

Undersökning om agerande kring corona

**Medieanvändning och efterlevnad av
rekommendationer bland icke fullt svensktalande**

Maj 2020

- 1. Bakgrund och genomförande**
- 2. Efterlevnad av rekommendationer**
- 3. Oro och kunskap**
- 4. Mediekonsumtion**
- 5. Kampanjens förmåga**
- 6. Sammanfattning och rekommendation**

1. Bakgrund och genomförande

2. Efterlevnad av rekommendationer

3. Oro och kunskap

4. Mediekonsumtion

5. Kampanjens förmåga

6. Sammanfattning och rekommendation

Bakgrund

MSB, FHM och Socialstyrelsen genomför, med hjälp av Le Bureau, under våren 2020 en informationskampanj kring corona och covid-19.

En utvärdering av kampanjen vecka 14-16 genomfördes i april. Metoden som användes missar dock några grupper, bland annat dem som inte talar och skriver svenska.

Myndigheterna följer efterlevnad av regelverket kring corona och covid-19. Efterlevnaden mäts löpande, via Kantar Sifo. Även denna mätning missar samma grupp.

Undersökningens syfte

Att i gruppen icke fullt svensktalande

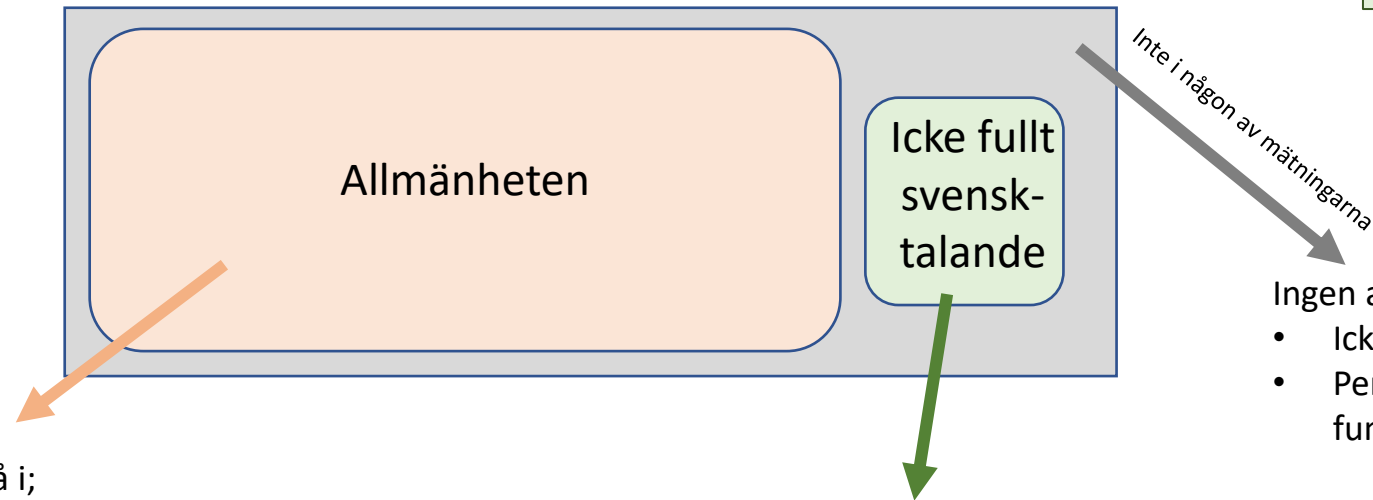
- Förstå efterlevnad av generella råd
- Mäta graden av oro och upplevd kunskap
- Förstå mediekonsumtion i frågor kring corona och covid-19
- Förstå om kampanjen nått ut

Aktörer och ansvarsfördelning

- Uppdragsgivare: MSB
- Projektansvarig: Le Bureau
- Metod och analys: Hector Consulting
- Intervjuer: KAPI

Målgrupp

Bedömningen är att cirka 5-6 % av boende i Sverige inte till fullo behärskar svenska.



Målgruppen tas vara på i;

- Löpande mätning – efterlevnad regelverk
- Kampanjmätning mot allmänheten – kampanjen och medieanvändning

Denna mätning

Definierat som;

”Kan inte prata och läsa svenska helt obehindrat”

Begränsning;

- Personer som (under coronatid) rör sig på gatorna i en ort med hög andel personer som bedöms behöva information på annat språk. Få äldre intervjuade.
- Intervju endast på de språk som intervjuarna hanterar

Konsekvens: Mätningen når ej:

- Äldre
- Sjuka
- De som ej kan kommunicera alls på något av de större språken



Metod - sammanfattning

- **På-stan intervjuer** med icke fullt svensktalande i Sverige
Definition: *"Kan ej prata och läsa Svenska helt obehindrat"*
- Intervjuer på **flera olika språk** – mångspråkiga intervjuare
- **Slumpmässigt urval** av personer "på stan" – var n'te person som passerar en definierad plats valdes ut
- 312 godkända intervjuer
- 26 % svarsfrekvens bland målgruppsaktuella
- 18 år och uppåt
- 8 svenska städer (Stockholm, Malmö, Göteborg, Linköping, Norrköping, Uppsala, Västerås, Helsingborg). 2 platser på flera av orterna.
- Datainsamling 14 – 27 maj 2020



Metod - detaljer

- **Omfattning:** 312 på-stan-intervjuer i åtta städer.
- **Omfång:** Tolv frågor samt bakgrundsvariabler. Samtliga frågor har varit icke tvingande
- **Metod:** Slumpmässigt val av intervjuperson.
Var n'te person metoden har använts.
Exempel: var tredje person som passerar har blivit tillfrågad att svara på frågorna. Om den utvalda personen visar sig vara icke målgruppsaktuell, så räknas åter till tredje personen som passerar.
- **Bedömning av språkkunskap för slumpmässigt vald person:**
Intervjuaren bedömer alternativt ställer fråga;
 - Modersmål eller pratar och läser helt obehindrat → intervju avslutad
 - Övriga → Intervju genomförd
- **Intervjuare:** Elva flerspråkiga intervjuare har deltagit i informationsinsamlingen
- **Språk:** Intervjuer har skett på svenska, engelska, arabiska, somaliska, turkiska, kurdiska, polska, persiska, dari.
Frågeformuläret fanns professionellt översatt till sex olika språk.
- **Hänsyn till pågående coronopandemi:** Intervjuarna har befunnit sig i en miljö som har möjliggjort intervjuande som efterlever de rådande restriktioner, dvs. att intervju kan ske med avstånd på minst 2 meter.

Stad	Antal intervjuer	Datum	Områden
Stockholm	120	14-16 maj	Tensta, Skärholmen
Göteborg	61	21-24 maj	Angered, Kortedala
Malmö	48	21-24 maj	Rosengård, Möllevångstorget
Helsingborg	17	21-24 maj	Söder
Uppsala	22	25 maj	Gottsunda
Linköping	12	26 maj	Skäggetorp, Ryd
Norrköping	12	26 maj	Hageby
Västerås	20	27 maj	Råby, Bäckby

Intervjupersonerna kommer från 40 olika länder.

Bortfall

	(antal)	
Antal kontaktade personer	1510	
Ej målgruppsaktuell (talar Svenska)	299	
Målgruppsaktuella	1211	
Ovilja / ej tid etc.	734	(varav en del inte är målgruppsaktuella)
Inget gemensamt språk	152	
Ej lämplig att intervjua	13	
Genomförda intervjuer	312	<i>26 % av bekräftat målgruppsaktuella har intervjuats</i>

1. Bakgrund och genomförande

2. Efterlevnad av rekommendationer

3. Oro och kunskap

4. Mediekonsumtion

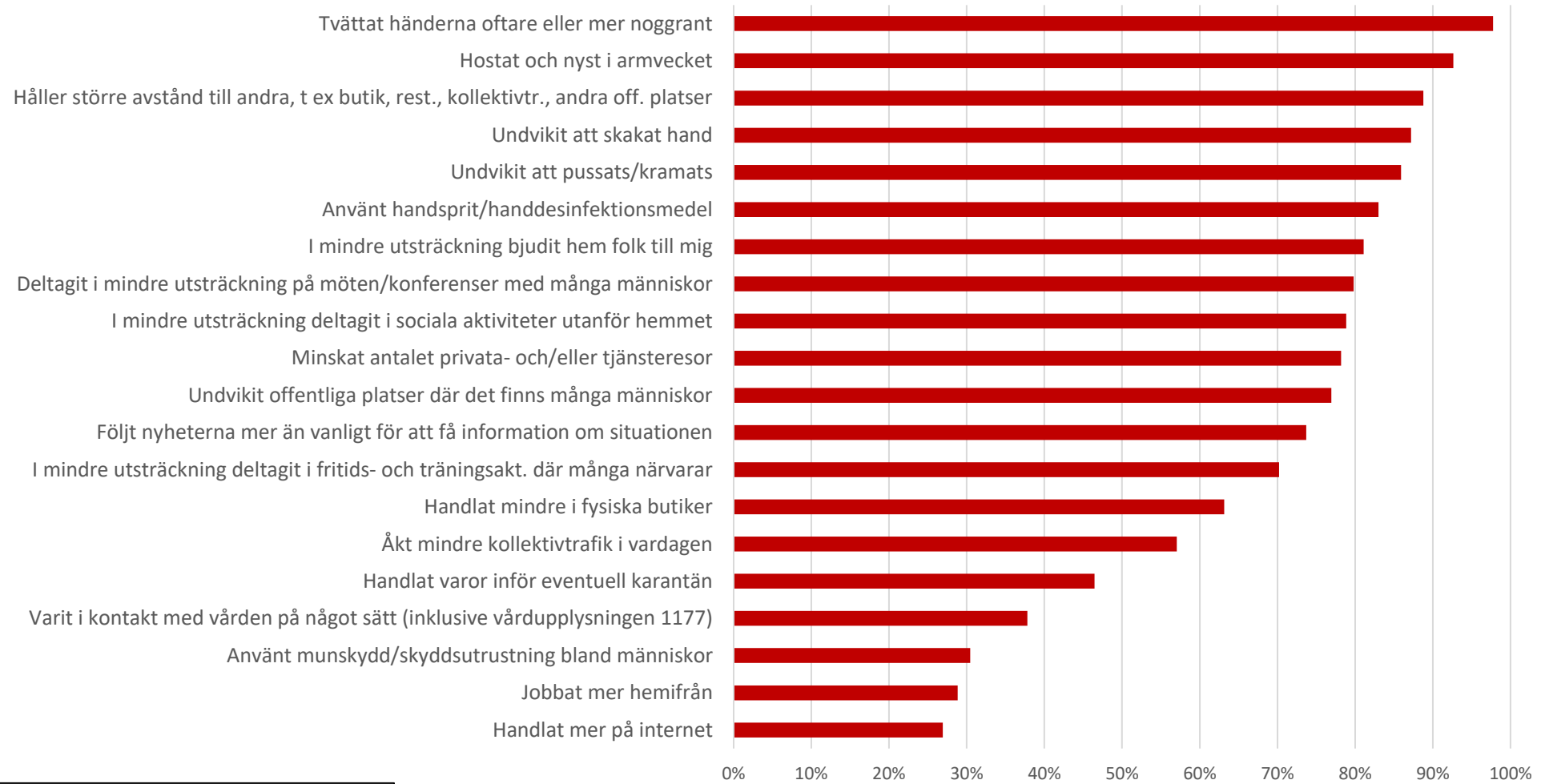
5. Kampanjens förmåga

6. Sammanfattning och rekommendation

Efterlevnad av rekommendationer

FRÅGA:

Har du gjort någon av följande förändringar för att minska risken att bli utsatt för coronaviruset?



