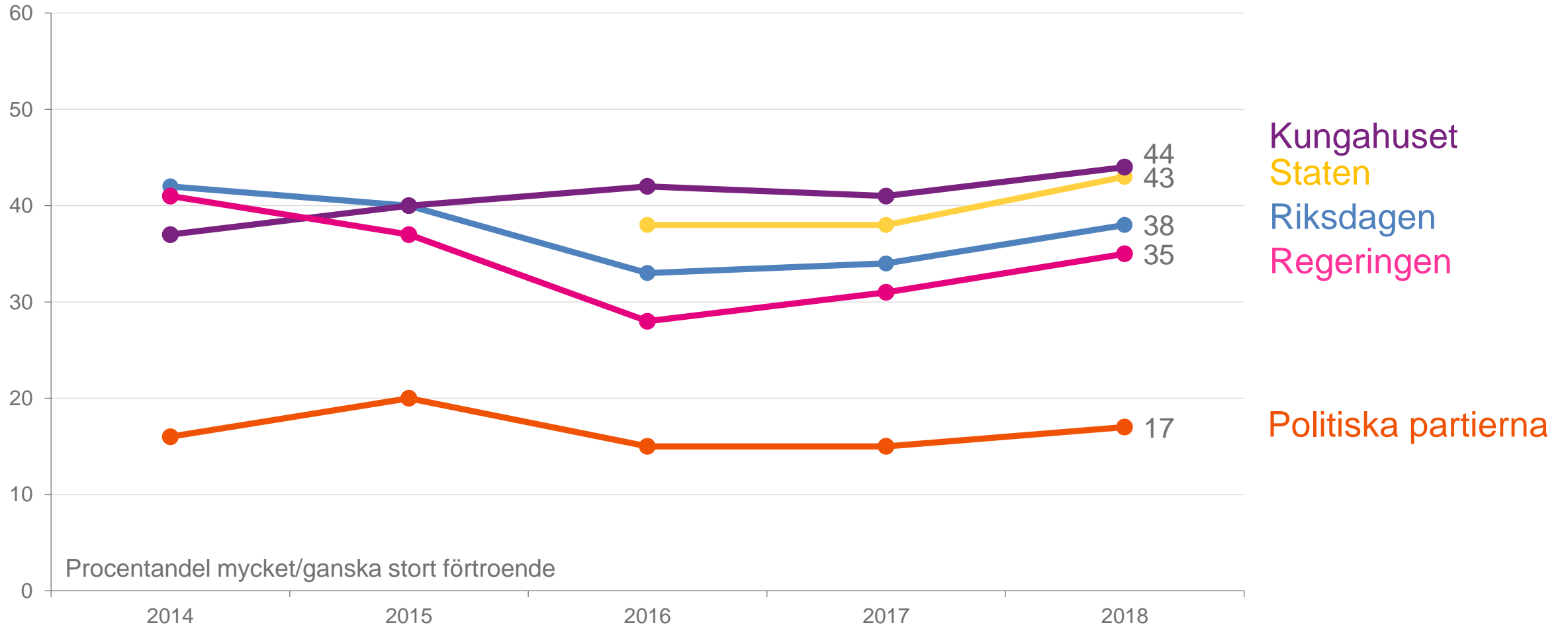


# FÖRTROENDE FÖR SAMHÄLLSINSTITUTIONER

## NEDÅTGÅENDE FÖRÄNDRING



# FÖRTROENDE FÖR SAMHÄLLSINSTITUTIONER

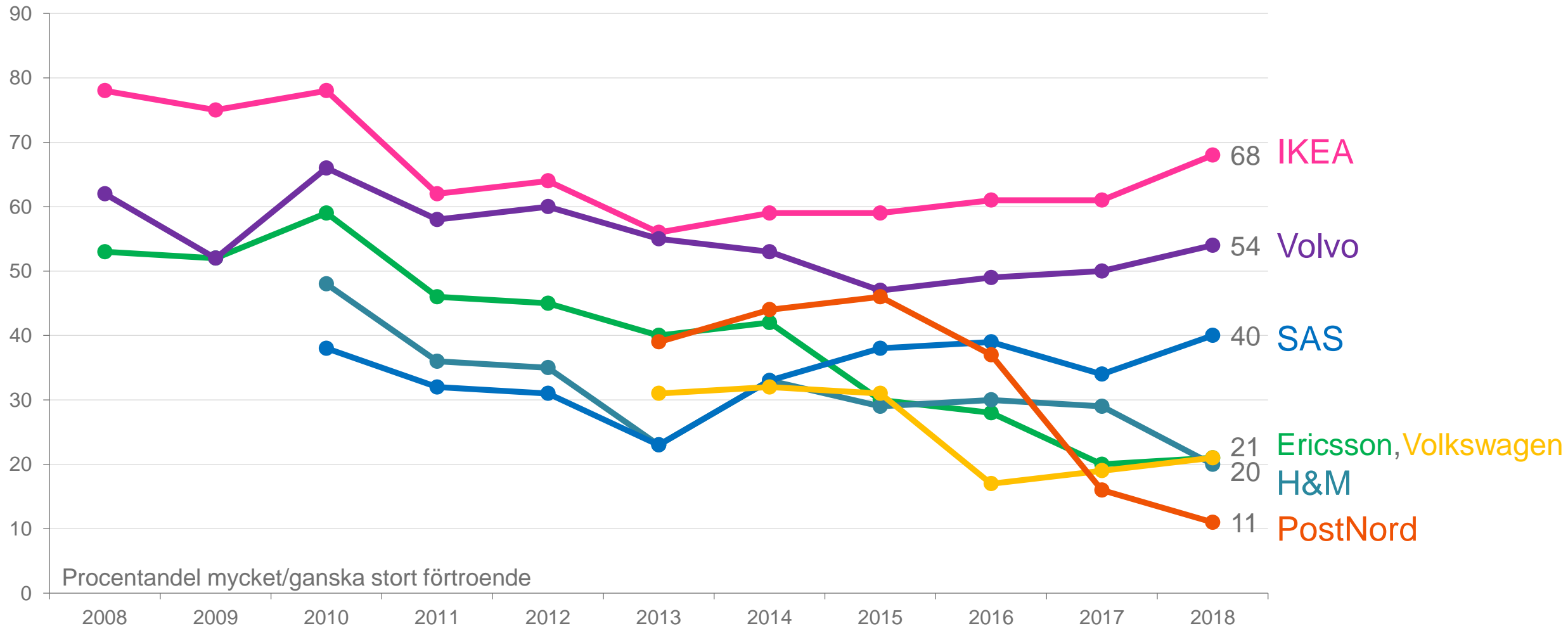




# FÖRTROENDE FÖR SAMHÄLLSINSTITUTIONER

Placering		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1 (1)	Universitet/högskolor	65	62	64	65	64	68	65	65	65
1 (3)	Polisen	-	-	-	-	-	-	61	54	65
2 (-)	Domstolarna*	-	-	-	-	-	-	-	-	60
3 (2)	Sjukvården	-	60	56	57	46	60	61	55	57
3 (4)	Riksbanken	63	55	54	52	49	53	52	53	57
4 (5)	Radio/TV	48	47	48	48	47	51	47	46	44
4 (6)	Kungahuset	50	35	35	37	37	40	42	41	44
5 (7)	Staten	-	-	-	-	-	-	38	38	43
6 (8)	Riksdagen	55	46	48	45	42	40	33	34	38
7 (8)	Svenska kyrkan	32	34	35	34	36	42	41	34	35
7 (9)	Regeringen	62	51	53	50	41	37	28	31	35
8 (10)	Facket	29	32	35	33	38	36	22	29	34
9 (9)	Dagspressen	29	26	24	29	29	26	24	31	28
9 (11)	Bankerna	37	26	24	27	31	27	23	24	28
10 (11)	Storföretagen	31	24	28	24	27	27	26	24	27
11 (12)	EU-kommissionen	26	19	21	16	20	25	18	23	25
12 (13)	Politiska partierna	22	17	18	15	16	20	15	15	17

