

DEN NATIONELLA SOM-UNDERSÖKNINGEN 2016¹

KLARA BOVÉ

Sammanfattning

Den nationella SOM-undersökningen 2016 är den trettioförsta sedan starten 1986.² Studien genomförs primärt via postala enkäter men sedan undersökningsåret 2012 ges respondenterna även möjligheten att svara digitalt via internet. Varje undersökning genomförs under så identiska förutsättningar som möjligt för att resultaten från de olika åren ska vara jämförbara. SOM-undersökningen 2016 bestod av sex delundersökningar och skickades ut till ett urval om totalt 20 400 slumpmässigt utvalda personer folkbokförda i Sverige i åldrarna 16–85 år. Nettosvarsfrekvensen i de olika editionerna varierade mellan 49 och 52 procent och huvuddelen av svaren samlades in under hösten 2016.

SOM-institutet vid Göteborgs universitet genomför varje höst sedan 1986 en nationell frågeundersökning i syfte att kartlägga den svenska allmänhetens vanor och attityder på temat Samhälle, Opinion och Medier. SOM-institutet drivs av Institutionen för journalistik, medier och kommunikation (JMG) och Statsvetenskapliga institutionen vid Göteborgs universitet.

Den nationella SOM-undersökningen genomförs i samverkan med forskare från olika discipliner främst inom samhällsvetenskap. I undersökningen deltar också samverkanspartner utanför akademien, via särskilda forskningsprojekt; 2016 inkluderade det exempelvis Sveriges Television, Svenska institutet för europapolitiska studier (SIEPS) och Kulturdepartementet.

Urval

Vilka som får inbjudan att delta i SOM-undersökningarna slumpas årligen fram genom ett sannolikhetsurval. Urvalet utgör ett slags Sverige i miniatyr och speglar sammansättningen i befolkningen. Urvalsramen utgörs av Skatteverkets folkbokföringsregister och innefattar alla svenska och utländska medborgare som har sin primära adress i Sverige. År 2016 ingick 20 400 personer i det totala urvalet. Urvalstorleken har förändrats över tid liksom längden på enkäterna och antal frågeformulär vilket redovisas i tabell 1.

Tabell 1 Den nationella SOM-undersökningens upplägg 1986–2016

År	Urvalsmetod	Antal formulär	Genomsnittligt antal sidor med frågor	Total urvalsstorlek	Medborgarskap	Åldrar
1986	Systematiskt sannolikhetsurval	1	22	2 500	Både sv. & utl.	15–75 år
1987–1988	"	"	23	"	Endast sv.	"
1989	"	"	20	"	Både sv. & utl.	"
1990–1991	"	"	21	"	Endast sv.	"
1992–1995	"	"	22	2 800	Både sv. & utl.	15–80 år
1996	"	"	25	2 841 ¹	"	"
1997	"	"	23	2 800	"	"
1998	"	2	23	5 600	"	16–80 år ²
1999	"	"	23	"	"	15–80 år
2000–2005	"	"	22	6 000	"	15–85 år
2006	"	"	22	6 050 ³	"	"
2007–2008	"	"	22	6 000	"	"
2009–2011	"	3	20	9 000	"	16–85 år
2012	"	4	17	12 000	"	"
2013	"	5	17 ⁴	17 000	"	"
2014	"	4	16	13 600	"	"
2015	"	5	14	17 000	"	"
2016	"	6	12	20 400	"	"

Kommentar: ¹Gruppen 15-åringar var av misstag inte inkluderade i det ursprungliga urvalet utan tillfördes i efterhand undersökningens första urval om 2 800 personer. ²Gruppen 15-åringar var av misstag inte inkluderade i urvalet. ³Det ursprungliga urvalet om 6 000 personer utökades med 50 personer ur spärregistret NIX adressat, felaktigt exkluderade ur det ursprungliga urvalet (se vidare Nilsson 2007). ⁴Genomsnittliga antalet sidor för de ordinarie utformade enkäterna. Det femte formuläret 2013 var endast 13 sidor långt.

Källa: De nationella SOM-undersökningarna 1986–2016.

