

STUDIER I SVENSK ALKOHOLOPINION

SOM-institutets temaserie 2017

*Lennart Weibull, Sören Holmberg
& David Karlsson*

© Författarna och SOM-institutet
Omslag och redigering: Daniel Jansson
Omslagsfoto: Wikimedia Commons
Tryck: Ale Tryckteam AB, Bohus 2017
ISBN: 978-91-89673-41-0

INNEHÅLL

Föroord	6
Martinsson, J	
Introduktionsavsnitt	8
Holmberg, S och Weibull, L	
Besök på Calle Grenz Shop	10
Holmberg, S och Weibull, L (2006) I Holmberg, S; Weibull, L (red) <i>Du stora nya värld</i> . Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet	
Den förändrade alkoholopinionen	21
Holmberg, S och Weibull, L (2007) I Holmberg, S; Weibull, L (red) <i>Det nya Sverige</i> . Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet	
Alkoholvanor och alkoholpolitik	32
Holmberg, S och Weibull, L (2008) I Holmberg, S; Weibull, L (red) <i>Skilda världar</i> . Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet	
Det är skillnad på sprit, vin och starköl	45
Holmberg, S och Weibull, L (2009) I Holmberg, S; Weibull, L (red) <i>Svensk höst</i> . Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet	
Alkoholskattens två sidor	58
Holmberg, S och Weibull, L (2010) I Holmberg, S; Weibull, L (red) <i>Nordiskt ljus</i> . Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet	
Alkoholvanor och alkoholopinion	71
Holmberg, S och Weibull, L (2011) I Holmberg, S; Weibull, L; Oscarsson, H (red) <i>Lycksalighetens ö</i> . Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet	
Alkoholkonsumtion – vanor och volym	88
Holmberg, S och Weibull, L (2012) I Weibull, L; Oscarsson, H; Bergström, A (red) <i>I framtidens skugga</i> . Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet	

Förändringar i alkoholopinionen	105
Holmberg, S och Weibull, L (2013) I Weibull, L; Oscarsson, H; Bergström, A (red) <i>Vägskaäl</i> . Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet	
Restriktivare alkoholopinion – men liberalare alkoholvanor	126
Holmberg, S och Weibull, L (2014) I Oscarsson, H; Bergström, A (red) <i>Mittfåra och marginal</i> . Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet	
Alkoholen som samhällsproblem	143
Karlsson, D; Holmberg, S och Weibull, L (2015) I Bergström, A; Johansson, B; Oscarsson, H (red) <i>Fragment</i> . Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet	
Alkoholideologi och alkoholopinion	162
Karlsson, D; Holmberg, S och Weibull, L (2016) I Ohlsson, J; Oscarsson, H; Solevid, M (red) <i>Ekvilibrium</i> . Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet	
Alkoholopinionen och verkligheten	185
Karlsson, D; Holmberg, S och Weibull, L (2017) I I Andersson, U; Ohlsson, J; Oscarsson, H; Oskarson, M (red) <i>Larmar och gör sig till</i> . Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet	

FÖRORD

SOM-institutet är en oberoende undersökningsorganisation vid Göteborgs universitet. Institutet drivs gemensamt av Statsvetenskapliga institutionen och Institutionen för journalistik, medier och kommunikation (JMG). Sedan 1986 genomför vi årligen återkommande nationella och regionala frågeundersökningar till stora slumpmässiga urval av den svenska befolkningen. Vårt stora forskarnätverk, undersökningarnas ämnesbredd och långa tidsserier gör SOM-institutets verksamhet unik. Vårt mål är att kombinera närheten till forskningsfronten med en stark närvaro i svensk samhällsdebatt.

SOM-institutets undersökningsverksamhet genererar ett mycket stort antal rapporter, bokkapitel, antologier, uppsatser och avhandlingar. Rapporterna behandlar många olika ämnesområden som exempelvis dagstidningsläsning, institutionellt förtroende, partiledarsympatier eller flykting- och invandringsopinion.

I SOM-institutets temaserie ställer vi samman de analyser av SOM-materialet som genomförts historiskt inom olika områden. Det är en service till våra läsare men samtidigt ett sätt för oss att ge ytterligare uppmärksamhet till analyser som kanske har några år på nacken men som fortfarande är värdefulla forskningsprodukter. SOM-materialet kan besvara många frågeställningar och angripas på många olika sätt. Genom att samla analyserna tematiskt har våra läsare bättre möjligheter att få en helhetsbild av resultat och redovisningar.

JOHAN MARTINSSON
Föreståndare för SOM-institutet

STUDIER AV SVENSK ALKOHOLOPINION

Sören Holmberg och Lennart Weibull

Frågor kring alkohol har sedan 1986 ställts i den årliga SOM-undersökningen. I de äldsta undersökningarna gällde det bedömningen av alkohol som ett av många samhällsproblem; i början av 1990-talet inkluderades frågor om alkoholvanor bland annat med syfte att belysa olika livssilar. Senare byggdes undersökningarna ut med specificerade frågor om inställningen till olika alkoholpolitiska åtgärder.

Bakom den ökade fokuseringen på frågor kring alkohol låg en serie forskningsprojekt initierade av främst Lennart Weibull i samverkan med Sören Holmberg, båda professorer med verksamhet vid SOM-institutet.

Projekt nummer ett – Svensk alkoholopinion – startades år 2005 med finansiell uppbackning av Systembolagets råd för alkoholforskning. Fokus låg på att studera svenska folkets opinionsstöd för olika restriktioner när det gäller konsumtion av alkohol (t ex inställning till skattenivån på alkohol och till förbudet mot att sälja alkohol i livsmedelsbutiker). Bakgrunden till frågorna var den dåvarande debatten om privatimport av alkohol som en följd av det svenska EU-medlemskapet.

I ljuset av resultaten från detta första projekt inleddes arbetet med att utveckla en förklaringsmodell med fokus på vad som bestämmer människors åsikter i alkoholfrågor. I ett andra projekt, inlett 2012, studerades särskilt livsstilens och alkoholvanornas betydelse samt effekten av politisk ideologi. I ett tredje projekt sammanfördes dessa faktorer med problemupplevelsens och berördhetens roll.

Den teoretiska förklaringsmodellen har således blivit alltmer komplex. Vi har försökt att inkludera och mäta allt från *sociale omständighetsvariabler* (exempelvis kön, ålder, inkomst, utbildning), *alkoholvanor* (som uttryck för egenintresse i förhållande till restriktioner som skatter och tillgänglighet), *kunskaper* och *verklighetsbild* när det gäller alkoholkonsumtion, *konsekvensbedömningar* (om alkoholkonsumtion uppfattas som något positivt eller negativt för en själv respektive för samhället i stort) *alkoholideologi* (syn på samhällets i förhållande till individens ansvar för effekterna av alkoholkonsumtion), samt politiska variabler som *vänster-högerpositionering* och *partisympatier*.

I det tredje projektet som startade 2013 gick docent David Karlsson, Förvaltningshögskolan, Göteborgs universitet, in som medsökande. Sedan 2017 har han huvudansvaret för ett fjärde projekt, där Holmberg och Weibull samtidigt kvarstår som seniorforskare.

I denna temarapport återges de 11 kapitel om svensk alkoholopinion som publicerats i böcker från SOM-institutet. Tonvikten ligger på hur alkoholopinionen förändrats över tid och hur de alkoholpolitiska åsikterna kan förklaras. Den första redovisningen av alkoholopinion och alkoholvanor i Sverige fanns i inledningskapitlet till boken *Ju mer vi är tillsammans* (2004). Det som dock blev premiärkapitlet publicerades 2006 med rubriken *Besök på Calle Grenz Shop*. Det belyser främst privatimporten av alkohol. Analysen är i huvudsak beskrivande och antalet förklaringsfaktorer få. Det senast publicerade kapitlet är från år 2017 och har rubriken *Alkoholopinionen och verkligheten*. Nu är analysen mer metodiskt utvecklad och med många olika förklarande perspektiv.

En fullständig redovisning i tabell- och figurform av resultaten för alla enkätfrågor kring alkohol som ställts i SOM-undersökningarna sedan 1986 återfinns i rapporten **Alkohol i SOM-undersökningarna 1986-2016**. Alla SOM-institutets publikationer är fritt tillgängliga på www.som.gu.se

* * *

Göteborg i december 2017

Sören Holmberg
Seniorprofessor
Statsvetenskapliga institutioner
Göteborgs universitet

Lenart Weibull
Seniorprofessor
SOM-institutet
Göteborgs universitet

BESÖK PÅ CALLE GRENZ SHOP

SOM-undersökningen 2005

SOM-rapport nr 39

Du stora nya värld

BESÖK PÅ CALLE GRENZ SHOP

SÖREN HOLMBERG OCH LENNART WEIBULL

I ett industriområde i utkanten av staden Burg på den tyska ön Fehmarn ligger *Calle Grenz Shop*. Det är en stormarknad helt inriktad på alkohol med skandinaver som viktigaste målgrupp. Parkeringsplatsen runt om affären är hela dagen fylld av svenska och danska bilar, inte sällan med släpkärror. Calle är ett danskt företag som redan 1973 etablerade sig söder om landgränsen i Tyskland för att i konkurrens med tyska stormarknader sälja vin och öl till danska kunder (<http://www.calle.dk>). I och med de ökade införselkvoterna blev svenskar en mycket intressant kundgrupp och därför etablerade man sig också på Fehmarn. Calle är inte ensam om att annonsera sina varor i Sverige. Det dansk-tysk-svenska färjerederiet Scandlines marknadsför i de svenska turlistorna sin sk Border Shop vid färjehamnen i Puttgarden och talar om 'skatteparadiset Själland' (<http://scandlines.se>).

Bakom den expanderande gränshandeln ligger således de ökade införselkvoterna från EU-området. Med tillåtna volymer på 10 liter starksprit, 90 liter vin och 110 liter öl per person kan inköpsresor av detta slag bli mycket lönsamma. Samtidigt har just möjligheten att på detta sätt privatimportera sprit, vin och öl skapat en alkoholpolitisk diskussion i Sverige. Å ena sidan har det föreslagits att de svenska skattesatserna skall sänkas i syfte att möta konkurrensen från privatimporten, å andra sidan har det höjts röster för att reglerna för införsel av alkohol borde omförhandlas med EU. En statlig utredning lade 2004 fram ett förslag till skattsänkningar på framför allt sprit (SOU 2004:86). Förslaget som omedelbart skapade en politisk debatt som inte följde traditionella partipolitiska skiljelinjer har ännu inte resulterat i något politiskt initiativ.

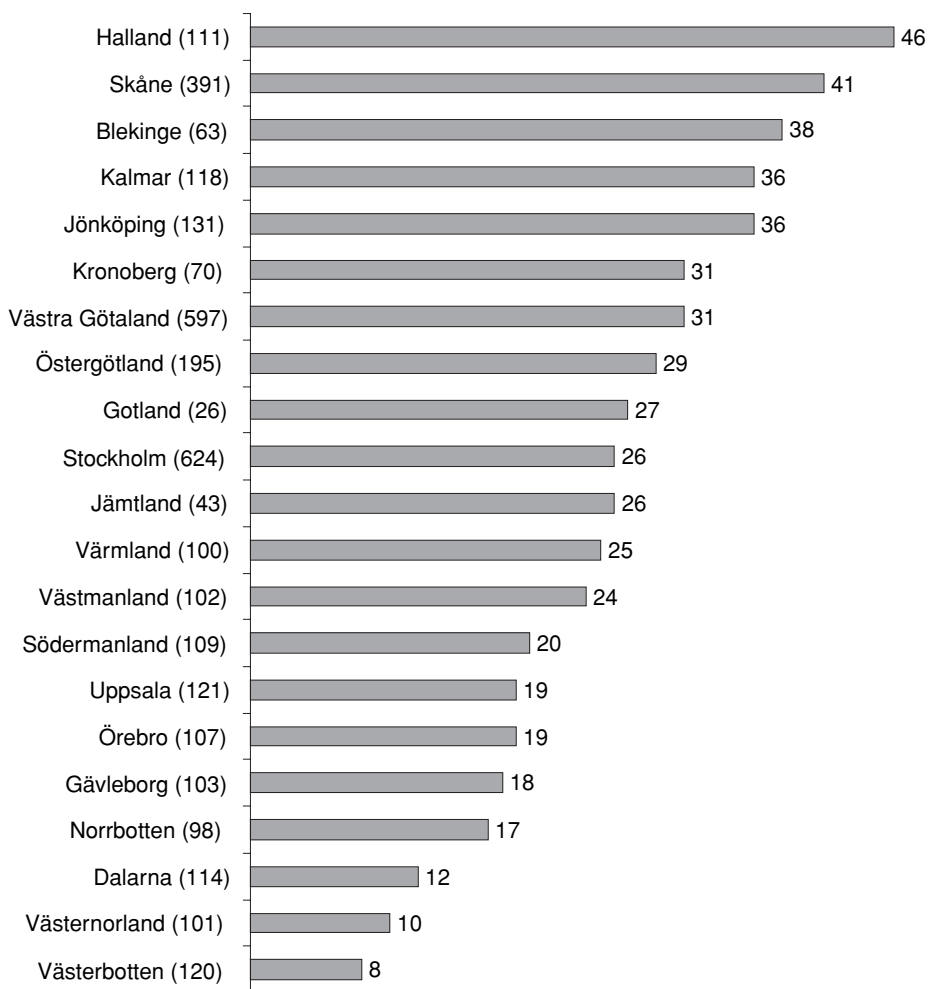
En av de frågor som ställdes i debatten var i vilken utsträckning privatinförseln av alkohol egentligen är något problem och i vad mån den bidrar till en ökad alkoholkonsumtion i Sverige. Sedan ny statistik visat att uppgången i den svenska alkoholkonsumtionen brutits under 2005 (Resandeförsel av alkohol, 2006; Alkoholkonsumtionen..., 2006; Jfr Trolldahl och Gustafsson, 2005) förefaller också oron för inköpsresornas konsekvenser ha minskat. Resandeförselns andel har också gått ned och står, tillsammans med beräknad smuggling och hemtillverkning, för 35 procent av totalkonsumtionen 2005 i jämförelse med 38 procent år 2004.

Även om debatten om privatinförseln är mindre än tidigare leder ändå dess relativt höga andel av alkoholkonsumtionen till flera intressanta frågor. En fråga är givetvis vilka som faktiskt gör inköpsresor och hur ofta. En andra fråga är vad inköpsresorna faktiskt betyder, men då inte främst för alkoholkonsumtionen i Sverige utan för synen på svensk alkoholpolitik. I det följande är syftet att empiriskt belysa dessa två frågeställningar med utgångspunkt från 2005 års SOM-undersökning.¹

Svenskar på inköpsresa

Svenskar gör ofta inköpsresor. Närmare 30 procent uppger att de åtminstone en gång under de senaste 12 månaderna storhandlat alkohol utomlands. Närmare en tredjedel av dessa personer har gjort det minst en gång under det senaste halvåret. Knappt fem procent av samtliga har gjort minst en resa i kvartalet.

Figur 1 *Storhandla alkohol utomlands minst någon gång om året efter län 2005 (procent)*



Källa: Riks-SOM 2005. Siffran inom parentes visar antalet svarspersoner.

Eftersom huvuddelen av privathandeln med alkohol görs i Tyskland och Danmark finns det givetvis en geografisk faktor bakom möjligheten att göra inköpsresor. Det är inte överraskande att det är personer som bor i landets sydliga län som är de flitigaste besökarna i tyska och danska stormarknader. Halland och Skåne uppvisar en andel på över 40 procent som varit på inköpsresa minst en gång under det senaste året, tätt följda av Blekinge, Kalmar, Jönköpings och Västra Götalands län som alla ligger över 30 procent (figur 1). Lägst är andelarna för Norrlandslänen och Dalarna; i Västerbottens län är andelen under 10 procent.

Närhetsfaktorn blir särskilt påtaglig om vi begränsar oss endast till Sydvästskåne. Bland dem som bor i Malmö/Lund-området har 43 procent storhandlat minst en gång under det senaste året och en fjärdedel av dem – 10 procent av samtliga – har gjort det minst en gång i kvartalet. För Göteborgsområdet ligger motsvarande siffror på 35 respektive 7 procent och för Stockholmsområdet på 26 respektive 4 procent.

I frågan om storhandeln fanns det i SOM-studien inte någon uppföljningsfråga om var man gjort sina inköp. Antagandet om att det främst gäller Tyskland och Danmark får emellertid ett indirekt stöd av de regionala skillnaderna. Att Norrbotten har en högre andel än Västerbotten kan möjligen leda till slutsatsen att också inköp i Finland kan stå för en del av storhandeln.

Nästa fråga är då vilka som står för storhandeln av alkohol. I tabell 1 finns en redovisning av andelen personer som storhandlar minst en gång om året eller oftare. När det gäller allmän demografi framgår att det främst är medelålders som storhandlar, medan framför allt äldre, men också unga, mindre ofta är på inköpsresor. Det är också möjligt att väga in den geografiska faktorn. I Malmöområdet är det nästan 45 procent av medelålders personer som under det gångna året gjort minst en inköpsresa till utlandet. Alkoholinköp i utlandet verkar framför allt vara en fråga för hushållet och vanligare bland sammanboende än bland ensamstående. Och det är tjänstemän, företagare och akademiker som något oftare är på inköpsresor än arbetare.

Att det finns en klassfaktor i storhandeln framgår tydligast i skillnaden efter sammanlagd hushållsinkomst. Det är hushåll som tjänar mest som oftast handlar billigare alkohol. Sambandet är dock inte så tydligt som siffrorna vid en första anblick ger vid handen. Eftersom hushållsinkomsten delvis är bestämd av om man är ensamstående eller sammanboende och om man är förvärvsarbetande eller ej finns även sådana faktorer med i bakgrunden. Men även med kontroll för dessa faktorer återstår en klar inkomstfaktor. Den socioekonomiska faktorn kan även anas bakom skillnaderna mellan personer med olika ideologisk syn: människor som placerar sig till vänster storhandlar något mera sällan än personer som placerar sig till höger.

Även om det finns sociala och ekonomiska faktorer bakom storinköpen av alkohol är den enskilt viktigaste faktorn den egna alkoholkonsumtionen. Närmare hälften av dem som är högkonsumenter – de som dricker sprit, vin eller starköl flera gånger i veckan – storhandlar alkohol utomlands åtminstone någon gång om

Tabell 1 Andel som storhandlat alkohol utomlands minst en gång under de senaste 12 månaderna 2005 (procent)

	Har storhandlat		Summa procent	Antal personer
	Ja	Nej		
<i>Kön</i>				
Män	30	70	100	1 644
Kvinnor	25	75	100	1 801
<i>Ålder</i>				
15 – 29 år	25	75	100	641
30 – 49 år	30	70	100	1 120
50 – 64 år	32	68	100	957
65 – 85 år	21	79	100	727
<i>Utbildning</i>				
Lågutbildad	23	77	100	879
Medellågutbildad	29	71	100	1 131
Medelhögutbildad	31	67	100	692
Högutbildad	30	70	100	699
<i>Civilstånd</i>				
Ensamstående	21	79	100	918
Sambo	33	67	100	703
Gift	31	69	100	1 640
Änka/änkling	15	85	100	134
<i>Subjektiv familjeklass</i>				
Arbetsfamilj	26	74	100	1 465
Tjänstemannafamilj	30	70	100	906
Akademikerfamilj	33	67	100	517
Egen företagare	29	71	100	255
<i>Hushållsinkomst</i>				
≥100 000 SEK	13	87	100	219
101 000 – 200 000 SEK	18	82	100	430
201 000 – 300 000 SEK	24	76	100	678
301 000 – 400 000 SEK	28	72	100	579
401 000 – 500 000 SEK	35	65	100	528
501 000 – 600 000 SEK	37	63	100	378
601 000 – 700 000 SEK	36	64	100	200
≤701 000 SEK	38	62	100	527
<i>Ideologisk självplacering</i>				
Klart vänster	24	76	100	234
Något vänster	26	73	100	807
Varken eller	25	75	100	1 178
Något höger	33	67	100	809
Klart höger	36	64	100	315
<i>Dricker alkohol</i>				
Flera gånger i veckan	45	55	100	306
Någon gång i veckan	41	59	100	1 037
Någon gång i månaden	29	71	100	927
Mer sällan	16	84	100	561
Aldrig	2	98	100	448

året; i denna grupp är det 17 procent som storhandlar åtminstone någon gång i halvåret. Även bland dem som dricker sprit, vin och starköl någon gång i veckan är andelen storhandlare hög. Men bland personer som uppger att de inte druckit alkohol under de senaste tolv månaderna är det i stort sett inga som varit med på någon inköpsresa.

Om vi analyserar förhållandet mellan de olika förklaringsfaktorerna i en multipel regressionsanalys visar det sig att alkoholvanor är den faktor som helt dominerar. Hushållets storlek och svarspersonens självplacering på vänster-högerskalan ger knappt signifikanta bidrag – ensamhushåll och vänsterinriktning betyder dock något mindre intresse för inköpsresor – medan hushållsinkomst saknar effekt som självständig faktor.

Att den egna alkoholkonsumtionen är en central faktor är knappast ägnat att överraska. Det som är svårare att uttala sig om är om dryckesvanorna skall betraktas som en orsak till en konsekvens av storinköpen. I vår analysmodell har alkoholvanorna specificerats som en förklaring till varför man storhandlar. Så enkelriktad är dock inte verkligheten. Forskningen om alkoholvanor betraktar vanligen tillgång till alkohol som en viktig förklaring till konsumtionen. I ett sådant perspektiv bör alkoholkonsumtionen ses som en följd av att man storhandlar. Ett argument för ett sådant synsätt kan hämtas från det faktum att personer som har mest regelbundna alkoholvanor är de som oftast storhandlar.

Och konsekvenserna?

Även om vi således inte på grundval av en enda undersökning från ett enskilt år kan dra några egentliga slutsatser om orsak och verkan har vi ändå valt att analytiskt utgå ifrån att regelbundna alkoholinköp utomlands kan ha betydelse för åsikter i alkoholpolitiska frågor. Vi har här valt att utgå från tre attitydfrågor som avser svensk alkoholpolitik: synen på de ökade införselkvoterna från EU-länderna, åsikten om förslaget att skärpa gränskontrollen i fråga om privatinförsel och inställning till skatten på alkohol i Sverige. I tabell 2 redovisas vad personer med skilda inköpsvanor gör för bedömningar.

Det allmänna mönstret är att det finns ett klart samband mellan storinköp av alkohol utomlands och inställningen i alkoholpolitiska frågor, även om sambandet på någon punkt möjligen är svagare än vad som kunde förväntas. När det först gäller frågan om den svenska alkoholpolitiken positivt påverkats av EU-medlemskapet – i praktiken en fråga om det rimliga i de ökade införselkvoterna – visar det sig föga överraskande att personer som storhandlat ofta är klart mer positiva än de som inte storhandlat. Det som möjligen förvånar är att det även bland dem som handlat en eller ett par gånger om året finns relativt många kritiska. Det senare gör att balansmättet – andelen positiva minus andelen negativa – stannar på en ganska litet plus. Bakom resultatet kan anas att skillnader i åsikter i frågan om det svenska medlemskapet påverkar bedömningarna av hur EU påverkat svensk alkoholpolitik;

allmänt gäller att personer som är kritiska till EU är det på alla områden (jfr Rutger Lindahls artikel om EU-opinionen).

Tabell 2 Alkoholhandlar utomlands (procent)

EU har medfört att alkoholpolitiken präglats av:	Ingen gång	Någon gång om året	Någon gång i halvåret	Någon gång i kvartalet
Stor förbättring	2	6	5	10
Viss förbättring	12	23	29	34
Varken eller	32	39	31	28
Viss försämring	19	13	15	15
Stor försämring	21	8	12	6
Ingen uppfattning	14	11	9	7
Summa procent	100	100	101	100
Balansmätt	-26	+8	+7	+23

Utöka gränskontrollen/ stoppa smuggling	Ingen gång	Någon gång om året	Någon gång i halvåret	Någon gång i kvartalet
Mycket bra förslag	31	21	21	18
Ganska bra förslag	30	23	21	21
Varken eller	19	28	24	28
Ganska dåligt förslag	8	14	17	12
Mycket dåligt förslag	7	10	13	19
Ingen uppfattning	6	3	4	2
Summa procent	101	100	100	100
Balansmätt	+46	+20	+12	+8

Sänka skatten på alkohol	Ingen gång	Någon gång om året	Någon gång i halvåret	Någon gång i kvartalet
Mycket bra förslag	19	33	36	59
Ganska bra förslag	28	40	47	21
Varken eller	19	13	9	10
Ganska dåligt förslag	14	8	5	6
Mycket dåligt förslag	16	4	3	4
Ingen uppfattning	4	2	-	-
Summa procent	100	100	100	100
Balansmätt	+17	+61	+75	+70
Antal svar	1 181	293	107	68

Källa: Riks-SOM 2005

Antagandet bekräftas vid en fördjupad analys. Personer som är emot det svenska medlemskapet i EU är – oavsett hur ofta man gör storinköp utomlands – mera negativa till konsekvenserna av medlemskapet för svensk alkoholpolitik. Även bland personer som utnyttjar möjligheten att storhandla minst någon gång i kvartalet, men är motståndare till EU, är majoriteten negativ – balansmålet är -5 bland EU-motståndare mot $+49$ bland EU-förespråkare. Annorlunda uttryckt, det finns en stor grupp som utnyttjar den nya möjligheten till alkoholinköp men som egentligen inte gillar politiken bakom.