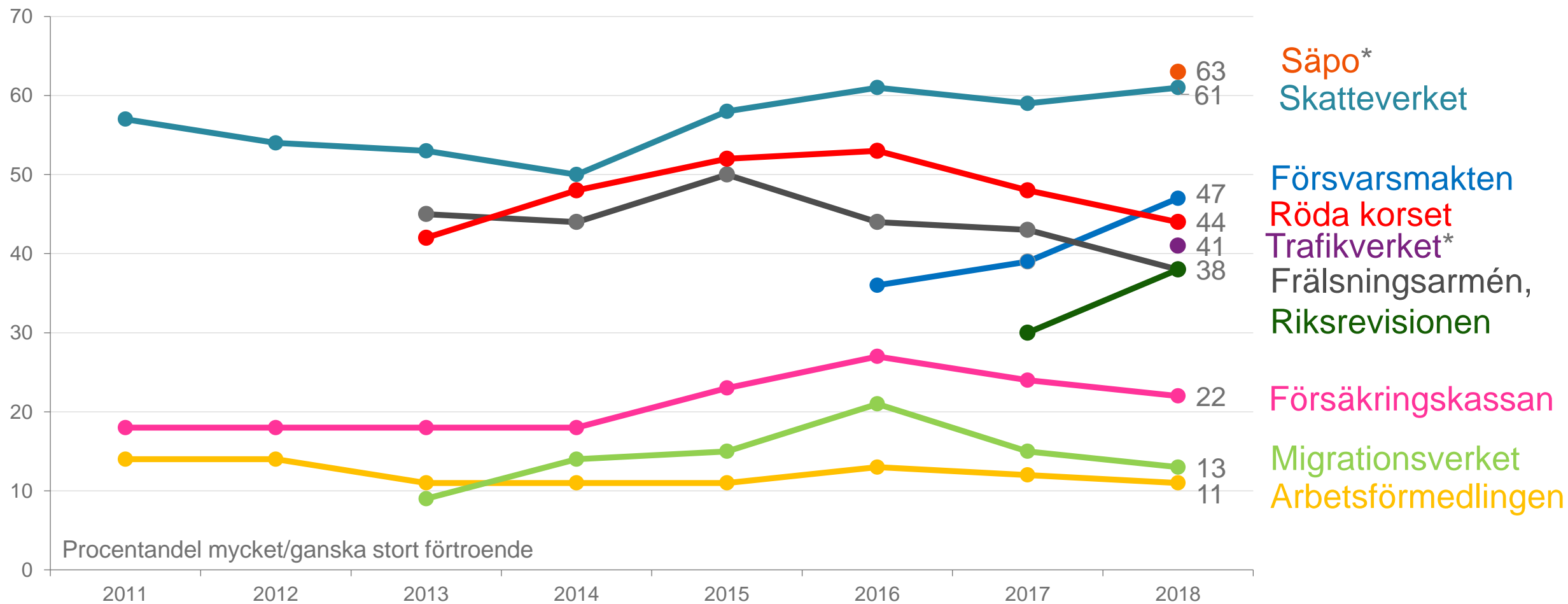
# FÖRTROENDE FÖR UTVALDA FÖRETAG



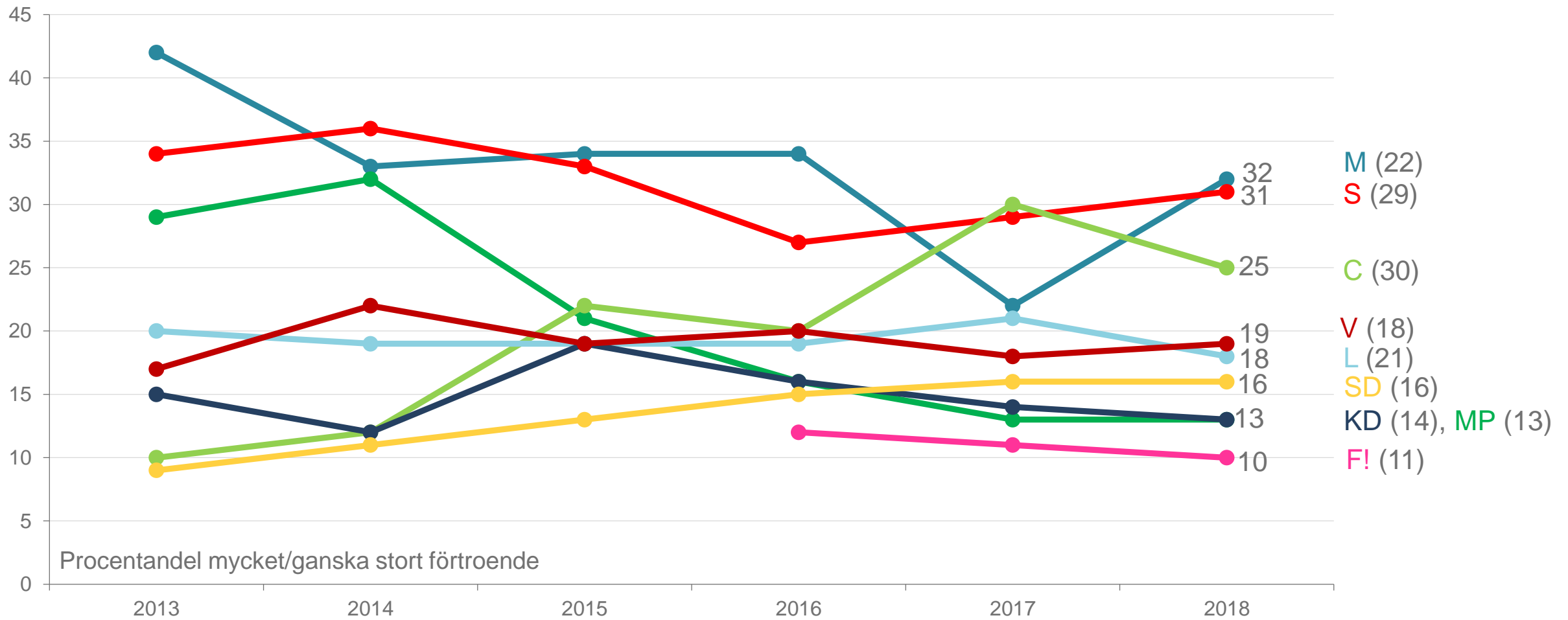
# FÖRTROENDE FÖR FÖRETAG

Placering		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	(1) Systembolaget	-	-	-	63	59	65	70	70	71
2	(2) IKEA	78	62	64	56	59	59	61	61	68
3	(3) ICA	-	-	-	48	48	54	55	55	59
4	(4) Volvo	66	58	60	55	53	47	49	50	54
5	(5) Coop	-	-	-	35	38	36	37	39	42
6	(6) SAS	38	32	31	23	33	38	39	34	40
7	(8) Astra Zeneca	36	29	23	26	29	27	29	26	30
8	(10) Vattenfall	26	15	15	20	21	20	20	21	25
9	(8) Telia Sonera	33	25	28	17	26	27	25	26	24
10	(9) SJ	21	12	14	14	16	20	21	24	23
11	(11) Ericsson	59	46	45	40	42	30	28	20	21
11	(12) Volkswagen	-	-	-	31	32	31	17	19	21
12	(7) H&M	48	36	35	23	33	29	30	29	20
13	(13) PostNord	-	-	-	39	44	46	37	16	11

# FÖRTROENDE FÖR MYNDIGHETER OCH VÄLGÖRENHETSORGANISATIONER



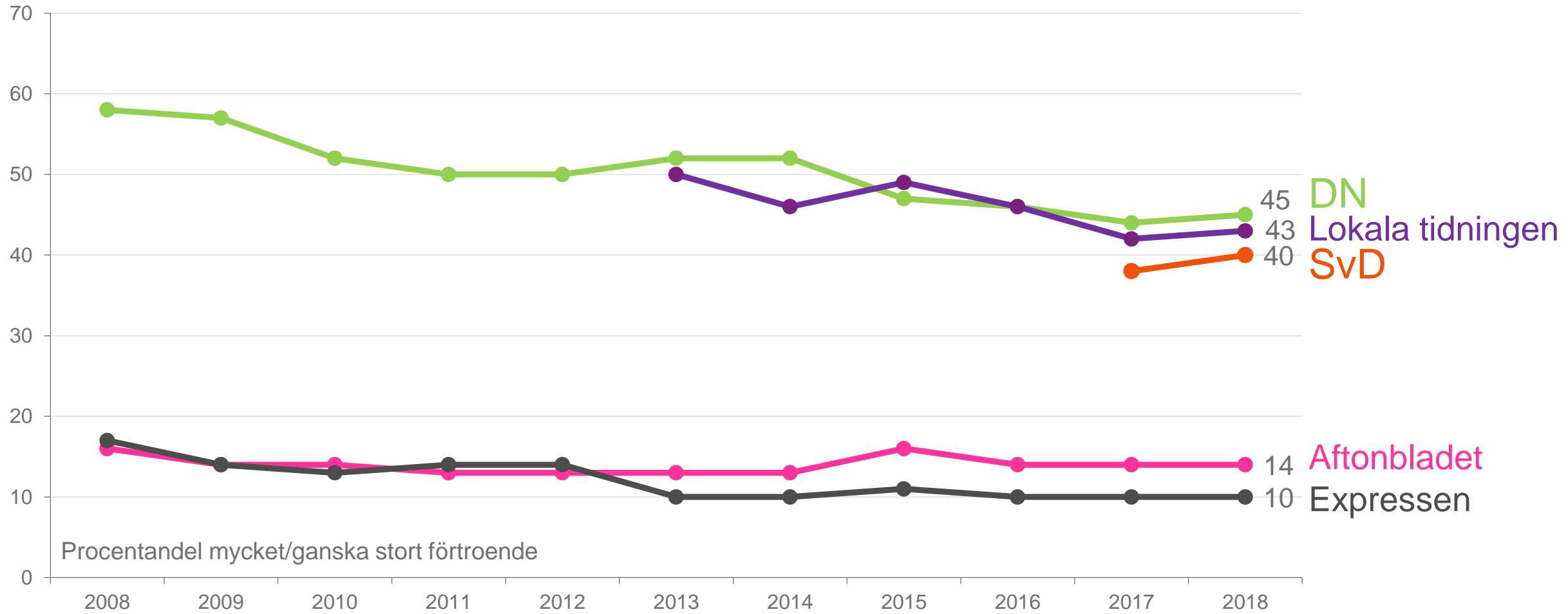
# FÖRTROENDE FÖR POLITISKA PARTIER



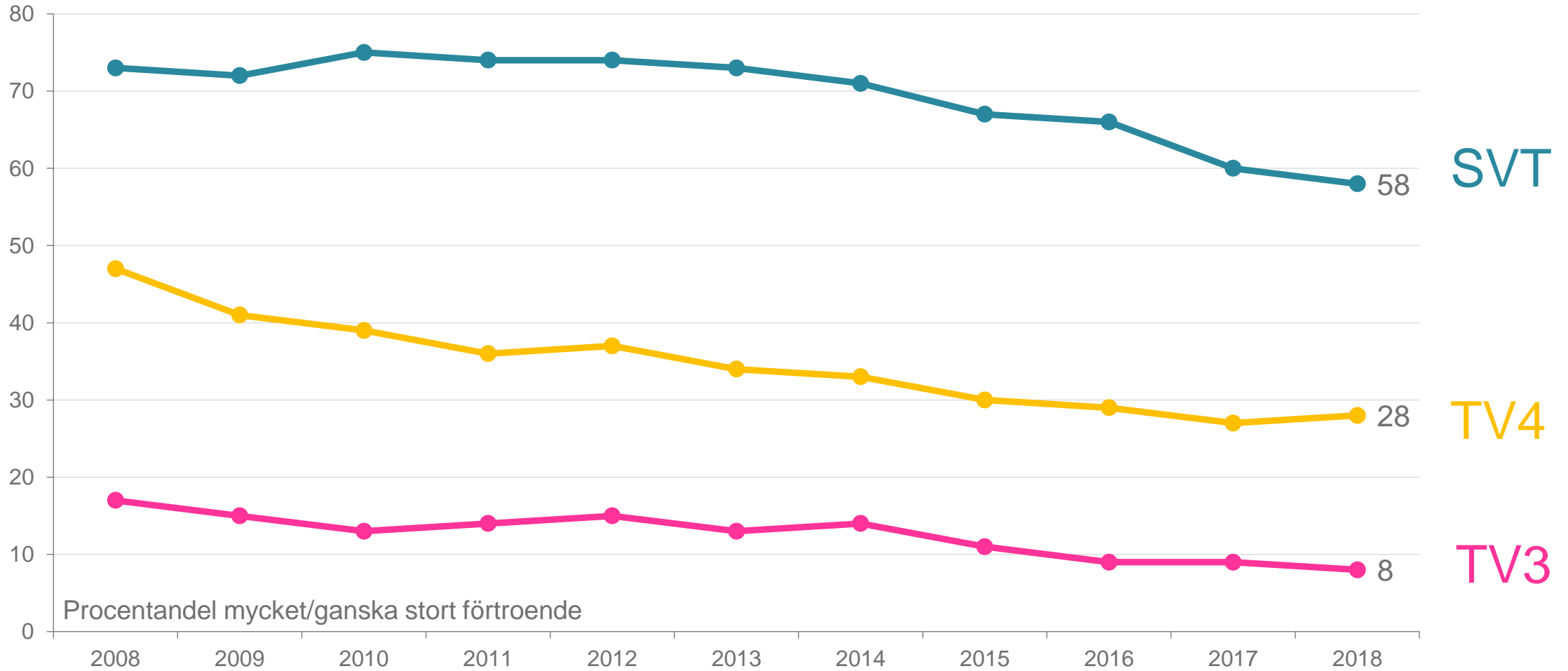
# FÖRTROENDE FÖR POLITISKA PARTIER

Placering		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1 (3)	<b>M</b>	55	46	44	42	33	34	34	22	<b>32</b>
2 (2)	<b>S</b>	32	21	23	34	36	33	27	29	<b>31</b>
3 (1)	<b>C</b>	-	-	-	10	12	22	20	30	<b>25</b>
4 (5)	<b>V</b>	-	-	-	17	22	19	20	18	<b>19</b>
5 (4)	<b>L</b>	-	-	-	20	19	19	19	21	<b>18</b>
6 (6)	<b>SD</b>	6	6	7	9	11	13	15	16	<b>16</b>
7 (7)	<b>KD</b>	-	-	-	15	12	19	16	14	<b>13</b>
7 (8)	<b>MP</b>	-	-	-	29	32	21	16	13	<b>13</b>
8 (9)	<b>F!</b>	-	-	-	-	-	-	12	11	<b>10</b>