Frågeformulär

Det totala urvalet delades in i sex grupper till vilka olika editioner av SOM-undersökningen 2016 skickades till. De sex formulären var i likhet med tidigare SOM-enkäter utformade som häften i A4-format. Samtliga 2016 års formulär innehöll 12 sidor med frågor varav ca 8 sidor är gemensamma för samtliga editioner och övriga sidor är fyllda med projektspecifika frågor vilka varierar mellan formulären. Frågorna i SOM-undersökningen utarbetas av SOM-institutet i samarbete med samverkande forskningsprojekt. Huvuddelen av frågorna har fasta svarsalternativ med rutor för respondenten att kryssa i. Ett mindre antal frågor ger respondenterna möjlighet att själva skriva ut sitt svar i fritext (de rör bland annat vilken/vilka morgontidningar de läser, vilka samhällsproblem/frågor de tycker är viktigast i Sverige i dag och vilket yrke de har/har haft). Svaren på de

öppna frågorna kodas av en grupp kodare³ på SOM-institutet efter fördefinierade kodscheman med uttömmande och ömsesidigt uteslutande kategorier försedda med en unik numerisk kod. Kodscheman finns tillgängliga i kodboken för 2016 års nationella SOM-undersökning som finns att ladda ned på SOM-institutets hemsida: www.som.gu.se.⁴

Fältarbete

Fältarbetet för den nationella SOM-undersökningen 2016 följer i huvudsak uppbygget från tidigare års undersökningar. Utskick och insamling av enkäter utförs av ett fristående undersökningsföretag⁵ i nära samarbete med SOM-institutet som kontinuerligt utvärderar genomförandet. Undersökningsföretaget svarar för den tekniska delen av datainsamlingen så som tryck, distribution, telefonpåminnelser och skanning; SOM-institutet svarar för allt innehåll i utskick och enkäter.

Huvuddelen av datainsamlingsarbetet genomfördes under hösten 2016. Arbetet inleddes i mitten av september med ett aviseringskort som informerade respondenterna att de blivit slumpmässigt utvalda att delta i årets SOM-undersökning. En vecka senare skickades enkäten ut tillsammans med ett följebrev, en informationsbroschyr om SOM-institutets verksamhet samt en penna. Under resterande del av fältperioden genomfördes en serie påminnelseinsatser per brev, telefonsamtal och sms. Det är dock mycket få personer, 3 procent av urvalet, som får samtliga påminnelser. De flesta deltagare i SOM-undersökningarna erhåller tre påminnelser.

I samband med det andra enkätutskicket introducerades möjligheten att besvara enkäten via internet. Inloggningsuppgifter och länk till webbenkäten inkluderades i samtliga utskick efter introduktionen den 13 oktober.

Telefonpåminnelserna genomfördes i två omgångar. Alla respondenter med känt hem- eller mobiltelefonnummer, som inte ännu hade svarat på enkäten eller meddelat att de inte vill delta, blev uppringda av ett telefonundersökningsföretag.⁵ När telefonundersökningsföretaget påminde respondenterna fick de som svarade i telefon vid uppringningen möjlighet att avböja att delta i undersökningen eller be om en ny pappersenkät. De som per telefon avböjde medverkan fick därefter inga fler påminnelser. Kontakten mellan telefonundersökningsföretaget och respondenterna dokumenterades i ett fördefinierat kodschema.

Fältarbetet avslutades 31 januari när fältföretaget gjorde en slutskanning av inkomna enkäter och sammanställde en datafil som skickades till SOM-institutet för validering. Enkäter som kom in efter slutskanningen registrerades för hand av SOM-institutet. Den allra sista enkäten inkom den 22 mars och markerar därmed det formella slutet på datainsamlingsperioden. Vid datavalideringsprocessens slut avidentifierades enkäterna och alla personuppgifter raderades. Av tabell 2 framgår i detalj tidsramarna för fältarbetet och dess olika insatser.