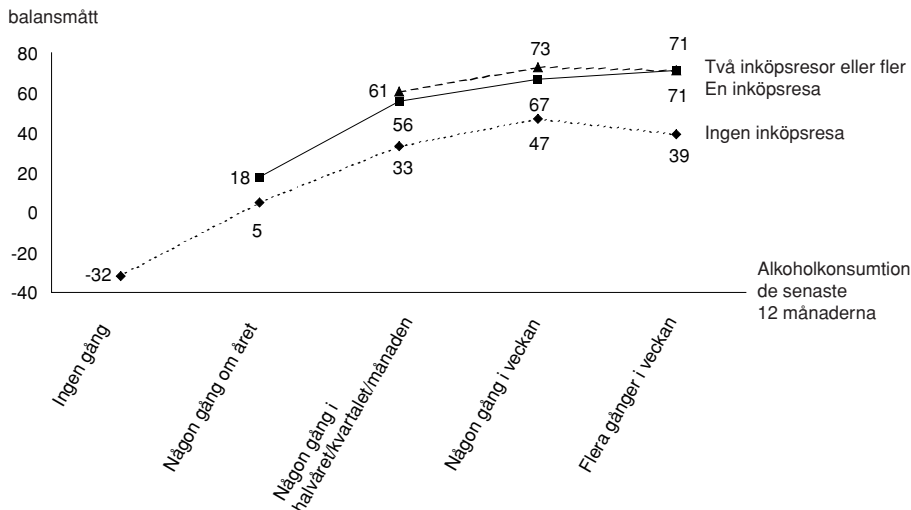
I fråga om kravet på att utöka gränskontrollen finns det överlag en majoritet för. Hur stor majoriteten är beror dock på hur ofta man storhandlar. Personer som gör det åtminstone någon gång i kvartalet är de som är minst entusiastiska för en utökad gränskontroll.

Slutligen gäller analysen den stora alkoholpolitiska frågan om alkoholskatten. Är det en rimlig alkoholpolitisk åtgärd att den sänks? När det gäller inställningen till sänkt alkoholskatt visar det sig att 56 procent av svenska folket är för en sänkning. Det är ett något högre stöd än ett år tidigare, då andelen endast var 49 procent (Holmberg och Weibull, 2005; jfr Leifman och Gustafsson, 2005). Det skulle möjligen kunna förväntas att personer som gör regelbundna storinköp av alkohol utomlands inte skulle vara mera för en sänkning – de har ju genom utlandsinköpen *de facto* sänkt sin alkoholskatt – än personer som inte köper alkohol utomlands. Så är dock inte alls fallet. Tvärtom går det en klar gräns mellan personer som inte storhandlat utomlands och dem som gjort det minst en gång under det senaste året, där den senare gruppen är betydligt mera positiva till skattesänkning än den förra.

En förklaring till utfallet ligger i en tredje faktor: de egna alkoholvanorna. Som tidigare framgått stiger intresset för storinköp av alkohol i utlandet med regelbundenheten i den egna konsumtionen av sprit, vin eller starköl. En analys av synen på alkoholskatten med kontroll för både storinköp och alkoholvanor visar på ett klart samspel dem emellan. Mest negativa till förslaget att sänka alkoholskatten är personer som varken smakat alkohol eller gjort storinköp (balansmätt -32). Mest positiva är personer som både använder alkohol regelbundet och har storhandlat utomlands ($+71$).

Det andra vi kan utläsa av resultaten är att alkoholvanor har en något större effekt på inställningen till att sänka alkoholskatten än vad inköpsresor har. Med ökad konsumtion av starköl, vin och sprit stiger den positiva inställningen till att sänka skatten, oavsett om man storhandlat alkohol eller ej. Samtidigt är det mycket tydligt att inköpsresenärerna oavsett hur regelbundet man dricker är mer positiva till sänkt alkoholskatt. Slutsatsen måste bli att det finns en 'privatinförsälfaktor' i allmänhetens syn på alkoholskatten. Den kan bottna i bedömningen att det skulle fungera bättre för mig om jag kunde köpa alkohol billigare i Sverige och slapp att resa till Tyskland eller Danmark. Samtidigt kan det inte uteslutas att det finns en allmänt marknadsliberal inställning bakom åsikten i skattefrågan.

Figur 2 *Inställning till att sänka skatten på alkohol efter egen alkoholkonsumtion och storinköp av alkohol utomlands (balansmätt)*



Kommentar: Antalet svarspersoner är allt för få när det gäller att redovisa dels dem som inte druckit alkohol och gjort inköpsresa, dels dem som druckit alkohol en gång i månaden eller mera sällan och gjort en inköpsresa.

För att testa om en marknadsliberal faktor spelar in har vi genomfört en multipel regressionsanalys där vi vid sidan av den egna alkoholkonsumtionen och frekvensen av inköpsresor även lagt in svarspersonernas självplacering på vänster-högerskalan, som antas fånga upp graden av marknadsliberalism: ju mer höger desto mer marknadsliberal. Analysen visar att ideologisk självplacering har en självständig förklaringskraft men att den egna alkoholkonsumtionen är den dominerande förklaringsfaktorn. Även frekvensen i inköpsresor har en självständig påverkan på åsikterna i om alkoholskatten. Personer till höger är mer positiva till att sänka alkoholskattorna än personer till vänster. Men även personer som placerar sig till vänster är positiva till sänkning av skatten om de är regelbundna alkoholkonsumenter.²

Slutsatsen är således att de egna alkoholvanorna ökar intresset både för inköpsresor till Tyskland och Danmark och för en sänkt alkoholskatt. Samtidigt kan vi, utifrån den fråga vi inledningsvis ställde, nu fastslå att storköp av alkohol utomlands förstärker en redan alkoholliberal attityd.

På Calle Grenz Shop igen

På Calle Grenz Shop i Burg är det full fart från morgon till kväll. Kunderna står i kö vid kassorna med välfyllda vagnar. Dagsbesökarna blandas med dem som gör ett

sista stopp innan den avslutande etappen hem från någon plats längre söderut på kontinenten. Danska och svenska är de helt dominerande språken.

Det vi kan utläsa av vår analys är att huvuddelen av besökarna är familjer som bor i södra Sverige, de är medelålders och har en hushållsinkomst över genomsnittet och är oftare tjänstemän, företagare och akademiker än arbetare. De gör en sådan inköpsresa en eller två gånger om året. Vi vet också att en klar majoritet av besökarna är positiva till det svenska EU-medlemskapet och att de politiskt står längre till höger än genomsnittssvensken.

Vi kan dessutom dra slutsatsen att de har en alkoholkonsumtion klart över genomsnittet. Vad vi däremot inte kan veta är om de ökat sin alkoholkonsumtion som en följd av att de storhandlar utomlands. När man ser besökarna fylla sina bilar och släpkärror utanför Calle är det dock svårt att skaka av sig misstanken att storinköpen medför ett ökat alkoholintag. Speciellt som vi också sett att det rör sig om personer som skulle vilja handla billigare alkohol i Sverige – om skatten på alkohol varit lägre. Möjligheten till billiga inköp, liksom billigare sprit, ökar konsumtionen.

Noter

- ¹ Frågorna om alkoholinförslaget och om synen på *svensk alkoholpolitik* har ställts inom ramen för forskningsprojektet Svensk alkoholopinion, finansierat av Systembolagets forskningsfond. Ansvariga för projektet är Sören Holmberg och Lennart Weibull.
- ² Den egna alkoholvanans betydelse för synen på alkoholskatten testades också direkt mot ideologisk självplacering. Det visade sig att de personer som placerar sig politiskt till vänster ökar sitt stöd för skattesänkning med mer frekvent alkoholkonsumtion – bland dem som inte druckit alkohol under det senaste året är stödet för skattesänkning 11 procent, bland dem dricker sprit, vin eller öl minst någon gång i veckan är 59 procent för. På motsvarande sätt är högerinriktade mindre för skattesänkning om de inte dricker alkohol – 20 procent av dem sänka skatten i jämförelse med 80 procent bland dem använder alkohol minst någon gång i veckan.

Referenser

Alkoholkonsumtionen i löpande 12-månadersperioder. Uppdelad på typ av dryck och anskaffningssätt. Centrum för socialvetenskaplig alkohol- och drogforskning, Stockholms universitet 2006. (http://www.sorad.su.se/doc/uploads/alkohol_statistics/Lopande_0126.pdf)

- Holmberg, Sören, Weibull, Lennart (2004) Ju mer vi är tillsammans. I Holmberg, S, Weibull, L (red) *Ju mer vi är tillsammans*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Holmberg, Sören, Weibull, Lennart (2005) Lyckan kommer, lyckan går. I Holmberg, S, Weibull, L (red) *Lyckan kommer, lyckan går*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Leifman, Håkan, Gustafsson, Nina-Katri (2005) *Vad tycker svensken i olika alkoholpolitiska frågor?* Centrum för socialvetenskaplig alkohol- och drogforskning, Stockholms universitet.
- Resandeförsel av alkohol. Svenska resenärers införsel av spritdrycker, vin och öl till Sverige från juni år 2000 och framåt. Uppdaterad till och med mars 2006. Centrum för socialvetenskaplig alkohol- och drogforskning, Stockholms universitet 2006. (http://www.sorad.su.se/doc/uploads/alcohol_statistics/Resande060420.pdf)
- SOU 2004:86 *Var går gränsen?* Delbetänkande av alkoholförselutredningen. Stockholm: Fritzes.
- Trolldal, Björn, Gustafsson, Ninni-Katri (2005) *Alkoholkonsumtion uppdelad i löpande 12-månadersperioder*. Uppdelad på dryck och anskaffningsätt. Sorad, Stockholms universitet.

DEN FÖRÄNDRADE ALKOHOLOPINIONEN

SOM-undersökningen 2006

SOM-rapport nr 41

Det nya Sverige

DEN FÖRÄNDRADE ALKOHOLOPINIONEN

SÖREN HOLMBERG OCH LENNART WEIBULL

En av de stora frågorna i den svenska EU-debatten under 2000-talets första år gällde alkoholpolitik. När Sveriges undantag om begränsad alkoholförsel upphörde år 2003 uppstod en osäkerhet hur den nya situationen skulle hanteras. Medieuppmärksamhet för ett kraftigt ökande antal svenska inköpsresor till Danmark och Tyskland spädde på diskussionen. Å ena sidan fanns det en oro för konsekvenserna av den ökade mängden alkohol som flödade in i Sverige framför allt i Sydsverige, å andra sidan en osäkerhet om framtiden för det svenska försäljningsmonopolet på alkohol och dess sociala betydelse.

En konsekvens blev den statliga utredning som tillsattes i augusti 2004. Den presenterade ett förslag till skattesänkningar på framför allt sprit i syfte att motverka alkoholköp i utlandet (SOU 2004:86). Förslaget om sänkt alkoholskatt skapade omedelbart politisk debatt. I debatten som inte följde traditionella partipolitiska skiljelinjer ifrågasattes om skattesänkning var en lämplig åtgärd. Det hänvisades bland annat till Finland där en motsvarande skattesänkning på alkohol bedömdes ha klart förvärrat de inhemska alkoholproblemen. Någon proposition i frågan lades inte heller fram och frågan kom i skymundan. Regeringsskiftet hösten 2006 ändrade det politiska läget; i början av 2007 förde den moderate finansministern – något oväntat – fram tanken att höja skatten på framför allt starksprit.

Perioden efter 2004 har på den politiska nivån framför allt utmärkts av en osäkerhet om hur alkoholfrågan skall hanteras. Det tycktes som om skattesänkingsförslaget trots stor uppbackning i den allmänna opinionen uppfattades som alltför kontroversiellt att driva. Det verkade snarast som om politikerna ville vänta och se vad som skulle hända innan man tog ställning.

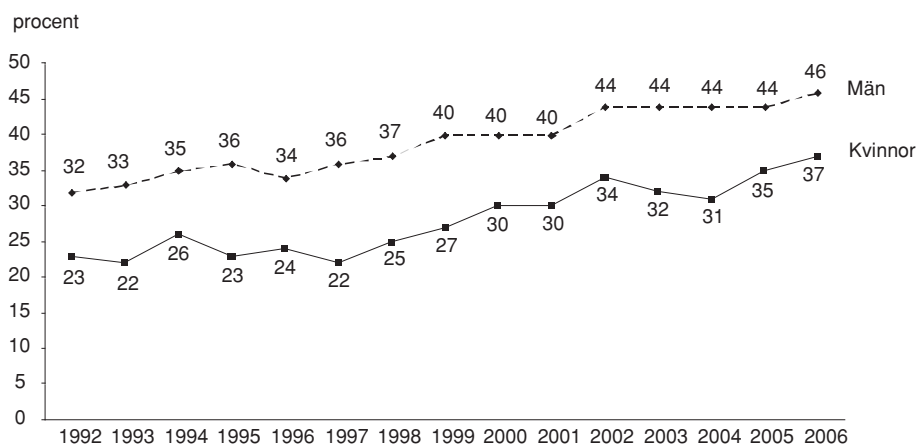
Den fråga vi mot den här bakgrunden ställer oss är vad som hänt under tiden. Har den svenska alkoholopinionen förändrats – och i så fall varför? I centrum står frågan om svenskars åsikter om skattesänkningar på alkohol. Men innan vi ser närmare på opinionsförändringarna ges en översiktlig redovisning av svenska folkets alkoholvanor som de mäts i den nationella SOM-undersökningen.¹

Svenska alkoholvanor

De politiska svängningarna i alkoholfrågan påverkas i hög grad av statistik kring svenskarnas alkoholkonsumtion. De flesta studier har visat på att drickandet har ökat sedan mitten av 1990-talet, liksom på en omfattande privat införsel från framför allt Tyskland, särskilt i södra Sverige (Holmberg och Weibull, 2006).

Sätten att mäta alkoholkonsumtion är skiftande och kan peka i något olika riktning. I motsats till de studier som skattar den totala volymen alkohol en genomsnittlig svensk årligen får i sig utgår SOM-undersökningen från människors subjektiva skattning av hur regelbundet man dricker starköl, vin och sprit. Med ett sådant kriterium har andelen svenskar som minst någon gång i veckan dricker starköl, vin eller sprit ökat från omkring 30 procent år 1995 till cirka 40 procent tio år senare (jfr Holmberg och Weibull, 2005c). Ökningstakten var något högre de närmaste åren efter millennieskiftet för att sedan plana ut. Regelbunden alkoholkonsumtion är mer utbredd bland män än bland kvinnor men förändringsmönstret är i stort sett detsamma (figur 1).

Figur 1 Regelbundna alkoholvanor bland män och kvinnor (procent)



Kommentar: Resultaten kommer från SOM-undersökning och visar andel män respektive kvinnor som anger att de dricker starköl, vin eller sprit minst en gång i veckan.

När det gäller olika gruppers drickande är mönstret år 2006 mycket likt vad vi känner till från tidigare. Det är framför allt högre utbildade i övre medelåldern boende i storstad som uppger sig dricka alkohol minst varje vecka. Det är framför allt social klass som skiktat ut alkoholvanorna (tabell 2). Om vi skiljer ut extremgrupperna kan vi notera att nästan 80 procent av akademiker i övre medelåldern i storstäderna dricker starköl, vin eller sprit varje vecka, att jämföra med under 20 procent bland pensionärer i arbetarfamiljer boende på landsbygden. I den förra gruppen är det mindre än fem procent som redovisar att de *inte* druckit alkohol någon gång under året, i den senare gruppen 30 procent.

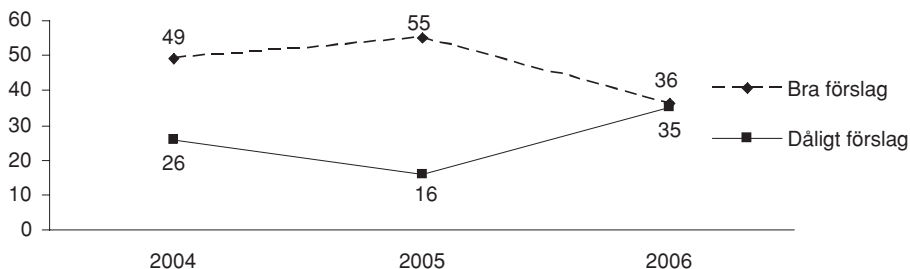
Tabell 1 Andel som uppger att man druckit starköl, vin eller sprit under de senaste tolv månaderna 2006 (procent)

	Ålder				Utbildning				Subjektiv familjeklass				Boendeort			
	15-29	30-49	50-64	65-85	Låg	Medellåg	Medelhög	Hög	Arbetarhem	Tjänstemannahem	Akademiker	Egen företagare	Storstad	Stad/Större tätort	Mindre tätort	Landsbygd
Varje vecka	30	43	55	36	30	38	51	54	33	46	62	52	9	12	15	15
Någon gång året/halvåret/ månaden	52	50	37	43	47	50	43	39	53	44	33	32	40	44	49	49
Ingen gång	18	7	8	21	23	12	6	7	14	10	5	16	51	44	36	36
Summa procent	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antal svar	584	1031	922	675	754	1044	636	737	1331	843	528	259	867	1032	784	484

Det är viktigt att understryka att det vi kallar alkoholvanor inte mäter mängden som dricks; mycket talar för att utfallet av gruppskillnaderna kunde ha blivit ett annat om vi istället utgått från mängden konsumerad alkohol. Vanemåttet ger oss istället en bild av i vilken grad starköl, vin och sprit är inflyttade i livsstilen hos olika sociala grupper (jfr Antoni, 2006). Vad vi ser är att frekvent alkoholkonsumtion framför allt är ett storstadsfenomen och förekommer oftare hos den övre medelklassen. Det är en viktig bakgrund för att vi skall förstå mekanismerna bakom alkoholopinionen i Sverige.

Åsikter om alkoholskatten

När utredningen om sänkt alkoholskatt lades fram 2004 fanns det i den allmänna opinionen ett relativt starkt stöd i förslagets riktning. Nästan exakt hälften av den svenska allmänheten tyckte hösten 2004 att det var ett bra förslag att sänka alkoholskatten och endast en fjärdedel var emot. Året därpå då debatten om privatinförsel av alkohol var stark i Sverige polariserades opinionen ytterligare och förespråkarna för lägre skatt på alkohol var i klar majoritet. Vinden blåste i klart alkoholvänlig riktning, möjligen från söder – men också från annat håll som vi senare skall återkomma till.

Figur 2 Andel positiv och negativ till att sänka alkoholskatten 2004 – 2006 (procent)

Kommentar: Enkätfrågan i SOM-undersökningarna löd: "Nedan finns ett antal förslag som förekommit i den politiska debatten. Vilken är din åsikt om vart och ett av dem? Sänka skatten på alkohol"

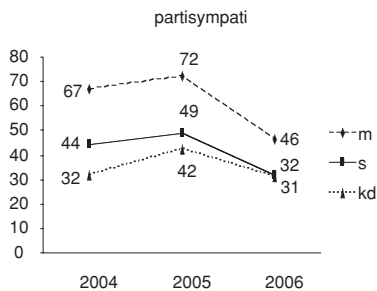
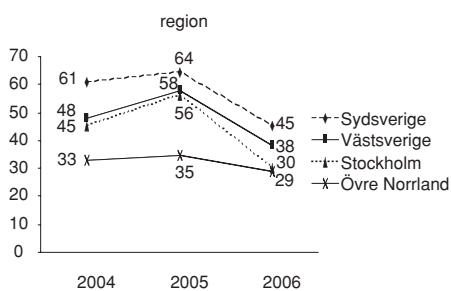
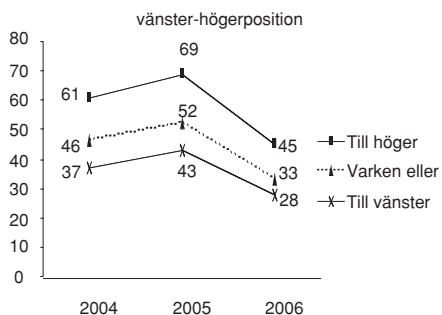
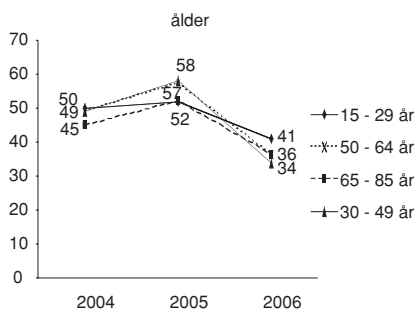
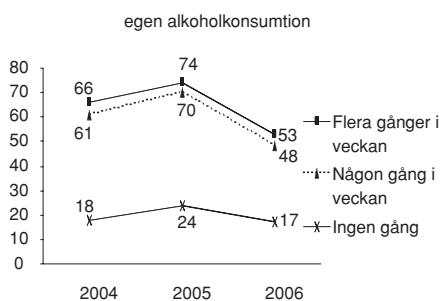
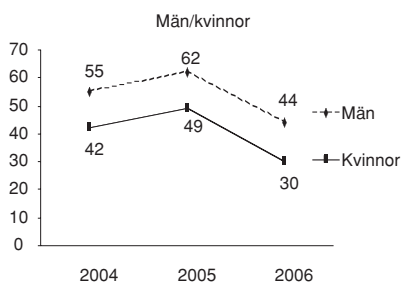
Men så hände något. År 2006 är opinionsklimatet klart förändrat. Andelen som förespråkar skattesänkning har minskat med nästan tjugo procentenheter och de som är emot har ökat sin styrka med lika mycket. Innebörden är att opinionen är exakt på balanspunkten. Opinionsförändringen är anmärkningsvärd. Det är ytterst sällan det går att notera åsiktsförskjutning av en sådan magnitud på bara ett år.

Frågan är vad som kan ligga bakom en sådan stor förändring. En faktor som vi redan från början kan exkludera är att svenskar skulle ha fått mindre frekventa alkoholvanor. Som vi redan sett rör det sig snarast om en svag ökning i den regelbundna användningen av starköl, vin och sprit. Det har, av tullens statistik att döma (Tullverket, 2006), inte heller skett någon nedgång i privatinförseln av alkohol. Bilden är dock inte enhetlig och enligt en annan undersökning minskade privatinförseln mellan 2005 och 2006 (Sorad, 2007).

Vad ligger bakom den ändrade opinionen?

Kan det finnas andra faktorer som har betydelse? Ett första steg i en sådan belysning är att se hur åsiktsförändringarna ser ut i olika grupper. Från tidigare analyser vet vi att det finns vissa klara skillnader i olika gruppers syn på sänkningen av alkoholskatten. Män är överlag mer positiva till sänkning än kvinnor, personer i Sydsverige är mera positiva än de som bor i norra Sverige, personer som placerar sig ideologiskt till höger är mer positiva än de till vänster och människor som har för vana att dricka alkohol regelbundet är mer positiva än de som dricker sällan eller inte alls. Den senare faktorn, det vill säga grad av egen konsumtion, har visat vara den som differentierar bäst, medan exempelvis ålder skiftar förhållandevis lite i synen på alkoholskatten (Holmberg och Weibull, 2005a, 2005b). Ett sätt att förstå opinionskantringen är att se hur åsikterna förskjutits i dessa grupper. I figur 3 har vi redovisat hur stödet för en sänkning av alkoholskatten förändrats i olika grupper.

Figur 3 Andel positiv till att sänka alkoholskatten 2004 – 2006 i olika grupper (procent)



Utfallet av analysen ger viktiga perspektiv på förskjutningen i opinionen. Några mönster skiljer ut sig. Det första framträder särskilt i fråga om de demografiska egenskaperna – kön och ålder. Dessa uppvisar mycket nästan ingen variation på så sätt avståndet mellan män och kvinnor respektive mellan åldersgrupper förändras mycket lite över de tre undersökningsåren. Män är alla år mer för en sänkning av alkoholskatten men avståndet till kvinnor är varje år nästan exakt detsamma. De olika åldersgrupperna är nära samlade kring medelvärdet, men medelålders personer minskar sitt stöd mest för en sänkt alkoholskatt mellan 2005 och 2006.