# FÖRTROENDE FÖR DAGSPRESS

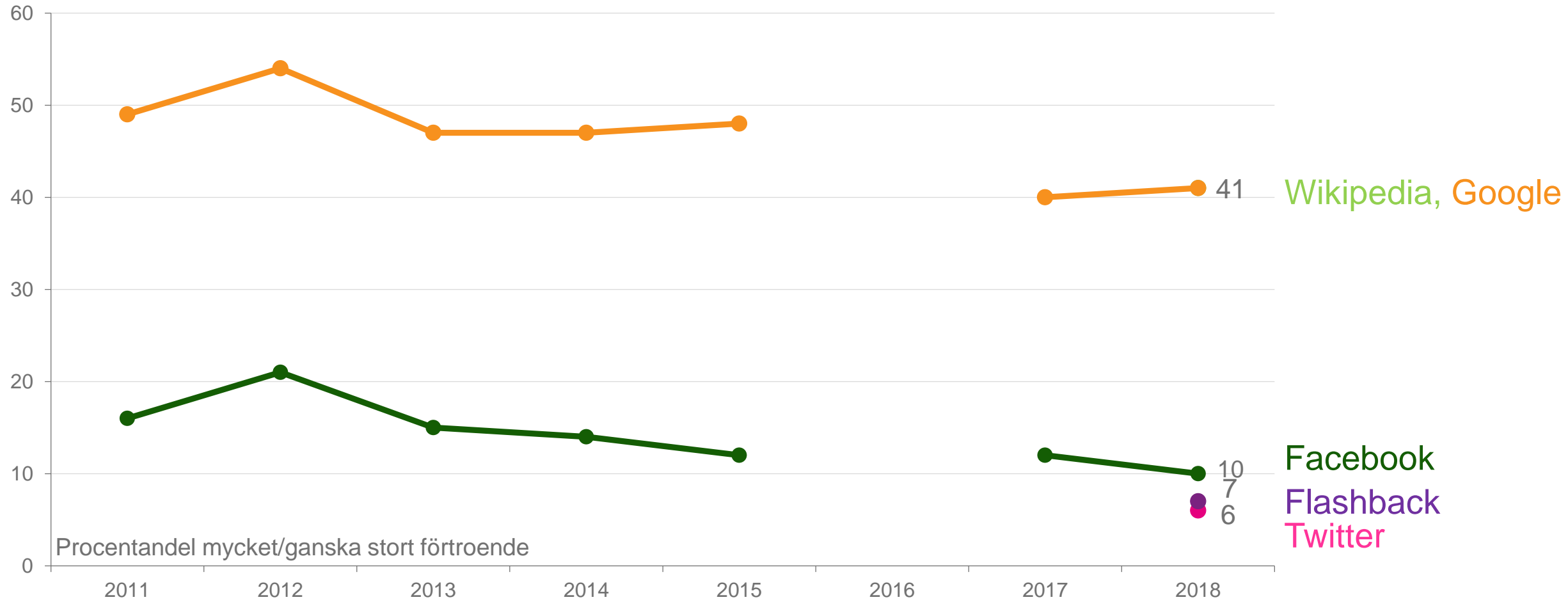


# FÖRTROENDE FÖR TV



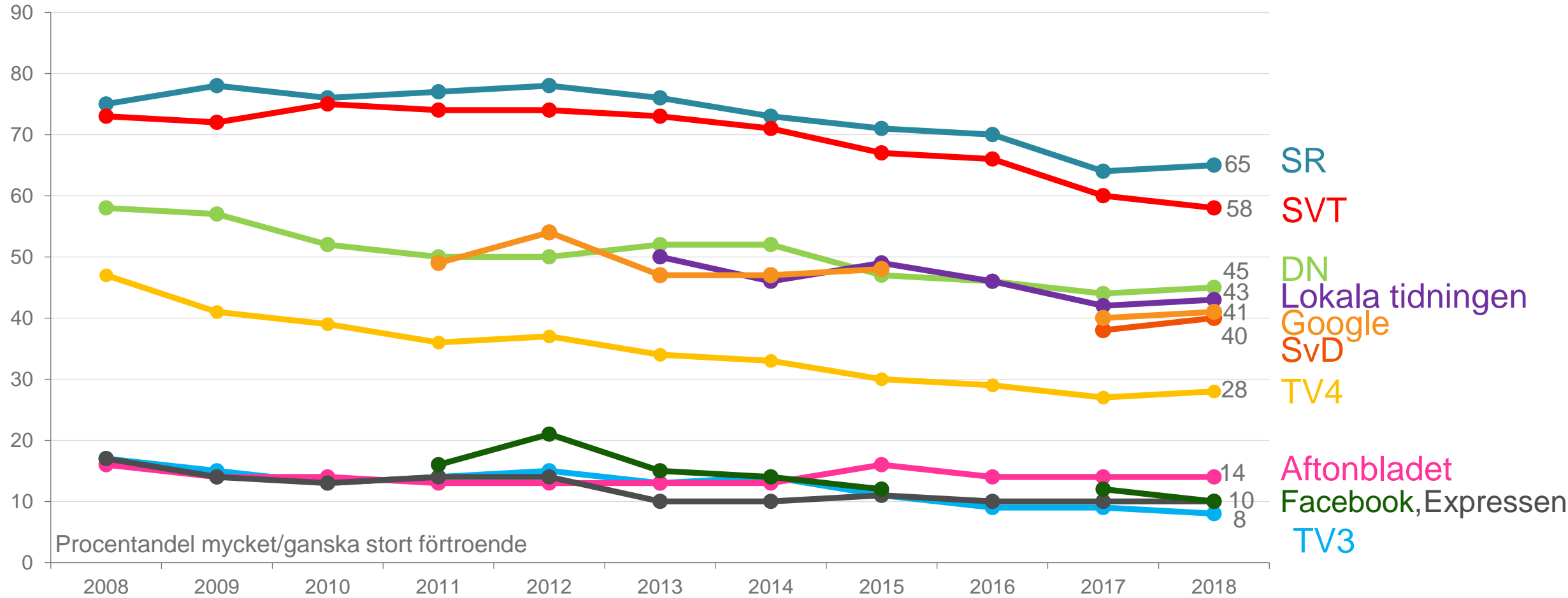


# FÖRTROENDE FÖR INTERNETSIDOR



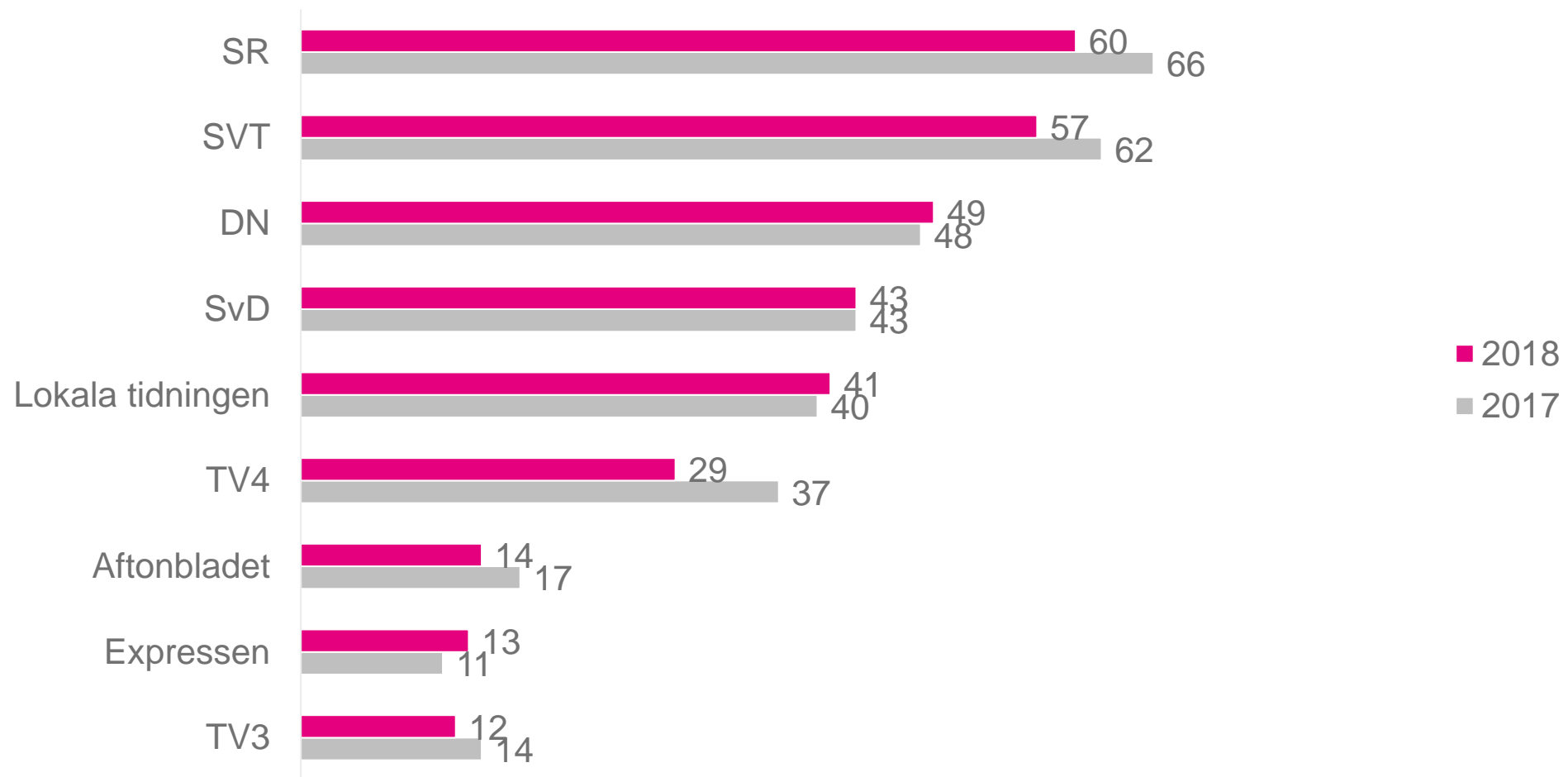
# FÖRTROENDE FÖR MEDIER

## PRESS, RADIO & TV



# MEDIEFÖRTROENDE

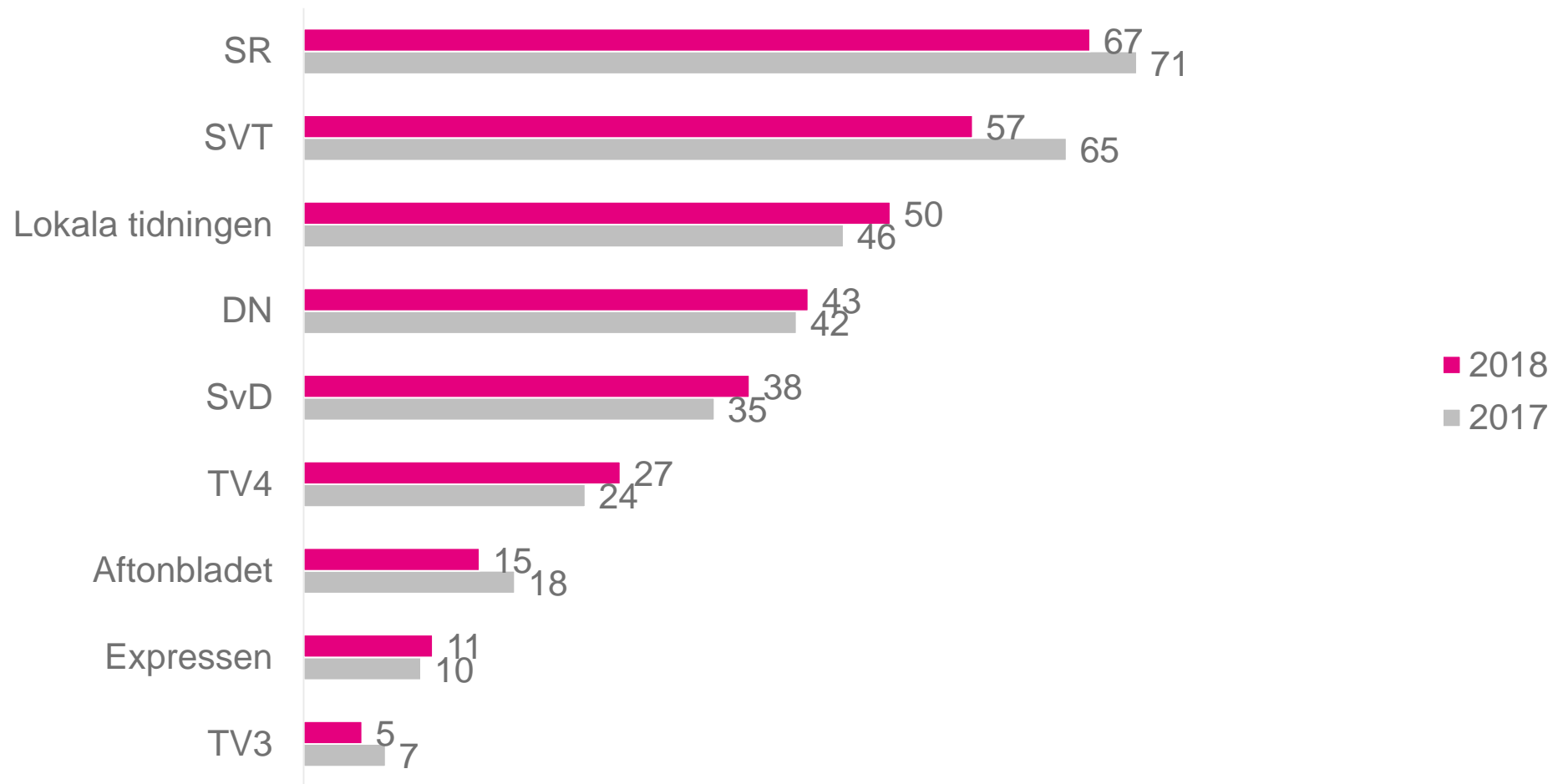
MINSKAT FÖRTROENDE BLAND DE YNGSTA (16-29 ÅR)