TOLKNING:

Efterlevnaden av rekommendationerna är god.

Efterlevnad av rekommendationer i jämförelse med allmänheten

FRÅGA:

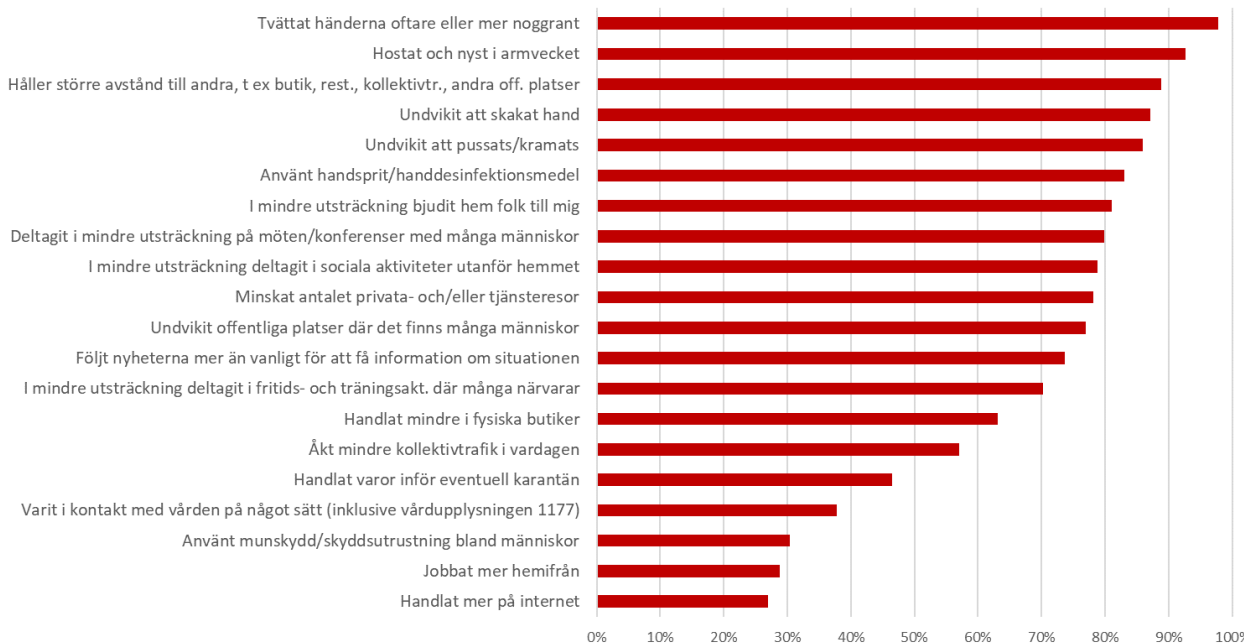
Har du gjort någon av följande förändringar för att minska risken att bli utsatt för coronaviruset?

REFERENSVÄRDE ALLMÄNHETEN

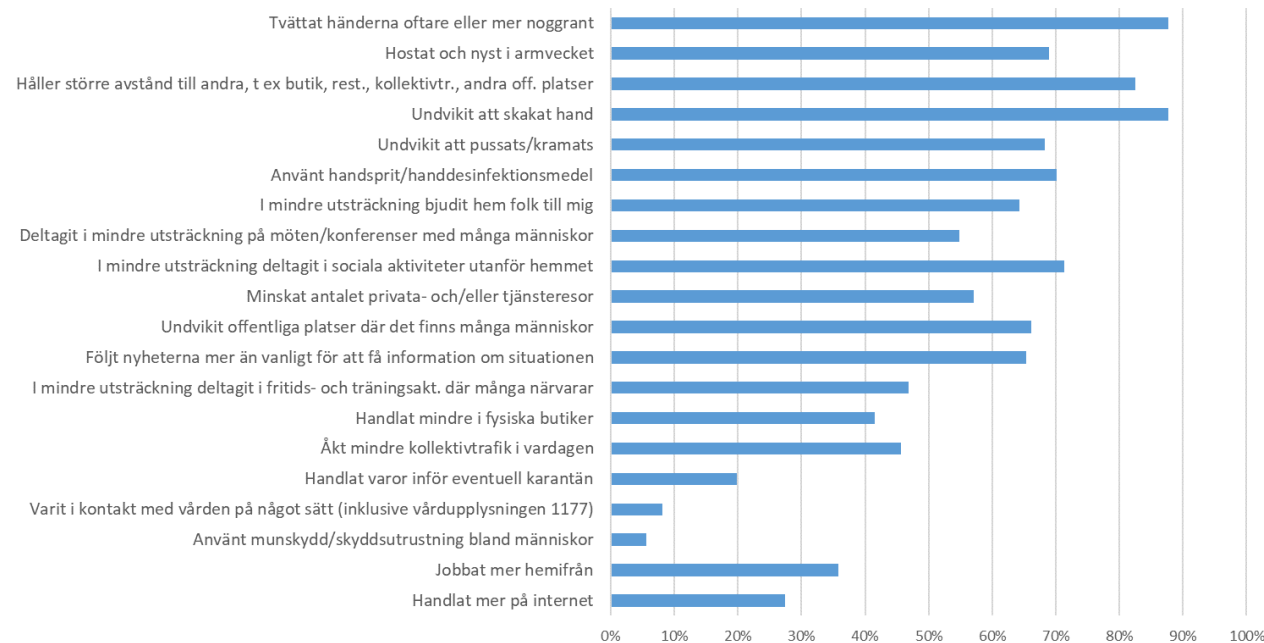
Samma period

Källa: Kantar Sifo regelbundna mätning om coronakrisen
Not: Annan metod, därför ej direkt jämförbart. Metoden som används i gruppen icke fullt svensktalande tenderar att ge högre värden. Jämförelser är främst intressant som jämförelse av profil.

ICKE FULLT SVENSKTALANDE



ALLMÄNHETEN



TOLKNING:

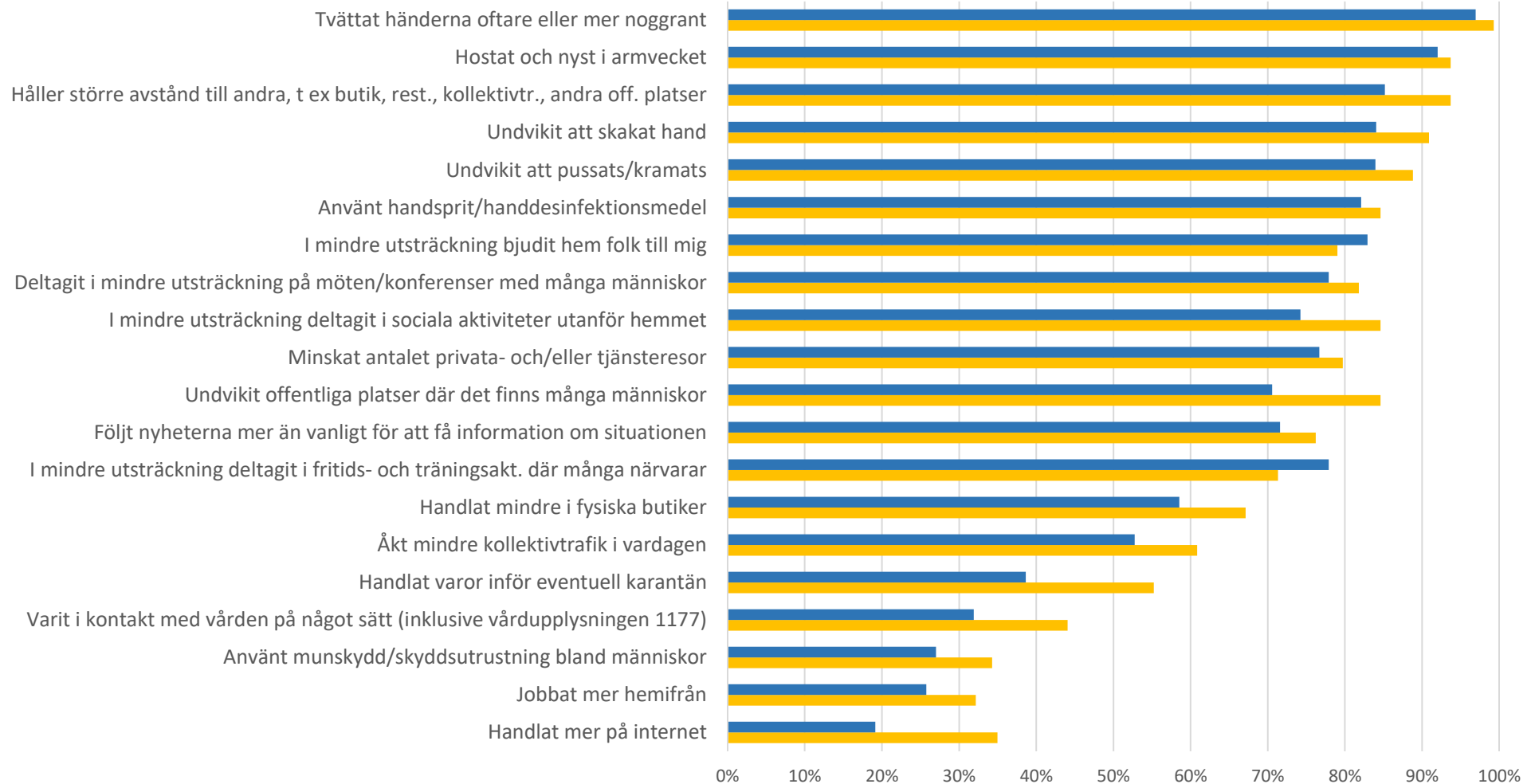
Efterlevnaden av regler i gruppen icke fullt svensktalande liknar i huvudsak allmänheten. Grupperna är båda goda på att efterfölja reglerna. Med tanke på metodskillnader kan ingen generell skillnad på nivån på efterlevnad av regler bekräftas. Det går däremot att se att profilen på kurvorna är snarlik, vilket innebär att grupperna liknar varandra när det gäller vilka rekommendationer som följs tydligast.

På den detaljerade nivån kan sägas att flera av skillnaderna speglar yrkesval (exempelvis jobbar färre av icke fullt svensktalande hemma) och annat som har med livssituation att göra.