I fråga om geografiska skillnader framträder ett tydligt mönster. Här visar sig den största förändringen i Stockholm. Andelen personer som vill sänka alkoholskatten minskade med hela 26 procentenheter, från 56 till 30 procent, mellan 2005 och 2006. En annan grupp som också förändrat sin syn på alkoholskatterna mer än genomsnittet är frekventa drickare. De har blivit klart mindre positiva till en skattesänkning på alkohol mellan 2005 och 2006.

Det tredje mönstret är det politiska (Holmberg och Weibull 2005a). Personer som placerar sig politiskt till höger är inte oväntat genomgående mer positiva till en skattesänkning, medan personer till vänster är mer tveksamma: den största polariseringen – 26 procentenheter – noteras för 2005. Men vi kan också se att det är personer till höger som framför allt ändrar åsikt mellan 2005 och 2006; nedgången i denna grupp – 24 procentenheter – är större även än den bland de med regelbundna alkoholvanor (21 procentenheter).

Den politiska bilden blir ännu tydligare om vi utgår från partisympati. Det visar sig att den förändrade politiska opinionen framför allt kan härledas till m-sympatisörer. Bland dem blåste det en mycket stark alkoholliberal vind särskilt 2005 nästan tre av fyra vill sänka alkoholskatten, i jämförelse med mindre än hälften bland s-sympatisörer och endast omkring två av fem bland sympatisörerna till systerpartiet kd. De moderata sympatisörerna minskar sedan mellan 2005 och 2006 sitt stöd för skattesänkt alkohol så pass kraftigt – den största i någon grupp² – att åsiktsgapet i förhållande till kd halveras. Möjligen kan det också i detta sammanhang vara rimligt att tala om de nya moderaterna.

Från alkoholliberalism...

En rimlig slutsats är att politiska faktorer förklarar en del av det minskade opinionsstödet för sänkt alkoholskatt år 2006. Svagheten i vår analys är att vi endast har tre mätpunkter att tillgå, där enkätfrågan har ställts på samma sätt. Det gör att vi inte kan avgöra om 2004 och 2005 var de opinionsmässigt avvikande åren medan 2006 står för ett normalläge – eller om förhållandet är det omvända. På grundval av befintligt datamaterial finns det ändå möjlighet att göra några iakttagelser.

När den statliga utredningen om sänkt alkoholskatt läggs fram 2004 driver ensamutredaren, känd socialdemokratisk riksdagspolitiker, mycket aktivt skattesänkingsfrågan. En skattesänkning ses som ett grundläggande villkor för att svenska

staten skall kunna knyta svenska folket närmare Systembolagets försäljningsställen. Mycket talar för att detta, i kombination med den stora medieuppmärksamheten för privatinförseeln, bidrar till att tanken accepteras bland många s-sympatisörer. Det skulle då förklara det relativt starka stödet bland s-sympatisörer 2004 och 2005, liksom även inom grupper som vanligen har motsatt ståndpunkt (Holmberg och Weibull, 2005a); att m-sympatisörer var positiva hade troligen mera att göra med att det var en skattesänkingsfråga.

Vi kan beskriva situationen så att det blåste en allmän alkoholliberal opinionsvind 2004 och 2005. Den förstärktes av att det dessa år även blåste en allmän högervind i Sverige (jfr Holmbergs och Weibulls inledningskapitel); andelen som placerade sig politiskt till höger var större än de föregående åren. Mycket tyder därför på att det rörde sig om en opinionsförskjutning som har likheter med de opinionsförskjutningar i riktning mot en mer negativ syn på offentlig sektor som skedde i början på 1990-talet (se Lennart Nilsson kapitel om offentlig sektor), låt vara i en helt annan storleksordning.

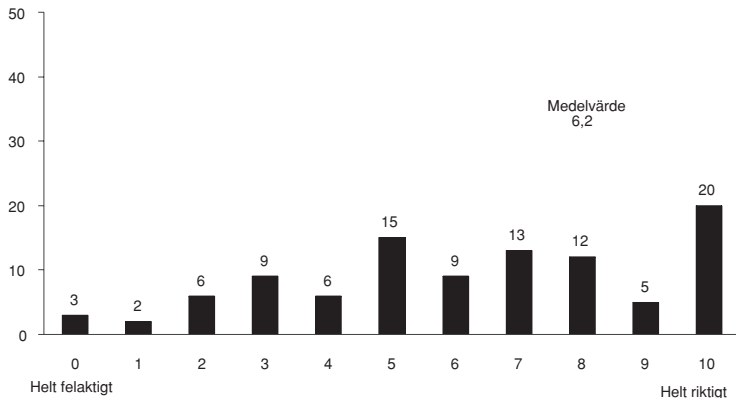
...till baksmälla

Om vi förklarar den alkoholliberala opinionen 2004 och 2005 som ett samspel mellan samhällsutveckling och politiska utspel är det rimligt att slutligen pröva samma modell för nedgången år 2006. Här har vi något bättre underlag genom att vi i 2006 års undersökning ställde frågor om människors problembild när det gäller alkohol. Svarepersonerna fick bli ta ställning till om alkoholen var ett av Sveriges största samhällsproblem på en skala från 0 (helt felaktigt) till 10 (helt riktigt). Det visade sig att 59 procent av allmänheten placerar sig på värdena 6 till 10, vilken visar på stor problemupplevelse. När man fick bli ta ställning till om kontinentala alkoholvanor skulle minska alkoholproblemen i Sverige tog 54 procent avstånd (värdena 0-4). En annan indikator på uppmärksamhet för alkoholproblem var att nästan hälften av svarepersonerna entydigt (värde 10) menade att en person som dricker alkohol varje dag har alkoholproblem (figur 4).

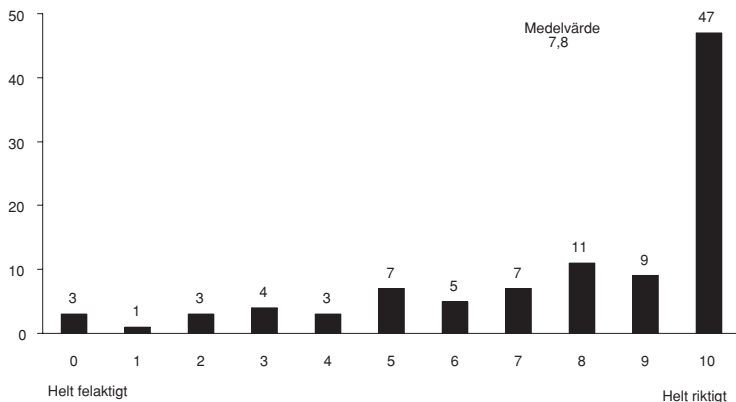
Visserligen finns det både demografiska och ideologiska skillnader i svenskarnas problemupplevelse 2006, men skillnaderna är inte dramatiska. Äldre (medelvärde 7,5 på skalan mellan 0 och 10) tycker att alkoholproblemet är större än vad yngre (5,1) anser. De som aldrig dricker alkohol ser problemet som större (7,7) än de som dricker varje vecka (5,7). Det intressanta resultatet är emellertid att den politiska skillnaden är förhållandevis liten. Personer som placerar sig till vänster har ett medelvärde på 6,5 när det gäller alkoholen som samhällsproblem, personer till höger omkring 6; skillnaden är något större mellan s- och m-sympatisörer (5,5 respektive 6,4).

Figur 4 Synen på alkohol 2006 (procent)

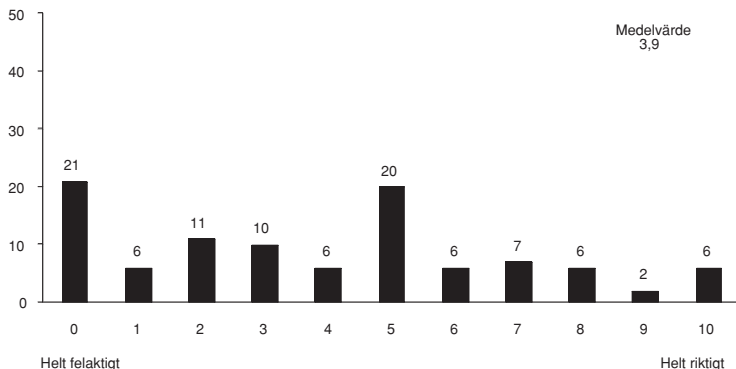
1. Alkoholen är ett av våra största samhällsproblem



2. Personer som dricker sprit/vin/starköl varje dag har alkoholproblem



3. Om vi i Sverige hade samma alkoholvanor som på kontinenten skulle alkoholproblemen minska



Problemet med vår analys är att vi inte med siffror kan belägga att medvetandet om alkoholen som samhällsproblem var mindre 2004 och 2005. Enkätfrågorna ställdes för första gången år 2006. Vi har dock visst stöd för att konsekvenser av alkoholliberala beslut som exempelvis skattesänkningen på alkohol i Finland fått stor uppmärksamhet i Sverige, liksom även privatförsäljning av privatinförd sprit.

Den slutsats vi vågar dra från våra iakttagelser av skiftet i alkoholopinionen är att frågan om att generellt sänka alkoholskatten inte längre står högt på dagordningen. I varje fall inte hos den svenska allmänheten och troligen inte heller hos politikerna. Fortsatta mätningar 2007 och framöver behövs.

Noter

- ¹ Frågorna är ställda inom ramen för vårt av Systembolagets Fond stödda forskningsprojekt *Svensk alkoholopinion*. Projektet har pågått sedan 2004 och en slutredovisning är planerad att göras under hösten 2007. I den nationella SOM-undersökningen 2006 ställdes även frågor om alkoholpolitik, vilka kommer att redovisas i annat sammanhang.
- ² Den största enskilda nedgången finns dock för boende i Stockholm (26 procentenheter). Säkerheten är dock mindre på grund av att antalet svar här är lägre.

Referenser

- Alkoholkonsumtionen i löpande 12-månadersperioder. Uppdelad på typ av dryck och anskaffningssätt. Centrum för socialvetenskaplig alkohol- och drogforskning, Stockholms universitet 2006.
- Antoni, Rudolf (2006) Västsvensk kultur och livsstil. I Nilsson, L (red) *Nya gränser Västsverige*. Göteborg: SOM-institutet.
- Holmberg, Sören, Weibull, Lennart (2004) Ju mer vi är tillsammans. I Holmberg, S, Weibull, L (red) *Ju mer vi är tillsammans*. Göteborg: SOM-institutet.
- Holmberg, Sören, Weibull, Lennart (2005a) *Svensk alkoholopinion*. Göteborg: SOM-institutet.
- Holmberg, Sören, Weibull, Lennart (2005b) Lyckan kommer, lyckan går. I Holmberg, S, Weibull, L (red) *Lyckan kommer, lyckan går*. Göteborg: SOM-institutet.
- Holmberg, Sören, Weibull, Lennart (2005c) *Swedish Trends 1986-2004*. Göteborg: SOM-institutet.
- Holmberg, Sören, Weibull, Lennart (2006) Besök på Calle Grenz Shop. I Holmberg, S, Weibull, L (red) *Du stora nya värld*. Göteborg: SOM-institutet.
- SoRAD (2007) *Resandeförsel av alkohol. Svenska resenärers införsel av spritdrycker, vin och öl till Sverige från juni år 2000 och framåt. Uppdaterad till och med december 2006*. Centrum för socialvetenskaplig alkohol- och drogforskning, Stockholms universitet 2007.

- SOU 2004:86 *Var går gränsen?* Delbetänkande av alkoholinförslutredningen. Stockholm: Fritzes.
- SoRAD (2007) *Den totala alkoholkonsumtionen i Sverige fram t o m mars 2007*. En preliminär uppskattning uppdelad på anskaffningssätt och dryck. Centrum för socialvetenskaplig alkohol- och drogforskning, Stockholms universitet 2006.
- Tullverket (2006) *Redovisning av Tullverkets hantering av den frekventa illegala alkoholinförsln*. Stockholm: Tullverket.

ALKOHOLVANOR OCH ALKOHOLPOLITIK

SOM-undersökningen 2007

SOM-rapport nr 44

Skilda världar

ALKOHOLVANOR OCH ALKOHOLPOLITIK

SÖREN HOLMBERG OCH LENNART WEIBULL

Den alkoholpolitiska debatten i Sverige sköt plötsligt fart i början av 2000-talet. Anledningen var inte minst att EU-medlemskapets konsekvenser för alkoholförseln slog igenom. I princip blev nu all privat införsel av sprit, vin och starköl fri. Medierna gav stor uppmärksamhet åt förändringen och busslaster av nyfikna reste till billigaffärerna i norra Tyskland. Det växte snart fram en oro för att detta skulle underminera det svenska försäljningsmonopolet. En utredning tillsattes med syfte att se över de svenska skattesatserna på alkohol. Tanken var att en kontrollerad försäljning av billigare alkohol i Sverige skulle förhindra en okontrollerad privatinförsel. Samtidigt beviljades ett forskningsprojekt om vad en skattesänkning skulle innebära för svenskarnas alkoholvanor.¹

När utredningen presenterades 2004 hade luften börjat gå ur debatten. De som var tveksamma mobiliserade sig och skattesänkningens sociala baksida illustrerades med vilka grupper som drabbades då Finland gjort en motsvarande reduktion av spritskatten. Dessutom visade statistik att uppgången i privatinförseln av alkohol brutits 2005 och hela frågan verkade klinga av. Som vi kunde visa på grundval av SOM-undersökningen 2005 och 2006 föll samtidigt det folkliga stödet för en alkoholskattesänkning kraftigt (Holmberg och Weibull, 2007).

Därmed kan det tyckas att frågan om alkoholskattesänkning tills vidare kunde lämnas därhän. Men den snabba förändringen i opinionen väcker samtidigt frågor. Har verkligen allmänhetens problembild förändrats så kraftigt att den innebär att det inte längre finns något stöd för skattesänkningen? Hur har alkoholvanorna utvecklats? Och vad har skett med det tidigare iakttagna, relativt starka, positiva sambandet mellan den egna alkoholkonsumtionen och stödet för en skattesänkning? Syftet med detta kapitel är därför att analysera förhållandet mellan å ena sidan problemupplevelsen – hur allvarligt alkoholproblemet bedöms vara i Sverige – och de egna alkoholvanorna och å den andra synen på sänkt alkoholskatt både 2004 då stödet var starkt och 2007 då det, som vi snart skall se, har ytterligare försvagats.

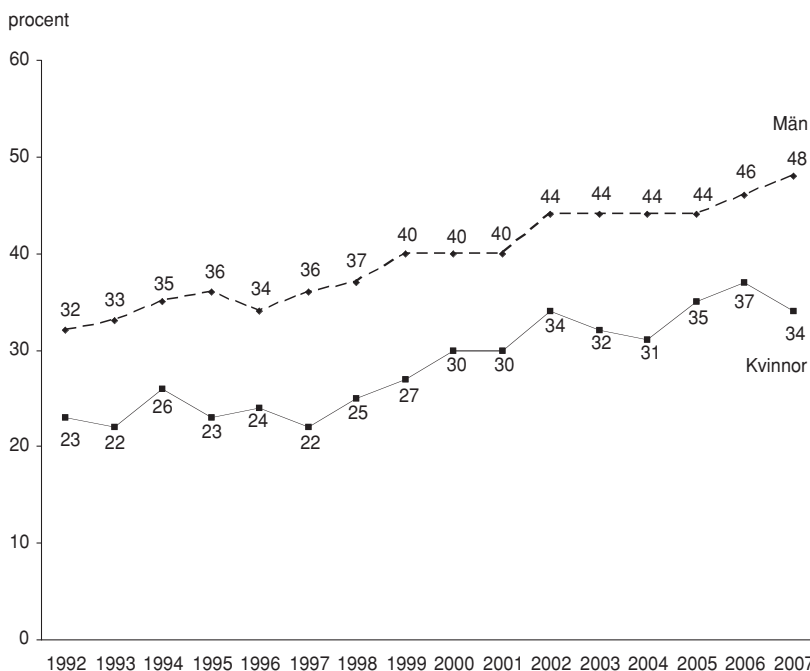
Alkoholvanor och inköpsresor

SOM-institutet har sedan början av 1990-talet ställt en årlig fråga om alkoholvanor. I motsats till de studier som Sorad vid Stockholms universitet regelbundet gör av den faktiska mängden alkohol som genomsnittssvensken konsumerar (t ex Boman m fl, 2007) gäller SOMs fråga hur ofta man har druckit alkohol – sprit, vin eller starköl – under de senaste tolv månaderna. För 2007 visar det sig att 39 procent

gjort det åtminstone någon gång i veckan varav en knapp fjärdedel flera gånger i veckan, och ytterligare drygt 25 procent någon gång i månaden. Andelen som inte smakat någon alkohol var 15 procent.

Om vi alltså utgår från vanan att dricka starköl, vin och sprit kan vi konstatera att det finns en klar uppgång i regelbundet drickande sedan den första SOM-mätningen 1992. Då låg alkoholkonsumtionen på 27 procent minst någon gång i veckan. Uppgången, som i tabell 1 redovisas för män respektive kvinnor, nådde 44 respektive 34 procent år 2002 för att därefter i huvudsak stabiliseras. De två senaste åren finns det dock på nytt en viss uppgång för män, medan det senaste är en nedgång bland kvinnorna.

Figur 1 Regelbundna alkoholvanor bland män och kvinnor (procent)



Kommentar: Resultaten kommer från SOM-undersökning och visar andel män respektive kvinnor som anger att de dricker starköl, vin eller sprit minst en gång i veckan.

Personer i övre medelåldern, högutbildade och boende i storstäderna är de som har den mest regelbundna alkoholvanan. Varannan person i åldersspannet 50-64 år dricker alkohol åtminstone någon gång i veckan, i högre tjänstemannafamiljer är andelen över 60 procent. Siffrorna kan jämföras med 28 procent bland pensionärer

Tabell 1 Konsumtion av starköl, vin eller sprit under de senaste tolv månaderna 2004 och 2007 (procent)

	Ålder		Utbildning				Subjektiv familjeklass						Boendeort						
			Medel- låg		Medel- hög		Arbeter- hem		Tjänste- männa- hem		Före- tagar- hem		Stor- stad/ tätort		Mindre tätort		Lands- bygd		
	15-29	30-49	50-64	65-85	Låg	Medel- låg	Medel- hög	Hög	Hög	hem	hem	hem	hem	Stor- stad	tätort	Stor- stad/ tätort	Mindre tätort	Lands- bygd	bygd
<i>Minst en gång i veckan</i>																			
2004	29	40	49	34	29	37	46	51	30	44	62	43	51	40	31	40	31	31	31
2007	31	42	50	36	28	38	41	58	29	50	61	45	54	43	31	43	31	34	34
<i>Någon gång året/ halvåret/månaden</i>																			
2004	53	51	40	43	48	49	45	41	53	45	30	36	39	46	50	46	50	52	52
2007	49	50	40	41	47	49	48	35	55	39	32	44	35	43	54	43	54	50	50
<i>Ingen gång</i>																			
2004	18	9	11	23	23	14	9	8	17	11	8	11	10	14	17	14	17	17	17
2007	20	8	10	23	25	13	11	7	16	11	7	11	11	14	15	14	15	16	16
<i>Summa procent</i>																			
2004	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
2007	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
<i>Antal svar</i>																			
2004	643	1122	956	725	879	1128	695	699	1469	905	518	254	914	1131	830	1585	699	537	537
2007	611	1034	947	719	752	1116	646	757	1338	855	558	260	515	1585	699	1585	699	477	477

och 34 procent bland boende på landsbygden. I jämförelse med de senaste åren är bilden i stort sett densamma, vilket exemplifieras i tabell 1 av mätningen 2004, som lagts in som jämförelse med tanke på den då annorlunda opinionen i alkoholskattefrågan.

Bakom de demografiska skillnaderna ligger olika livsmönster. Regelbundna alkoholvanor har klart samband med ett aktivt, utåtriktat stadsliv med bio och restaurangbesök, men också med övertidsarbete och utlandsresor. Religion och estetiska intressen har däremot ett negativt samband med alkoholkonsumtion.

Resor i syfte att handla billigare alkohol utomlands ligger i stort sett på samma nivå 2007 som 2005. Då uppgav 28 procent att de åtminstone någon gång om året storhandlat alkohol utomlands och 11 procent hade gjort det minst en gång i kvartalet. År 2007 är motsvarande siffror 26 och 9 procent (Holmberg och Weibull, 2006). I båda fallen är det Sydsverige och Halland som utmärker sig med högst siffror. Andelen som storhandlat har dessutom ökat i båda dessa regioner – upp med fem procentenheter, medan det för Stockholm finns en klar nedgång – ner med fem procentenheter. Möjligen skall resultatet tolkas så att inköpsresandet blivit ett etablerat fenomen i södra Sverige, medan nyhetens behag är borta i övriga landet utan att någon vana etablerats. Den svaga nedgången i inköpsresor stöds av en analys som visar att även alkoholsmugglingen gick ner efter 2005 ((Svensson och Hradilova Selin, 2007).

Personer som åker på inköpsresa är ofta medelålders med utbildning över genomsnittet. Ju längre söderut man kommer desto högre blir andelen pensionärer som storhandlar alkohol utomlands. Det finns även ett klart positivt samband med egen alkoholvana och inköpsresor utomlands. Resultaten visar således att inköpsresorna på många håll har blivit en etablerad vana samtidigt som vi kan notera att de i allt mindre utsträckning ägnas medieuppmärksamhet.

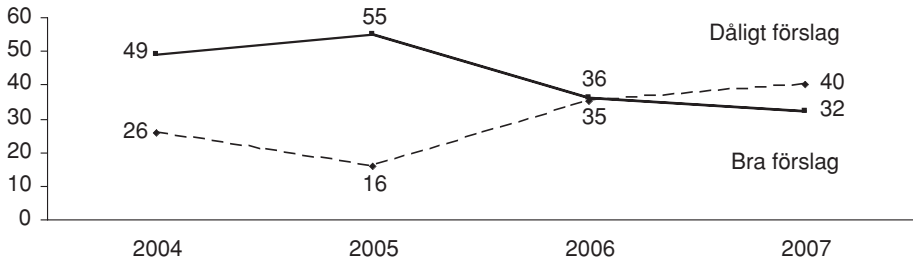
Synen på skattesänkningen

Utredningen om sänkt alkoholskatt hade då den lades fram 2004 ett relativt starkt stöd i den allmänna opinionen. Nästan exakt hälften av den svenska allmänheten tyckte hösten samma år att det var ett bra förslag att sänka alkoholskatten och endast en fjärdedel var emot. Året därpå då debatten om privatinförsel av alkohol var särskilt stark polariserades opinionen ytterligare och förespråkarna för lägre skatt på alkohol var nu i majoritet. Men valåret 2006 var opinionen plötsligt en annan. Nu var istället de två ståndpunkterna – för respektive emot – jämnstarka (Holmberg och Weibull, 2007).

Den opinionssvängning som iaktogs 2006 har fortsatt 2007 om än i minskande takt. Nu har nej-sidan fått överhanden: 40 procent ställer sig negativa till en sänkning av alkoholskatten mot 32 procent som är positiva till förslaget. Den snabba förändring som vi förra året kände en viss osäkerhet inför var inte tillfällig utan uttryck för ett trenderbrott (se figur 2).

Figur 2 Andel positiv och negativ till att sänka alkoholskatten 2004 – 2007 (procent)

fråga: "Sänka skatten på alkohol".