Procentandel ganska + mycket stort förtroende

# MEDIEFÖRTROENDE

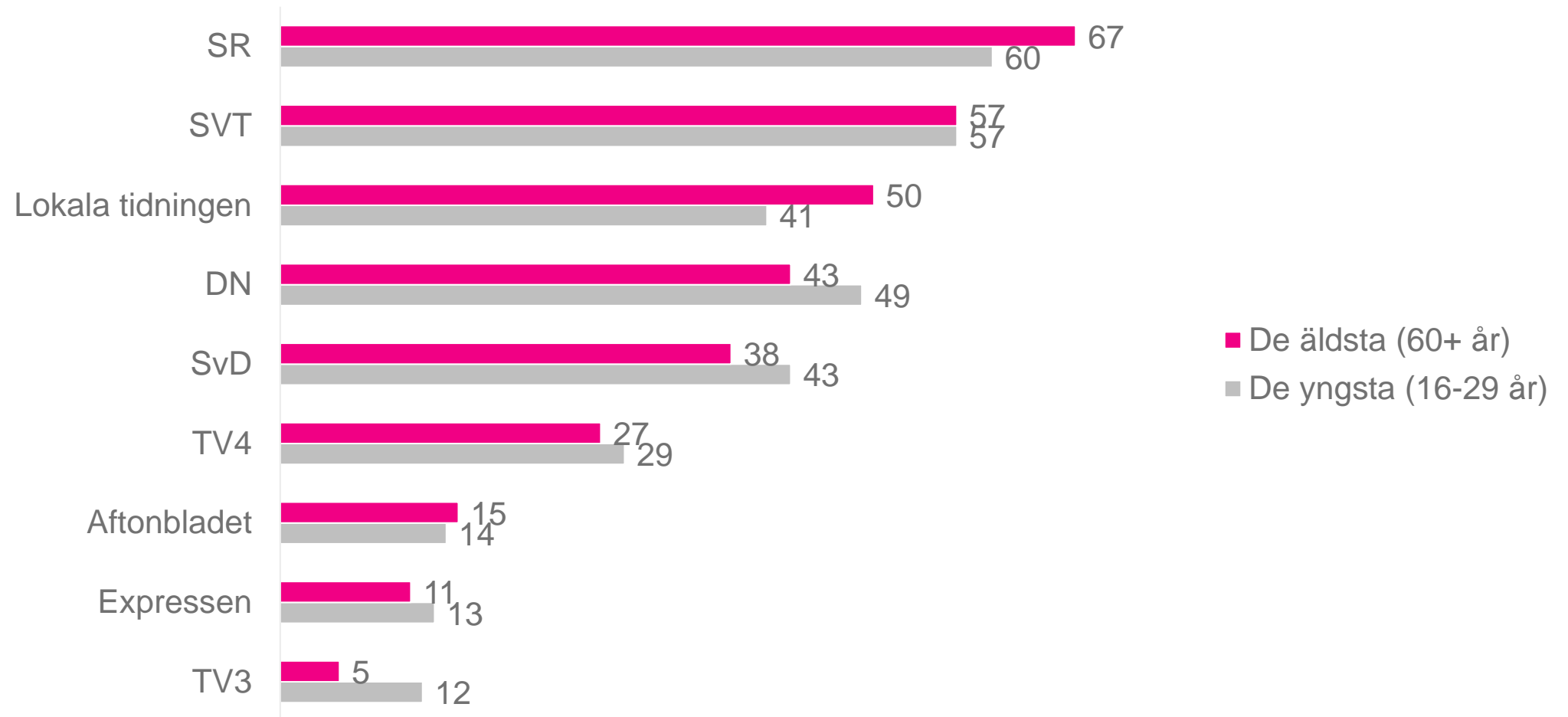
MINSKAT FÖRTROENDE BLAND DE ÄLDSTA (60+ÅR)



Procentandel ganska + mycket stort förtroende

# MEDIEFÖRTROENDE

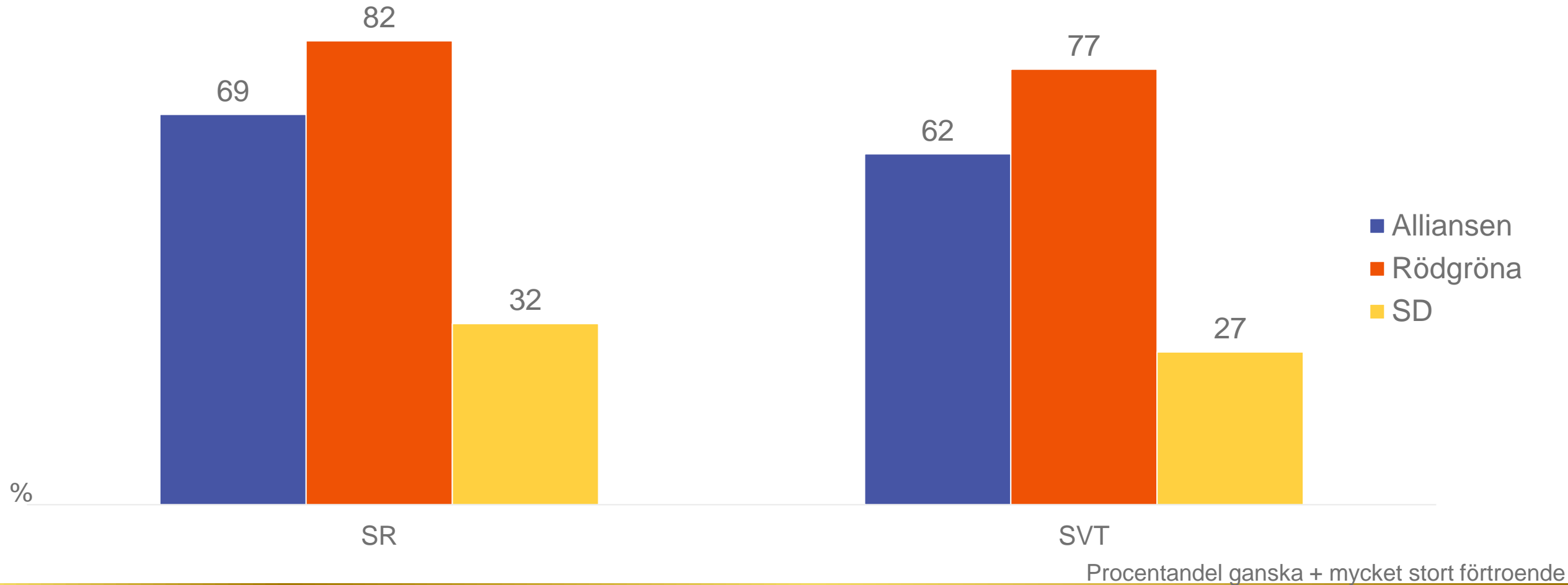
## JÄMFÖRELSE MELLAN DE YNGSTA OCH DE ÄLDSTA



Procentandel ganska + mycket stort förtroende

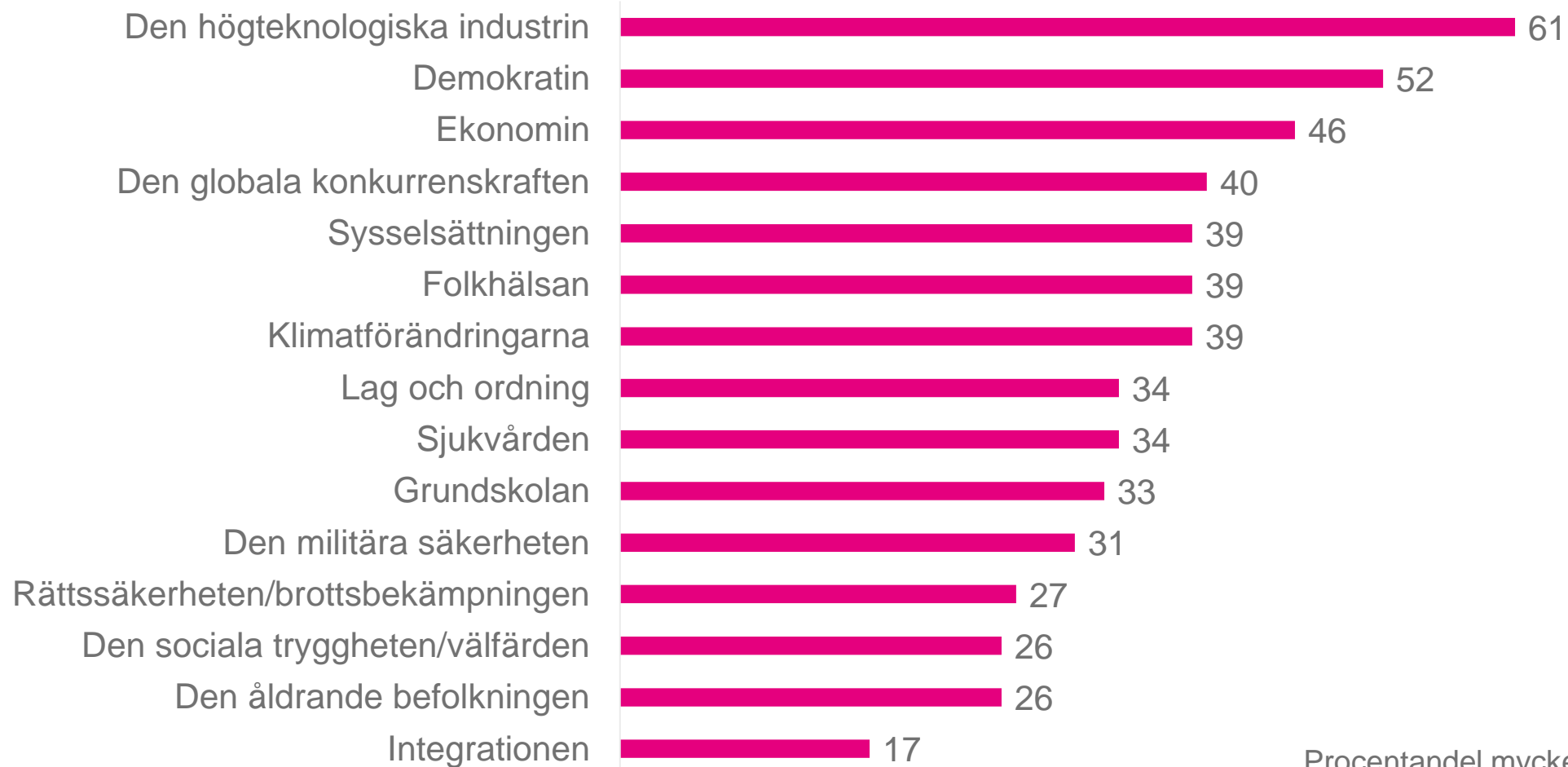
# FÖRTROENDE FÖR SR & SVT

## JÄMFÖRELSE MELLAN BLOCKEN



# FÖRTROENDE FÖR ATT KLARA UTMANINGAR I FRAMTIDEN

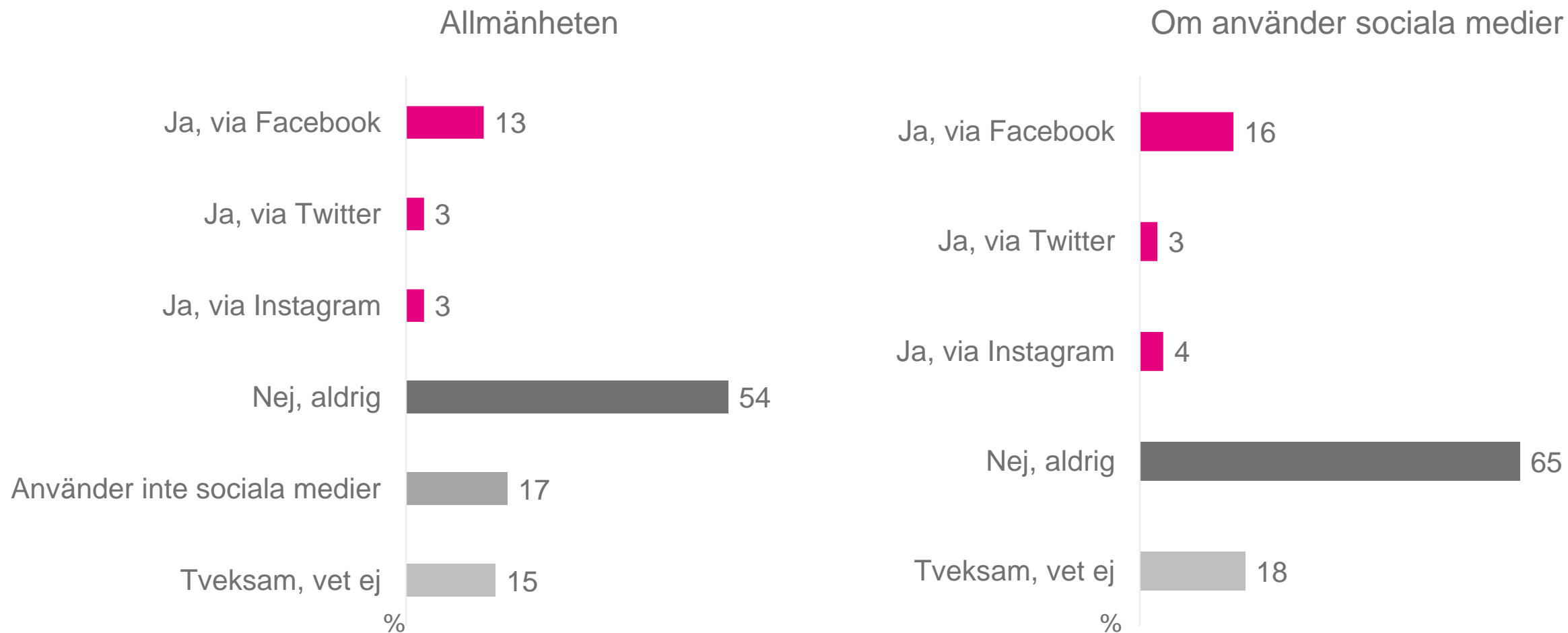
När du tänker 5-10 år fram i tiden: Hur stort förtroende har du för att Sverige ska klara följande utmaningar på ett bra sätt?