Efterlevnad av rekommendationer per kön

FRÅGA:

Har du gjort någon av följande förändringar för att minska risken att bli utsatt för coronaviruset?



TOLKNING:

Efterlevnaden är generellt högre bland kvinnor än män.

Även bland allmänheten är efterlevnaden högre bland kvinnor (källa: Kantar sifo).

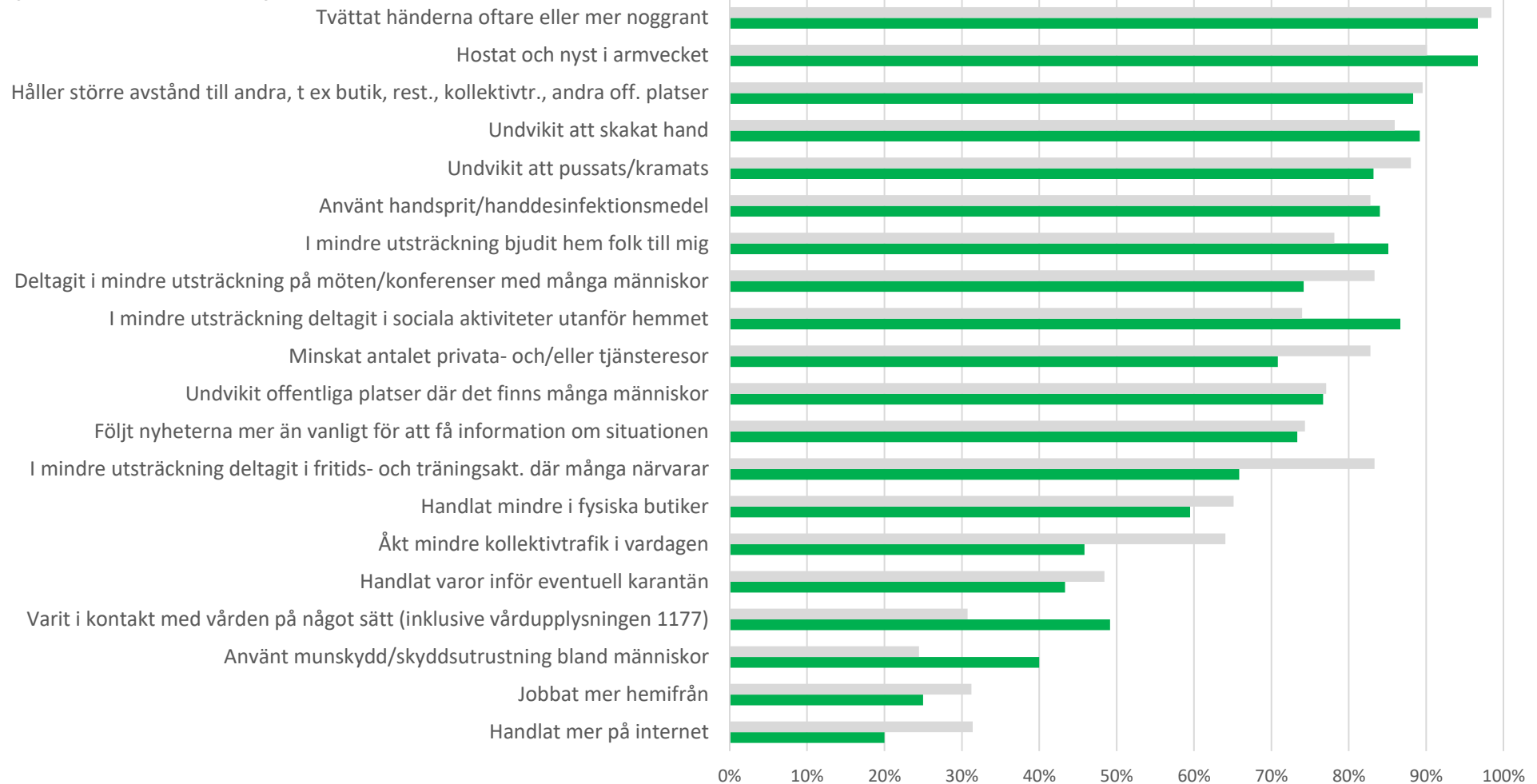
■ Män
■ Kvinnor

Efterlevnad av rekommendationer

Stockholm vs icke Stockholm

FRÅGA:

Har du gjort någon av följande förändringar för att minska risken att bli utsatt för coronaviruset?



TOLKNING:

Skillnaderna över landet är att betrakta som små.

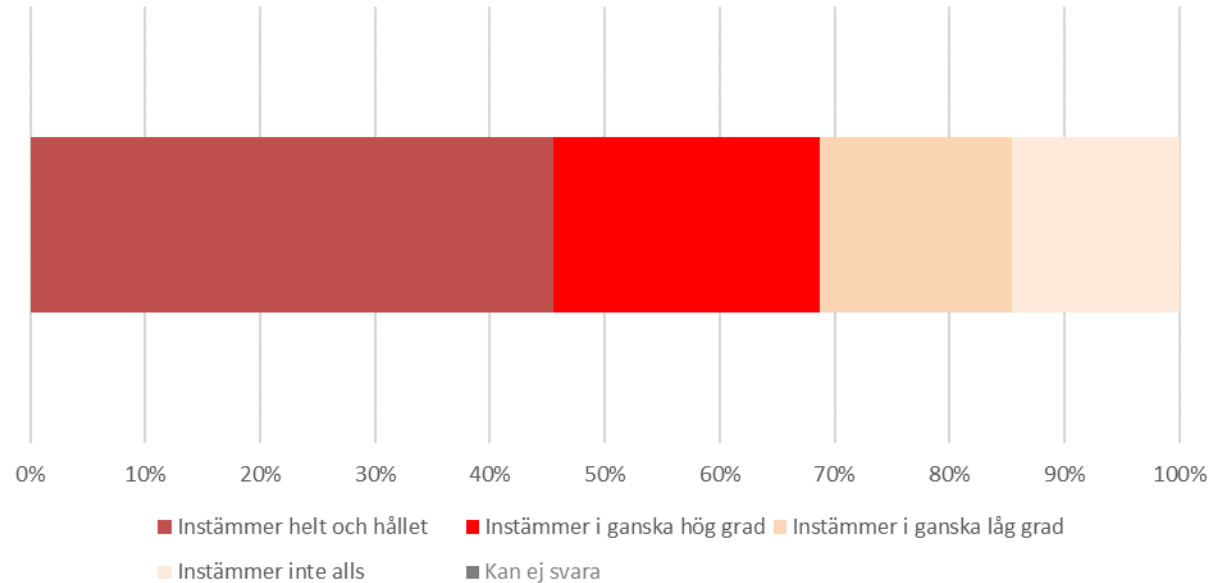
■ Stockholm
■ Icke Stockholm

- 1. Bakgrund och genomförande**
- 2. Efterlevnad av rekommendationer**
- 3. Oro och kunskap**
- 4. Mediekonsumtion**
- 5. Kampanjens förmåga**
- 6. Sammanfattning och rekommendation**

Grad av oro för covid-19

FRÅGA:

Jag är orolig för de konsekvenser situationen med coronaviruset kan få för mig och min familj.



TOLKNING:

Gruppen är splittrad och innehåller både starkt oroliga och personer som inte oroar sig. Graden av oro är något högre i gruppen icke fullt svensktalande i jämförelse med allmänheten.

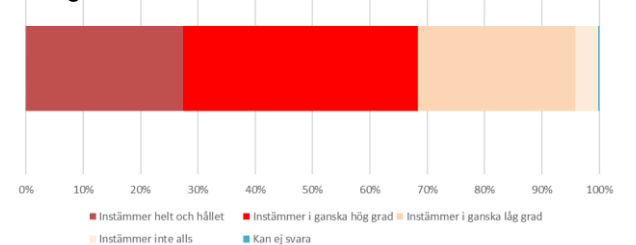
REFERENSVÄRDE ALLMÄNHETEN SLUTET AV APRIL

Källa: Kampanjmätning Vecka 14-16. Webbmätning.

Not 1: Annan metod, därför ej direkt jämförbart

Not 2: Enligt Kantar Sifo mätning är graden av oro i det närmaste oförändrad över tid.

Not 3: Mätningen mot allmänheten visar att svensktalande utlandsfödda är aningen mer oroliga än övriga.

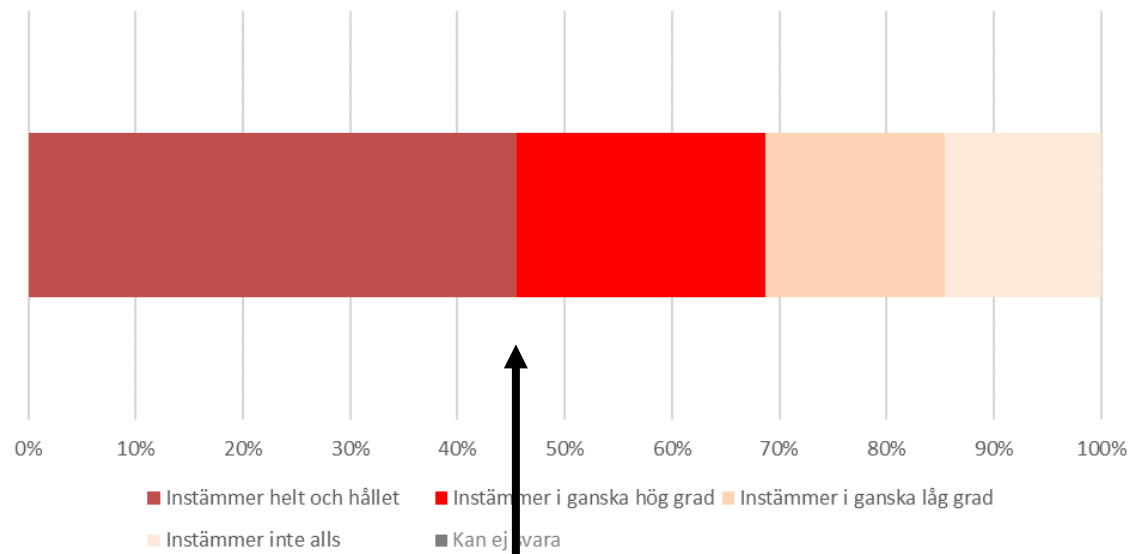


Grad av oro för covid-19

Undergrupper

FRÅGA:

Jag är orolig för de konsekvenser situationen med coronaviruset kan få för mig och min familj.