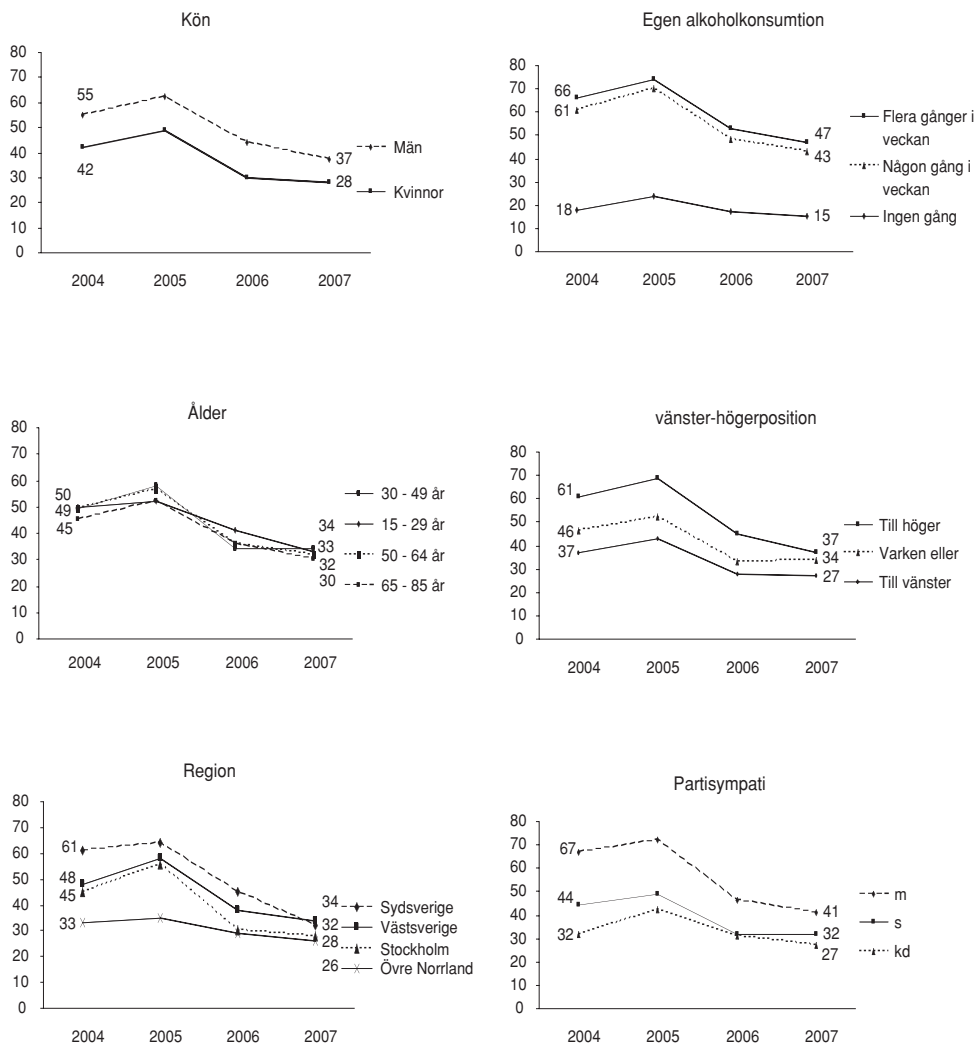
Kommentar: Procenten har beräknats bland personer som besvarat enkätfrågan. Frågan innehåller också svarsalternativet "varken bra eller dåligt".

När vi 2006 diskuterade vad som kunde ligga bakom en sådan opinionsförändring pekade vi först på att det framför allt var bland de grupper som varit klara förespråkare för en ökad alkoholfrihet som minskat sitt stöd för förslaget att sänka skatten på alkohol. Det är samma mönster som fortsätter 2007 (figur 3 på nästa sida). Åsiktsskillnaderna mellan olika grupper minskar dock efter hand. Också bland de mest regelbundna alkoholkonsumenterna och bland personer som placerar sig ideologiskt till höger fortsätter stödet för skattesänkningen att falla och inte i någon av dessa grupper finns det längre en majoritet för utredningsförslaget.

Den fortsatta nedgången mellan 2006 och 2007 visar sig vara särskilt uttalad bland personer som placerar sig politiskt till höger och bland moderata sympatisörer. Det ger ett stöd för vår hypotes att det till viss del är en allmänpolitisk faktor som ligger bakom opinionssvängningen. De nya moderaterna har inte längre frihets- och skattesänkingsfrågor lika uttalade på sin agenda som tidigare. Samma förändring hos de moderata sympatisörerna, om än inte lika kraftig, finns i frågan om att tillåta försäljning av vin, sprit och starköl i livsmedelsbutiker. Här har andelen som stöder ett sådant förslag minskat från 58 till 48 procent mellan 2004 och 2007.

Även om vi ser en konvergens i åsikterna om alkoholskatten är det viktigt att understryka att de grundläggande opinionsmönstren kvarstår år 2007. Det är främst män som i klart större utsträckning än kvinnor vill sänka alkoholskatten – 37 respektive 28 procent. Skattesänkningen har lågt stöd hos högutbildade (24 procent). Det lägsta stödet för en skattesänkning (15 procent) finns bland dem som aldrig dricker alkohol och de högsta (43 procent) bland dem som dricker regelbundet. Den senare åsiktsdifferensen pekar ut en viktig faktor bakom synen på alkoholskatten – egenintresset. Frågan är dock om det kan finnas någon ytterligare faktor som ligger bakom förändringen i alkoholopinionen. Låt oss se på en alternativ modell.

Figur 3 Andel positiv till att sänka alkoholskatten 2004 – 2007 i olika grupper (procent)



Alkohol – ett samhällsproblem?

Ett centralt antagande om hur opinionsskiften sker är att det inträffat någon förändring i den sociala problembilden. Det kan gälla att en ny fråga kommer upp på den samhälleliga dagordningen eller att ett problem avförs som löst. Synen på alkoholskatten skulle möjligen kunna vara ett exempel på båda: problemet kom upp som en följd av den ökade privatinförseln och försvann sedan när den inte längre verkade ha samma aktualitet i medieopinionen. Men frågan är om detta stämmer när vi granskar allmänhetens bild av sakernas tillstånd.

Vi kan belysa allmänhetens problemupplevelse med två frågor som ställdes i 2007 års SOM-undersökning. Den ena gäller i vad mån man känner oro för ökad alkoholkonsumtion, den andra hur man ser på alkoholpolitiken som en följd av EU-medlemskapet. Det är snarast den förra som ger en rimlig operationalisering av problemupplevelsen. Det visar sig här att det också finns en förändring i synen på alkohol som samhällsproblem. År 2004 var det 23 procent som ansåg att ökad alkoholkonsumtion var mycket oroande, år 2007 hade andelen minskat till 18 procent. Om vi inkluderar även dem som anser problemet ganska oroande är nedgången sex procentenheter – från 59 till 53 procent (se tabell 2).

Oron för ökad alkoholkonsumtion var både 2004 och 2007 större i de grupper som tidigare visat sig vara minst benägna att sänka alkoholskatten. Det gäller kvinnor, högutbildade, personer till vänster ideologiskt och partipolitiskt och person som aldrig använder alkohol. Omvänt anser män, de som placerar sig politiskt till höger och de som dricker alkohol minst en gång i veckan att problemet är mindre. Nedgången i problemupplevelse finns i samtliga grupper. Den är 2007 lika stor bland dem aldrig dricker alkohol som bland dem som gör det varje vecka. Möjligen finns det en svag tendens att nedgången är något större hos dem som 2004 upplevde problemet som särskilt allvarligt.

Mönstret är detsamma för synen på hur EU-medlemskapet påverkar den svenska alkoholpolitiken. År 2005 då inköpsresorna var som mest uppmärksammade ansåg 35 procent av svenskarna att EU medfört en försämring i svensk alkoholpolitik, en andel som två år senare minskat till 27 procent. Intressant nog minskade under samma tid även andelen som menade att EU-medlemskapet inneburit en förbättring av alkoholpolitiken, men bara från 19 till 16 procent. När frågan inte längre var på agendan ökade istället andelen som saknade en klar uppfattning.

Både indikatorerna på alkoholen som samhällsproblem uppvisar således en nedgång. Resultatet kan förefalla motsägelsefullt. Om alkoholkonsumtionen inte upplevs lika oroande som tidigare kunde man kanske tro att acceptansen skulle öka för en sänkt alkoholskatt. Men en sådan tolkning tar inte hänsyn till skattesänkingsförslagets bakgrund: det lanserades för att motverka alkoholproblem inte för att underlätta tillgången. Den alternativa tolkningen är således att när problemet inte uppfattas som lika viktigt sjunker också stödet för den föreslagna åtgärden.

Tabell 2 Alkohol som samhällsproblem: andel som anser ökad alkoholkonsumtion mycket eller ganska oroande 2004 och 2007 (procent)

	2004	2007	Förändring
Samtliga	59	53	-6
Kvinnor	67	59	-8
Män	52	47	-5
15 – 29 år	50	46	-4
30 – 49 år	49	43	-6
50 – 64 år	63	54	-9
65 – 85 år	79	73	-6
Lågutbildad	68	66	-2
Medellågutbildad	55	51	-4
Medelhögutbildad	60	52	-8
Högutbildad	54	44	-10
Mycket politiskt intresserad	64	57	-7
Ganska politiskt intresserad	62	56	-6
Inte särskilt politiskt intresserad	59	50	-9
Inte alls politiskt intresserad	42	46	+4
Klart vänster	58	57	-1
Något vänster	66	57	-9
Varken eller	59	56	-3
Något höger	57	51	-6
Klart höger	50	50	±0
v	55	51	-4
s	61	57	-4
mp	62	57	-5
c	72	62	-10
fp	56	45	-11
kd	75	60	-15
m	51	42	-9
Dricker aldrig alkohol	83	74	-9
Dricker någon gång	51	56	+5
Dricker minst en gång/vecka	52	42	-10

Kommentar: Resultat för sd-sympatisörer 2007 är 49 procent.

Partipolitik, problemupplevelse eller egna alkoholvanor?

Vi har pekat på åtminstone tre förklaringar till allmänhetens åsikt om att sänka alkoholskatten. Det är den egna alkoholkonsumtionen – som visat sig vara den enskilt bästa prediktorn varje år, det är synen på alkohol som samhällsproblem och det är den politiska ideologin. Det handlar alltså om inverkan från beteenden, föreställningar och värderingar. Vårt speciella intresse är att se hur denna förklaringsmodell faller ut 2007 i jämförelse med 2004. Med tanke på att vi sett att alkoholkonsumtionen och ideologin förändrats endast obetydligt mellan de två åren är hypotesen att problemupplevelsen har fått större betydelse för synen på skattesänkning. Vi kan pröva sambanden i en serie effektanalyser (se figur 4).

Om vi först ser hur problemupplevelsen relaterar sig till den egna alkoholkonsumtionen är det tydligt att den senare har en klart större betydelse för synen på skattesänkningen. Det var särskilt tydligt 2004. Bland regelbundna alkoholkonsumenter som såg en ökad alkoholkonsumtion som ett samhällsproblem var det över hälften (55 procent) som stödde förslaget att sänka alkoholskatten, i jämförelse med 15 procent bland dem som inte dricker alkohol. 2007 har siffrorna utjämnats. Den största förändringen är att regelbundna alkoholkonsumenter som inte ser ökad alkoholkonsumtion som ett samhällsproblem nu i betydligt lägre grad än 2004 är för en skattesänkning. Det samlade utfallet är att både problemupplevelse och egen alkoholkonsumtion har mindre betydelse för synen på skattesänkningen 2007 än 2004.

Problemupplevelsens relation till ideologin uppvisar ett likartat mönster. Ideologin spelar den större rollen 2007 för synen på skattesänkning, men inte 2004. Men både ideologi och problemupplevelse har sammantaget fått en något mindre betydelse. Den stora nedgången i stödet för skattesänkning finns framför allt hos personer som inte upplever alkohol som ett samhällsproblem.

Den tredje analysen ställer ideologisk självplacering mot alkoholvanor. Och resultaten visar tydligt att konsumtionsvanorna betyder mer för attityden till alkoholskattesänkningen än ideologin. Resultaten bekräftar också till stor del vad man kunde sluta sig till av de två föregående effektanalyserna: det är framför allt personer som är regelbundna alkoholkonsumenter och som placerar sig politiskt till höger som minskat sitt stöd för en skattesänkning.

En viktig iakttagelse är således att opinionen för en sänkt alkoholskatt i stor utsträckning har sitt stöd hos personer med regelbundna alkoholvanor som placerade sig till höger och som inte uppfattade alkoholkonsumtion som något större samhällsproblem. Om vi kontrollerar för samtliga tre variabler kan vi konstatera att 84 procent i denna grupp år 2004 var för en sänkt alkoholskatt, att jämföra med 16 procent bland absolutister som placerade sig till vänster och kände oro för ökad alkoholkonsumtion. År 2007 har stödet för alkoholskatten i den förra gruppen minskat med hela 37 procentenheter till 47 procent medan nedgången i den senare är bara fem procentenheter till 10 procent. Följer vi upp analysen med regressionsanalys

Figur 4 *Inställning till alkoholskatt efter problemupplevelse, ideologi och egna alkoholvanor 2004 och 2007: andel som anser att sänkning av alkoholskatten är ett bra förslag (procent)*

		Ökad alkoholkonsumtion oroande		Effekt av problemupplevelse
		Ja	Nej	
Egen alkoholvana	Aldrig	15 / 11	24 / 26	+9
	Varje vecka	55 / 38	75 / 47	+20
Effekt av alkoholvana		+40	+27	+51
				+21

		Ökad alkoholkonsumtion oroande		Effekt av problemupplevelse
		Ja	Nej	
Ideologisk självplacering	Vänster	30 / 19	53 / 28	+23
	Höger	51 / 37	77 / 45	+9
Effekt av ideologi		+21	+18	+24
				+17

		Ideologisk självplacering		Effekt av ideologi
		Vänster	Höger	
Egen alkoholvana	Aldrig	14 / 13	17 / 11	+3
	Varje vecka	49 / 38	73 / 45	-2
Effekt av alkoholvana		+35	+25	+56
				+34

Förklaring: 

bekräftas att samtliga tre faktorer – egen alkoholvana, problemupplevelse och ideologisk självplacering – inverkar på åsikten om sänt alkoholskatt. Men mer intressant är att den egna alkoholvanan hade relativt störst påverkan 2004, medan problemupplevelsen spelar den relativt största rollen 2007. Därmed bekräftas det inledande antagandet.

Vilken opinionssvängning – och varför?

Även om vi kan visa på vissa tydliga empiriska förklaringsmönster säger dessa inte allt om vad som faktiskt skapade förändringen i opinionen. Men innan vi går in på problemet med tolkningen måste vi ställa frågan om konstansen i opinionen. Det vi sett är en förändring mellan ganska få mätpunkter – från 2004 till 2007. Var då 2004 på något sätt ett avvikande år och förändringen handlade om att gå tillbaka till ett tidigare läge? Det går inte att besvara på grundval av frågan om synen på alkoholskatten som ställdes första gången 2004, men indikationer kan hämtas från analyser av svaren på en annan fråga som ställts i SOM-undersökningarna sedan 2001: om man anser att försäljning av starköl, vin och sprit skall tillåtas i livsmedelbutiker.

Omkring en tredjedel av svarspersonerna 2007 tyckte att det var ett bra förslag att tillåta alkoholförsäljning i livsmedelsbutiker. De som stöder förslaget är samma grupper som är för en sänkning av alkoholskatten: män, medelålders, moderata sympatisörer och de som regelbundet dricker alkohol. Mönstret är också detsamma när det gäller samspelet mellan problemupplevelse och egen alkoholkonsumtion. Bland dem som anser att alkoholen är ett samhällsproblem men som själva inte dricker är stödet för alkoholförsäljning i livsmedelsaffärer 7 procent, bland dem som dricker alkohol regelbundet och inte ser alkohol som är samhällsproblem är det 50 procent – och bland dem som placerar sig politiskt till höger och regelbundet dricker alkohol är stödet 49 procent.

Svarsmönstret är alltså exakt detsamma som för synen på sänkt alkoholskatt, men i den här analysen kan vi gå tillbaka inte bara till 2004 utan ända till 2001. Analysen bekräftar att opinionen även i synen på alkoholförsäljning i livsmedelsbutiker var mer positiv 2004 än 2007 – men det intressanta är att opinionen var ännu mer positiv 2001, särskilt bland dem med regelbunden alkoholvana och med högeråsiikt. I denna grupp har stödet för den fria försäljningen minskat från 72 procent 2001 till 61 procent 2005 och 49 procent 2007. Resultatet pekar således på en ännu mer alkoholliberal opinion 2001 än 2004. Om vi hade ställt frågan om alkoholskatt redan då är det således troligt att stödet skulle ha varit ännu större.

För att svara på frågan om varför alkoholopinionen svängde måste vi först reflektera över varför de alkoholliberala åsikterna var så framträdande fram till 2005. Det vi har sett är att den alkoholpositiva opinionen byggde på ett starkt stöd bland regelbundna alkoholkonsumenter med högeråsiikt som inte såg alkohol som ett samhällsproblem. En tolkning är att en marknadsliberal grunduppfattning gick

hand i hand med egenintresset för billigare alkohol. Man kan anta att uppmärksamheten för de nya införselmöjligheterna förstärkte intresset. Att förslaget till skattesänkning på alkohol också hade visst stöd från nykterhetsorganisationer bidrog med all sannolikhet till att ge legitimitet åt åsikten.

Men så svängde opinionen. Problemet med alkohol som samhällsproblem kom upp på dagordningen. Opinionsbildningen förstärktes och konsekvenserna av den finska skattesänkningen i form av ökat våld och ökad utslagning fick en viss medieuppmärksamhet, liksom den ökade smuglingen och vidareförsäljningen av EU-sprit. Men det fanns även en politisk sida. Som vi sett minskade moderaterna sin profil i frågor om skattesänkningar och betonade oftare det sociala ansvaret.

En rimlig tolkning är att det som ändrade åsikterna var att många olika faktorer bidrog till en opinionsvind, som medförde att skattesänkingsfrågan tappade aktualitet. Utredningsförslaget blev liggande utan några egentliga förespråkare och den minskade uppmärksamheten i kombination med ökad problemmedvetenhet innebar ett minskat opinionsstöd.

Not

- ¹ Whose drinking changes how much when liquor taxis fall? Effects of tax cuts. Projekt vid Centrum för socialvetenskaplig alkohol- och drogforskning vid Stockholms universitet. Startat 2003. Jfr Mäkelä m fl (2007)

Referenser

- Boman, Ulrika, Hradilova, Selin, Klara, Ramstedt, Mats och Svensson, Johan (2007) *Alkoholkonsumtionen i Sverige fram till år 2006*. (SoRAD Rapportserie, nr 48). Stockholm: Centrum för alkohol- och drogforskning, vid Stockholms universitet.
- Holmberg, Sören, Weibull, Lennart (2006) På besök i Calle Grenzshop. I Holmberg, S, Weibull, L (red) *Du stora nya värld*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Holmberg, Sören, Weibull, Lennart (2007) Den förändrade alkoholopinionen. I Holmberg, S, Weibull, L (red) *det nya Sverige*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Mäkelä, Pia, Bloomfield, Kim, Gustafsson, Nina-Katri och Room, Robin (2007) *Effects of major changes in alcohol availability: study design, data collection procedures and measurement*. (SoRAD Report series, nr 46). Stockholm: Centrum för alkohol- och drogforskning, vid Stockholms universitet.
- Svensson, Johan, Hradilova Selin, Klara (2007) *Alkoholsmuggling i Sverige*. Stockholm: Centrum för alkohol- och drogforskning, vid Stockholms universitet.

DET ÄR SKILLNAD PÅ SPRIT,
VIN OCH STARKÖL

SOM-undersökningen 2008

SOM-rapport nr 46

Svensk höst

DET ÄR SKILLNAD PÅ SPRIT, VIN OCH STARKÖL

SÖREN HOLMBERG OCH LENNART WEIBULL

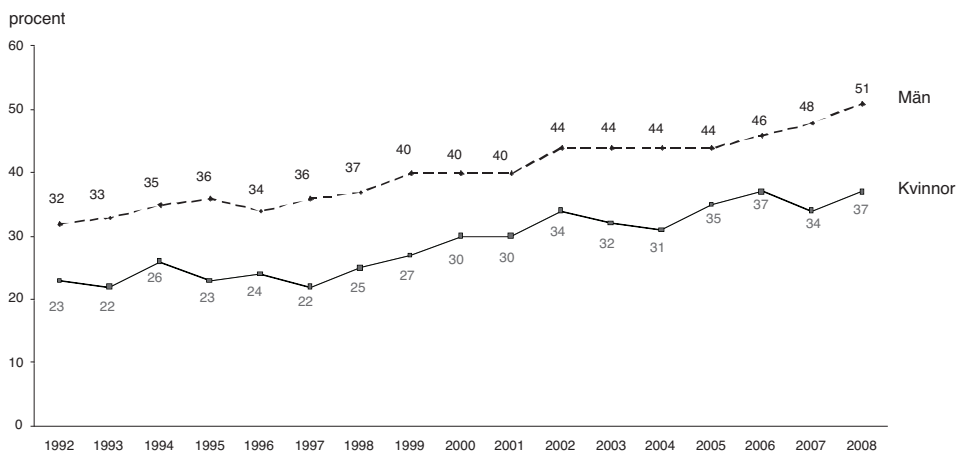
I slutet av april 2009 sände Sveriges Radios redaktion Kaliber ett program om Alkohol med rubriken Vår älskade dödsdrog. Programmet pekade på att Sverige efter EU-inträdet har blivit alltmer alkoholliberal. Den nykterhetspolitiska majoriteten i riksdagen finns inte längre och alkoholrestriktionerna i samhället har försvunnit steg för steg. Men programmets huvudpoäng var att den största förändringen skett inom oss själva. Vi accepterar utan att reflektera de nya vanorna. Alkoholen har blivit en naturlig av vår vardag, där den gamla propagandatexten ”Spola kröken” på idrottsmäns tröjor numera är ersatt av diverse ölmärken. Problemet är att vi inte förstår den stora roll alkoholen spelar för våldsutvecklingen i samhället.¹

De frågor som radioprogrammet ställer pekar på att alkoholvanor och alkoholopinion alltid måste betraktas parallellt. Det är också den utgångspunkt som gäller för SOM-institutets studier av alkohol inom ramen för de nationella SOM-undersökningarna. Kalibers grundfråga om hur synen på alkoholens roll i samhället hänger samman med egna alkoholvanor är också den vi ställt oss inom forskningsprojektet Alkoholopinionen.² Det särskilda opinionstema vi haft i centrum är förslaget om sänkt alkoholskatt, där vi sedan 2004 följt förändringar i svenska folkets åsikter. I det följande är avsikten att studera opinionen 2008 mot bakgrund av den längre tidsserien om synen på sänkt alkoholskatt. Dessutom redovisas alkoholvanornas förändring med en fördjupning efter typen av alkoholkonsumtion.

Alkoholvanor 2008

Under det gångna decenniet har det i Sverige blivit vanligare att dricka alkohol. Det mått som vi använt för att studera konsumtionsutvecklingen sedan mätserien startade 1992 är frågan *hur ofta* man dricker starksprit, vin eller öl. Måttet tar således sikte på frekvensen i konsumtionen, inte på volymen. Vi kan således inte säga om de mer frekventa vanorna betyder att man dricker mera, även om det sannolikt finns ett sådant samband.³ Valet av frekvensmåttet är motiverat av vårt intresse att analysera alkohol som en del av en livsstil eller en kultur.

Vanemåttet visar på en närmast kontinuerlig uppgång i andelen som dricker sprit, vin eller starköl minst någon gång i veckan – från drygt 25 procent 1992 till drygt över 40 procent 2008. Ökningen är tydligast bland män, men finns även bland kvinnor (figur 1). Andelen män som dricker alkohol regelbundet är alla år mellan 10 och 15 procentenheter högre än bland kvinnor.

Figur 1 Regelbundna alkoholvanor bland män och kvinnor 1992-2008 (procent)

Kommentar: Resultaten kommer från SOM-undersökning och visar andel män respektive kvinnor som anger att de dricker starköl, vin eller sprit minst en gång i veckan. De som inte alls svarat på livsstilsfrågan är bortdefinierade.

Alkoholkonsumtionen är klart frekventast bland högre tjänstemän, där nästan två tredjedelar (63%) dricker sprit, vin eller starköl minst någon gång i veckan. Andra grupper med frekventa alkoholvanor är högutbildade (54%), storstadsboende (54%) och personer i åldern 50-64 år. De som ligger särskilt lågt på alkoholkonsumtion är äldre personer i mindre tätorter.

Att de regelbundna alkoholvanorna är knutna till främst storstäder och högre utbildning blir tydligt när vi ser på extremgrupper. Bland högre tjänstemannahem i storstäderna ligger andelen som dricker sprit, vin eller starköl minst en gång i veckan på över 70 procent. Det kan jämföras med att motsvarande andel bland arbetarhem på landsbygden är 25 procent. Att den regelbundna alkoholkonsumtionen är ett uttryck för en storstadskultur och är nära förknippad med uteliv är mycket tydligt.

Att alkoholkonsumtionen också i övrigt är omfattande visar sig genom att det är få som uppger att de inte har druckit sprit, vin eller starköl någon gång under de senaste tolv månaderna. Andelen icke-drickare är högst i pensionärsgruppen där omkring en fjärdedel inte smakat alkohol, bland kvinnliga pensionärer på landsbygden till och med 50 procent.

I 2008 års SOM-undersökning valde vi att också ställa separata konsumtionsfrågor om å ena sidan vin och öl och å andra sidan starksprit. Tanken bakom det är att även få en bild av konsumtionens karaktär. Det visar sig som väntat att konsum-

tionen av vin och öl är mera regelbunden än den av starksprit. Drygt 40 procent av de svarande uppger sig dricka vin eller öl minst en gång i veckan, medan motsvarande andel för starksprit är 16 procent. Var fjärde har inte druckit någon starksprit under de senaste tolv månaderna, 15 procent inte heller vin eller starköl.