Procentandel mycket/ganska stort förtroende

## FALSKA NYHETER

Har du någon gång upptäckt att du spridit en falsk nyhet via något av följande sociala medier?



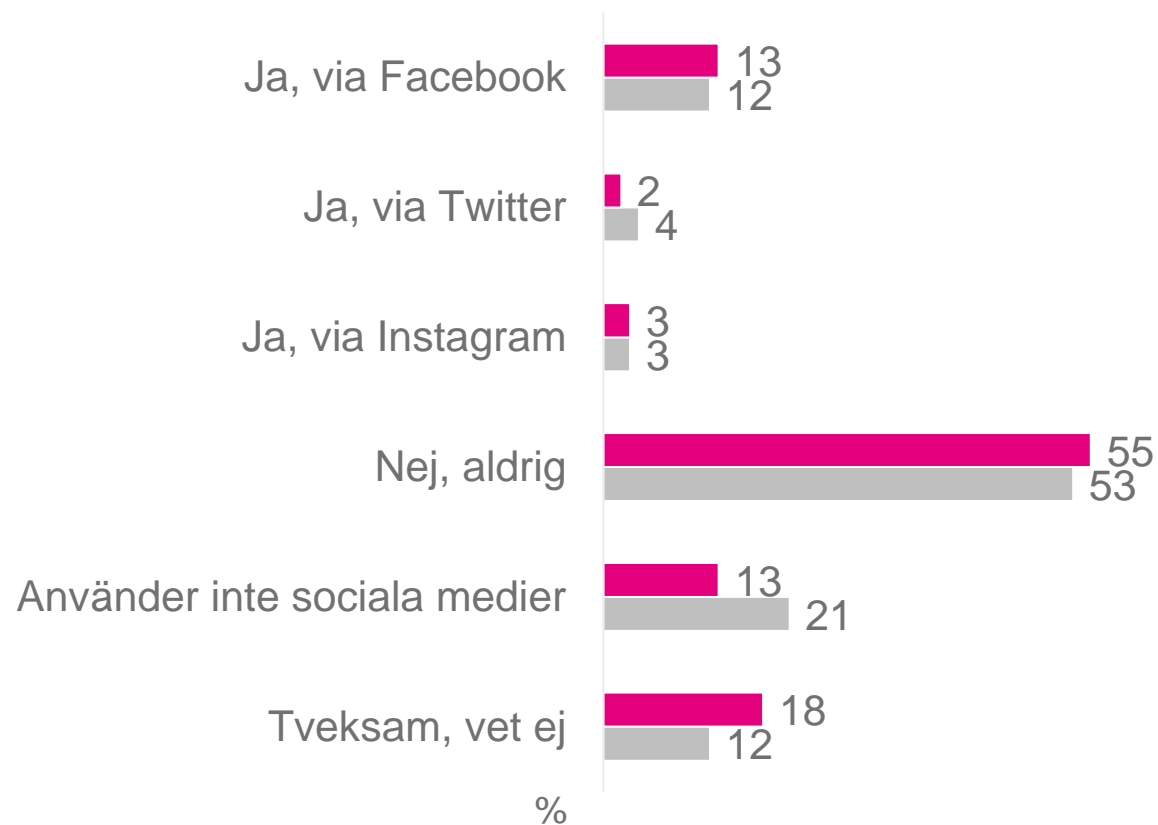


# FALSKA NYHETER

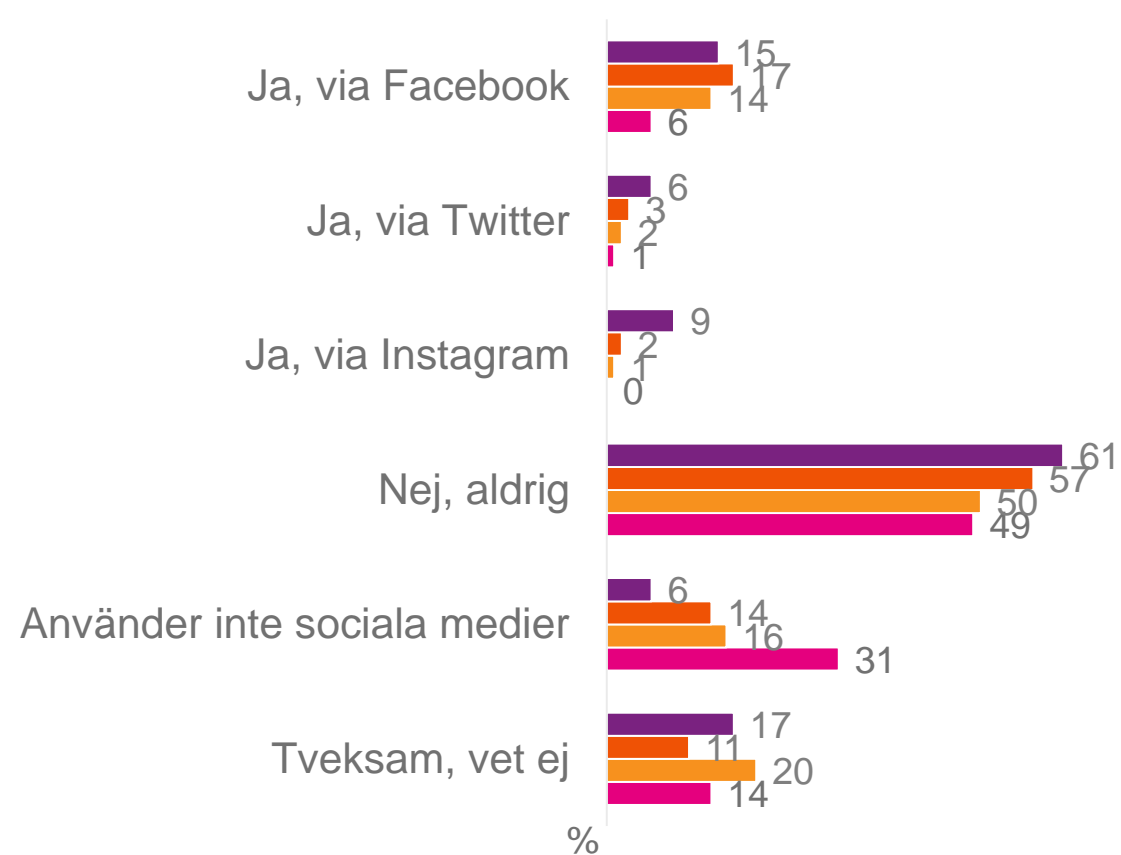
Har du någon gång upptäckt att du spridit en falsk nyhet via något av följande sociala medier?

Allmänheten

■ Kvinna ■ Man



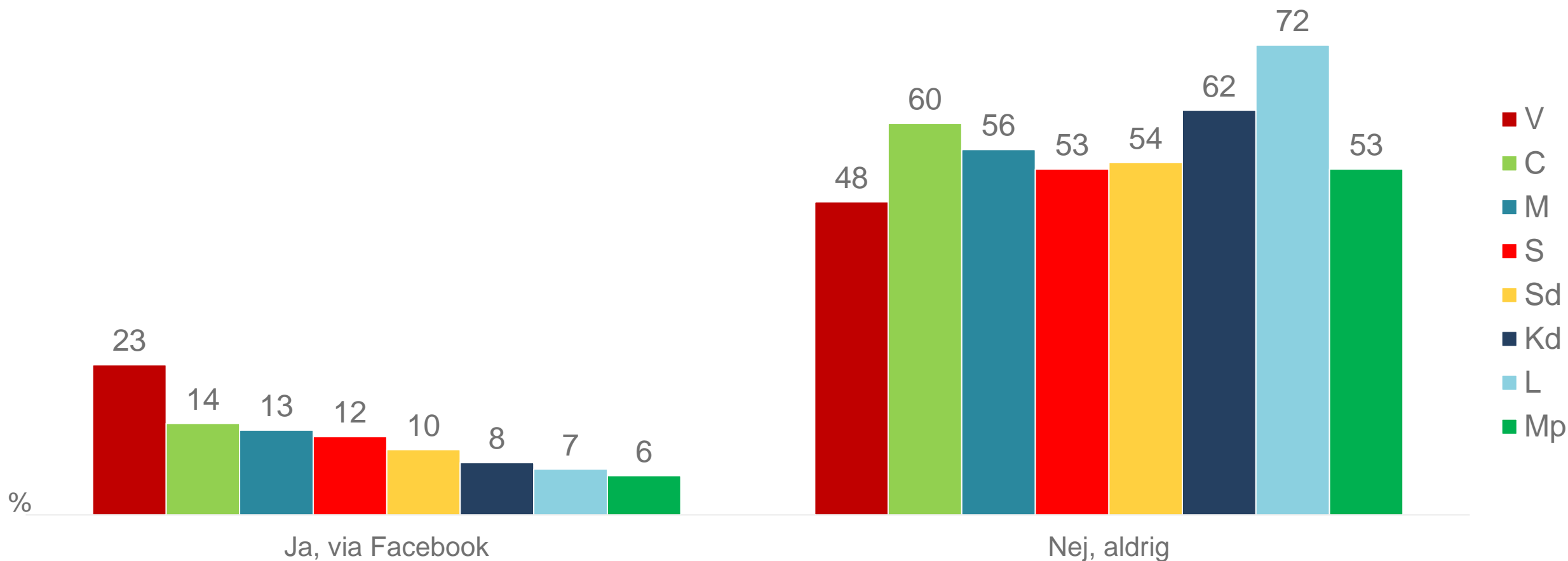
■ 16-29 år ■ 30-44 år ■ 45-59 år ■ 60+ år



## FALSKA NYHETER

Har du någon gång upptäckt att du spridit en falsk nyhet via något av följande sociala medier?

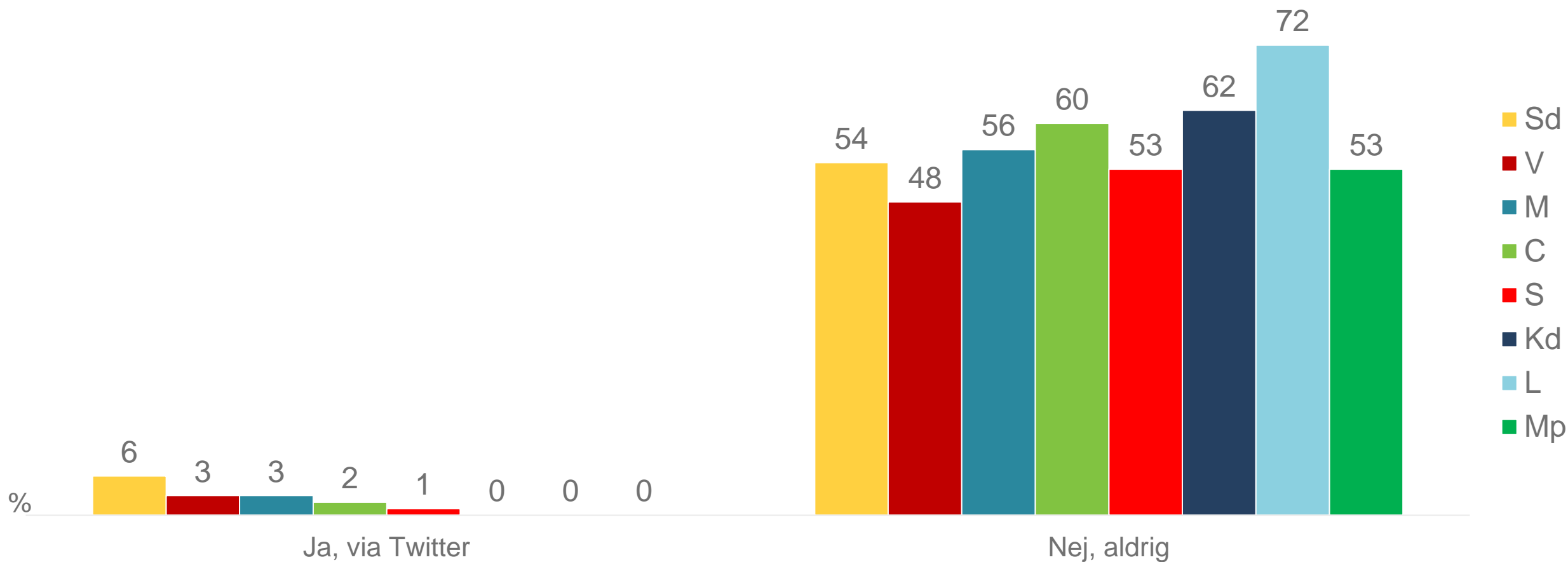
Allmänheten



## FALSKA NYHETER

Har du någon gång upptäckt att du spridit en falsk nyhet via något av följande sociala medier?