Tabell 2 Fältarbetets moment i den nationella SOM-undersökningen 2016

16 sept 2016	Utskick av aviseringsvykort
23 sept	Utskick av enkät, följbrev, informationsbroschyr, svarskuvert och penna (B-post).
3 okt	Utskick av tack-/påminnelsevykort
10 okt	Utskick av enkät, följbrev, informationsbroschyr och svarskuvert till intervjupersoner som ännu inte sänt in enkäten, introduktion av möjligheten att svara via webben
20 okt–20 nov	Telefonpåminnelse till svarspersoner som ej sänt in enkäten (med uppföljningsbrev med ny enkät till de som saknar och postal bekräftelse till övriga som sagt att de vill delta).
13 okt	SMS-påminnelse med inloggningsuppgifter till webbenkäten till alla som ännu ej besvarat enkäten
1 nov alt. 22 nov	Postal påminnelse till personer utan känt telefonnummer och de som ej kunnat nås per telefon
29 nov–12 dec	Telefonpåminnelse motsvarande 20 okt–20 nov inklusive motsvarande postala komplement
14 dec	Postal påminnelse till personer utan känt telefonnummer och de som ej kunnat nås per telefon
28 dec	Utskick av följbrev och svarskuvert till alla som sagt per telefon att de vill delta men ännu ej gjort det
12 jan 2017	Utskick av enkät, följbrev, svarskuvert samt "bortfallsenkät" – med frågan om varför man inte önskar/kan delta – till samtliga
23 jan	Utskick av enkät, följbrev, svarskuvert samt "bortfallsenkät" till samtliga som inte hörts av per telefon under fältarbetets gång

Kommentar: Under den första telefonpåminnelseperioden skickades uppföljningsbrev till de som svarat att de vill delta i undersökningen ut en gång i veckan. Det betyder att en person som bett om en ny enkät på telefon fick vänta i högst åtta dagar på uppföljning.

Webbenkäter

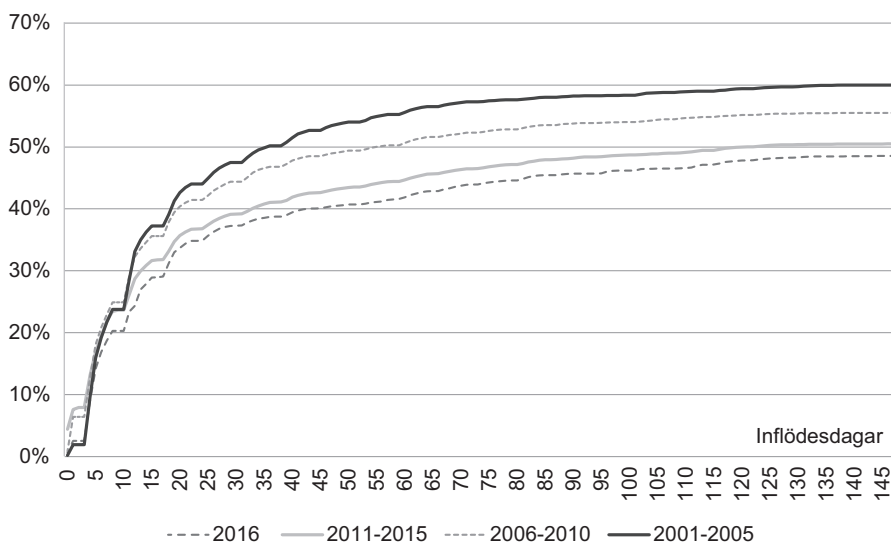
Datainsamlingen för de sex delundersökningarna i den nationella SOM-undersökningen 2016 genomfördes parallellt enligt en gemensam fältplan. För femte året i rad användes en undersökningsdesign som kallas blandad datainsamling (*mixed mode*). Det betyder att flera datainsamlingsmetoder används i en och samma frågeundersökning. I SOM-undersökningen samlades data primärt in via postenkäter, men respondenterna gavs även möjlighet att fylla i enkäten på internet. Webbenkäten introducerades i samband med den andra påminnelsen. Den digitala versionen av formulären programmerades i webbverktyget Qualtrics och administrerades av SOM-institutet, medan pappersenkäten administreras av undersökningsföretaget.

Det var 690 personer, motsvarande 3,4 procent av bruttourvalet, som besvarade enkäten via internet 2016. Av samtliga som besvarade enkäten 2016 var det 7,0 procent som gjorde det via internet, att jämföras med 6,0 procent 2015.