Tabell 1 Alkoholvanor de senaste tolv månaderna i olika grupper 2008 (procent)

	Starköl/vin					Starksprit					Antal svar
	Ingen gång	Någon gång kvartal	Någon gång månad	Någon gång veckan	Totalt	Ingen gång	Någon gång kvartal	Någon gång månad	Någon gång veckan	Totalt	
<i>Kön:</i>											
Kvinnor	14	20	28	38	100	29	38	23	10	100	835
Män	16	15	24	45	100	20	28	30	22	100	744
<i>Ålder:</i>											
15 – 29 år	23	16	34	27	100	25	27	32	16	100	289
30 – 49 år	9	20	27	44	100	20	40	29	11	100	509
50 – 64 år	12	15	23	50	100	20	34	25	21	100	442
65 – 85 år	22	20	23	35	100	37	28	20	15	100	380
<i>Utbildning:</i>											
Lågutb	28	20	23	29	100	38	26	22	14	100	351
Medellåg	14	17	30	39	100	21	35	28	16	100	495
Medelhög	12	21	23	44	100	22	36	26	16	100	332
Högutb	5	14	26	55	100	17	38	28	17	100	369
<i>Social bakgrund:</i>											
Arbetslöshet	20	22	28	30	100	28	34	25	13	100	651
Tjänstmannahem	10	14	27	46	100	20	36	29	15	100	537
Högre tjänstmannahem	4	8	19	69	100	15	25	32	28	100	124
Företagarhem	11	11	23	55	100	21	32	28	19	100	124
<i>Partisympati:</i>											
V	17	22	26	35	100	23	43	26	8	100	87
S	19	20	27	34	100	29	32	26	13	100	558
MP	14	17	34	35	100	25	44	21	10	100	110
C	13	8	25	44	100	21	33	29	17	100	72
FP	10	12	31	47	100	17	41	29	13	100	101
KD	29	25	23	23	100	44	41	7	8	100	75
M	7	10	22	61	100	15	28	32	25	100	361
SD	13	23	26	38	100	17	25	34	24	100	70

Som väntat hänger vanan att dricka starksprit ihop med vanan att dricka vin och starköl. Det är inte heller överraskande att de som dricker starksprit minst en gång i veckan även dricker öl och vin (93%). Andelen som varje vecka dricker både starksprit och vin eller starköl är omkring 15 procent. Föreställningen att det

skulle finnas grupper som bara dricker starksprit och aldrig vin eller öl får således inget belägg i våra data.

När det gäller gruppskillnader i starksprits- respektive vin/starkölskonsumtionen framträder i stort sett samma mönster som tidigare (tabell 1). De grupper som ligger högre i allmänna alkoholvanor ligger relativt sett högre i fråga om starksprit och förstärker skillnaderna. Bland män är andelen som uppger sig dricka starksprit minst en gång i veckan 22 procent, bland kvinnor 10 procent; i högre tjänstemannahem 28 procent, i arbetarhem 13 procent. Konsumtion av särskilt vin men också starköl beskrivs ofta som en del av storstadskulturen. Det får stöd av SOM-undersökningen 2008: omkring 70 procent i storstäderna dricker vin eller öl någon gång i veckan, i jämförelse med endast omkring 30 procent i mindre tätorter och på landsbygden. Detsamma visar sig gälla vanan att dricka starksprit, om än med en inte lika markerad skillnad – 50 procent i storstäderna mot 35 procent i mindre tätorter och på landsbygden.

Det finns en del tydliga skillnader i alkoholvanor mellan sympatisörer till olika politiska partier. Det är framför allt användningen av starksprit som skiljer ut: bland sympatisörer till Moderaterna och Sverigedemokraterna uppger sig var fjärde dricka starksprit minst en gång i veckan, medan detta gäller mindre än var tionde bland Vänsterpartiets och Kristdemokraternas sympatisörer. När det gäller vin och öl ligger vänsterpartister och sverigedemokrater däremot på genomsnittet (ca 35%), medan kristdemokraterna ligger klart under (23%) och moderaterna klart över (61%).

Två alkoholpolitiska frågor

I SOM-undersökningen har vi belyst alkoholopinionen genom två huvudfrågor. Den ena gäller förslaget att sänka skatten på alkohol. Frågan ställdes första gången 2004 och utgick från det då aktuella utredningsförslaget att sänka alkoholskatten i syfte att motverka den ökade införseln av alkohol från andra EU-länder (Holmberg & Weibull, 2005). Den andra frågan har gällt förslaget att tillåta försäljning av starköl, vin och sprit i livsmedelsbutiker och fanns med redan i SOM-undersökningen 2001 som en del i en fråga om allmänna värderingar (se inledningskapitlet). Förslaget har begränsad aktualitet för närvarande, men det har då och då kommit upp i den politiska debatten.

År 2008 är det en klar majoritet som är emot de två förslagen (tabell 3). Endast 28 procent vill sänka alkoholskatten, 40 procent anser att det är ett dåligt förslag. Det ger en opinionsbalans på -12. När det gäller att tillåta alkoholförsäljning i livsmedelsbutiker är 32 procent för och 50 procent emot, alltså en opinionsbalans på -18. Det kan noteras att opinionen är något lite mera polariserad i fråga om butiksförsäljning än när det gäller skattesänkning. I fråga om försäljning lägger sig dessutom 30 procent av de svarande på alternativet Mycket dåligt förslag.

Tabell 2 Åsikter om alkoholskatt och alkoholförsäljning 2004-2008 (procent)

A) Bra förslag att sänka skatten på alkohol

	Mycket bra förslag	Ganska bra förslag	Varken eller	Ganska dåligt förslag	Mycket dåligt förslag	Ingen uppfattning	Totalt	Antal svar
2004	23	26	25	13	13	*	100	3417
2005	25	32	17	13	13	**	100	1609
2006	12	24	29	19	16	*	100	1555
2007	11	21	29	22	17	*	100	1590
2008	9	19	32	22	18	*	100	1536

*) Alternativet fanns inte med i frågan detta år

***) Alternativet fanns med och samlade 3 procent. För jämförelsens har de som svarat Ingen uppfattning exkluderats ur analysen.

B) Bra förslag att tillåta försäljning av starköl/vin/sprit i livsmedelsaffärer

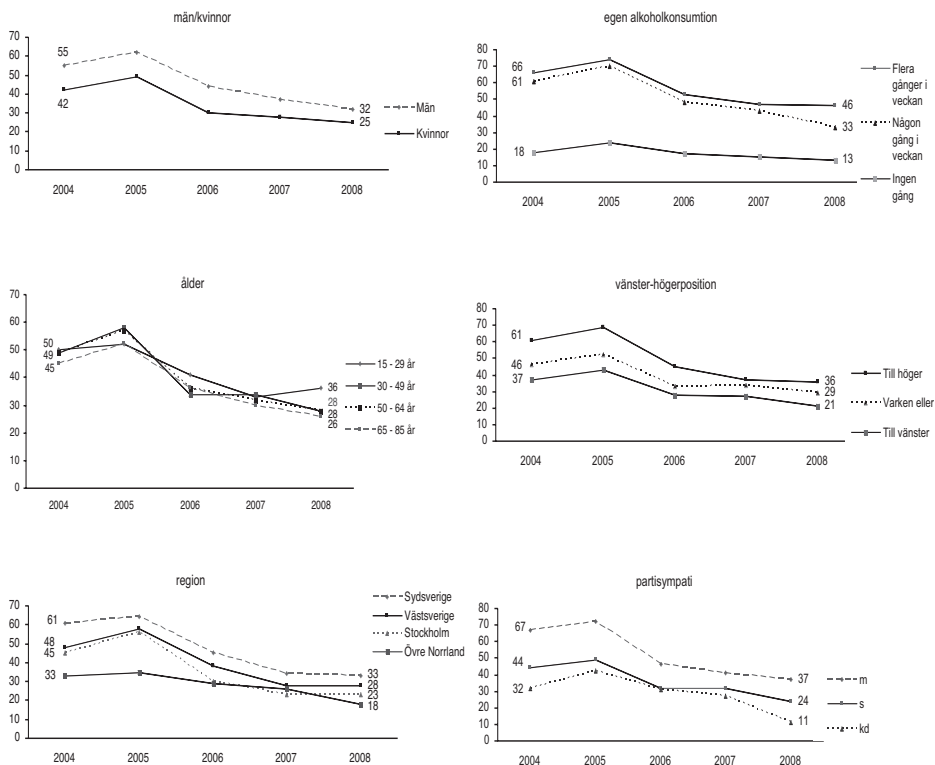
	Mycket bra förslag	Ganska bra förslag	Varken eller	Ganska dåligt förslag	Mycket dåligt förslag	Ingen uppfattning	Totalt	Antal svar
2004	14	24	18	17	24	3	100	1996
2005	15	23	15	19	26	2	100	1671
2006	12	24	16	18	28	2	100	1574
2007	10	23	15	20	30	2	100	1615
2008	10	22	16	20	30	2	100	1557

Opinionen 2008 visar att motståndet mot den alkoholliberalisering som båda förslagen innebär ytterligare har ökat något. Det är en tendens som varit mycket tydlig efter 2005, då det fanns en klar majoritet (57%) som var för en sänkning av alkoskatten. För butiksförsäljningen har det under senare år funnits ett motstånd, men åren 2001-2003 fanns det en majoritet i opinionen som ansåg det vara ett bra förslag. I det följande skall vi i första hand granska den förändrade opinionen med tonvikten på frågan om sänkt alkoholskatt.

Synen på sänkt alkoholskatt

Förslaget om sänkt alkoholskatt lades fram av enmansutredaren Kent Härstedt. Tanken var att den sänkta skatten skulle minska införseln av alkohol från EU-länder med lägre alkoholskatt. Det som var något oväntat då förslaget presenterades var att det fick stöd från grupper som förespråkar total nykterhet, exempelvis nykterhetsorganisationerna. Att förslaget fick den typen av opinionsstöd kan vara en förklaring till att stödet för att sänka alkoholskatten år 2005 hade ett brett stöd (Holmberg & Weibull, 2007). Visserligen var det traditionellt alkoholliberala gruppen som var mest positiva, t ex män, sydsvenskar och personer till höger i politiken, men det oväntade var att även andra grupper i stor utsträckning gav förslaget sitt stöd.

Figur 2 Andel positiv till att sänka alkoholskatten 2004 – 2008 i olika grupper (procent)



Förslaget kom dock av olika skäl inte upp till beslut. Finland sänkte samtidigt alkoholskatten och de negativa konsekvenser detta fick, exempelvis i form av social utslagning och våld inom familjen, fick stor uppmärksamhet i Sverige. Efter hand minskade opinionsstödet i alla grupper (figur 2). Och stödet har fortsatt att försvagas. År 2008 uppmättes det hittills genomsnittligt lägsta stödet för en skattesänkning. Endast en grupp ökar sitt stöd för skattesänkning mellan 2007 och 2008, unga mellan 15 och 29 år.

För de flesta grupper fortsätter nedgången eller ligger stödet kvar på samma låga nivå som 2007. Men samtidigt finns de traditionella åsiktskillnaderna kvar. Män är mer positiva till en skattesänkning på alkohol än kvinnor, sydsvenskar är mer positiva än norrlänningar. Personer som står politiskt till vänster är mer kritiska till en skattesänkning på alkohol än de som står till höger – samtidigt som KD-sympatisörer går starkt emot förslaget medan M-sympatisörer är för.

Karaktäristiskt för opinionsförändringen är att det har skett en utjämning mellan olika grupper. De största skillnaderna fanns 2004 och 2005. Enda undantaget är åldersfaktorn; bland de yngsta 2008 finns ett ökat stöd för skattesänkningen medan stödet minskar i övriga åldersgrupper.

Synen på en fri försäljning av starköl, vin och sprit följer i stort sett samma mönster. Skillnaden är att majoriteten i flertalet grupper – utom bland exempelvis moderata sympatisörer – är negativa till ett sådant förslag. Även när det gäller fri försäljning uppvisar de yngsta en mer alkoholliberal inställningen genom att i ökande grad instämma i förslaget.

Även förslaget att tillåta fri försäljning av alkohol i livsmedelsaffärer får allt mindre stöd över tid – från 38 procent som 2004 ansåg det vara ett bra förslag till 32 procent 2008. Det är tydligt att både utredningen om sänkt alkoholskatt och det senare förslaget tillkom under en särskilt alkoholliberal opinionssituation. Men när väl förslaget konkretiserades vek stödet gradvis.

Åsikter och alkoholvanor

En faktor som har särskilt stor inverkan på åsikter om alkoholskatt och alkoholförsäljning i livsmedelsaffärer är den egna alkoholkonsumtionen. I figur 2 kan vi se att personer med frekvent alkoholkonsumtion är betydligt mer positiva till en sänkning av skatten på alkohol än de som inte använder alkohol. Visserligen sker det även bland frekventa alkoholkonsumenter en viss försvagning i stödet för sänkt alkoholskatt, särskilt bland dem som dricker alkohol någon gång i veckan, men skillnaden är även i 2008 års undersökning förhållandevis stor.

Med hjälp av den nya frågan om specifika alkoholvanor kan vi nu även analysera i vad mån åsikter om alkohol hänger ihop med typen av alkoholvanor. Det visar sig då inte oväntat att det framför allt är personer som regelbundet dricker starksprit som är för skattesänkning (42 procent) och fri försäljning (51 procent). Bland dem som dricker öl och vin regelbundet är motsvarande andelar 35 respektive 42 procent (tabell 3).

Tabell 3 Syn på alkoholskatt och alkoholförsäljning efter alkoholkonsumtion 2008 (procent)

	Dricker sprit				Dricker starköl/vin			
	Ingen gång		Någon gång		Ingen gång		Någon gång	
	gång	kvartal	månad	vecka	gång	kvartal	månad	vecka
Sänka skatten på alkohol								
Mycket bra	5	9	9	16	4	6	9	12
Ganska bra	10	16	27	26	12	12	23	23
Varken eller	25	30	37	34	23	31	33	34
Ganska dåligt	25	27	18	17	22	26	21	22
Mycket dåligt	35	18	8	7	39	25	14	9
Totalt	100	100	100	100	100	100	100	100
Balansmätt	-45	-20	+10	+18	-45	-33	-3	+4
Tillåta försäljning av sprit, vin och starköl i livsmedelbutiker								
Mycket bra	5	9	10	20	4	7	9	15
Ganska bra	11	19	28	31	8	17	23	27
Varken eller	16	16	19	14	12	19	19	15
Ganska dåligt	20	21	20	17	15	19	23	20
Mycket dåligt	42	33	23	16	54	35	25	22
Ingen uppfattning	6	2	0	2	7	3	1	1
Totalt	100	100	100	100	100	100	100	100
Balansmätt	-46	-26	-5	+28	-57	-30	-16	+0

Kommentar: Avser alkoholkonsumtion de senaste tolv månaderna

Om vi utgår från opinionsbalansen (balansmättet) visar det sig i båda opinionsfrågorna finnas en klar alkoholliberal övervikt. Bland dem som minst någon gång i veckan dricker starksprit är värdet i fråga om alkoholskattesänkning +18 och för fri alkoholförsäljning +28. Inom gruppen av personer som någon gång i veckan dricker starköl och vin väger det däremot jämnt. Om vi dessutom renodlar den senare gruppen och bara inkluderar dem som sällan eller aldrig dricker starksprit minskar stödet ytterligare. I denna grupp är stödet för en sänkning av alkoholskatten och för fri alkoholförsäljning omkring 30 procent, i jämförelse med gruppen som regelbundet dricker både starksprit, vin och starköl där stödet för skattesänkning är 41 procent och för fri alkoholförsäljning 52 procent.⁴ I den grupp som inte dricker något slag av alkohol regelbundet ligger stödet på endast 10 procent med en opinionsbalans på omkring -60.

Alkoholvanor och ideologi

Så långt är slutsatsen att människors alkoholvanor är en viktig förklaringsfaktor till deras alkoholpolitiska åsikter och att vanan att dricka starksprit har en större betydelse än vanan att dricka vin och starköl. Frågan är då hur dessa faktorer förhåller sig till andra möjliga förklaringar.

I analysen av synen på en alkoholskattesänkning framkom att det också fanns en politisk-ideologisk faktor. Personer som placerar sig till höger, särskilt moderata sympatisörer, är alkoholliberala än personer som placerar sig till vänster. En motsvarande analys av synen på fri försäljning av alkohol i livsmedelsaffärer pekar på att den ideologiska faktorn här har ännu större betydelse. Andra faktorer som har visat sig ha betydelse är kön, ålder och utbildning.

Om vi först analyserar de olika faktorernas förklaringskraft när det gäller åsikten om alkoholskatten i en regressionsanalys visar sig att regelbundenhet i alkoholkonsumtion har störst enskild förklaringskraft. Vid en uppdelning mellan konsumtion av starksprit och konsumtion av vin och starköl framträder ingen större skillnad. Den näst viktigaste faktorn är ideologi (självplacering på en vänster-höger skala) och utbildning.⁵ Motsvarande analys i fråga om synen på fri försäljning av alkohol ger ett likartat utfall. Även här har regelbundenheten i alkoholkonsumtion störst förklaringskraft, men den är lägre än beträffande alkoholskatten. Istället är det den ideologiska faktorn som får större betydelse.⁶

Ett sätt att konkretisera analysen är att ställa de två viktigaste förklaringsfaktorerna mot varandra och studera effekten i form av en enkel tabellanalys. Det ger en bild av hur åsikterna ser ut i extremgrupperna. I figur 3 redovisas sex sådana, parvis uppställda, tabeller. I varje par jämförs synen på alkoholskattesänkningen och synen på fri alkoholförsäljning efter alkoholkonsumtion med vänster-högerposition. Det som skiljer tabellerna åt är att indikatorn på alkoholkonsumtion varierar: i det översta paret är det den samlade konsumtionen och i det andra paret starksprit.

Figur 3 Synen på alkohol i samhället efter ideologi och konsumtion av starköl/vin/sprit 2008

1) Andel bra förslag att sänka skatten på alkohol:

		Alkoholkonsumtion starköl/vin/starksprit		Effekt av alkoholkonsumtion
		Ingen gång /år	Minst en gång i veckan	
Politisk ideologi	Vänster	10	25	+15
	Höger	25	39	
Effekt av ideologi		+15	+14	

2) Andel bra förslag att tillåta försäljning av alkohol i livsmedelsbutiker:

		Alkoholkonsumtion starköl/vin/starksprit		Effekt av alkoholkonsumtion
		Ingen gång /år	Minst en gång i veckan	
Politisk ideologi	Vänster	9	28	+19
	Höger	18	53	
Effekt av ideologi		+9	+25	

1) Andel bra förslag att sänka skatten på alkohol:

		Alkoholkonsumtion starksprit		Effekt av alkoholkonsumtion
		Ingen gång /år	Minst en gång i veckan	
Politisk ideologi	Vänster	13	31	+18
	Höger	23	44	
Effekt av ideologi		+10	+13	

2) Andel bra förslag att sälja alkohol i livsmedelsbutiker:

		Alkoholkonsumtion starksprit		Effekt av alkoholkonsumtion
		Ingen gång /år	Minst en gång i veckan	
Politisk ideologi	Vänster	17	29	+12
	Höger	18	67	
Effekt av ideologi		+1	+38	

Vi kan av i den första jämförelsen utläsa att 39 procent av de personer som placerar sig till höger och har en regelbunden allmän alkoholkonsumtion stöder förslaget om att sänka alkoholskatten och 53 procent vill tillåta fri försäljning. I det andra paret kan vi se att andelarna ökar till 44 respektive 67 procent om vi bara inkluderar dem som regelbundet dricker starksprit. De högerpersoner som inte dricker alkohol ligger klart lägre och skillnaden är särskilt stor i fråga om fri alkoholförsäljning. Vi kan också se att personer som placerar sig till vänster är mer positiva till förslagen om de dricker alkohol regelbundet samt att stödet ökar då man dricker starksprit regelbundet.

Vi kan även studera effektmåtten. De ger i stort sett samma bild som regressionsanalyserna. I fråga om alkoholskatten väger det relativt jämnt mellan alkoholkonsumtion och ideologi men då vi avgränsar oss till starksprit ökar effekten av alkoholkonsumtionen. När det gäller försäljning av alkohol i livsmedelsbutiker får såväl allmän alkoholkonsumtion som ideologi större betydelse. Avgränsningen till starksprit ger effekter bara bland personer till höger. Polariseringen har sin bakgrund i att moderata sympatisörer och KD-sympatisörer har helt skilda meningar i dessa frågor.

Alkohol och samhälle

Analysen av hur svenskarnas alkoholvanor påverkar deras åsikter i alkoholpolitiska frågor bekräftar de slutsatser som vi dragit i tidigare studier (Holmberg & Weibull, 2007, 2008). Det som vi kunnat tillföra på grundval av 2008 års SOM-undersökning är att det finns en skillnad mellan betydelsen av att dricka starksprit respektive att dricka vin och öl när det gäller åsikter om alkohol. De som regelbundet dricker starksprit har starkre preferenser för sänkt alkoholskatt och försäljning av alkohol i livsmedelsaffärer än de som begränsar sig till vin och starköl.

Förklaringen till skillnaden måste sökas på flera olika håll. En närliggande förklaring till åsikterna om förslaget att sänka alkoholskatten är att dagens alkoskatt med en beräkning efter alkoholprocent gör starkspriten särskilt dyr. Det är därför naturligt att personer som oftare dricker starksprit vill ha en lägre skatt. Förklaringen är inte lika uppenbar för fri försäljning, men en orsak är att det här finns stark interaktion med politisk ideologi.

En andra förklaring till skillnaderna är att starkspritskonsumtionen i större utsträckning är en dryckesvana, medan konsumtion av vin och öl mera är en del av en livsstil som framför allt är knuten till storstäderna. Här är det inte alkoholen som uppfattas som det centrala utan det sociala umgänget och därför är kopplingen till åsikter i alkoholfrågor också lägre, även om mycket tyder på att det finns stora skillnader med hänsyn till främst ålder och utbildning. Om vi anknuter till det i inledningen citerade radioprogrammet är det också sannolikt att den som har en drickande livsstil har en tendens att se något samband mellan sitt eget förhållande till alkohol och alkoholens sociala konsekvenser.

Noter

- ¹ Programmet sändes den 26 april 2009. Det finns på www.sr.se/kaliber.
- ² SOM-institutets studier av alkoholopinion är finansierade av Systembolagets fond och avser åren 2004-2009
- ³ Svensk alkoholstatistik som den regelbundet på regeringens uppdrag redovisas av Centrum för socialvetenskaplig alkohol- och drogforskning (SoRAD) vid Stockholms universitet bygger på ett volymmått. Med ett sådant mått som till viss del bygger på skattningar har mängden konsumerad alkohol minskat mellan 2007 och 2008 (Den totala alkoholkonsumtionen i Sverige första kvartalet 2008, 2008).
- ⁴ Det finns *inom gruppen som regelbundet dricker vin och starköl* ett klart linjärt samband mellan positiv inställning till förslaget om alkoholskattesänkning och hur ofta man dricker starksprit. Bland dem som inte dricker sprit alls är stödet 24 procent, bland dem som dricker någon gång i halvåret 31 procent, någon gång i månaden 36 procent och någon gång i veckan 41 procent. Mönstret är exakt detsamma för inställningen till fri försäljning av alkohol: 30, 34, 40 respektive 52 procent.
- ⁵ Den totala förklarade variansen för faktorerna kön, ålder, utbildning, vänsterhögerposition och alkoholkonsumtion är 16 procent.
- ⁶ Den totala förklarade variansen för faktorerna kön, ålder, utbildning, vänsterhögerposition och alkoholkonsumtion är 14 procent då alkohol representeras av starksprit och 15 procent då den är vin och starköl.. De standardiserade betavärdena för alkoholkonsumtion är .27 (starksprit) och .29 (vin och starköl) samt för vänster-högerposition .22 respektive .21. Betavärdena för utbildning är .07 respektive .14.

Referenser

- Den totala alkoholkonsumtionen i Sverige första kvartalet 2008*. Centrum för socialvetenskaplig alkohol- och drogforskning (SoRAD) vid Stockholms universitet
Holmberg, Sören, Weibull, Lennart (2007) Det förändrade alkoholopinionen. I Holmberg, S, Weibull, L (red) *Det nya Sverige*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Holmberg, Sören, Weibull, Lennart (2008) Alkoholvanor och alkoholpolitik. I Holmberg, S, Weibull, L (red) *Skilda världar*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.