Andel oroliga:
(mörkröda)

Alla	45 %
Kvinnor	56 %
Män	34 %

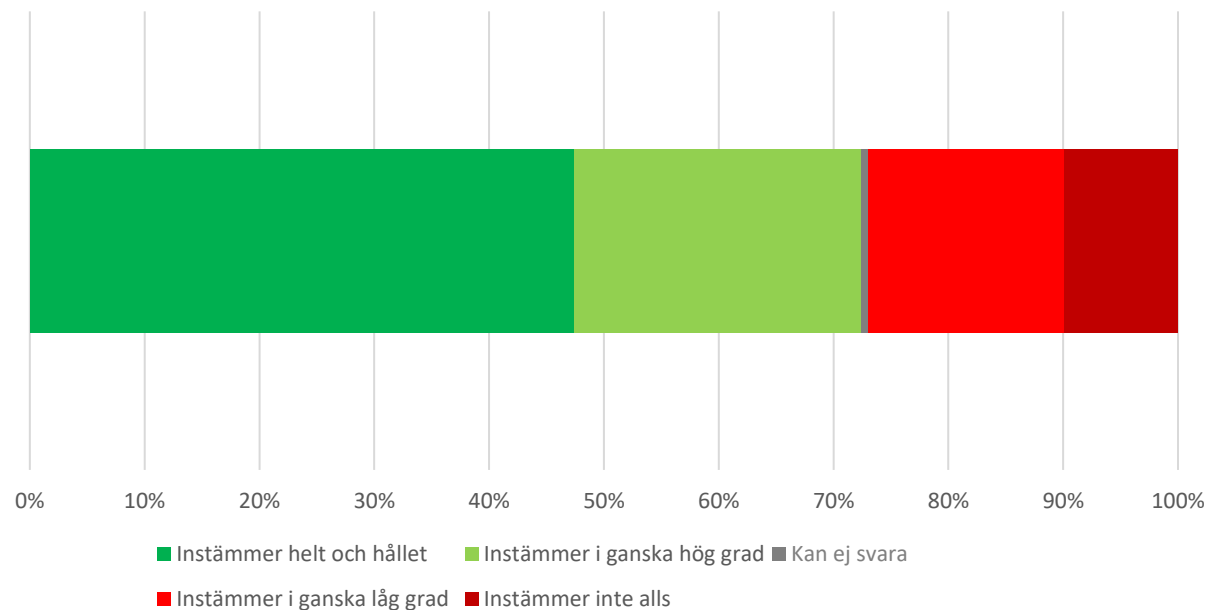
TOLKNING:

Graden av oro är högre bland kvinnor, vilket är samstämmigt med allmänheten.

Upplevd kunskap om agerande

FRÅGA:

Jag känner mig trygg i att jag vet hur jag ska agera för att minimera riskerna kring coronaviruset.

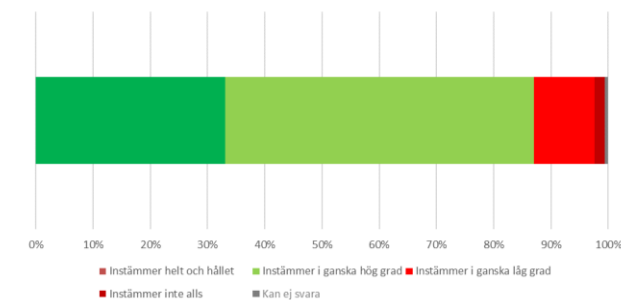


TOLKNING:

Gruppen är polariserad. Hälften av gruppen känner sig helt trygga i att de vet vad de ska göra för att undvika riskerna. Samtidigt är var fjärde otrygg kring sin kunskap om vad de kan göra för att undvika riskerna, vilket tycks vara fler än i gruppen allmänheten.

REFERENSVÄRDE ALLMÄNHETEN SLUTET AV APRIL

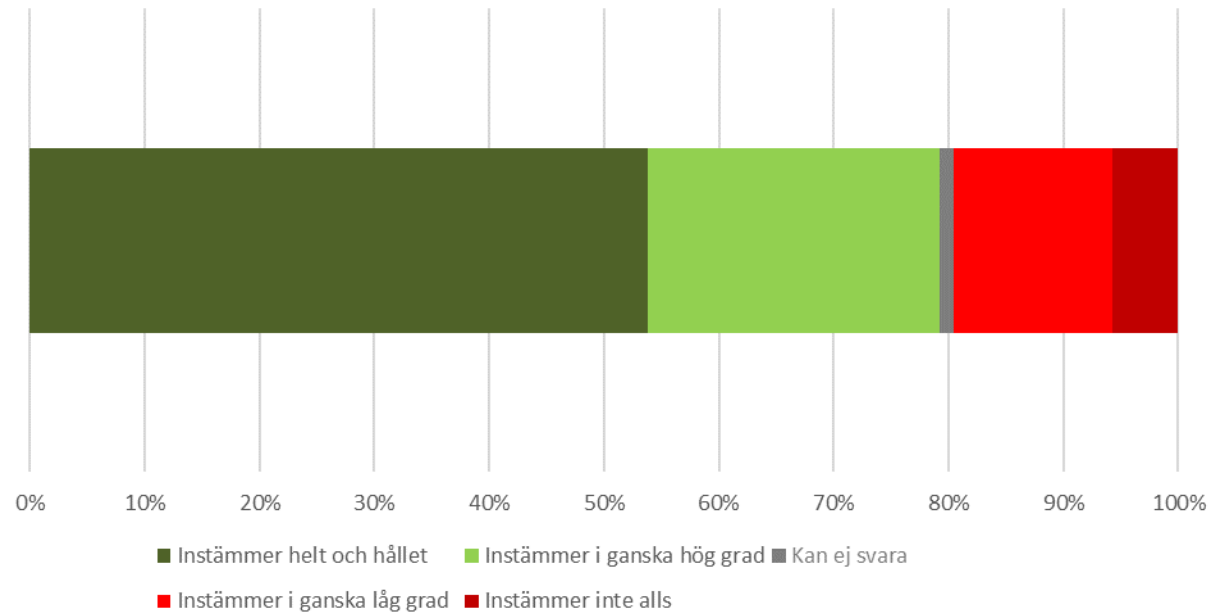
Alla: Kampanjmätning Vecka 14-16. Webbmätning.
Not 1: Annan metod, därför ej direkt jämförbart



Lätthet att hitta information

FRÅGA:

Jag tycker det är lätt att hitta information om corona och covid-19 som jag kan förstå.



TOLKNING:

Endast en mindre andel, kring 20 %, anser att det är svårt att hitta information.

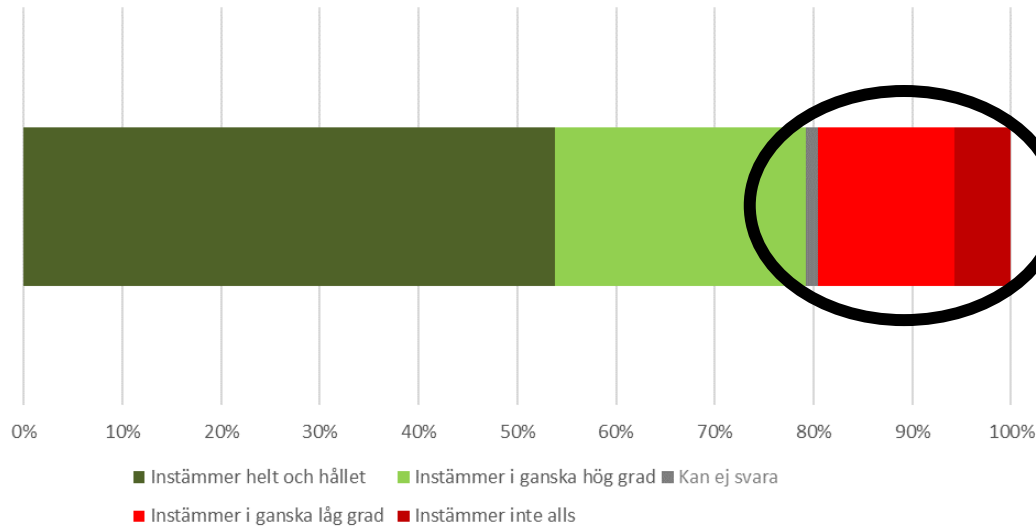
Lätthet att hitta information

FRÅGA:

Jag tycker det är lätt att hitta information om corona och covid-19 som jag kan förstå.

NOT:

Svag bas, 61 intervjuer.
Resultaten är därför indikativa.



Typisk profil:

Snarlik efterlevnad av regler

Fler äldre

Fler från Syrien och Somalia men ändå spridning

Båda könen

Något sämre kunskaper i svenska

Sämre kunskaper i engelska

Lägre generellt förtroende för myndigheter

Något färre i Stockholm i gruppen

Något mer oroliga för coronas konsekvenser

Betydligt lägre grad av trygghet i att göra rätt

Snarlikt användande av media (lite mer utländsk media)

TOLKNING:

Bristen på information, eller svårigheten att hitta information, leder inte till sämre beteenden eller heller inte till någon avsevärd högre grad av oro.

Konsekvenserna av eventuella svårigheter att hitta information är därför liten.

Det kan möjligen vara svårare för den här gruppen att hitta specifik information (referensvärden i gruppen allmänheten saknas).

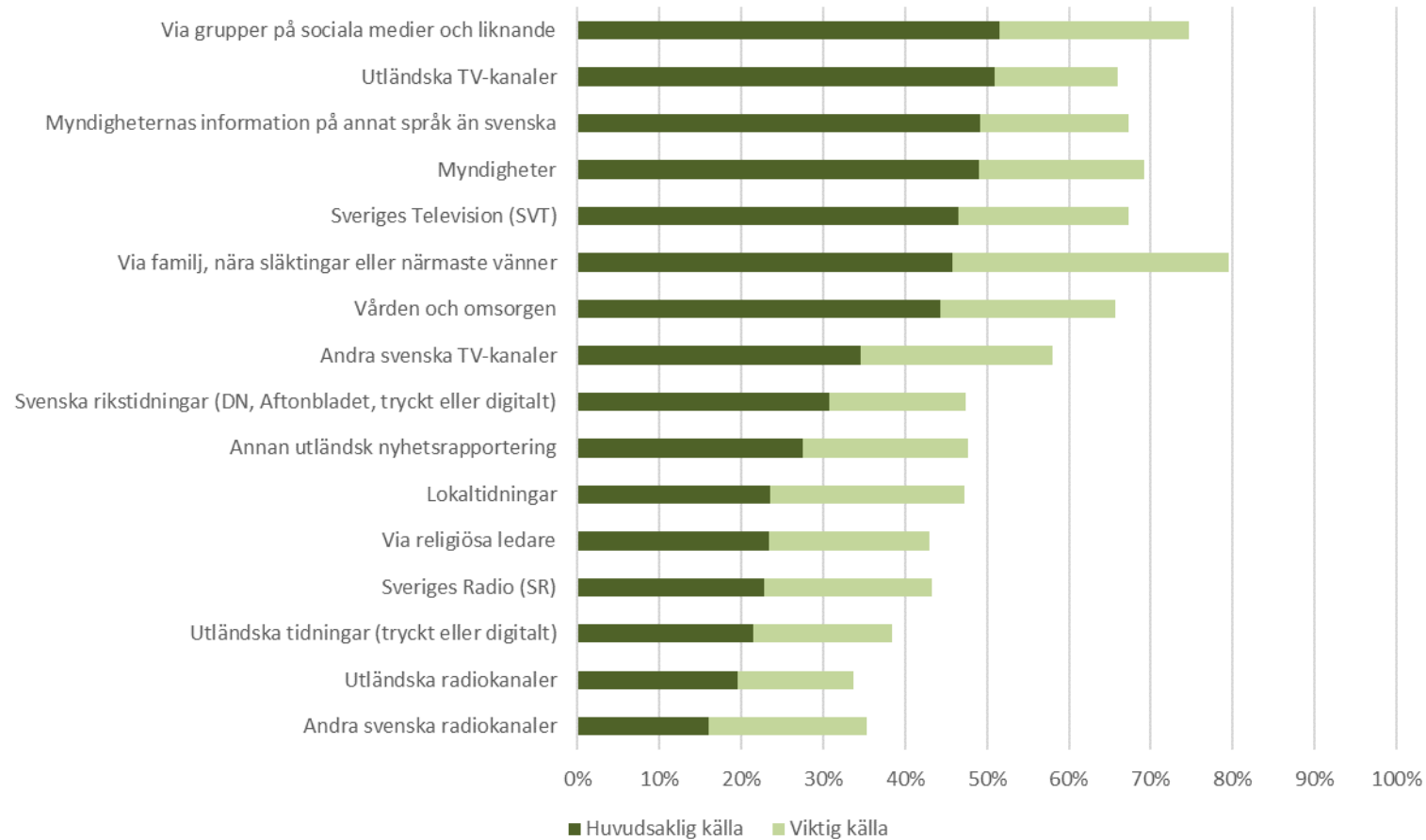
Jag jobbar som städare. Jag vet inte alltid hur jag ska desinficera
Ungefärligt citat från intervjuperson.