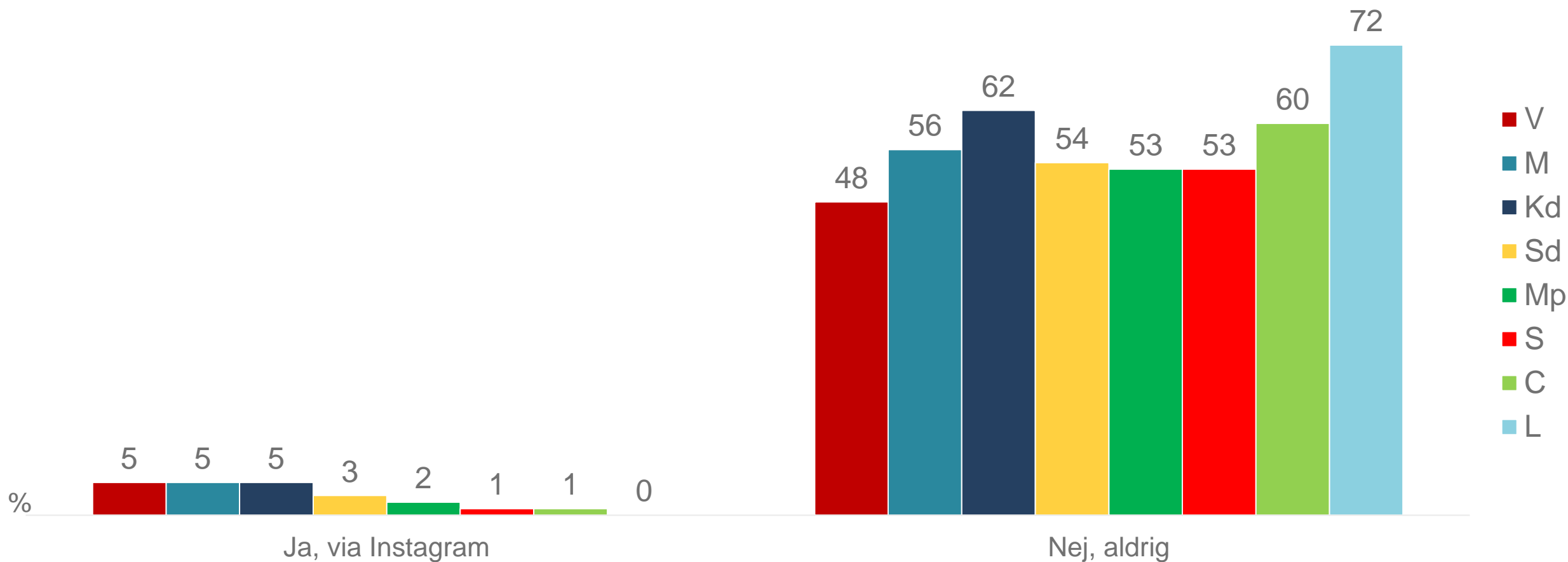
Allmänheten



## FALSKA NYHETER

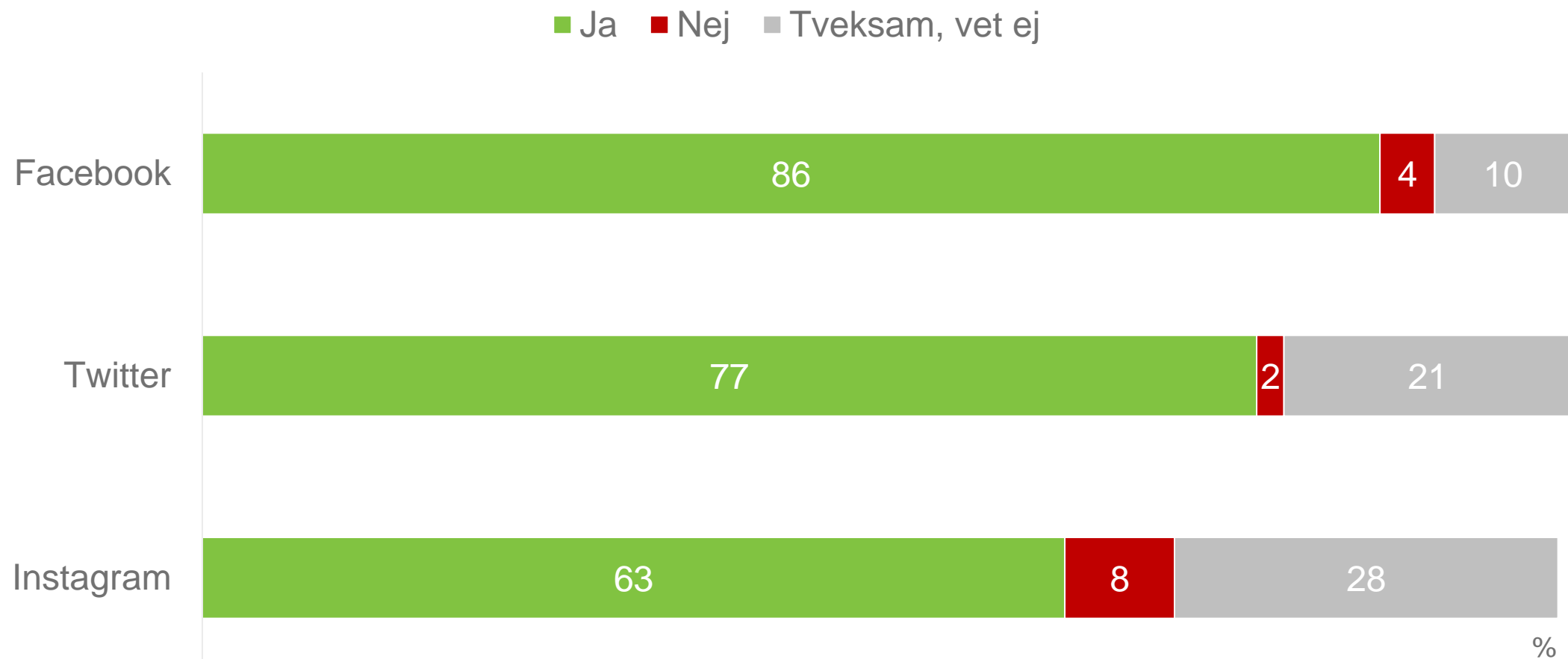
Har du någon gång upptäckt att du spridit en falsk nyhet via något av följande sociala medier?

Allmänheten



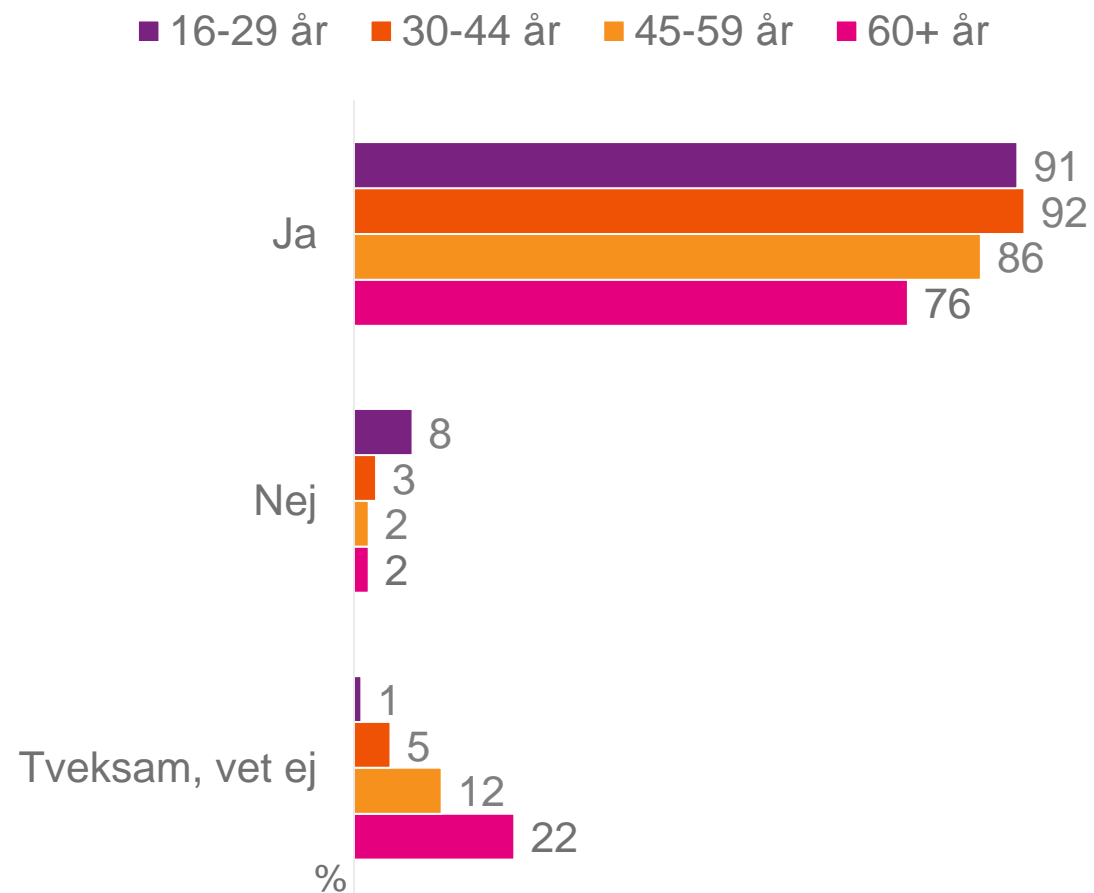
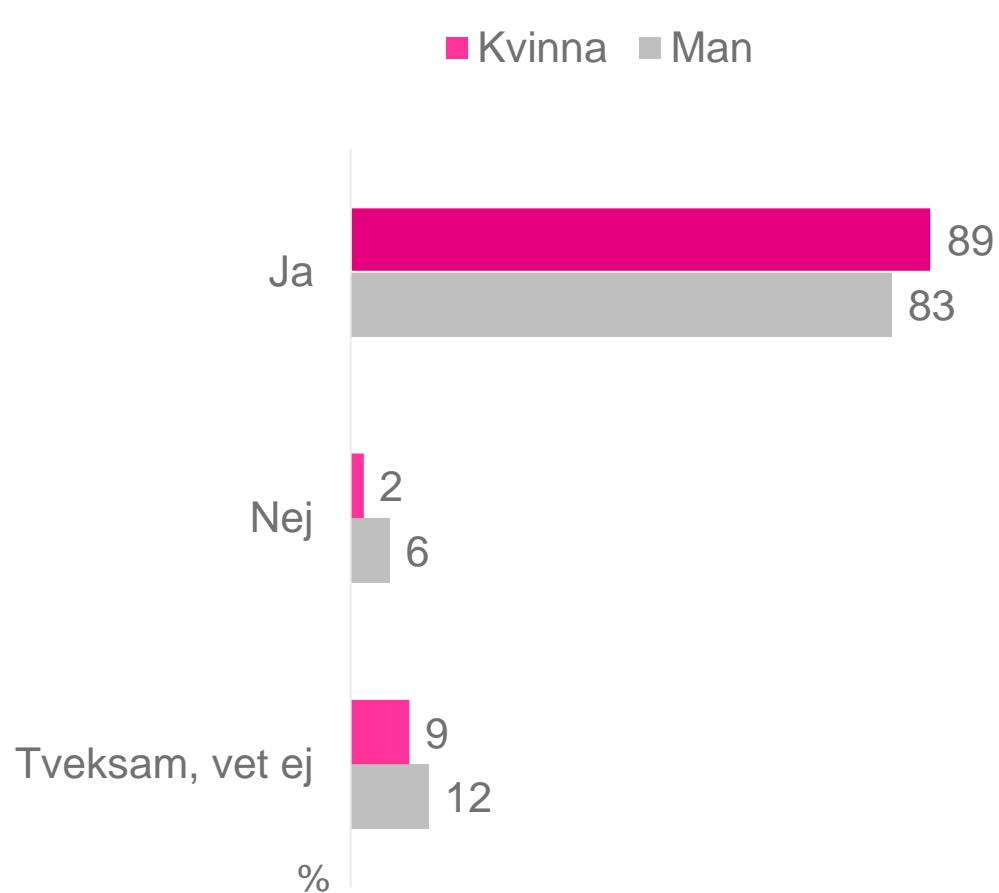
## FALSKA NYHETER

Tror du att det är vanligt att det sprids falska nyheter på...?