ALKOHOLSKATTENS TVÅ SIDOR

SOM-undersökningen 2009

SOM-rapport nr 50

Nordiskt ljus

ALKOHOLSKATTENS TVÅ SIDOR

SÖREN HOLMBERG OCH LENNART WEIBULL

Den 3 maj 2010 lade den rödgröna oppositionen fram sitt alternativa budgetförslag Ny färdriktning med underrubriken Fler jobb, grön omställning och mindre klyftor för hela Sverige. Förslaget domineras av satsningar på nya arbetstillfällen och åtgärder för att säkra välfärden och olika sätt att stimulera till en grön omställning. Men förslaget rymmer även en passus om alkohol. Den finns med i avsnittet Investeringar i jobb och välfärd kräver skatter med formuleringen: Vi föreslår att skatterna på alkohol och tobak höjs med totalt två miljarder kronor netto. När effekterna av förslaget redovisas handlar det endast om vilka kostnadsökningar det medför på vin och sprit. Texten skiljer sig i detta avseende betydligt från vad som gäller förslagen om andra skatter där de sociala konsekvenserna betonas (Motion 2009/10:Fi15). Alkoholskatten står här för ett sätt att finansiera välfärden och är inte motiverad som en alkoholpolitisk åtgärd.

Den rödgröna oppositionens förslag om en höjd skatt på alkohol kontrasterar mot det förslag på sänkta skatter för alkohol, även på starksprit, som lades fram av ensamutredaren Kent Härstedt (S) 2005 (SOU 2005:25). Förslaget syftade till att motverka privatimporten som hade ökat kraftigt som en följd av förändrade tullregler. Dessutom hade alkoholkonsumtionen i Sverige ökat sedan mitten av 1990-talet (Ramstedt m fl, 2009) och det fanns en klart alkoholliberal opinion. Den alkoholpositiva opinionen kom dock snart att klinga av och förslaget på skattesänkning genomfördes inte (Holmberg och Weibull, 2007).

Det vi kan utläsa från de två policyförslagen är att alkoholskatten har två sidor. Den ena är att var en statlig punktskatt som bidrar till att stärka statskassan och möjliggör olika slag av offentliga åtgärder. Den andra sidan är att skatten är ett alkoholpolitiskt instrument för att styra svenska folkets alkoholvanor både genom skattesatsens nivå och genom en differentiering av skatten mellan olika alkoholdrycker.

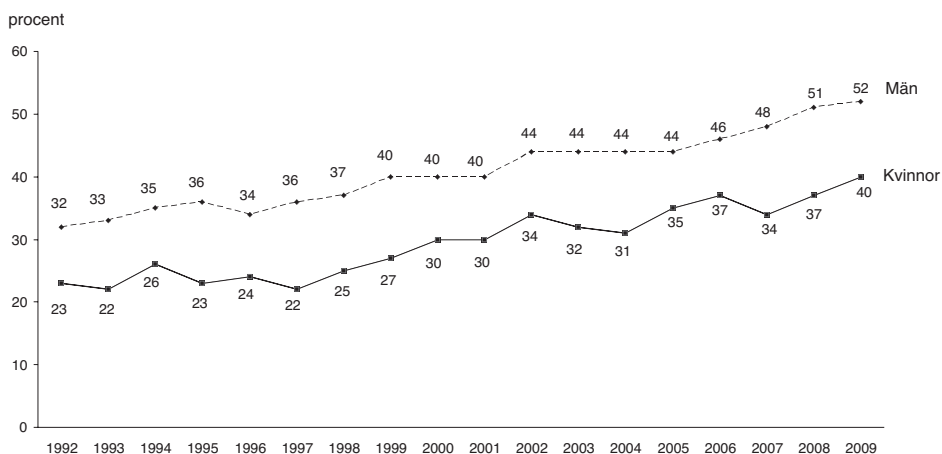
Frågan om alkoholskatten speglar till viss del svenskarnas ambivalenta förhållande till alkohol: å ena sidan finns det acceptans för att genom skatt motverka alkoholen som samhällsproblem, å andra sidan ska den alkohol jag själv köper inte kosta alltför mycket. Vi kan se det som två kraftfält, där vi kan anta att önskan att sänka alkoholskatten är större om man ofta dricker alkohol än om man gör det sällan och att benägenheten att vilja sänka skatten är mindre om man ser alkohol som ett samhällsproblem än om man inte gör det. Men hur förhåller sig de två kraftfälten till varandra? Vad är det utslagsgivande? I det följande är avsikten att belysa frågan genom att följa upp en tidigare analys på samma tema (Holmberg och Weibull, 2008).

Svenska alkoholvanor 2009

Svenska folket dricker allt oftare alkohol. Det är den entydiga slutsatsen av den mätserie som inleddes i och med SOM-undersökningen 1992. Då drack drygt 25 procent alkohol minst någon gång per vecka, 2009 ligger andelen över 45 procent. SOM-undersökningens mått på konsumtionsutvecklingen är *hur ofta* man dricker starksprit, vin eller öl. Måttet tar sikte på frekvensen i konsumtionen, inte på volymen. Det går således inte att på grundval av SOMs siffror säga om de mer frekventa vanorna betyder att man också dricker mera, även om det sannolikt finns ett sådant samband.¹ Valet av frekvensmåttet är motiverat av vårt intresse att analysera alkoholvanorna som en del av en viss livsstil eller en kultur.

Som vi kan se ger frekvensmåttet en bild av en närmast kontinuerlig uppgång i andelen som dricker sprit, vin eller starköl minst någon gång i veckan. Ökningen är tydligast bland män, men finns även bland kvinnor (figur 1). Andelen män som dricker alkohol regelbundet är alla år mellan 10 och 15 procentenheter högre än bland kvinnor.

Figur 1 Regelbundna alkoholvanor bland män och kvinnor 1992-2009 (procent)



Kommentar: Med regelbundna alkoholvanor menas konsumtion av starksprit/vin/starköl minst någon gång i veckan. Procenten har beräknats bland personer som besvarat enkätfrågan.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen

Skillnaden mellan kvinnors och mäns alkoholvanor är visserligen relativt stor men ändå klart mindre än den mellan olika sociala klasser. Bland högre tjänstemän är andelen som 2009 dricker alkohol minst en gång 72 procent, bland arbetare 34

procent och bland tjänstemän och företagare omkring 55 procent. I samtliga dessa grupper har det skett en ökning sedan början av 1990-talet (Weibull m fl, 2010).

Även utbildning har ett tydligt samband med regelbundna alkoholvanor. Bland lågutbildade är andelen som dricker alkohol minst någon gång i veckan 34 procent, bland högutbildade 66 procent. Andra grupper med frekventa alkoholvanor är personer i åldern 50-64 år (53 procent) och storstadsboende (60 procent). De som ligger särskilt lågt i alkoholkonsumtion är äldre personer i mindre tätorter. Mellan 1992 och 2009 har 40-talisterna ökat frekvensen i sin alkoholkonsumtion över genomsnittet för befolkningen. Den snabbaste ökningen finns dock bland de yngsta.

Tabell 1 Alkoholvanor i olika grupper 2009 (procent)

	Öl/vin					Starksprit					Antal svar
	Ingen gång	Någon gång kvartal	Någon gång månad	Någon gång veckan	Summa %	Ingen gång	Någon gång kvartal	Någon gång månad	Någon gång veckan	Summa %	
<i>Kön</i>											
Kvinnor	17	19	25	39	100	31	41	20	8	100	889
Män	11	14	27	48	100	14	29	34	23	100	743
<i>Ålder</i>											
15 – 29 år	16	22	32	30	100	19	29	36	16	100	263
30 – 49 år	9	15	30	46	100	19	44	26	11	100	510
50 – 64 år	11	16	22	51	100	20	37	26	17	100	456
65 – 85 år	22	16	24	38	100	35	27	21	17	100	403
<i>Utbildning</i>											
Lågutb	24	19	26	31	100	36	30	22	12	100	349
Medellåg	14	19	26	41	100	21	32	30	17	100	523
Medelhög	10	16	26	49	100	15	43	28	14	100	333
Högutb	7	13	27	53	100	18	41	26	15	100	408
<i>Familjeklass</i>											
Arbetsfamilj	18	20	28	34	100	27	31	27	15	100	677
Tj mannfam.	9	15	24	52	100	19	40	26	15	100	543
Hö tj mannfam.	6	9	27	58	100	16	41	24	19	100	139
Företagarfam.	12	15	23	50	100	17	34	30	19	100	126
<i>Ideologi</i>											
Klart vänster	14	21	26	39	100	27	34	23	16	100	195
Något vänster	11	16	31	42	100	19	39	29	13	100	340
Varken eller	18	19	26	37	100	25	37	26	12	100	491
Något höger	11	14	23	52	100	21	33	28	18	100	413
Klart höger	8	9	27	55	100	14	39	27	20	100	143
Samtliga	14	17	26	43	100	23	36	26	15	100	1 635

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2009

Att alkoholkonsumtionen också i övrigt är mycket utbredd visar sig genom att det är få som uppger att de inte har druckit sprit, vin eller starköl någon gång under de senaste tolv månaderna. Andelen icke-drickare är högst i pensionärsgruppen och bland boende på landsbygden där omkring 15 procent inte smakat alkohol, en siffra som dock är lägre än i tidigare mätningar.

Så långt har vi talat om alla typer av alkohol. Men vi vet att det finns betydande skillnader i konsumtionsmönster beroende på om det rör sig om starköl, vin eller starksprit samt om det rör sig om kombinationer mellan dryckerna. Det går exempelvis att skilja ut en bred alkoholkultur från en avgränsad vinkultur och analyser tyder på att den frekventare alkoholkonsumtionen har samband med att ett bredare intresse för starköl och vin (Weibull m fl, 2010). Det är samma mönster vi ser i 2009 års SOM-undersökning: 43 procent har druckit starköl eller vin minst en gång i veckan under det gångna året, medan bara 15 procent har druckit starksprit lika regelbundet; var fjärde har inte druckit någon starksprit och var sjunde inte starköl eller vin. Det är samma mönster som 2008.

När det gäller gruppskillnader i starksprits- respektive vin/starkölskonsumtionen återfinner vi i stort sett samma mönster som i fråga om den samlade alkoholvanan (tabell 1). De grupper som ligger högre gör det som regel både i fråga om starköl/vin och när det gäller starksprit. Men det finns också vissa skillnader: starköl och vin har större samband med utbildningsnivå och social klass än vad starksprit har. Andra analyser har särskilt visat att vin är en tydlig klassmarkör (Weibull m fl, 2010).

Ålderssambandet är relativt svagt i fråga om starksprit, medan det är de medelålders som ligger klart högre i regelbunden konsumtion av starköl eller vin. Däremot är könsskillnaden större då det gäller starksprit än i fråga om vin och öl. Det finns en svag tendens att personer som placerar sig politiskt till höger dricker alkohol oftare; det gäller i något större utsträckning öl och vin än starksprit.

Det finns ett klart samband mellan att dricka starksprit och dricka vin eller starköl. De som dricker starksprit regelbundet konsumerar även vin och starköl regelbundet. Däremot finns det stora grupper som bara håller sig till starköl eller vin. Det ger stöd för föreställningen om en expanderande vinkultur (Weibull m fl, 2010).

Alkohol som samhällsproblem

I Sverige har alkoholfrågan alltid haft en stark politisk laddning. En viktig bakgrund är den spritkultur som kännetecknade 1800-talet, då det har bedömts att svensken drack nästan 50 liter brännvin per år. I början av 1900-talet infördes en rad restriktioner för att motverka den höga alkoholkonsumtionen, bland annat motboken² (Björ m fl, 1985). Införandet av motbok medförde en kraftig nedgång av konsumtionen. På 1960-talet skedde en ny, om än svagare uppgång, som möttes med nya åtgärder som förbud mot annonsering av alkohol i dagspress. På 1990-talet ökade på nytt alkoholkonsumtionen och synen på alkohol förändrades. Sänkta skatter på öl och vin, försäljning av lådvin och lördagsöppet på Systembolaget var uttryck för det ändrade synsättet (Ramstedt m fl, 2009).

Tabell 2 Oro för ökad alkoholkonsumtion i olika grupper 2009 (procent)

	Mycket oroande	Ganska oroande	Inte särskilt oroande	Inte alls oroande	Summa procent	Orosbalans	Antal svar
Totalt	24	36	34	6	100	+20	1 613
<i>Kön</i>							
Kvinnor	28	36	30	6	100	+28	880
Män	20	35	39	6	100	+10	733
<i>Ålder</i>							
15 – 29	15	28	44	13	100	-14	257
30 – 49	17	34	41	8	100	+2	508
50 – 64	26	37	34	3	100	+26	454
65 – 85	38	43	17	2	100	+62	394
<i>Utbildning</i>							
Lågutbildad	38	40	20	2	100	+56	344
Medellågutbildad	24	30	39	7	100	+8	518
Medelhögutbildad	19	37	38	6	100	+12	329
Högutbildad	18	39	36	7	100	+14	406
<i>Ideologi</i>							
Klart vänster	33	37	29	1	100	+40	195
Något vänster	27	41	29	3	100	+36	340
Varken eller	26	36	31	7	100	+24	488
Något höger	17	36	39	8	100	+6	410
Klart höger	20	25	47	8	100	-10	142
<i>Starkspritvana</i>							
Aldrig	42	37	16	5	100	+58	354
Månad	17	37	40	6	100	+8	428
Vecka	16	36	41	7	100	+4	240
<i>Vin-/starkölvana</i>							
Aldrig	45	36	13	6	100	+62	210
Månad	23	33	37	7	100	+12	422
Vecka	16	39	40	5	100	+10	697

Kommentar: Orosbalans anger andelen mycket + ganska oroande minus andelen inte särskilt + inte alls oroande. Ju större orosbalans desto högre oro för ökad alkoholkonsumtion.

Frågan är hur ökningen i alkoholkonsumtionen uppfattas av allmänheten. Finns det någon oro för den ökade alkoholkonsumtionen i Sverige? I den nationella SOM-undersökningen 2004 ställdes för första gången – i en frågesvit om vad som bedömdes ”som mest oroande inför framtiden” – en fråga om oron för ökad alkoholkonsumtion. Det visade sig att 23 procent uppgav att alkoholkonsumtionen var mycket oroande (Holmberg och Weibull, 2005). När frågan ställdes på nytt

2007 hade andelen för mycket oroande fallit till 18 procent. I 2009 års undersökning hade andelen på nytt ökat och låg på 24 procent. Det är således den högsta andelen oro för ökad alkoholkonsumtion som vi noterat och en kraftig ökning på två år, låt vara att nivån 2009 är i stort sett densamma som 2004, vilket antyder en långsiktig stabilitet.

Oron för ökad alkoholkonsumtion varierar klart mellan olika grupper. På många punkter är utfallet spegelvänt i förhållande till de gruppskillnader som framträdde vid analysen av alkoholkonsumtion. Således är kvinnor, äldre, lågutbildade och personer som placerar sig politiskt till vänster mer oroade än män, yngre, högutbildade och personer som politiskt står till höger (tabell 2).

Sammantaget finns det alltså ett klart samband mellan den egna alkoholvanan och synen på alkohol som samhällsproblem. Det är också det vi kan se i tabell 2. De som dricker alkohol ofta (minst en gång i veckan) är överlag mindre oroade än personer som aldrig dricker.³ Tendensen är densamma för såväl starksprit- som öl/vinvanor. Det är särskilt personer som dricker ofta som sticker ut och är föga oroade.

En regressionsanalys med oron för alkoholkonsumtionen som beroende variabel visar att politisk ideologi, ålder och egen alkoholvana samtliga har en självständig och ungefär likstor förklaringskraft.

Synen på sänkt alkoholskatt

Innan vi går in på frågan om hur den egna alkoholvanan respektive oron för ökad alkoholkonsumtion i samhället påverkar synen på alkoholskatten ska vi kort se hur synen på alkoholskatten förändrats under de senare åren. Vi har redan tidigare visat hur den alkoholliberala opinion som präglade förslag och debatt 2005 mycket snart kom att erodera, i varje fall om vi som indikator har förslaget om sänkt alkoholskatt (Holmberg och Weibull, 2009). De som förespråkade sänkt alkoholskatt hade redan 2006 minskat till 36 procent från 2005 års siffra på 57 procent. Därefter har stödet för sänkt alkoholskatt fallit ytterligare och var 2009 bara 26 procent (tabell 3). På motsvarande sätt har andelen som anser att förslaget är dåligt ökat från 26 procent 2005 till 43 procent 2009.

Det är ingen tvekan om att det på en relativt kort tid skett en klar opinionsförskjutning. I tidigare analyser har vi pekat bland annat på debatten om de negativa effekterna av en alkoholskattesänkning i Finland, men också tolkat de höga andelarna 2004 och 2005 som de avvikande och att opinionen därefter vänder tillbaka till ett mera normalt läge. Det är mot den bakgrunden knappast överraskande att det rödgröna förslaget om att höja alkoholskatten inte mött någon kritik.

När det gäller olika gruppers bedömning visar sig män, yngre och personer som placerar sig politiskt till höger vara mest positiva till en sänkning av alkoholskatten. Det är samma grupper som har en frekventare alkoholvana än genomsnittet av befolkningen. Samtidigt minskar stödet för att sänka alkoholskatten i nästan alla grupper. Samtliga ligger klart lägre än de gjorde under de alkoholliberala åren 2004 och 2005 (figur 2). Men de två sista åren finns det också avvikande mönster.

Det ena är att de yngsta – personer mellan 15 och 29 år – har blivit mer positiva till att sänka alkoholskatten. Trenden bröts redan 2008 efter några års fallande men stödet har ytterligare ökat 2009.

Tabell 3 Åsikter om alkoholskatt 2004-2009 (procent)

Fråga: Bra förslag att sänka skatten på alkohol?

	Mycket bra förslag	Ganska bra förslag	Varken eller	Ganska dåligt förslag	Mycket dåligt förslag	Ingen uppfattning	Summa procent	Antal svar
2004	23	26	25	13	13	*	100	3417
2005	25	32	17	13	13	**	100	1609
2006	12	24	29	19	16	*	100	1555
2007	11	21	29	22	17	*	100	1590
2008	9	19	32	22	18	*	100	1536
2009	11	15	31	22	21	*	100	1 601

*) Alternativet fanns inte med i frågan

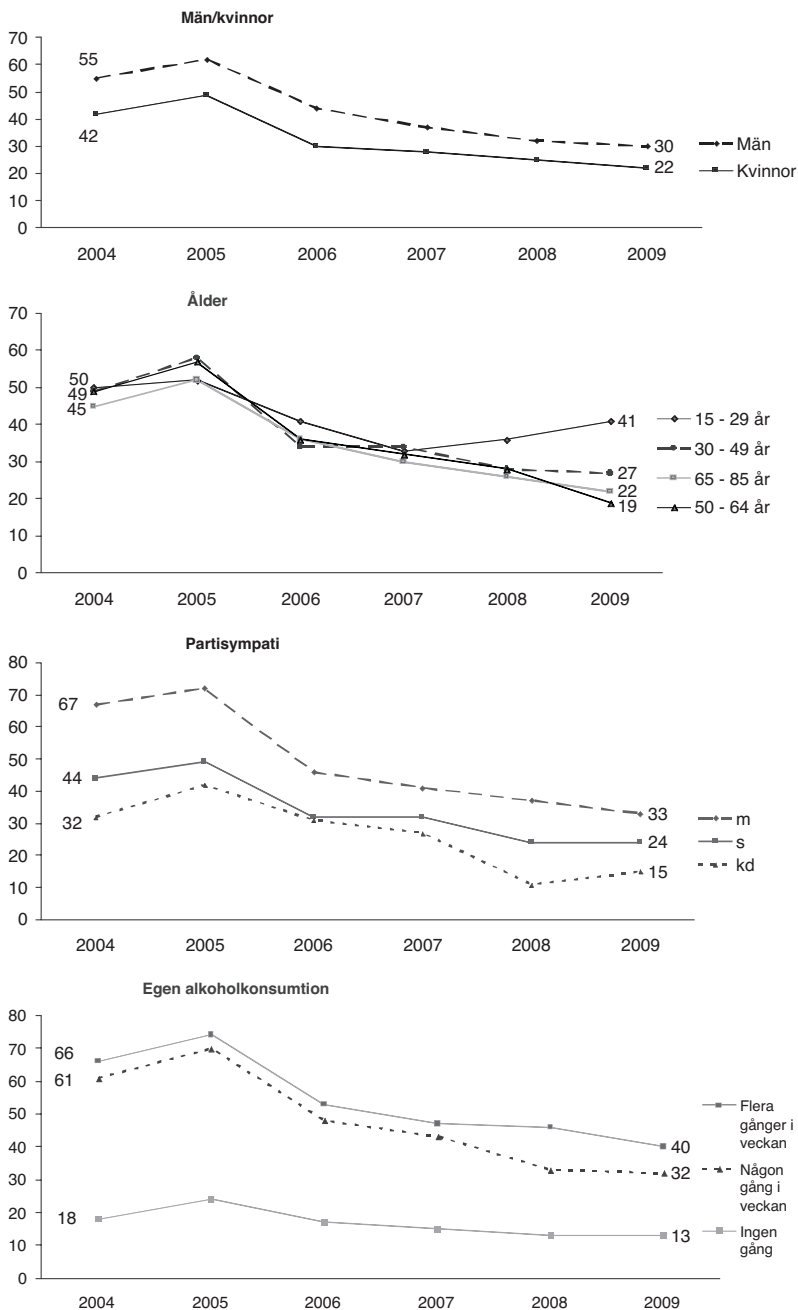
***) Alternativet fanns med och samlade 3 procent. För jämförelsens skull har personer som svarat Ingen uppfattning exkluderats ur analysen.

Källa: De nationella SOM-undersökningarna 2009

Inte oväntat finns det ett större stöd för sänkt alkoholskatt bland dem som dricker starköl, vin eller sprit ofta än bland dem som är icke-konsumenter. Men också bland de frekventa konsumenterna har stödet för minskad skatt gått ner. På en punkt har det dock gått i annan riktning. Det gäller bland de mest regelbundna alkoholkonsumenterna – de som dricker alkohol flera gånger i veckan: nedgången planade ut redan 2008 för att 2009 övergå i ett ökat stöd för en sänkning av alkoholskatten, låt vara att stödet är lägre än det var 2005.

Det är svårt att bedöma vad som ligger bakom den avvikande opinionen hos de yngsta och bland de mest regelbundna alkoholkonsumenterna. Det ligger dock nära till hands att tro att det kan ha att göra med egenintresse, att få tillgång till billigare alkohol. Det kan tyckas som en självklar slutsats för de mest regelbundna alkoholkonsumenterna, särskilt som vi ser att alkoholkonsumtion har ett positivt samband med stöd för en sänkt alkoholskatt. Men det är troligt att samma tolkning kan göras när det gäller de unga: de har en förhållandevis hög konsumtion, särskilt av starksprit, samtidigt som de har en sämre hushållsekonomi än ett befolkningsgenomsnitt.

Figur 2 Andel som är positiva till att sänka alkoholskatten 2004-2009 i olika grupper (procent)



Alkoholskatt mellan alkoholvana och alkohol som samhällsproblem

Så långt har vi sett att synen på att sänka alkoholskatten har ett positivt samband med hur ofta man själv dricker alkohol och ett negativt samband med uppfattningen att ökad alkoholkonsumtion är ett samhällsproblem. Men vi har också sett att det finns några tendenser som går i annan riktning. Som avslutning ska vi studera den relativa betydelsen av de båda faktorerna för att förklara åsikten om alkoholskatten.

I första steget har vi gjort en enkel extremgruppsanalys, där vi relaterat synen på alkoholskatten till frekvensen i alkoholkonsumtion (dels starksöl/öl, dels starksprit) respektive graden av oro för ökad alkoholkonsumtion (figur 4a-b). Vi kan se att bland dem som dricker starköl eller vin ofta (minst en gång per vecka) och inte upplever alkohol som något större samhällsproblem är andelen som vill sänka alkoholskatten 45 procent, bland dem som aldrig dricker starköl eller vin och som är oroad för ökad alkoholkonsumtion är motsvarande andel 8 procent. Om vi gör samma analys på grundval av starkspritsvana blir andelarna för extremerna i stort sett desamma.

Tabell 4 Åsikt om sänkt alkoholskatt 2009 efter egen alkoholkonsumtion och oro för ökad alkoholkonsumtion för framtiden: andel som tycker att sänkt alkoholskatt är ett mycket eller ganska bra förslag (procent)

a) Starköl/vin

		Oroande med ökad alkoholkonsumtion		
		Nej, inte särskilt eller inte alls	Ja, mycket	Effekt av oro
Starköl/vinvana senaste året	Minst en gång i veckan	45	23	+22
	Aldrig	33	8	+25
Effekt av alkoholvana		+12	+15	

b) Starksprit

		Oroande med ökad alkoholkonsumtion		
		Nej, inte särskilt eller inte alls	Ja, mycket	Effekt av oro
Stark-spritsvana senaste året	Minst en gång i veckan	47	32	+15
	Aldrig	28	9	+19
Effekt av alkoholvana		+19	+23	

Kommentar: Antalet svarspersoner varierar mellan 40 (låg oro och ingen vana att dricka starköl/vin) och 314 (låg oro och vana att dricka vin och öl minst en gång i veckan).