- 1. Bakgrund och genomförande**
- 2. Efterlevnad av rekommendationer**
- 3. Oro och kunskap**
- 4. Mediekonsumtion**
- 5. Kampanjens förmåga**
- 6. Sammanfattning och rekommendation**

Medieanvändning för information om coronaviruset och covid-19

FRÅGA:

När det gäller information om coronaviruset och sjukdomen covid-19, i vilken grad använder du dig av följande källor för kunskap?



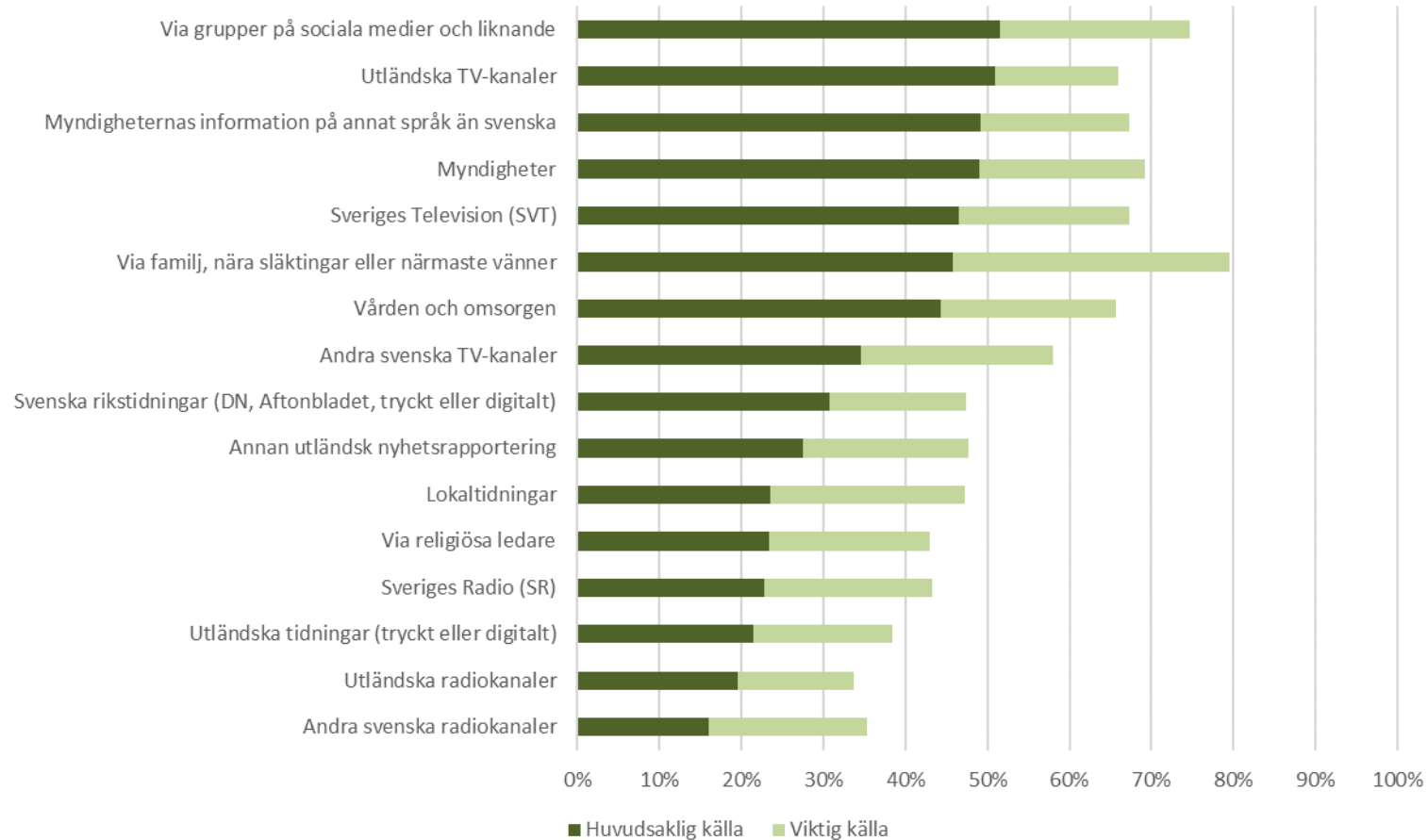
TOLKNING:

Flera källor är viktiga för gruppen icke fullt svensktalande. Bland källorna finns de kanaler som kan anses som önskvärda för korrekt information, men också andra källor.

Medieanvändning för information om coronaviruset och covid-19 i jämförelse med allmänheten

FRÅGA:

När det gäller information om coronaviruset och sjukdomen covid-19, i vilken grad använder du dig av följande källor för kunskap?

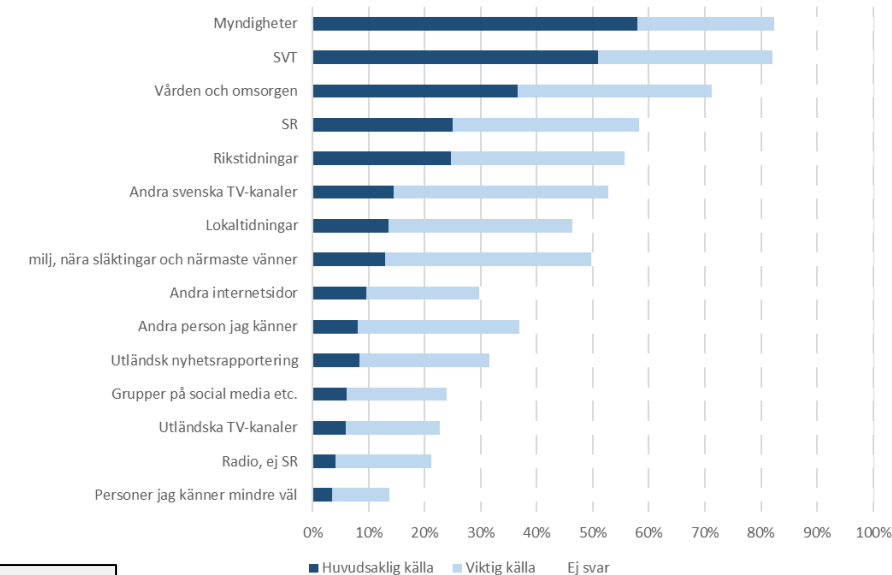


TOLKNING:

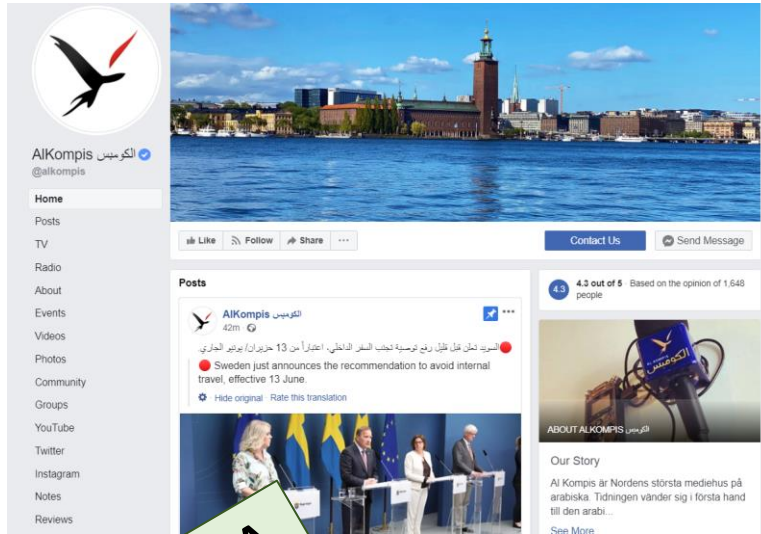
Allmänheten visar en enhetlig bild som i mycket hög grad visar de myndighetsnära kanalerna. Icke fullt svensktalande visar en betydligt mer splittrad bild.

REFERENSVÄRDE ALLMÄNHETEN SLUTET AV APRIL

Källa: Kampanjmätning Vecka 14-16. Webbmätning.
Not 1: Annan metod, därför ej direkt jämförbart



Exempel



SOCIAL MEDIA

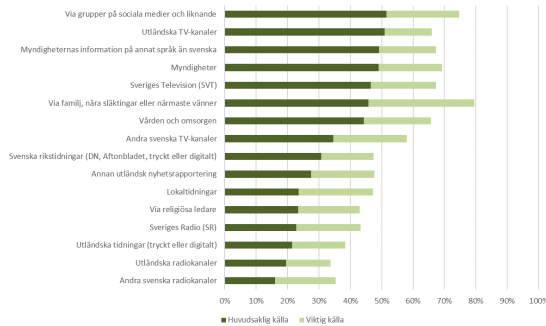
NYHETSBYRÅN JÄRVA
TODOBBAADKII
INA DHAAFAY
Nyheter på somaliska
- varje fredag kväll



Medieanvändning för information om coronaviruset och covid-19 någon av bekräftade kanaler

FRÅGA:

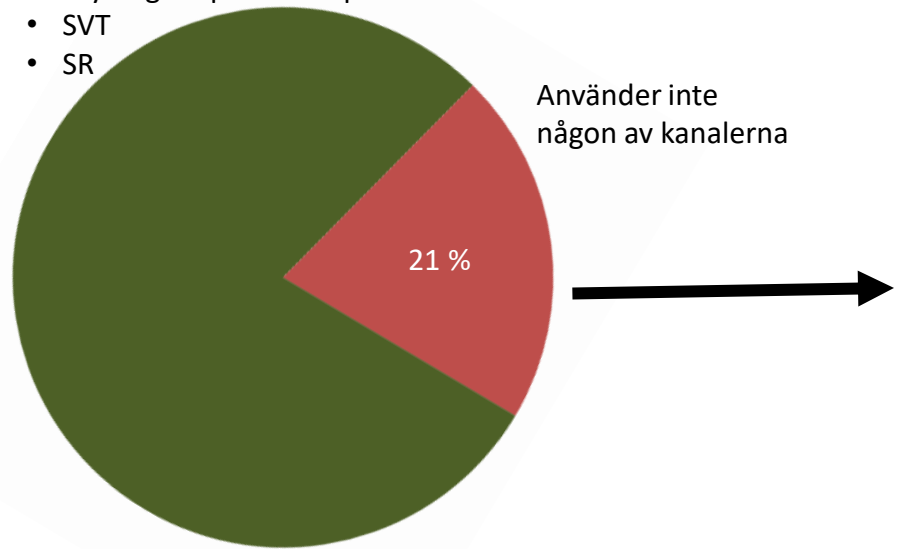
När det gäller information om coronaviruset och sjukdomen covid-19, i vilken grad använder du dig av följande källor för kunskap?