Inflöde

De flesta respondenter som väljer att delta i SOM-undersökningarna skickar tillbaka enkäten redan inom några veckor. Det generella inflödesmönstret med högt inflöde de första veckorna i samband med de första påminnelserna upprepade sig 2016 (figur 1). De första dagarnas ojämna inflöde mellan åren i figur 1 bottnar framför allt i vilken veckodag enkäten når ut i förhållande till helgens postfria dagar. Sedan 2006 har enkäten nått ut på en onsdag varmed resultaten ska vara fullt jämförbara. Längre in i fältarbetet kan påminnelseinsatserna däremot fortfarande ligga lite olika i tid och därmed påverka hur nivåerna förhåller sig till varandra.

Figur 1 Kumulativt inflöde av enkäter i den nationella SOM-undersökningen 2016 relativt ett genomsnitt för 2001–2005, 2006–2010 respektive 2011–2015 års undersökningar (kumulativ procent av bruttourvalet)



Kommentar: Inflödet redovisas med utgångspunkt i 2016 års fältperiod i relation till jämförbara fältdagar för övriga års undersökningar. Formulär 5 år 2013 är exkluderat från jämförelsen eftersom dess utformning och därmed inflödeskurva avvek från de med tidigare år helt jämförbara formulär.

Källa: De nationella SOM-undersökningarna 2005–2016.

När möjligheten att besvara enkäten på internet introducerades i det andra enkätutskicket, den 13 oktober hade 26 procent av bruttourvalet, motsvarande 54 procent av de som skulle komma att besvara enkäten innan fältarbetet avslutades, redan valt att svara på papper. 30 dagar in i fältarbetet (28 oktober) hade 78 procent av de som kom att bli de slutgiltiga svaren inkommit.

Svarsfrekvens och bortfall

Av det ursprungliga urvalet på totalt 20 400 personer (bruttourvalet) var det 9 828 personer som besvarade och skickade in formuläret. Från bruttourvalet definierar vi bort det så kallade naturliga bortfallet vilket är personer som är fysiskt eller mentalt oförmögna att svara på enkäten, personer som är avlidna, bortresta under större delen av fältperioden, emigrerade, har språksvårigheter eller inte alls talar svenska. Sammanlagt 1 033 personer, motsvarande 5,1 procent, har räknats som naturligt bortfall. Antalet personer som svarat på respektive formulär alternativt noterats som naturligt bortfall redovisas i tabell 3.

Informationen om svarsbortfallet, alltså de respondenter som inte kan eller vill svara på enkäten, har inhämtats på flera sätt: via telefonpåminnelserna, direkt från respondenter eller anhöriga som hört av sig under fältarbetets gång, via den bifogade bortfallsenkäten i sista påminnelsen med frågor om varför man inte önskar eller kan delta i undersökningen samt via Skatteverkets befolkningsregister.

Tabell 3 Svarande och bortfall i den nationella SOM-undersökningen 2016

	Total	Formulär 1	Formulär 2	Formulär 3	Formulär 4	Formulär 5	Formulär 6
Bruttourval	20 400	3 400	3 400	3 400	3 400	3 400	3 400
Naturligt bortfall	1 033	159	167	175	170	180	182
Nettourval	19 367	3 241	3 233	3 225	3 230	3 220	3 218
Antal vägrare/ ej anträffade	9 539	1 661	1 541	1 546	1 594	1 570	1 627
Antal svarande	9 828	1 580	1 692	1 679	1 636	1 650	1 591
Svarsfrekvens Brutto	48 %	46 %	50 %	49 %	48 %	49 %	47 %
Svarsfrekvens Netto	51 %	49 %	52 %	52 %	51 %	51 %	49 %

Kommentar: Med nettourval avses bruttourval minus naturligt bortfall. Som naturligt bortfall räknas: adress okänd, avflyttad; bortrest på längre tid; studier/militärtjänstgöring på annan ort; boende/studier/arbete utomlands; sjuk, institutionsvård, förståndshandikapp; avlidna; ej svensktalande. Bruttosvarsfrekvenserna som här rapporteras följer den standard som upprättats av den amerikanska organisationen AAPORs definition (RR6) (AAPOR, 2015.)