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2009.

Vi kan nu belysa interaktionen närmare genom att studera samtliga celler i fyr-fältstabellerna. Om vi utgår från analysen av starköl/vinkonsumtionens betydelse i förhållande till upplevelsen av alkohol som ett oroande samhällsproblem ser vi att andelen som vill sänka alkoholskatten är högre bland dem som upplever alkoholkonsumtion som ett samhällsproblem både bland frekventa och icke-frekventa alkoholkonsumenter: 23 och 45 procent respektive 8 och 33 procent.

När vi studerar effekten av starkspritkonsumtion i förhållande till oron för ökad alkoholkonsumtion är bilden inte lika entydig. Den genomsnittliga effekten är här något högre av alkoholvanan än av problemupplevelsen. Den grupp som särskilt avviker är de som både känner oro för ökad alkoholkonsumtion och är regelbundna konsumenter av starksprit, där var tredje – trots problemupplevelsen – vill sänka alkoholskatten.

I jämförelse med vår tidigare analys (Holmberg och Weibull, 2008:177f) är effekten av problemupplevelsen något större 2009 än den var 2007. Jämförelsen måste dock göras med försiktighet genom att den äldre analysen inte gjorde skillnad mellan å ena sidan starköl och vin och å andra sidan starksprit.

Den tidigare analysen pekade även på politisk ideologi som en viktig förklaringsfaktor. Det stämmer även 2009. Bland personer som dricker starksprit ofta och står till höger är 42 procent för en skattesänkning, medan motsvarande andel bland personer till vänster är 28 procent.

Det vi kan se är att det finns flera faktorer som har betydelse för svenska folkets syn på alkoholskatten. I en avslutande regressionsanalys har vi testat förklaringskraften hos oro för ökad alkoholkonsumtion, egen alkoholvana, politisk ideologi samt kön, ålder och utbildning. I den första modellen har alkoholvanan operationaliserats med starksprit, i den andra med öl eller vin. I båda modellerna visar sig oron och den egna alkoholvanan ha störst självständig förklaringskraft: i modellen med starksprit har båda ett standardiserat beta på $-.24$, i modellen med öl och vin var värdena $-.24$ och $-.23$. I båda modellerna har utbildning och politisk ideologi självständiga effekter (mellan $.13$ och $.18$) och i modellen där alkoholvanan var definierad som öl och vin även ålder och kön ($.20$ och $-.06$).⁴

En ny alkoholpolitisk era?

Den bild som vi målat upp är något anmärkningsvärd. Det som framkommer är först att svenska folket dricker alkohol allt oftare, sedan att den ökande alkoholkonsumtionen av en majoritet upplevs som oroande för framtiden och att det finns ett minskat stöd för att sänka alkoholskatten. På individnivå ger resultatet stöd för den kluvenhet som svenskarna anses ha visavi alkohol: vi dricker i stor utsträckning alkohol, men känner samtidigt att drickandet rymmer ett problem och att det därför inte är rimligt att uppmuntra det genom att sänka skatten.

Inom förklaringsramen finns det samtidigt plats för både ideologi och plånbok. Personer till vänster är mer för restriktioner för att undvika sociala alkoholproblem än de till höger – och personer som dricker mera regelbundet är inte lika negativa till en alkoholskattesänkning som de som dricker sällan. Det mönster som svagt framträder är en ökande problemupplevelse när det gäller alkoholkonsumtion kopplad till ett minskande stöd för skattesänkningar. Mot den bakgrunden är rimligen det rödgröna förslaget om att höja alkoholskatten ett säkert kort som knappast kommer att möta någon kritik. Kanske är det till och med början till en ny era då alkoholfrågan på nytt blir dagspolitik.

Noter

- ¹ Svenska alkoholstatistik som den regelbundet på regeringens uppdrag redovisas av Centrum för socialvetenskaplig alkohol- och drogforskning (SoRAD) vid Stockholms universitet bygger på ett volymmått. För en mer utförlig diskussion se Weibull m fl (2010).
- ² Motboken infördes 1919 av läkaren och alkoholpolitikern Ivan Bratt (1878-1956).
- ³ Det bör observeras att de som dricker öl och vin mycket väl kan dricka också starksprit och att de som dricker starksprit kan dricka öl och vin (jfr Weibull m fl 2010:114f).
- ⁴ Båda modellerna har en förklarad varians (adjusted R square) på 19 procent.

Referenser

- Björ, Jill; Bruun, Kjetil och Frånberg, Per (1985) *Den svenska supen: en historia om brännvin, Bratt och byråkrati*. Stockholm Prisma.
- Holmberg, Sören och Weibull, Lennart (2005) *Svensk alkoholopinion*. Göteborg, SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Holmberg, Sören och Weibull, Lennart (2007) Den förändrade alkoholopinionen. I Holmberg, S, Weibull, L (red) *Det nya Sverige*. Göteborg, SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Holmberg, Sören och Weibull, Lennart (2008) Alkoholvanor och alkoholpolitik. I Holmberg, S, Weibull, L (red) *Skilda världar*. Göteborg, SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Holmberg, Sören och Weibull, Lennart (2009) Det är skillnad på sprit, vin och starköl. I Holmberg, S, Weibull, L (red) *Svensk höst*. Göteborg, SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Motion 2009/10:Fi15* med anledning av prop. 2009/10:100 2010 års ekonomiska vårproposition.

- Ramstedt, Mats, Axelsson-Solberg, Tove, Engsdahl, Barbro och Svensson, Johan (2009) *Tal om alcohol 2008: en statistisk årsrapport från monitorprojektet*. Forskningsrapport nr 54, SoRAD, Stockholms universitet.
- SOU 2005:25. *Gränslös utmaning – alkoholpolitik i ny tid*. Slutbetänkande från Alkoholinförelutredningen.
- Weibull, Lennart, Fahlke, Claudia och Nilsson, Åsa (2010) *Klass och livsstil i alkoholvanor*. I Oskarson, M, Berglund T och Bengtsson, M (2010) *En fråga om klass*. Stockholm: Liber.

ALKOHOLVANOR OCH ALKOHOLOPINION

SOM-undersökningen 2010

SOM-rapport nr 52

Lycksalighetens ö

ALKOHOLVANOR OCH ALKOHOLOPINION

SÖREN HOLMBERG OCH LENNART WEIBULL

”År 2010 beräknas intäkterna från skatt på alkohol uppgå till 12,4 miljarder kronor, vilket är 2,3 procent mer än 2009. Det är framför allt intäkterna från alkoholskatt på vin som ökar. År 2011 beräknas intäkterna från skatt på alkohol öka med 1,9 procent. År 2012–2014 bedöms intäkterna från skatt på alkohol öka svagt.” Citatet är hämtat från den borgerliga alliansens budgetproposition från hösten 2010 (Prop. 2010/11:1). Alkohol framstår i dessa rader som enbart en fråga om statens intäkter. Men den bilden är inte helt rättvisande. Under propositionens utgiftsområde 9 betonas den restriktiva alkoholpolitikens betydelse för folkhälsan, även om inte alkoholskatten i det sammanhanget berörs utan det mest gäller restriktioner i fråga om alkoholserving. I den ekonomiska vårpropositionen 2011 har det dessutom skett en förändring och där anges regeringens avsikt att höja punktskatten på alkohol (Prop. 2010/11:100).

Det förväntade regeringsförslaget är intressant i ljuset av vad Fredrik Reinfeldt som tillträdande statsminister hösten 2006 uttryckte om att han egentligen önskat en skattesänkning på alkohol, men att han inte uppfattade frågan som aktuell längre. Det man hade kunnat vinna med en skattesänkning, menade han, var inte längre möjligt. Dessutom pekade han på de delade meningarna om alkoholskatt inom den borgerliga alliansen: allianspartierna hade inför budgetpropositionen 2006 ”varken kunnat enas kring eller funnit utrymme för att finansiera en lägre spritskatt” (Dagens Nyheter 2006-10-18).

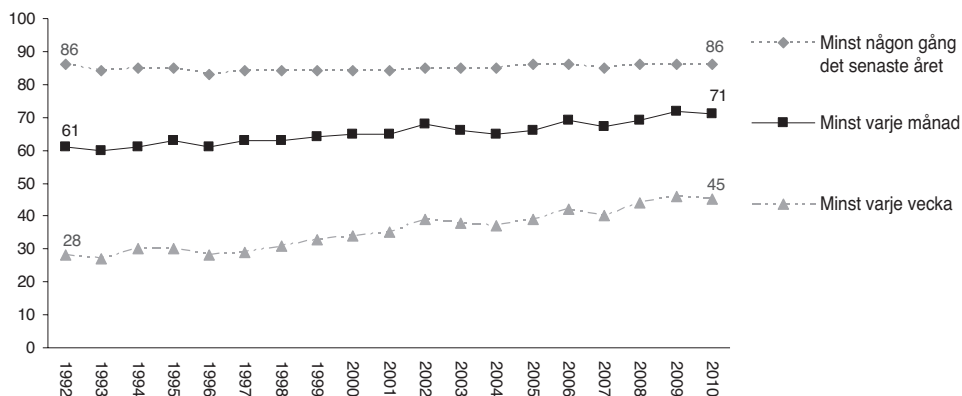
Regeringens förändrade ståndpunkt reflekterar den opinionsförändring som varit tydlig i de senaste årens nationella SOM-undersökningar. Svenska folkets vilja att sänka skatten har kontinuerligt sjunkit från en klar majoritet 2005 till endast en fjärdedel år 2009 (Holmberg och Weibull, 2006, 2008, 2010). Det anmärkningsvärda i den förändrade synen på alkoholskatten är att den sammanfallit med en långsiktigt ökande frekvens i alkoholkonsumtionen.

I det följande är det vår avsikt att uppdatera våra tidigare analyser av allmänhetens syn på alkoholskatt och alkoholrestriktioner och relatera dem till bland annat förändringarna i alkoholvanorna.¹ Med tanke på det förslag på höjd alkoholskatt som framfördes av den Rödgröna oppositionen redan våren 2010 har vi i 2010 års SOM-undersökning lagt till en ny fråga som belyser åsikten om en höjning av alkoholskatten. Innan vi går in på åsiktsfrågorna ska vi dock uppdatera resultaten när det gäller svenska folkets alkoholvanor.

Svenska alkoholvanor

Att svenskar dricker alkohol allt oftare är ett mycket klart mönster i den mätserie som inleddes i och med SOM-undersökningen 1992. Då drack drygt 28 procent alkohol minst någon gång per vecka, 2010 var andelen 45 procent, samma andel som föregående år. När SOM-undersökningen talar om alkoholvana som mått på konsumtionsutvecklingen handlar det om frekvens – *hur ofta* man dricker starksprit, vin eller öl. Måttet säger således inte nödvändigtvis något om konsumtionsvolymen. Det är därför inte möjligt att påstå att mer frekventa vanor betyder att man dricker mera, även om det sannolikt finns ett sådant samband. Valet av frekvensmättet är motiverat av vårt intresse att analysera alkoholvanorna som en del av en viss livsstil eller en kultur, men avsikten är att utveckla även ett volymmått.²

Figur 1 *Andel som dricker alkohol minst varje vecka under de senaste 12 månaderna respektive minst någon gång under de senaste 12 månaderna 1992-2010 (procent)*



Kommentar: Frågan lyder: 'Hur ofta har du under de senaste 12 månaderna gjort följande?', där 'Druckit sprit/vin/ starköl' ingår som ett av ett stort antal delfrågor. De 7 svarsalternativen lyder: 'Ingen gång'; 'Någon gång under de senaste 12 månaderna'; 'Någon gång i halvåret'; 'Någon gång i kvartalet'; 'Någon gång i månaden'; 'Någon gång i veckan'; 'Flera gånger i veckan'.

Som vi kan se ger vanemåttet en bild av en närmast kontinuerlig uppgång i andelen som dricker sprit, vin eller starköl minst någon gång i veckan. Detsamma gäller andelen som dricker alkohol minst en gång per månad, medan andelen som inte dricker alkohol – de som aldrig druckit alkohol under de senaste tolv månaderna – ligger konstant på knappt 15 procent (figur 1). Oavsett om vi utgår från vecko- eller månadsdrickande har det inte skett någon förändring mellan 2009 och 2010. Det är svårt att relatera förändringen till mätningar av den faktiska konsumtionen av

alkohol, eftersom olika beräkningar pekar i olika riktning även om det mesta pekar på en svag nedgång (Konsumtionsrapport 2010).

Det som definierats som alkoholvanor är således att man dricker starksprit, vin eller starköl. Sedan 2009 mäts i den nationella SOM-undersökningen även frekvensen för olika typer av alkohol. Den klart vanligaste alkoholdrycken är vin som 30 procent av de svarande uppger att de dricker minst en gång per vecka och drygt hälften minst en gång per månad. Knappt 20 procent dricker starköl minst en gång i veckan, drygt 40 procent minst en gång i månaden. Starkspritsfrekvensen är kring tio procent på veckobasis och 40 procent efter månad. Cider har fortfarande en relativt liten spridning som alkoholdryck och ligger under 15 procent även på månadsbasis.

Vi vet från många analyser att alkoholkonsumtionen skiljer sig åt mellan olika grupper (t ex Lindén-Boström m fl, 2009). Det är särskilt högre tjänstemän och högutbildade som har frekventa alkoholvanor. Det är också vad som visat sig i de nationella SOM-undersökningarna (Weibull m fl, 2010; Holmberg och Weibull, 2010). Det är också vad som nytt bekräftas på grundval av 2010 års mätning. Om vi utgår från konsumtionen minst en gång i veckan visar sig högre tjänstemän dricka alkohol dubbelt så frekvent som arbetare och högutbildade nästan dubbelt så frekvent som lågutbildade. Vi kan även se att storstadsbor dricker alkohol mer frekvent än boende på landsbygden, att män dricker oftare än kvinnor och att personer i övre medelåldern oftare än både yngre och äldre (tabell 1).

Den största andelen som *aldrig* dricker alkohol finner vi bland pensionärer, bland jordbrukare, och bland lågutbildade. Tidigare analyser baserade på SOM-undersökningarna har dock påvisat en ökande frekvens i alkoholvanorna bland äldre (Weibull m fl, 2010; jfr Boström-Lindén m fl, 2009).

Så långt den samlade alkoholkonsumtionen. Tabell 1 anger även olika befolkningsgruppers frekvens för enskilda alkoholdrycker. Det allmänna mönstret med mer frekvent konsumtion bland högre tjänstemän och högutbildade gäller framför allt för vin: över 60 procent av de högre tjänstemännen dricker vin minst en gång i veckan, bland arbetare under 20 procent. Mönstret är inte lika tydligt för starksprit och starköl, där utbildnings- och klasskillnaderna är klart mindre; i fråga om starksprit är frekvensen något högre bland lågutbildade och äldre. När det gäller skillnaden mellan kvinnors och mäns alkoholvanor hänför den sig till starksprit och starköl, där frekvensen är fyra gånger så hög bland män, medan det inte finns någon skillnad i fråga om regelbunden vinkonsumtion. Ett annat demografiskt mönster är att storstadsborna framför allt skiljer sig från boende på landsbygden genom sin betydligt mer frekvent konsumtion av vin och starköl, medan starksprit inte uppvisar någon skillnad mellan stad och land. Att dricka cider är ovanligt i alla grupper med undantag av de yngsta, där det dock ändå är mindre än tio procent som dricker cider minst en gång i veckan.

Tabell 1 Alkoholvanor efter kön, ålder, utbildning, social klass och typ av område 2010 (procent)

	Vin/sprit/starköl			Starksprit			Vin			Starköl			Cider		
	Aldrig	Månad	Vecka	Aldrig	Månad	Vecka	Aldrig	Månad	Vecka	Aldrig	Månad	Vecka	Aldrig	Månad	Vecka
Kvinnor	16	67	39	39	21	5	21	55	30	49	25	8	41	18	5
Män	12	75	51	18	48	19	24	52	30	17	59	30	51	15	4
16-29 år	15	68	33	26	36	9	29	42	15	37	44	16	29	28	8
30-49 år	7	74	45	24	33	8	18	55	27	28	45	18	39	17	3
50-64 år	10	78	54	26	35	14	17	62	41	30	45	22	47	13	3
65-85 år	25	61	41	41	30	13	27	51	31	45	28	15	60	13	5
Låg utbildning	26	56	32	41	31	15	37	39	18	40	37	18	59	15	6
Medellåg utbildning	13	70	42	25	36	12	23	48	25	31	43	18	42	19	4
Medelhög utbildning	9	78	51	29	32	8	19	60	33	34	40	19	39	20	5
Hög utbildning	8	79	55	22	32	10	9	70	45	30	43	18	40	13	3
Arbetarhem	17	63	33	33	30	10	29	42	18	35	40	16	45	18	4
Jordbrukarhem	29	55	25	38	24	9	36	25	7	33	33	9	55	13	4
Tjänstemannahem	7	81	57	24	34	11	14	64	38	30	43	19	41	17	4
Högre tjänstemannahem	7	86	67	18	43	20	9	78	61	32	45	26	43	13	5
Företagarhem	14	74	52	25	38	13	13	64	42	33	40	26	50	10	2
Ren landsbygd	18	65	35	28	34	11	27	44	20	34	39	13	45	17	4
Mindre tätort	15	67	39	31	33	11	24	51	23	32	43	17	42	20	6
Stad eller större tätort	12	73	48	28	31	12	20	55	34	33	39	18	45	15	4
Stockholm, Göteborg, Malmö	10	78	56	27	40	13	17	64	38	35	46	23	45	15	4

Kommentar: Frågan gäller hur ofta man under de senaste tolv månaderna druckit de angivna dryckerna. Månad avser en gång i månaden och vecka minst en gång i veckan.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2010.

Det går även att se vilka grupper som inte dricker respektive alkoholtyp. Bland de äldsta och lågutbildade är det omkring 40 procent som uppger att de inte druckit starksprit de senare tolv månaderna, bland högre tjänstemän mindre än 20 procent. Andelen som inte druckit vin är högst bland kvinnor och i jordbrukarhem samt bland lågutbildade. Nästan hälften av kvinnorna har inte druckit starköl, bland pensionärerna omkring 40 procent. Även om cider har liten spridning kan det ändå noteras att det framför allt är de yngre, till skillnad från de äldsta, som provat på den någon gång.

Dryckesmönstren förefaller i hög grad varit knutna till olika miljöer. Att regelbundet dricka vin är vanligast i storstaden och bland högutbildade och det finns ingen skillnad i vinkonsumtion mellan kvinnor och män. Också starköl är ett storstadsfenomen och framför allt en dryck bland män, men med en klart lägre andel bland högutbildade. Starksprit uppvisar inga tydliga mönster utom att högre tjänstemän skiljer ut sig något; de dricker mer. Bakom utfallet anas skilda livsstilar. Resultaten understryker tidigare analyser som framhållit den alkoholdryck man väljer ofta är en social markör (Weibull m fl, 2010).

En annan aspekt på alkoholkonsumtionen är vad som brukar kallas *binge drinking*. Binge drinking är inte en fråga om vilken alkohol man dricker utan hur man gör det. Enligt en vanlig definition handlar det om att dricka alkohol med det primära syftet att bli berusad så fort som möjligt (Wikipedia, 2011). Fenomenet är särskilt vanligt bland yngre och anses särskilt farligt eftersom det dels kan leda till kortsiktiga skador på nervsystemet, dels ökar sannolikheten för alkoholism med ökande ålder. I Sverige finns inget motsvande begrepp att fråga om utan vi har i den nationella SOM-undersökningen valt att begränsa oss till att fråga i vad mån man druckit sig berusad, där definitionen således blir en fråga för svarspersonens bedömning.³

Enligt egen subjektiv bedömning uppger sig 44 procent av de svarande i 2010 års SOM-undersökning att de druckit sig berusade minst någon gång under de senaste tolv månaderna. För år 2009 var motsvarande andel 51 procent. Det är svårt att värdera den relativt stora differensen mellan de två åren. Den kan vara en tillfällighet. Begränsar vi oss till dem som uppger att de varit berusade minst en gång i månaden är andelen 2009 17 procent och 2010 15 procent, alltså ingen säkerställd skillnad.

När vi granskar andelen som uppger att de druckit sig berusade minst en gång i månaden inom olika grupper påminner utfallet om det mönster som kännetecknar binge drinking (Kuntsche et al, 2004). Det är män, yngre och personer med utbildning under genomsnittet samt boende i Stockholm, Göteborg och Malmö som uppvisar högre andelar. Den högsta andelen finner vi bland personer mellan 16 och 29 år (42 procent), den lägsta bland pensionärer (3 procent). Bland män är andelen dubbelt så hög som bland kvinnor – 20 respektive 10 procent. I den kritiska gruppen i fråga om binge drinking – yngre män – är det mer än hälften (52 procent) som uppger att de under det senaste året druckit sig berusade minst en gång i månaden – 15 procent minst en gång per vecka. Motsvarande andel bland yngre kvinnor är en dryg tredjedel (36 procent) – 5 procent en gång i veckan eller oftare.

Bland unga som bor i storstadsområden är det däremot ingen större skillnad mellan kvinnor och män, med reservation för att antalet svarspersoner är mycket begränsat.⁴

För att i någon mån validera svarsmönstret kan vi studera dryckesvanor hos ungdomar (16-29 år) som uppger att de dricker sig berusade åtminstone en gång i månaden. Det visar sig då att dessa för samtliga alkoholsorter har dubbelt så hög andel regelbundna användare. Andelen som dricker starksprit minst en gång i veckan är 19 procent i jämförelse med 9 procent bland samtliga ungdomar; för vin är motsvarande andelar 27 och 15 procent och för starköl 32 och 16 procent. När det gäller kvinnor och män bland ungdomarna är det även i denna grupp samma dryckesmonster som bland samtliga: män är klart överrepresenterade på starksprit och starköl, kvinnorna på vin.

Åsikter om alkoholen i samhället

Det visar sig alltså att alkoholvanorna är mycket utbredda i Sverige. Nästan alla dricker någon gång alkohol och inemot hälften gör det minst en gång per vecka. Det ger en grund för att också ha åsikter om alkohol. Inom ramen för de nationella SOM-undersökningarna har det ställts några olika frågor. Det har gällt dels föreställningen om alkohol som samhällsproblem, dels inställningar till olika alkoholpolitiska åtgärder. I det följande ska vi redovisa utfallen på dessa frågor 2010 och relatera dem till alkoholvanorna.

Den indikator som använts för att belysa synen på alkohol som samhällsproblem är en fråga som ingår i ett större antal delfrågor kring samhällsfenomen som kan upplevas som mer eller mindre oroande. Alternativet lyder *Ökad alkoholkonsumtion och skulle värderas på en fyrgradig skala mellan Mycket oroande och Inte alls oroande*. Som alternativet är formulerat går det inte att utläsa om det avser en faktisk eller en tänkt ökning. År 2010 uppgav knappt 20 procent av svarspersonerna att man upplevde ökad alkoholkonsumtion som mycket oroande och ytterligare 35 procent att den var ganska oroande. Den totala andelen som upplever ökad alkoholkonsumtion som minst ganska oroande är 2010 (55 procent) är något lägre än den var vid mätningen 2009 (60 procent), men ligger ändå på i stort sett samma nivå båda åren. Orosbalansen är båda åren på plus – det är fler som är oroade än som inte är det.

Graden av oro inom olika befolkningsgrupper uppvisar närmast det omvända mönstret till vad vi sett i fråga om alkoholkonsumtionen. Åldern visar sig vara en viktig faktor i bedömningen: pensionärer är klart mer oroade än ungdomar – 74 respektive 37 procent. Dessutom är kvinnor mer oroade än män – 51 respektive 45 procent. Följdriktigt från tidigare analyser finns det relativt få oroade bland unga män (25 procent), men också bland unga kvinnor (35 procent).

Utbildning och social familjebakgrund uppvisar mindre samband med hur man upplever ökad alkoholkonsumtion i samhället. Högutbildade är visserligen något mindre oroade, men de skiljer sig marginellt från andra utbildningsgrupper utom de lågutbildade. Mönstret är likartat för högre tjänstemän: de är mindre oroade än övriga, men skillnaderna är, utom i fråga om jordbrukare, ganska små.