NOT:
Svag bas, 66 intervjuer.
Resultaten är därför indikativa.

Använder minst en av följande som huvudkälla;

- Vården
- Myndighet
- Myndighet på annat språk
- SVT
- SR



Typisk profil:

Snarlik efterlevnad av regler

Använder som huvudkanal

- 50-60 % grupper på social media (likt övriga)
- 35-45 % familj/vänner (likt övriga)
- 30-40 % utländsk TV (likt övriga)

Lägre grad av observation av kampanj

Blandade åldrar

Större andel män

Många har lågt förtroende för myndigheter

Samma grad av oro för corona som övriga

Lägre förtroende för information – alla kanaler, inklusive familj, social media etc.

REFERENSVÄRDE ALLMÄNHETEN SLUTET AV APRIL

Källa: Kampanjmätning Vecka 14-16. Webbmätning.
Not 1: Annan metod, därför ej direkt jämförbart

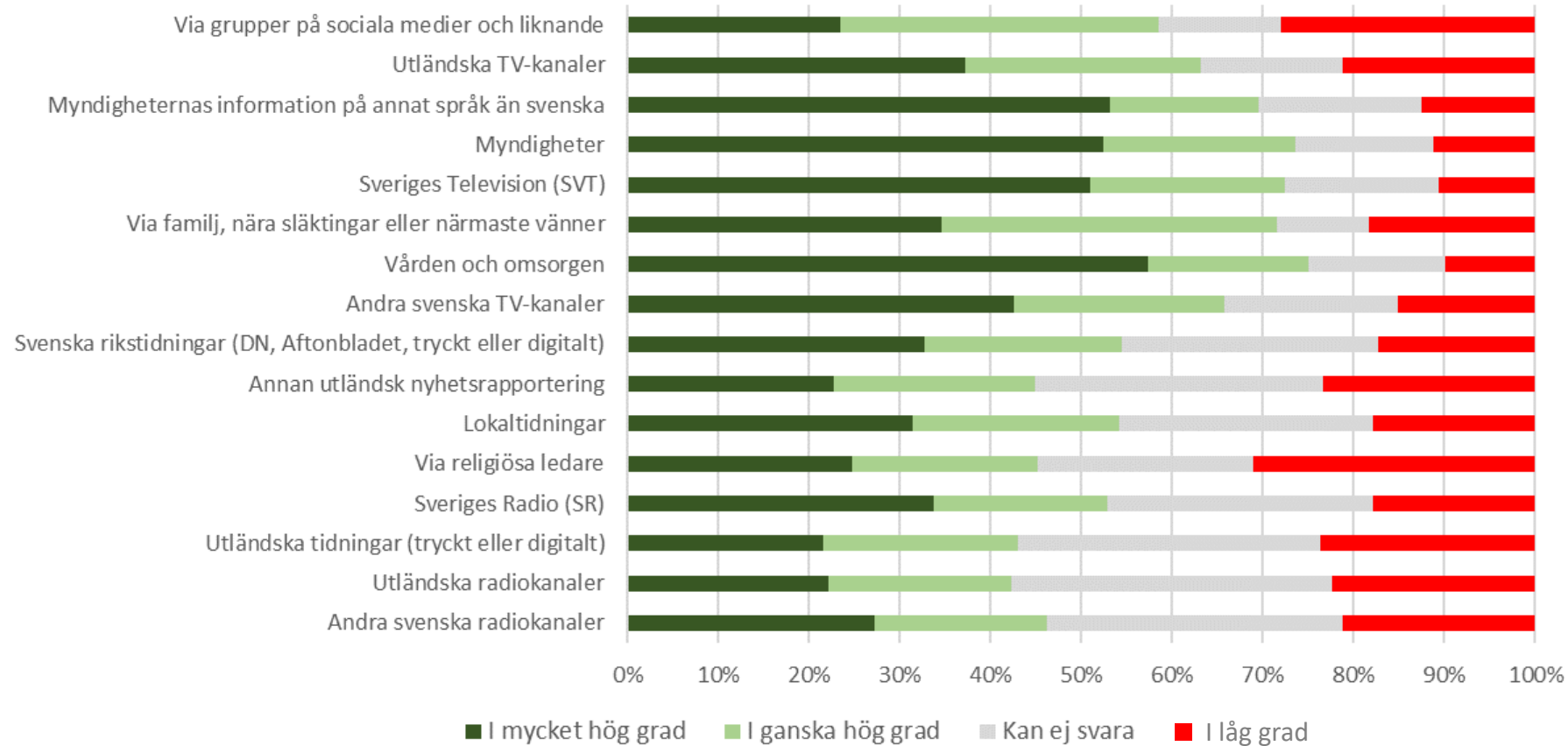
18 %

TOLKNING:
Gruppen som väljer bort myndigheternas information och även SVT använder istället social media, familj och utländsk TV. Gruppen har generellt lågt förtroende för myndigheter och information. Trots detta efterföljer dessa reglerna. De har alltså ändå nåtts av informationen om regelverket och dessutom efterlevt det.

Förtroende för information om coronaviruset och covid-19

FRÅGA:

I vilken grad litar du på informationen du får från var och en av källorna?



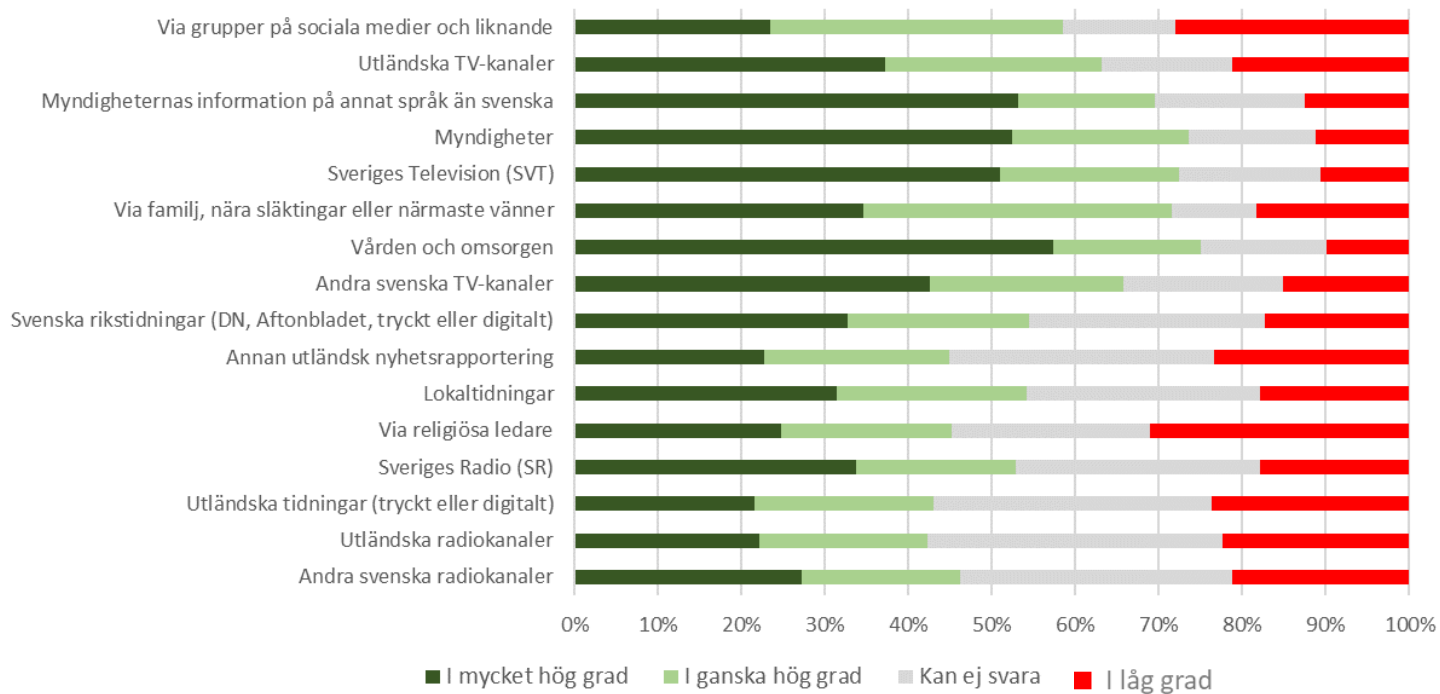
TOLKNING:

Myndigheterna, vården och SVT har högst förtroende. Utländska TV-kanaler ligger, i generella termer, något lägre. Grupper på social media visar en splittrad bild, vilket kan förklaras av den spridda kvaliteten på information som är typisk för social media i allmänhet.

Förtroende för information om coronaviruset och covid-19 i jämförelse med allmänheten

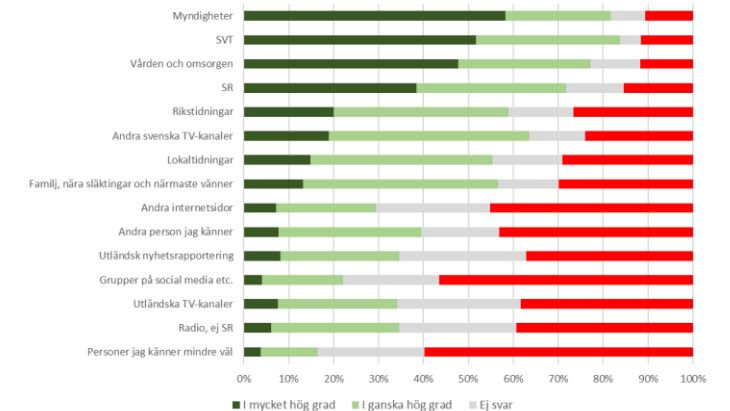
FRÅGA:

I vilken grad litar du på informationen du får från var och en av källorna?