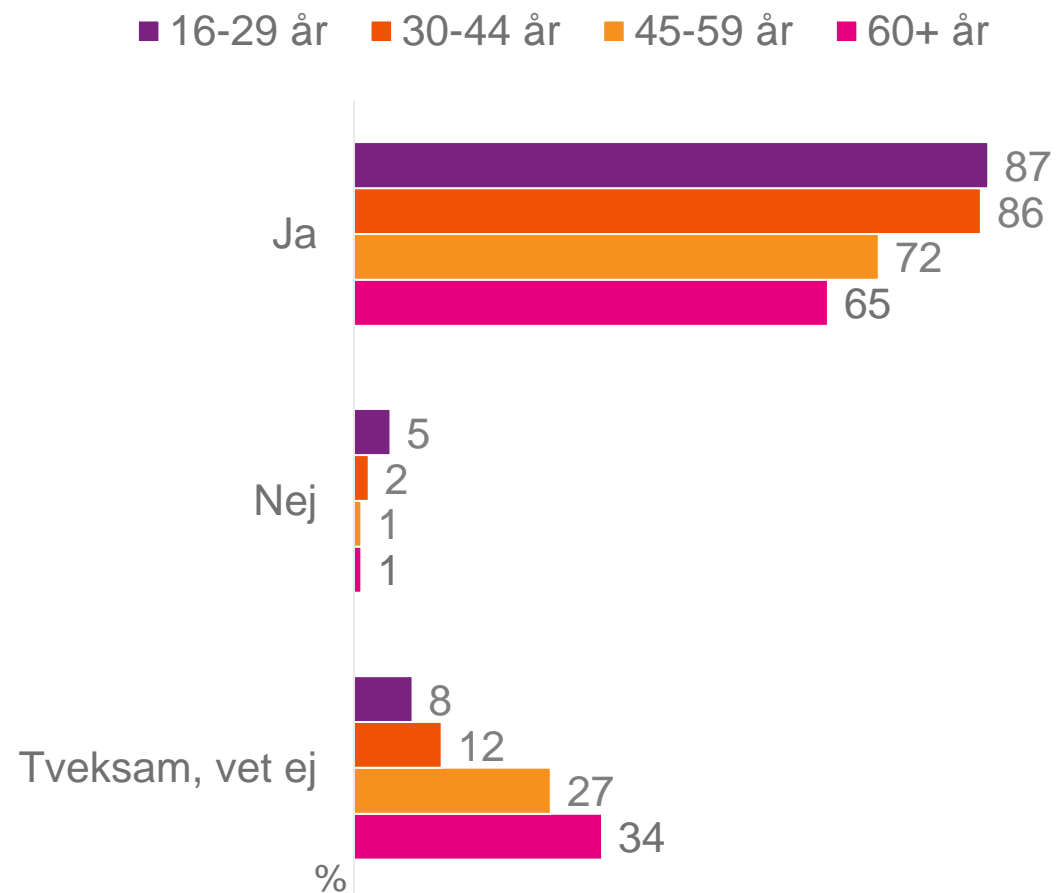
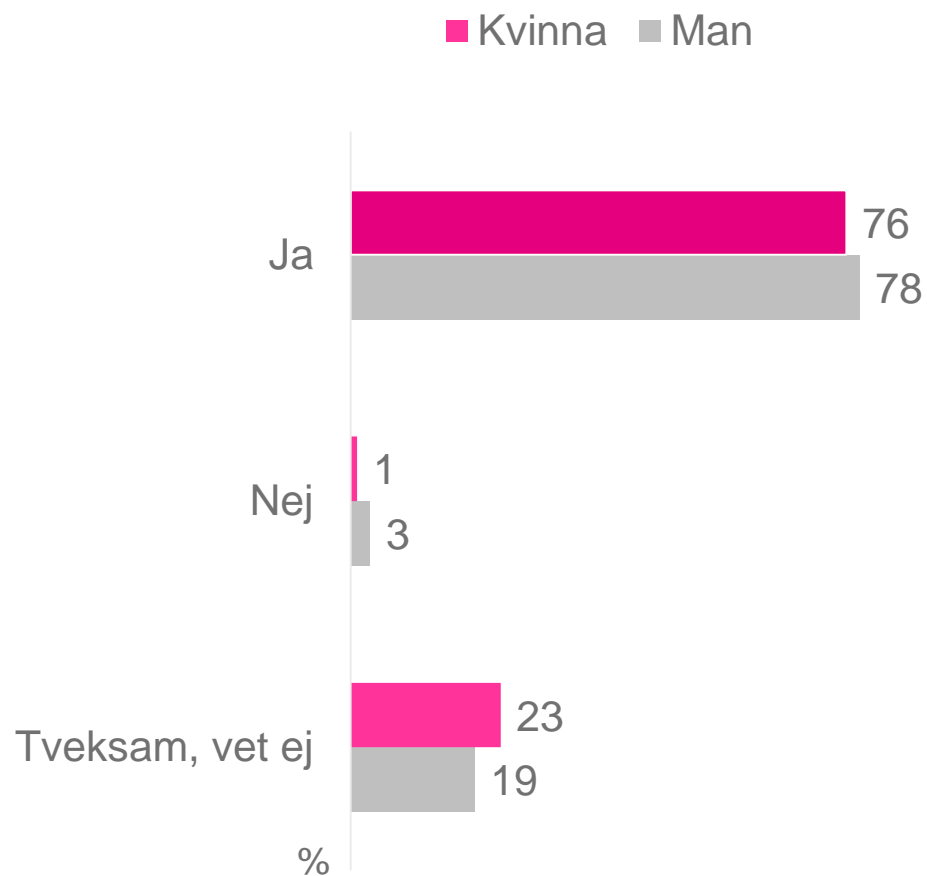
# FALSKA NYHETER

Tror du att det är vanligt att det sprids falska nyheter på **Facebook**?



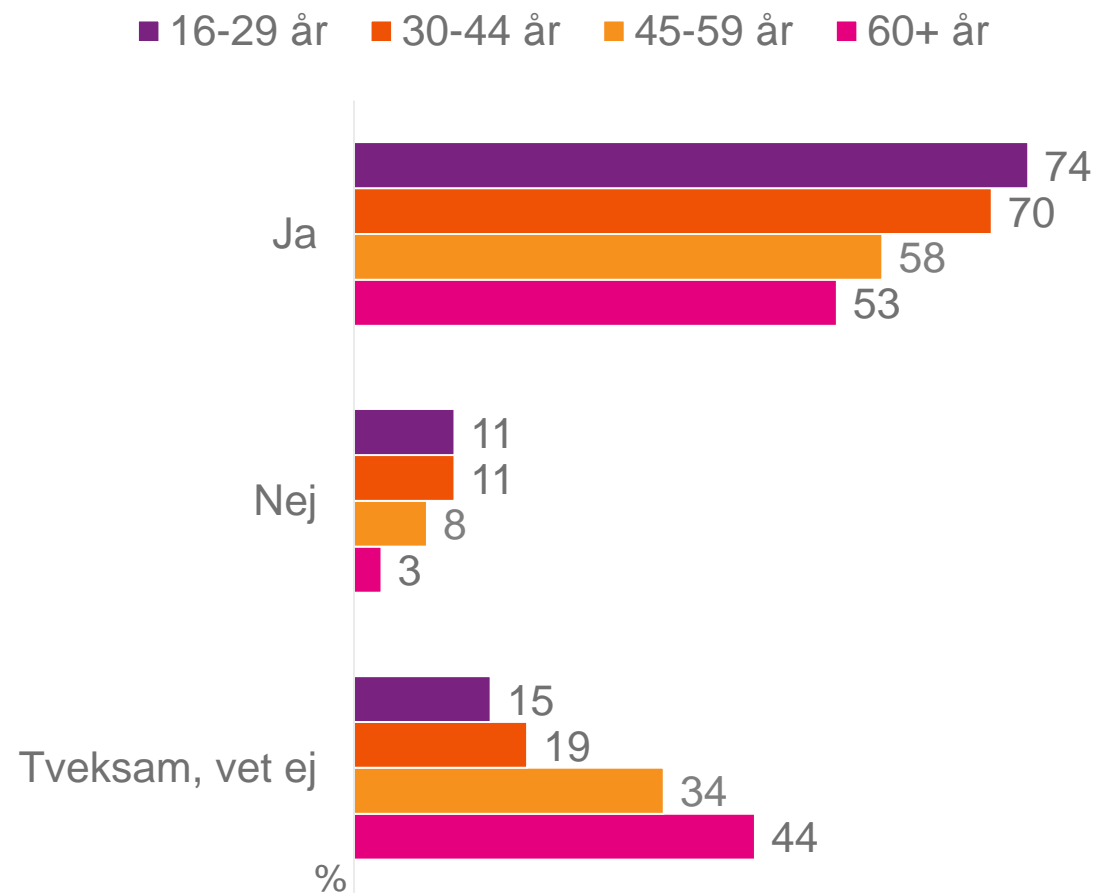
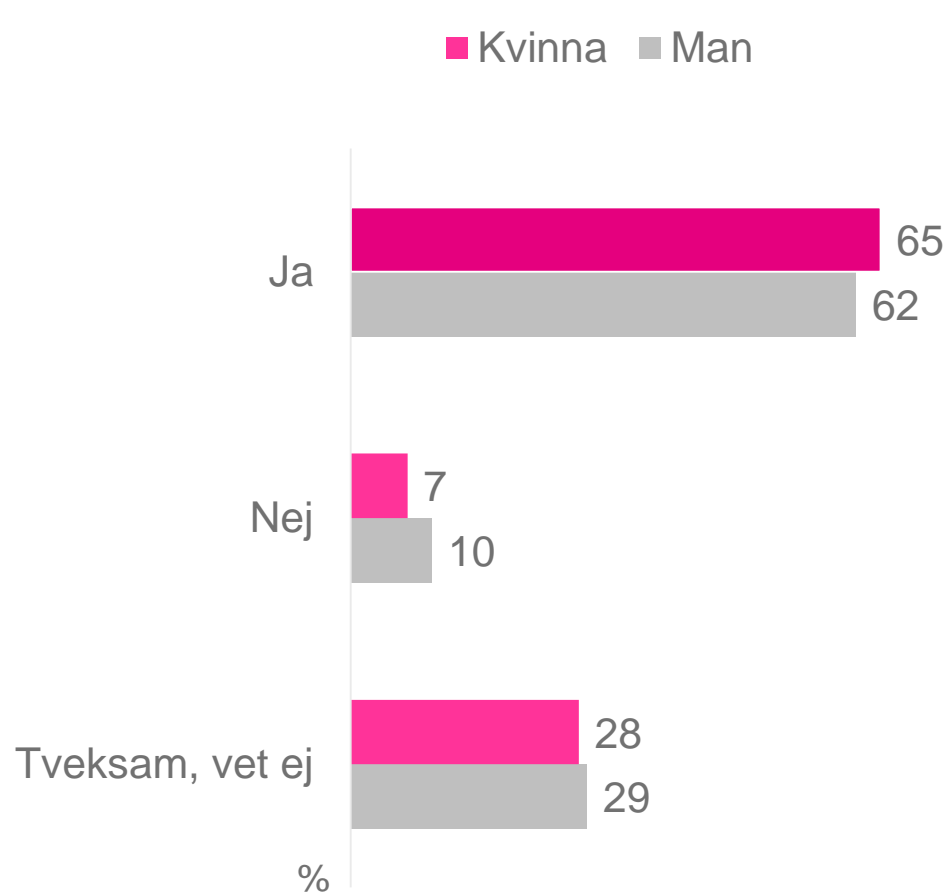
# FALSKA NYHETER

Tror du att det är vanligt att det sprids falska nyheter på **Twitter**?