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2016.

Representativitet

Naturligt bortfall och svarsvägran riskerar att leda till avvikelser från representativiteten mellan population och urval, vilket måste tas i beaktande när materialet analyseras. Vilka som svarar och vilka som inte svarar på en frågeundersökning

har betydelse för tolkningen av undersökningens resultat. Om en viss grupp är underrepresenterad och samma grupps svar tenderar att skilja sig från övrigas blir studiens resultat mindre giltiga för populationen som helhet. Om svarsbenägenheten i en grupp varierar påtagligt mellan åren kan det också förklara variationer i svarsmönster för enskilda frågor.

Av tabell 4 framgår hur svarsbenägenheten i de nationella SOM-undersökningarna varierar med kön, ålder och geografisk hemvist över tid. I likhet med erfarenheterna från tidigare års SOM-undersökningar svarar kvinnor som grupp i större utsträckning än vad män gör. 53 procent av kvinnorna och 48 procent av männen svarade på SOM-undersökningen 2016. De senaste fem åren har kvinnors svarsvilja dock minskat snabbare än mäns vilket har gjort att könsskillnaden slutat att växa. Den genomsnittliga skillnaden i svarsfrekvens sedan millennieskiftet är 5 procentenheter vilket också är differensen i årets undersökning. Skillnaden mellan kvinnor och mäns svarsfrekvens i de sex formulären varierar mellan två och sex procentenheter. Representativiteten i olika åldersgrupper utgör en stor utmaning och de yngre åldersgrupperna är i ökande utsträckning underrepresenterade.

Vi har studerat vilka konsekvenser skevheterna i representativiteten har för undersökningens träffsäkerhet genom att vikta resultaten för kön, ålder och geografisk hemvist och jämföra utfallet i den viktade och oviktade gruppen. Elias Markstedt (2014) visar att träffsäkerheten i attitydfrågor om politiska förslag och bedömningar av ekonomin är hög trots de sjunkande svarsfrekvenserna. Frågor om nyhetskonsumtion påverkas däremot något mer av att delar av befolkningen har en lägre representation i svarsunderlaget. De dalande svarsfrekvenserna har alltså en effekt på svarens träffsäkerhet i vissa typer av frågor där det existerar stora generationsskillnader.

Den nationella SOM-undersökningen 2016 besvarades av 9 828 personer vilket motsvarar en nettosvarsfrekvens på 51 procent. Svaren samlades in både via pappers- och webbenkäter. Trots att hälften av respondenterna inte svarar på enkäten är den demografiska representativiteten i svarsgruppen god i de flesta avseenden. SOM-institutet fortsätter att utvärdera och utveckla tillvägagångsätt och metod för att bättre förstå konsekvenserna av en sjunkande svarsfrekvens och dess påverkan på analysmöjligheter.