REFERENSVÄRDE ALLMÄNHETEN SLUTET AV APRIL

Källa: Kampanjmätning Vecka 14-16. Webbmätning.
Not 1: Annan metod, därför ej direkt jämförbart



TOLKNING:

Allmänheten visar en betydligt högre grad av nyansering i graden av förtroende för kanaler.

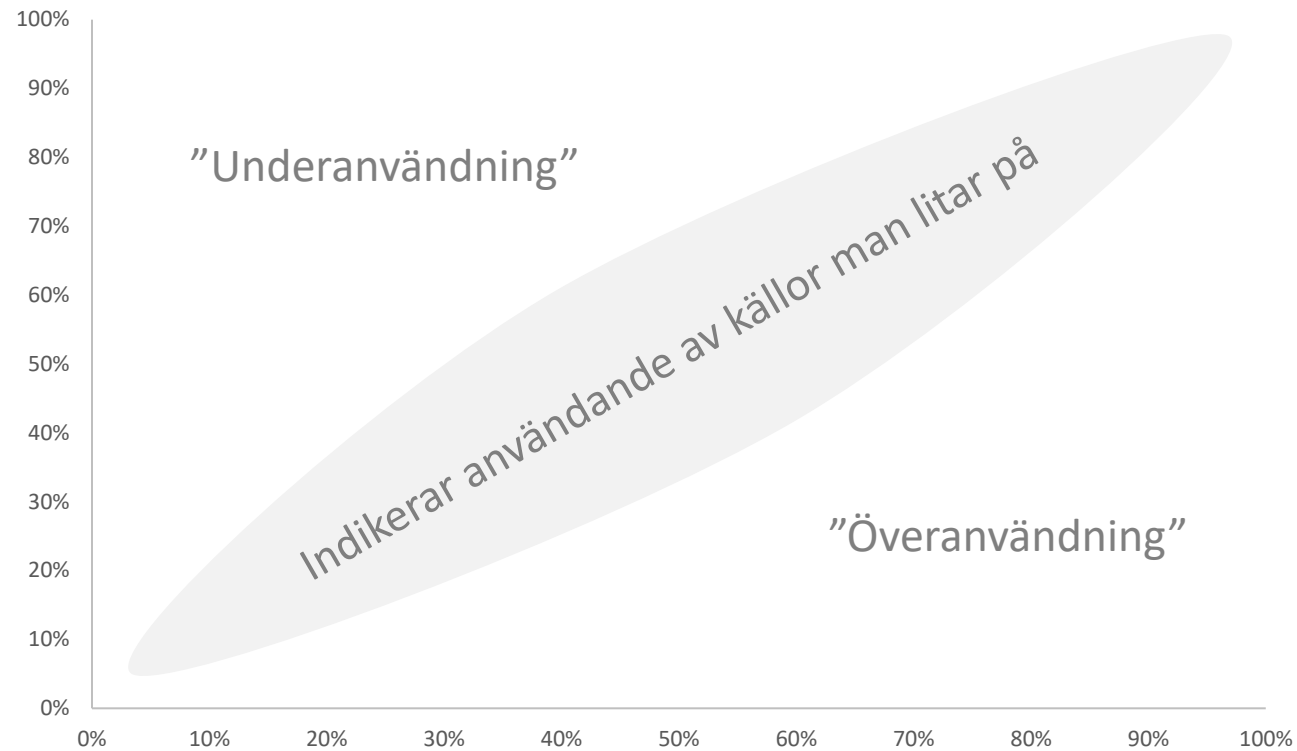
Förhållande mellan användande och trovärdighet principskiss

FRÅGOR:

När det gäller information om coronaviruset och sjukdomen covid-19, i vilken grad använder du dig av följande källor för kunskap?

I vilken grad litar du på informationen du får från var och en av källorna?

Upplevd trovärdighet
Andel som har fullt förtroende

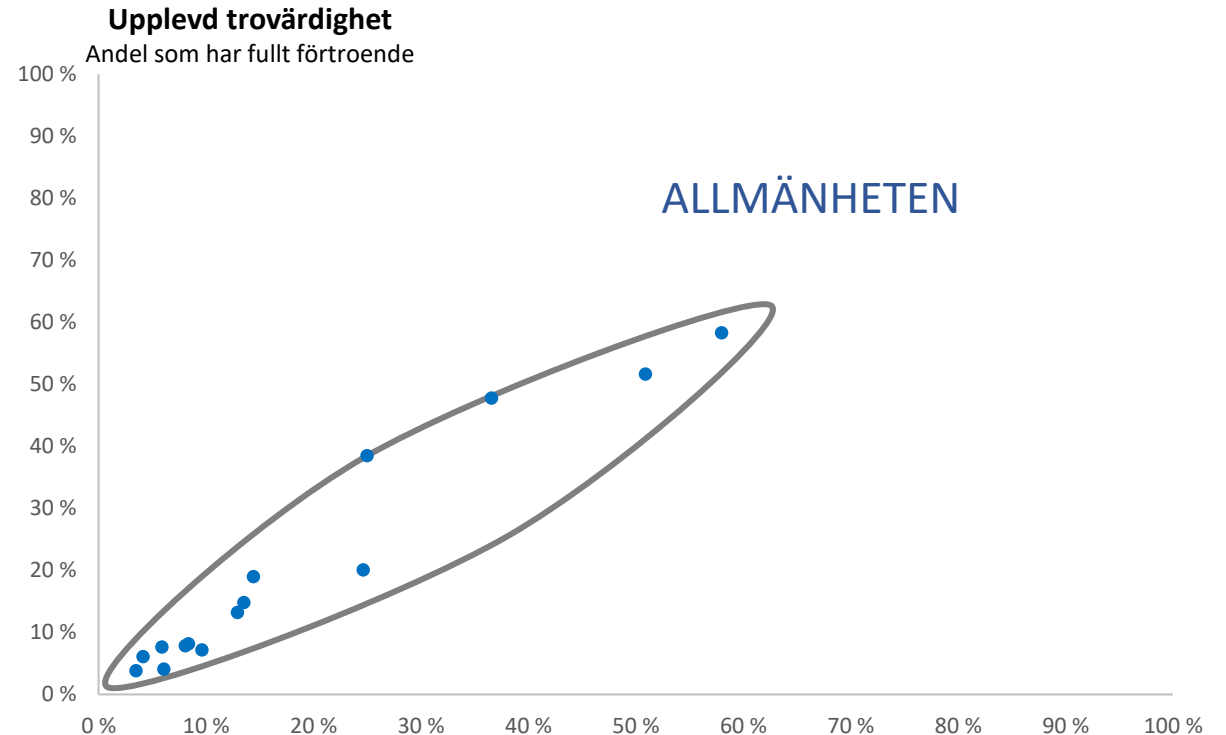
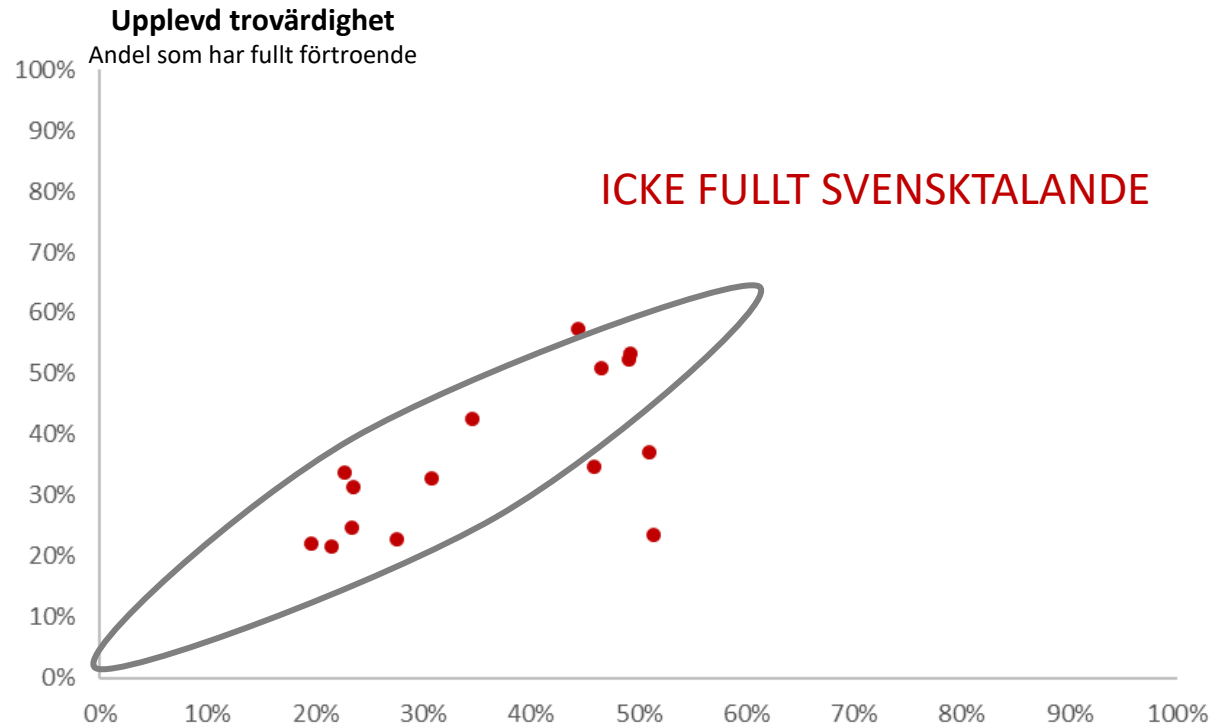


Användande
Andel som använder som
huvudkälla

Förhållande mellan användande och trovärdighet

FRÅGOR:

När det gäller information om coronaviruset och sjukdomen covid-19, i vilken grad använder du dig av följande källor för kunskap? I vilken grad litar du på informationen du får från var och en av källorna?