# FALSKA NYHETER

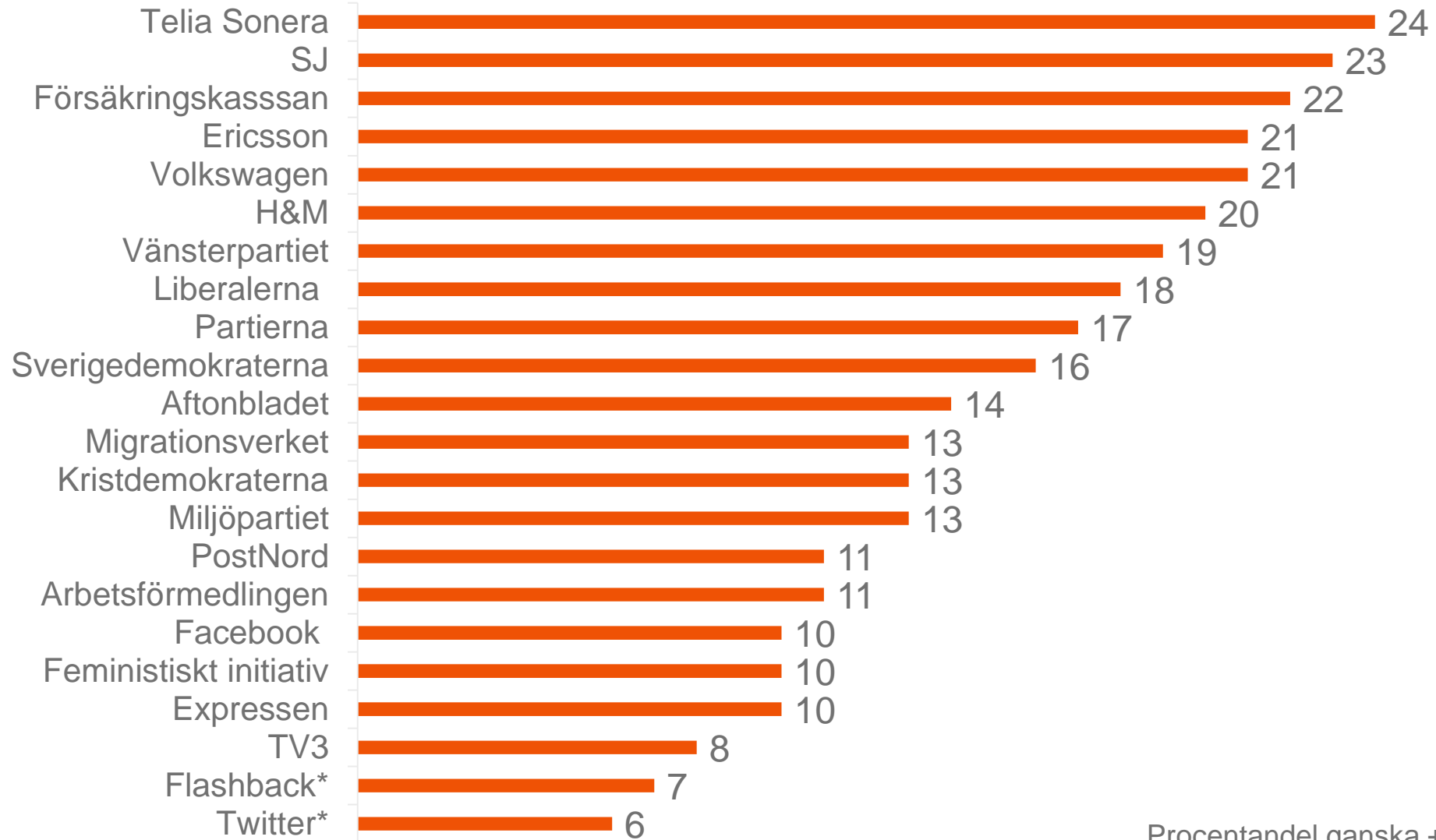
Tror du att det är vanligt att det sprids falska nyheter på **Instagram**?





# FÖRTROENDEBAROMETERN

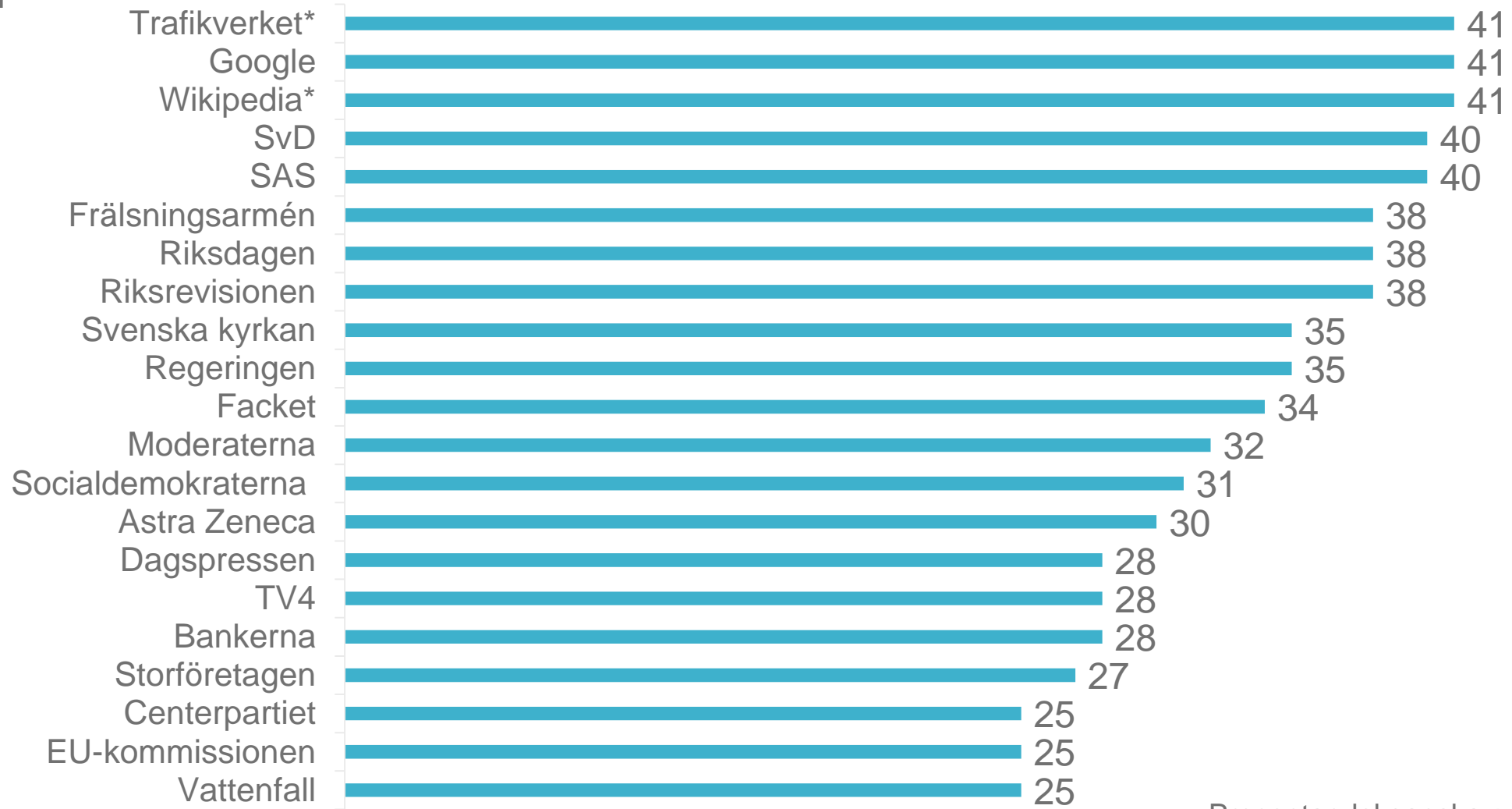
## BOTTEN



Procentandel ganska + mycket stort förtroende

# FÖRTROENDEBAROMETERN

## MITTEN



Procentandel ganska + mycket stort förtroende

# FÖRTROENDEBAROMETERN

## TOPPEN



Procentandel ganska + mycket stort förtroende

# FÖRTROENDEBAROMETERN

## INSTITUTIONER DÄR FÖRTROENDET FÖRÄNDRATS MEST SEDAN 2017

\*Positiv förändring i procentenheter

	2017	2018	Förändring*
Polisen	54	65	+11
Moderaterna	22	32	+10
Försvarmakten	39	47	+8
Riksrevisionen	30	38	+8
IKEA	61	68	+7
SAS	34	40	+6
Staten	38	43	+5
Facken	29	34	+5

Procentandel ganska + mycket stort förtroende

# FÖRTROENDEBAROMETERN

INSTITUTIONER DÄR FÖRTROENDET FÖRÄNDRATS MEST SEDAN 2017

\*Negativ förändring i procentenheter

	2017	2018	Förändring*
H&M	29	20	-9
Centerpartiet	30	25	-5
Frälsningsarmén	43	38	-5
PostNord	16	11	-5

Procentandel ganska + mycket stort förtroende

[www.medicakademin.se](http://www.medicakademin.se)

## OM MÄTNINGEN

Medieakademins förtroendebarmeter har genomförts årligen sedan 1997. Datainsamlingen via telefonintervjuer i slutet på oktober och början på november under åren 1997 – 2006 bygger på svar från omkring 750 slumpmässigt utvalda personer mellan 16 – 74 år. Undersökningen 2007 omfattar 250 personer intervjuade via telefon och 750 personer slumpvis utvalda från TNS Gallups *On Line Panel* som besvarar en nätenkät. Studierna är sedan 2008 helt och hållet nätenkäter omfattande cirka 1 000 personer och genomförd av TNS Gallup (2008) respektive TNS Sifo (sedan 2009). Undersökningen 2012 är den första gjord i början av året. År 2014 genomfördes mätningen 7 – 20 februari. Kontaktperson med undersökningsföretagen har från starten t o m 2008 varit Pär Källeskog. Undersökningsledare för 2014 års studie var Toivo Sjören. Undersökningen 2015 har samma undersökningsledare och omfattar även den drygt 1200 webbintervjuer med allmänheten över 15 år. År 2016-2017 ägde intervjuer rum mellan i mars, 1200 intervjuer genomfördes via webbaserad enkät. Årets undersökning ägde rum i februari och omfattade 1201 webbintervjuer under ledning av Toivo Sjören.

Undersökningen har varje år dels avsett ett urval centrala samhällsinstitutioner som exempelvis riksdagen, storföretagen, dagspressen och radio-TV, dels ett antal konkreta medier, bl.a Sveriges Television och TV4, och specifika företag, som t ex IKEA, Skandia och Volvo. Antalet bedömda institutioner har varierat något mellan enskilda år. Vissa av institutionerna/medierna/företagen har mätts varje år, andra har studerats mer oregelbundet. I undersökningen 2013 ingick 60 institutioner/ företag/medier och i årets mätning, 2018, ingick 64 stycken.

De flesta år har även andra aspekter på samhällsförtroende och media undersökts. I 2009 års undersökning ingår frågor om hur svenska folket bedömer balansen i massmediernas rapportering om Alliansregeringen respektive oppositionen och när det gäller det svenska ordförandeskapet i EU. Dessutom ingår frågor om Internetanvändning och bedömningar av Internet som ett instrument för demokrati. 2010 års studie innehåller en serie frågor kring hur människor uppfattar och vill ha den moderna staden och var man vill bo. I undersökningen 2011 finns frågor om balansen i mediernas rapportering om bankerna, invandrare, homosexuella, EU, sjukvården, facket, islam, kungahuset, regeringen och kristendom. Därtill återfinns frågor om framtiden för medier inom public service, speciellt SVT:s.– journalister, ledare och ägare. Specialsatsningen 2013 som fortsatte 2014 och 2015 gäller vilka personer som är mest uppskattade i MedieSverige. I årets mätning fick intervjupersonerna svara på om de själva spridit falska nyheter i sociala medier, samt om det tror att det är vanligt. Respondenterna fick också uppge hur stort förtroende de har för att Sverige kommer klara ett visst antal utmaningar på ett bra sätt.