Tabell 4 Svarsandel (netto) i olika grupper, de nationella SOM-undersökningarna, 2002-2016 (procent)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013*	2014	2015	2016	F1	F2	F3	F4	F5	F6
Samtliga	65	66	65	63	60	63	58	59	60	57	57	52	54	51	51	49	52	52	51	51	49
<i>Kön</i>																					
Kvinnor	69	68	67	65	64	66	62	61	64	60	58	54	56	54	53	50	54	55	53	52	53
Män	62	64	63	61	57	60	55	56	57	54	55	49	51	49	48	47	50	49	48	50	46
<i>Ålder</i>																					
15-19 år ¹	61	60	55	56	49	53	46														
16-19 år							48	50	46	42	39	38	37	36	33	38	37	33	33	34	40
20-24 år	61	57	55	53	43	49	41	43	42	36	38	32	31	29	31	29	39	30	28	32	29
25-29 år	60	63	57	54	50	51	44	44	42	41	42	36	37	35	34	34	37	36	32	34	29
30-39 år	57	60	59	57	54	54	51	50	48	47	43	41	43	40	39	36	41	40	41	41	39
40-49 år	64	63	61	58	59	59	54	55	58	54	53	49	49	47	47	45	50	47	49	46	45
50-59 år	69	71	69	69	67	68	65	66	67	63	63	57	59	56	54	52	54	58	57	52	53
60-69 år	76	79	78	73	73	78	75	74	76	74	74	69	71	69	68	65	69	69	67	70	68
70-79 år	71	75	79	75	71	75	76	73	81	77	77	72	76	74	75	77	74	74	74	79	72
80-85 år	66	62	65	64	67	71	65	70	76	73	70	63	65	71	67	61	68	71	63	62	64
<i>Region</i>																					
Stockholm	60	61	61	57	56	56	53	57	55	52	52	50	51	47	47	44	48	50	46	49	46
Östra Mellansverige	64	66	65	66	63	68	60	58	60	58	55	53	54	51	53	54	59	55	50	52	51
Småland och öarna	68	66	70	67	62	62	61	62	66	59	60	52	58	53	52	49	55	52	51	51	52
Sydsverige	69	67	64	61	58	62	55	58	57	56	57	50	50	52	50	50	49	47	54	50	49
Västsverige	65	69	67	62	60	66	60	60	62	58	59	54	56	55	53	51	54	55	54	53	51
Norra Mellansverige	67	69	61	64	62	61	63	58	63	59	58	52	53	50	49	45	51	50	48	52	47
Mellersta Norrland	69	63	69	67	60	63	57	59	63	63	62	57	58	55	54	51	50	56	60	57	48
Övre Norrland	67	68	71	64	64	63	65	61	65	58	60	51	53	52	52	46	56	57	51	52	50

Kommentar: Resultaten baseras på registerdata från Skatteverkets registertjänst Navet. 15-åringarna ingår inte i SOM-undersökningarna fr.o.m. 2009 varför resultaten inte är jämförbara beträffande yngsta åldersgruppen. *Endast formulär 1-4.

Källa: De nationella SOM-undersökningarna 2002-2016.

Noter

- ¹ Kapitlet bygger på tidigare års metodredogörelser, se exempelvis Vernersdotter (2016).
- ² Parallellt med den nationella SOM-undersökningen genomförde SOM-institutet en motsvarande enkätundersökning i Västra Götalandsregionen och i Göteborgs kommun.
- ³ SOM-undersökningarna 2016 kodades av Linn Annerstedt och Linda Lidborg.
- ⁴ www.som.gu.se/undersokningar
- ⁵ Kinnmark Information AB anlitas 2016
- ⁶ Concilia Information anlitas 2016

Referenser

- AAPOR (2015). Standard definitions. *The American Association For Public Opinion Research* 8:e edition.
- Gilljam, Mikael, Granberg, Donald, Holm, Bengt, Karlsson, David, & Sundell, Anders. (2013). Comparison of Web and Mail Responses in a Census of Swedish Local Political Representatives. *Survey Practice*, 4(3).
- Holmberg, Anders, Lorenc, Boris, & Werner, Peter. (2010). Contact strategies to improve participation via the web in a mixed-mode mail and web survey. *Journal of Official Statistics*, 26(3), 465.
- Hägglund, Jonas (2015). *Metodexperiment i den västsvenska SOM-undersökningen 2014*. Rapport 2015:13, SOM-institutet, Göteborgs Universitet.
- Markstedt, Elias (2014) *Representativitet och viktning – Riks-SOM som spegel av det svenska samhället 1986-2013*. Rapport 2012:30 v2. SOM-institutet, Göteborgs Universitet.
- Millar, Morgan M., & Dillman, Don A. (2011). Improving response to web and mixed-mode surveys. *Public Opinion Quarterly*, nfr003.
- Nilsson, Åsa (2007). *Den nationella SOM-undersökningen 2006* i Holmberg, Sören & Lennart Weibull (red) *Det nya Sverige*. Göteborgs universitet: SOM-institutet.
- Schaefer, David R., & Dillman, Don. A. (1998). Development of a standard e-mail methodology: Results of an experiment. *Public opinion quarterly*, 378-397.
- Vernersdotter, Frida (2014). *Den nationella SOM-undersökningen 2013* i Bergström, Annika & Henrik Oscarsson (red) *Mittfåra & marginal*. Göteborgs universitet: SOM-institutet.