TOLKNING:

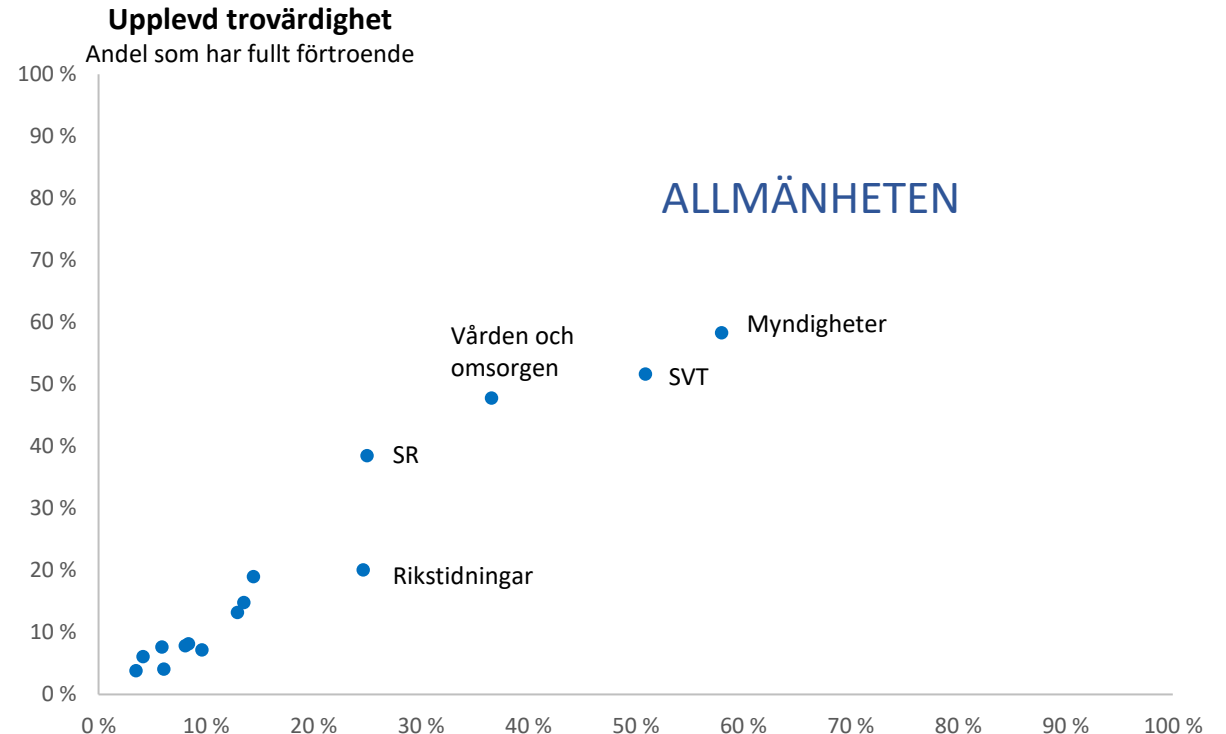
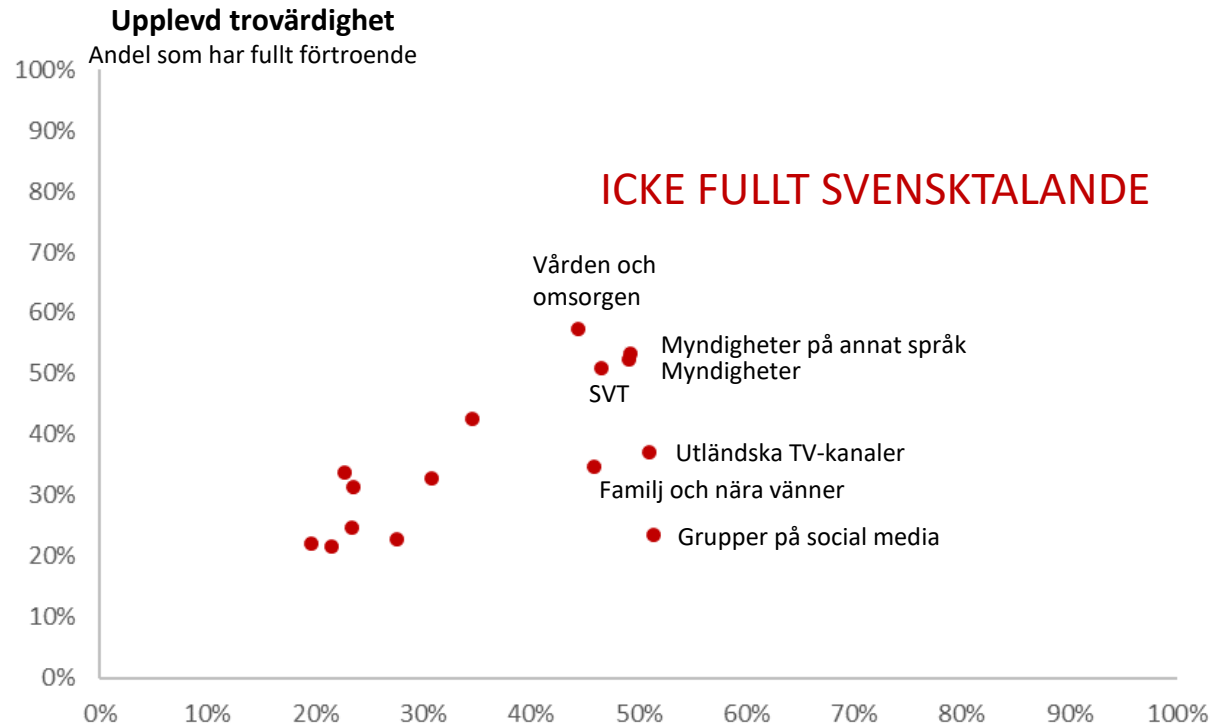
Ikke fullt svensktalande visar tenderar att använda 2-3 kanaler i högre utsträckning än vad de litar på dem.

Användande
Andel som använder som huvudkälla

Förhållande mellan användande och trovärdighet

FRÅGOR:

När det gäller information om coronaviruset och sjukdomen covid-19, i vilken grad använder du dig av följande källor för kunskap?
I vilken grad litar du på informationen du får från var och en av källorna?



TOLKNING:

Både icke fullt svensktalande och allmänheten betraktar myndigheternas information som trovärdig och använder den som huvudkälla. Icke fullt svensktalande använder dessutom viss media som de inte till fullo litar på att de ger rätt information;

- Grupper på social media: eftersom efterlevnaden av regler är god även för de som använder i huvudsak social media så finns det anledning att tro att källkritiken är tillräcklig. Avvikande information betraktas troligtvis med källkritik eftersom andra källor också används.
- Familj och vänner: möjligen finns det kulturella förklaring, kring vi-kulturen
- Utländska TV-kanaler: Dessa kanaler speglar ju inte situationen i Sverige, vilket kan förklara det lägre förtroendet

Ovanstående gäller informationsinhämtning kring corona och under maj -20. Annan typ av information kan följa andra mönster.

Användande

Andel som använder som huvudkälla

- 1. Bakgrund och genomförande**
- 2. Efterlevnad av rekommendationer**
- 3. Oro och kunskap**
- 4. Mediekonsumtion**
- 5. Kampanjens förmåga**
- 6. Sammanfattning och rekommendation**

Recognition

FRÅGA:

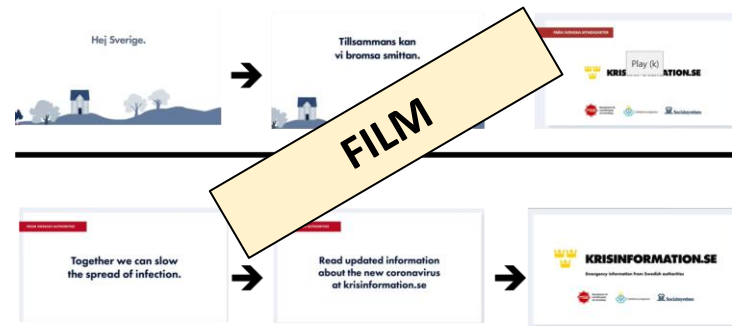
Har du sett någon av dessa annonser eller en liknande tidigare?
 Har du sett denna eller någon liknande film tidigare?
 Har du sett någon av dessa banners eller någon liknande tidigare?
 (bilder visade för var och en av frågorna, på relevant språk)

NOT:
 Kampanjen har investerat 6-7 % av budgeten i riktade insatser mot gruppen, dvs. något mer än dess del av befolkningen. Stora delar av insatsen har genomförts via annonser och social media.



39 %

Allmänheten: 63 %



24 %

Allmänheten: 59 %



33 %

Allmänheten: 55 %

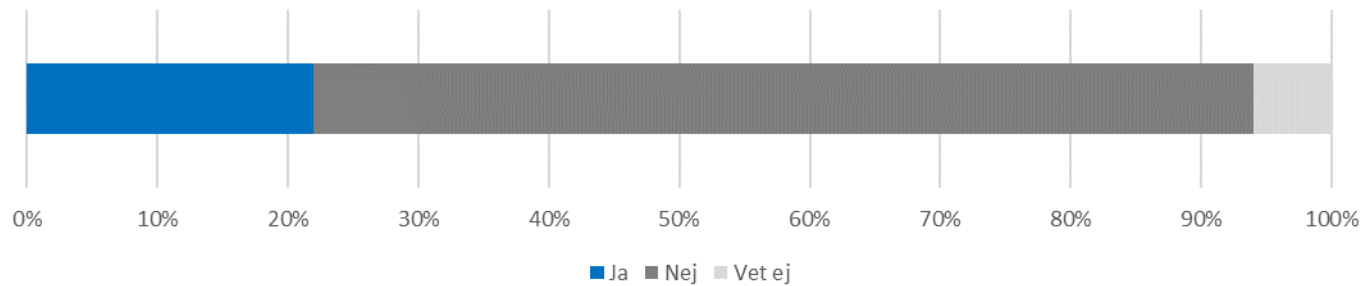
TOLKNING:
 Observationen av kampanjen är hög. Relativt allmänheten har annonserna hög observation och filmen låg, vilket förklaras av insatsens medieval. Att filmen når de värden den gör indikerar att gruppen ser en del på svensk TV.

SETT NÅGON: 48 %
REFERENSVÄRDE: Allmänheten: 85 %

Krisinformation.se

FRÅGA:

Har du besökt internetsidan krisinformation.se under de senaste veckorna? (bild visad)



REFERENSVÄRDE ALLMÄNHETEN SLUTET AV APRIL

Källa: Kampanjmätning Vecka 14-16. Webbmätning.

Not 1: Annan metod, därför ej direkt jämförbart

Not 2: Det är sannolikt att andel som besökt sidan ökat

33 %

TOLKNING:

Det tycks finnas potential att sprida information om sidan till gruppen icke fullt svensktalande.

- 1. Bakgrund och genomförande**
- 2. Jämförelse med allmänheten**
- 3. Efterlevnad av rekommendationer**
- 4. Mediekonsumtion**
- 5. Kampanjens förmåga**

6. Sammanfattning och rekommendation

Sammanfattning och rekommendationer

- Gruppen icke fullt svensktalande följer, liksom svenskar i allmänhet, de rekommendationer som myndigheterna ger kring corona och covid-19. Ingen större grupp avviker.
 - Myndigheternas information anses trovärdig och tillhör de viktigaste informationskällorna. SVT är också en viktig informationskälla som betraktas som trovärdig.
 - Vid sidan av myndigheterna och världens information använder icke fullt svensktalande även utländska TV-kanaler, familj/vänner och grupper på social media. Även dessa källor tycks bidra till efterlevnad av rekommendationer.
 - Kampanjen har bidragit till kunskapen och motivation att följa rekommendationerna.
-
- Om målet fortsatt är att nå ut brett; fortsatt på inslagen väg med kombination av flera kommunikationsvägar.
 - Fortsätt att situations- och budskapsanpassa informationen och utformningen.
 - Endast mindre och specifika grupper kan behöva information på annat sätt.