Tabell 2 Oro för ökad alkoholkonsumtion i olika grupper 2010 (procent)

	Mycket oroande	Ganska oroande	Inte särskilt oroande	Inte alls oroande	Summa procent	Oros-balans	Antal svar
<i>Totalt</i>	19	35	40	6	100	+8	1 645
<i>Kön</i>							
Kvinnor	22	39	34	5	100	+22	884
Män	15	30	47	8	100	-10	761
<i>Ålder</i>							
15 – 29	13	24	49	14	100	-26	262
30 – 49	12	29	50	9	100	-18	520
50 – 64	20	37	39	4	100	+14	431
65 – 85	29	45	24	2	100	+48	432
<i>Utbildning</i>							
Lågutbildad	31	35	30	4	100	+28	335
Medellågutbildad	16	35	42	7	100	+2	518
Medelhögutbildad	21	30	42	7	100	+2	319
Högutbildad	12	37	4	7	100	-1	408
<i>Familjeklass</i>							
Arbetare	24	32	39	5	100	+12	635
Jordbrukare	31	35	29	5	100	+32	55
Tjänstemän	14	37	42	7	100	+2	551
Högre tjänstemän	9	40	43	8	100	-2	147
Företagare	20	33	40	7	100	+6	114
<i>Ideologi</i>							
Klart vänster	25	38	32	5	100	+26	162
Något vänster	21	36	38	5	100	+14	345
Varken eller	21	35	37	7	100	+12	409
Något höger	14	36	44	6	100	±0	481
Klart höger	11	34	47	8	100	-10	212
<i>Starksprittvana</i>							
Aldrig	33	35	27	5	100	+36	459
Månad	14	34	45	7	100	-4	353
Vecka	11	39	42	8	100	±0	182
<i>Vin</i>							
Aldrig	32	30	31	7	100	+24	346
Månad	17	35	42	7	100	+4	387
Vecka	11	40	41	8	100	+1	482
<i>Druckit sig berusad</i>							
Aldrig	26	38	32	4	100	+6	905
Månad	7	27	52	14	100	-32	182
Vecka	8	29	51	12	100	-26	51

Kommentar: Frågan avser upplevd oro för ökad alkoholkonsumtion. Ju större orosbalans desto högre oro för ökad alkoholkonsumtion.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2010.

Synen på samhällsproblem har vanligen även en ideologisk resonansbotten. Det gäller i hög grad synen på alkohol. Personer som politiskt placerar sig till vänster har en klart högre andel som upplever ökad alkoholkonsumtion som oroande, medan personer till höger uppvisar en klart lägre andel.

Som väntat finns det klart negativa samband mellan graden av alkoholkonsumtion och upplevelsen av oro inför en ökad alkoholkonsumtion. Personer som aldrig dricker starksprit är de mest oroade (68 procent är mycket eller ganska oroade) och de som dricker minst en gång i veckan oroar sig minst (50 procent). Mönstret är detsamma för både vin och starköl. Unga som dricker alkohol regelbundet är mindre oroade.

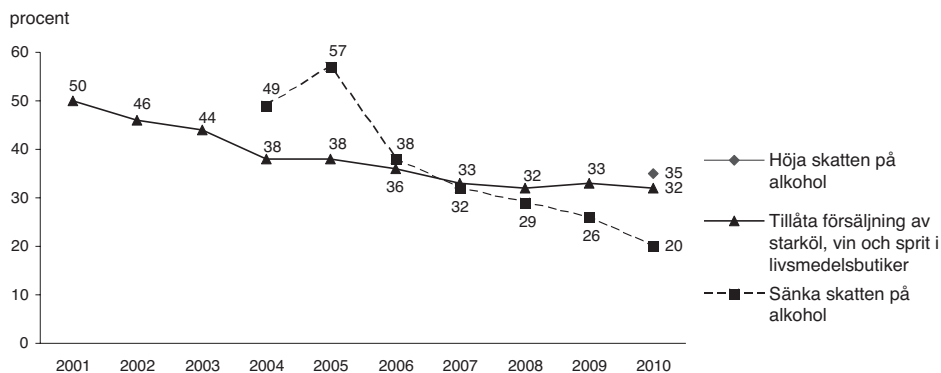
Det kan diskuteras hur resultaten ska tolkas. Visserligen finns det ett samband att de som dricker oftare är mindre oroade, men samtidigt kan andelen 50 procent minst ganska oroade i den grupp som dricker starksprit minst en gång i veckan knappast betraktas som en låg siffra. Det är därför rimligt att dra slutsatsen att det finns en oro för alkohol som samhällsproblem även bland dem som dricker alkohol regelbundet. Något tillspetsat kan påstås att detta speglar den svenska kluvenheten inför alkohol.

Den grupp som är minst oroad är de som oftast har druckit sig berusade, alltså den allvarligaste riskgruppen. Visserligen uppger en tredjedel att de känner en viss oro, men två tredjedelar tycker inte att det är något att oroa sig för. Vi kan också notera att det framför allt är måttlighetsförbrukare som känner oro inför en ökande alkoholkonsumtion.

Det vi kan utläsa av svarsmönstren är att det finns en klara interaktion mellan olika bakgrundsfaktorer när det gäller sambandet med upplevelsen av alkohol som samhällsproblem. En linjär regressionsanalys där vi prövar alkoholkonsumtionens effekter på upplevelsen av ökad alkoholkonsumtion som ett samhällsproblem under kontroll för kön, ålder, utbildning och ideologisk självklassificering bekräftar detta. Den enskilt viktigaste faktorn är ålder men också kön och alkoholvana och ideologi ger signifikanta bidrag, medan utbildning i stort sett saknar betydelse: äldre, kvinnor, lågkonsumenter av alkohol och vänsterinriktade är mest oroade, medan framför allt yngre, män, högkonsumenter av alkohol och personer till höger visserligen ser problem med alkoholen i samhället men gör det i mindre utsträckning än övriga.

Punktskatter på alkohol och ensamrätt för Systembolaget är två klassiska svenska alkoholpolitiska åtgärder. Som vi pekade på i inledningen har de tidvis varit ifrågasatta men har ändå en grundläggande acceptans. Från att det i början på 2000-talet funnits relativt många förespråkare för fri försäljning av sprit, vin och starköl i livsmedelsbutiker och för en sänkning av alkoholskatten har andelarna successivt fallit (Holmberg och Weibull, 2010). År 2010 har andelen som stöder fri försäljning och sänkt alkoholskatt minskat ytterligare och uppvisar de lägsta andelar som vi hittills uppmätt i den nationella SOM-undersökningen (figur 2).

Figur 2 Befolkningens stöd för att sänka alkoholskatten samt att tillåta alkoholförsäljning i livsmedelsbutiker, 2001-2010 (procent)



Kommentar: Resultaten baseras på två frågor, där den första inte ingick i undersökningarna 2001-2003 eller 2005. 1) 'Nedan finns ett antal förslag som har före-kommit i den politiska debatten. Vilken är din åsikt om vart och ett av dem?', där 'Sänka skatten på alkohol' ingår som en av flera delfrågor. 2) 'Här återfinns ett antal förslag hämtade från den svenska samhällsdebatten. Vilken är din åsikt om vart och ett av dem?', där 'Tillåta försäljning av starköl, vin och sprit i livsmedels-butiker' ingår som en av ett mindre antal delfrågor. Svarskalan lyder i fråga 1) 'Mycket bra förslag'; 'Ganska bra förslag'; 'Varken bra eller dåligt förslag'; 'Ganska dåligt förslag'; 'Mycket dåligt förslag'; fråga 2 har motsvarande svarsalternativ följt av 'Ingen uppfattning'. Det senare gäller även skattefrågan år 2005 som detta år låg med i samma frågebatteri (andelen 'Ingen uppfattning' uppgick till 3 procentenheter). Figuren visar andel som svarat mycket eller ganska dåligt förslag av samtliga som besvarat frågan (dvs. även personer som svarat 'Ingen uppfattning' i fråga 2 ingår i procentbasen).

Källa: De nationella SOM-undersökningarna 2001-2010.

Med tanke på det minskade stödet för sänkt alkoholskatt och fler propåer för en skattehöjning ställdes det i 2010 års SOM-undersökning även en fråga om viljan att höja alkoholskatten. Det visar sig att andelen som stöder förslaget att höja alkoholskatten är klart högre än stödet för att sänka den. En tredjedel kan tänka sig att höja skatten på alkohol medan bara en femtedel är för en skattesänkning.

Genom att frågorna ställdes i olika delar av SOM-undersökningen är det inte möjligt att göra en mer detaljerad jämförelse. Däremot kan vi se hur mönstren ser ut i olika grupper.

När vi jämför synen på skattehöjning och skattesänkning finner vi i huvudsak spegelvända mönster. De grupper som i större utsträckning är för sänkning är inte oväntat mindre positiva till höjning. Således är exempelvis kvinnor mer negativa till sänkning och mer positiva till höjning än vad män är.

Tabell 3 Synen på förslagen att sänka respektive höja alkoholskatten i olika grupper 2010 (procent)

	Sänka skatten					Höja skatten					Antal svar
	Bra	Varken eller	Dåligt	Totalt	Balans-mått	Bra	Varken eller	Dåligt	Totalt	Balans-mått	
Kvinnor	16	32	52	100	-36	40	33	27	100	+13	827
Män	24	33	43	100	-19	28	31	41	100	-13	753
<i>Ålder</i>											
15-29 år	27	32	41	100	-14	30	29	41	100	-11	257
30-49 år	20	32	48	100	-28	33	31	36	100	-3	510
50-64 år	17	36	47	100	-30	35	32	33	100	+2	429
65-85 år	19	29	52	100	-33	39	35	26	100	+13	428
<i>Utbildning</i>											
Lågutb	26	33	41	100	-15	37	33	30	100	+7	330
Medellåg	25	32	43	100	-18	32	31	37	100	-5	511
Medelhög	15	33	52	100	-37	30	33	37	100	-7	314
Högutb	13	52	55	100	-39	39	22	29	100	+10	408
<i>Familjeklass</i>											
Arbetare	23	35	42	100	-19	36	32	32	100	+4	628
Jordbrukare	26	23	51	100	-25	42	36	22	100	+20	53
Tjänstemän	18	30	52	100	-34	34	32	34	100	±0	544
Högre tjmän	16	28	56	100	-40	31	25	44	100	-13	146
Företagare	19	37	44	100	-25	31	30	39	100	-8	116
<i>Ideologi</i>											
Klart vänster	16	22	62	100	-46	47	30	23	100	+24	160
Ngt vänster	13	32	55	100	-42	35	35	30	100	+5	340
Varken eller	24	35	41	100	-17	39	33	28	100	+11	405
Ngt höger	20	33	47	100	-27	31	30	39	100	-8	476
Klart höger	31	32	37	100	-6	26	31	43	100	-17	212
<i>Starksprit¹⁾</i>											
Aldrig	11	27	62	100	-51	58	26	16	100	+42	442
Månad	22	34	44	100	-22	34	35	31	100	+3	964
Vecka	37	37	26	100	+11	21	34	45	100	-24	142
<i>Vin</i>											
Aldrig	18	26	56	100	-38	Fanns ej					323
Månad	18	33	49	100	-31	Fanns ej					774
Vecka	24	36	40	100	-16	Fanns ej					482
<i>Berusad</i>											
Sällan/aldrig	18	32	50	100	-32	Fanns ej					1363
Månad	37	32	31	100	+6	Fanns ej					229

Kommentar: ¹⁾ Siffrorna beträffande att höja skatten avser inte enbart starksprit utan starksprit/vin/starköl sammantaget.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2010.

Alkoholvanorna skiftar mycket tydligt ut de olika synsätten på alkoholskatten. Bland dem som regelbundet dricker starksprit och bland dem som varit berusade minst en gång i månaden förekommer de enda majoriteterna för att sänka skatten. Vi kan också konstatera att frekvensen i starkspritskonsumtion betyder mer än frekvensen i vinkonsumtion för synen på skattesänkning. Motsvarande jämförelser kan inte göras i fråga om synen på skattehöjning, eftersom detaljfrågorna om alkoholkonsumtion inte fanns med i den delstudie där frågan om skattehöjning ställdes. Däremot kan frågan ställas mot individens samlade alkoholvana – att dricka starksprit, vin eller starköl regelbundet – och utfallet blir det väntade: de som dricker alkohol regelbundet är de som är mest emot förslaget till skattehöjning.

När det gäller förslaget att sänka skatten på alkohol går det också att se hur åsikterna i olika grupper har förändrats över tid. Det visar sig då att stödet för en skattesänkning har minskat i alla grupper. Även bland regelbundna alkoholkonsumenter är stödet för en skattesänkning 2010 mindre än det var 2009.

I det föregående kunde vi konstatera att synen på alkoholproblem påverkades av flera olika faktorer, där ålder var den viktigaste men där även alkoholvanor, ideologi och kön spelade en viktig roll. Vi kan nu göra samma analys i fråga om de två skatteförslagen. Ett rimligt antagande är att alkoholvanor och ideologi ska ha större påverkan på åsikterna eftersom det avser en renodlad politisk fråga (skatt) och berör ett egenintresse (priset på alkohol). I tabell 4 redovisas OLS-regressioner för både åsikten om att höja och åsikten om att sänka skatten. I analysen beträffande skattehöjning indikeras alkoholfaktorn bara av den samlade konsumtionen, medan den när det gäller skattesänkning finns med tre indikatorer: konsumtionsvana för separat starksprit och vin, och sammanlagat starksprit, vin och starköl, där den sista är jämförbar med analysen av synen på skattehöjning.

Analyserna bekräftar antagandet att i synen på alkoholskatten har den ideologiska ståndpunkten störst betydelse. Om vi utgår från modell 4 visar sig detta gälla oavsett om det är fråga om att höja alkoholskatten (tabell 4A) eller sänka alkoholskatten (tabell 4B1), men effekten är något större i det senare fallet. I dessa analyser där den samlade alkoholkonsumtionen används som indikator på alkoholvana visar sig att denna har en tydlig självständig påverkan, liksom även kön och utbildning samt i någon mån ålder.

När det gäller åsikten om skattesänkning har vi även studerat om alkoholfaktorns styrka påverkas av vilken alkoholsort som används som indikator. Vi har tidigare studerat detta och funnit att starkspritsvanan spelar större roll än hur ofta man dricker vin (Holmberg och Weibull, 2009). Det visar sig att det är starksprit (tabell 4B2) har större påverkan för åsikten om alkoholskatt än vad vin (tabell 4B3) har. Möjligen har det sin bakgrund i att det är den mest beskattade alkoholdrycken eller att högkonsumenter här är mer alkoholberoende än vad vinkonsumenter är. En annan intressant iakttagelse är att kön spelar en större roll när vi använder vin som indikator. Förklaringen i att, som vi sett tidigare, att starkspritkonsumtion i sig kraftigt diskriminerar mellan kvinnor och män.

Tabell 4 OLS-regressioner för att förklara åsikter om att höja respektive sänka skatten 2010**A. Höja skatten på alkohol (samlad alkoholkonsumtion som indikator på alkohol)**

	(1)	(2)	(3)	(4)
	Modell 1	Modell 2	Modell 3	Modell 4
Kvinna	-0.42***	-0.41***	-0.38***	-0.25***
Ålder 16-85	-0.01***	-0.01***	-0.01***	-0.01***
Låg utbildning		-0.13	-0.09	0.18**
Hög utbildning		-0.17**	-0.17**	-0.22***
Vänster-höger självlacering 0-1			0.53***	0.45***
Hur ofta under de senaste 12 mån – druckit sprit/vin/starköl				0.25***
Konstant	3.51***	3.53***	3.23***	2.08***
Antal svar	1580	1564	1538	1502
r ²	0.04	0.04	0.06	0.21

Kommentar: Alkoholvariabeln avser sammantagen konsumtion oavsett dryck.

* p < 0.10, ** p < 0.05, *** p < 0.01

B. 1. Sänka skatten på alkohol (samlad alkoholkonsumtion som indikator på alkohol)

	(1)	(2)	(3)	(4)
	Modell 1	Modell 2	Modell 3	Modell 4
Kvinna	0.28***	0.26***	0.25***	0.14**
Ålder 16-85	0.01***	0.01***	0.01***	0.01***
Låg utbildning		-0.28***	-0.36***	-0.47***
Hög utbildning		0.20***	0.23***	0.31***
Vänster-höger självlacering 0-1			-0.69***	-0.61***
Hur ofta under de senaste 12 mån – druckit sprit/vin/starköl				-0.18***
Konstant	3.00***	2.86***	3.23***	3.97***
Antal svar	1624.00	1563.00	1534.00	1513.00
r ²	0.02	0.04	0.07	0.14

Kommentar: Alkoholvariabeln avser sammantagen konsumtion oavsett dryck.

* p < 0.10, ** p < 0.05, *** p < 0.01

B. 2. Sänka skatten på alkohol (starkspritskonsumtion som indikator på alkohol)

	(1)	(2)	(3)	(4)
	Modell 1	Modell 2	Modell 3	Modell 4
Kvinna	0.28***	0.26***	0.25***	0.04
Ålder 16-85	0.01***	0.01***	0.01***	0.01***
Låg utbildning		-0.28***	-0.36***	-0.40***
Hög utbildning		0.20***	0.23***	0.25***
Vänster-höger självplacering 0-1			-0.69***	-0.64***
Hur ofta under de senaste 12 mån – druckit starksprit				-0.17***
Konstant	3.00***	2.86***	3.23***	3.92***
Antal svar	1624	1563	1534	1507
r ²	0.02	0.04	0.07	0.13

Kommentar: Alkoholvariabeln avser starksprit

* p < 0.10, ** p < 0.05, *** p < 0.01

B. 3. Sänka skatten på alkohol (vinkonsumtion som indikator på alkohol)

	(1)	(2)	(3)	(4)
	Modell 1	Modell 2	Modell 3	Modell 4
Kvinna	0.28***	0.26***	0.25***	0.25***
Ålder 16-85	0.01***	0.01***	0.01***	0.01***
Låg utbildning		-0.28***	-0.36***	-0.48***
Hög utbildning		0.20***	0.23***	0.30***
Vänster-höger självplacering 0-1			-0.69***	-0.66***
Hur ofta under de senaste 12 mån – druckit vin				-0.10***
Konstant	3.00***	2.86***	3.23***	3.52***
Antal svar	1624.00	1563.00	1534.00	1509.00
r ²	0.02	0.04	0.07	0.10

Kommentar: Alkoholvariabeln avser vin

* p < 0.10, ** p < 0.05, *** p < 0.01

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2010

Slutsatsen är att synen på alkoholrestriktioner är ett komplext fenomen där många faktorer spelar in. Det är många olika omständigheter som samvarierar och drar åt olika håll. Exempelvis har högutbildade en alkoholvana som i frekvens ligger klart över genomsnittet, samtidigt är det en grupp som inte är negativ till restriktioner. Kvinnor kan ha en relativt frekvent alkoholkonsumtion, men ändå av andra skäl vara starkt för restriktioner. Denna komplexitet i åsikterna om alkohol verkar vara ett utmärkande drag i den svenska alkoholkulturen.

Alkoholopinion mellan politik och alkohol

Vilken är egentligen den svenska alkoholopinionen? Och hur rimmar den med våra alkoholvanor? Historikern Lennart Johansson drar i sin stora studie av svensk alkoholpolitik och alkoholkultur slutsatsen att konsumenterna ”hamnat i centrum och (att) politik handlar idag om att tillfredsställa deras behov” (Johansson, 2008:467). Han ställer det i motsats till den ”disciplinerande och moraliserande diskurs” som rådde från sekelskiftet fram till 1980-talet. Han pekar på att det inte bara skett en minskning av den statliga kontrollen och därmed en ökad alkoholkonsumtion utan att det också utvecklats en europeisering av alkoholvanorna.

Johanssons slutsatser får bara delvis stöd i våra resultat. Det är riktigt att det blivit en mindre reglering av alkoholpolitiken och att alkoholvanan har ökat. Det är också riktigt att det skett en förändring av dryckeskulturen där vin spelar en större roll och särskilt bidragit till ökad alkoholkonsumtion bland kvinnor. Däremot är det ytterst osäkert om svenskarn ”från mitten av 1990-talet blivit allt mer liberala och tillåtande i sin syn på alkohol” (ibid:468). Hans framställning verkar präglas av den alkoholliberala inställningen i början av 2000-talet, medan vi för de senaste åren ser att det snarast finns en tendens till ökat restriktiv opinion i synen på alkohol oavsett vilken indikator vi använder. Visserligen finns en polarisering i synen på alkoholrestriktionerna mellan ett mer alkoholliberalt och en mer alkoholtrestriktivt synsätt i Sverige liksom i andra länder (jfr Ialomiteanu et al, 2010), men restriktionsförespråkarna väger snarast över. Även bland dem som inte ser alkohol som något större samhällsproblem finns det en stor andel som inte vill sänka alkoholskatten. Möjligen är det vi ser långtidseffekten av den ”disciplinerande och moraliserande” synen på alkohol. Ett annat alternativ är att svenskarna själva kan se alkoholproblemen i samhället och dra sina slutsatser. Det sociala medvetandet och ideologin kan för många vara starkare än egenintresset.

Noter

- ¹ Projektet har kunna genomföras tack vare stöd från Systembolaget AB och från Systembolagets råd för alkoholforskning (SRA).
- ² I 2010 års undersökning har vi för första gången även ställt en fråga om omfattningen av individens alkoholkonsumtion. Svarspersonerna har fått ange hur mycket starksprit, vin och starköl/cider de dricker en genomsnittlig vecka. De preliminära siffrorna visar att de personer som dricker alkohol flera gånger per vecka har en konsumtionsvolym som är två till tre gånger större än de som dricker alkohol en gång i veckan. De senare har i sin tur nästan dubbelt så stor konsumtion som de som dricker alkohol någon eller några gånger i månaden. Resultat tyder på att det finns ett klart samband mellan frekvens och volym. Konsumtionsfrågan behöver dock förfinas något innan vi kan gå vidare med en fördjupad analys.
- ³ Motsvarande begrepp finns på bl a danska ("druk") och tyska ("Rauschtrinken") men inte på svenska.
- ⁴ Antalet svarande rör sig endast om ett tjugotal personer i varje grupp. Det kan tillfogas att den högsta andelen unga män som dricker sig berusade minst en gång i månaden finns i mindre tätorter (72 procent; antal svarspersoner=18).

Referenser

- Holmberg, Sören, Weibull, Lennart (2007) Den förändrade alkoholopinionen. I Holmberg, S, Weibull, L (red) *Det nya Sverige*. Göteborg, SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Holmberg, Sören, Weibull, Lennart (2008) Alkoholvanor och alkoholpolitik. I Holmberg, S, Weibull, L (red) *Skilda världar*. Göteborg, SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Holmberg, Sören, Weibull, Lennart (2009) Det är skillnad på sprit, vin och starköl. I Holmberg, S, Weibull, L (red) *Svensk höst*. Göteborg, SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Holmberg, Sören, Weibull, Lennart (2010) Alkoholskattens två sidor. I Holmberg, S, Weibull, L (red) *Nordiskt ljus*. Göteborg, SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Ialomiteanu, Anca, Giesbrecht, Norman, Adlaf, Edward, Irving, Hyacinth, Paglia-Boak, Angela, Rehm, Jürgen (2010) "An Exploratory Approach to Analyzing Alcohol Control Policy Opinions Held by Ontario Adults. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. Vol 2010:827-841.
- Johansson, Lennart (2008) *Staten, supen och systemet. Svensk alkoholpolitik och alkoholkultur 1855-2005*. Stockholm/Stehag: Brutus Östlings förlag Symposium.

- Lindén-Boström, Margareta, Persson, Carina, Berglund, Mats (2009) Riskfylld alkoholkonsumtion bland äldre – Resultat från en svensk befolkningsundersökning. *Nordisk alkohol- och narkotikatidskrift*, Vol 26: 399-416
- Konsumtionsrapporten 2010*. Centrum för konsumtionsvetenskap, Handelshögskolan, Göteborgs universitet.
- Kuntsche, Emmanuel, Rehm, Jürgen, Gmel, Gerhard (2004). "Characteristics of binge drinkers in Europe." *Social Science & Medicine* Vol 59: 113–27.
- Proposition 2010/11:1* 2011 års budgetproposition.
- Proposition 2010/11:100* 2011 års ekonomiska vårproposition.
- Weibull, Lennart, Fahlke, Claudia, Nilsson, Åsa (2010) Klass och livsstil i alkoholvanor. I Oskarson, M, Berglund, T, Bengtsson, M (2010) *En fråga om klass*. Stockholm: Liber.
- Wikipedia (2011) *Binge Drinking*. Article in Wikipedia, English version from 2011-05-17 (http://en.wikipedia.org/wiki/Binge_drinking)

ALKOHOLKONSUMTION – VANOR OCH VOLYM

SOM-undersökningen 2011

SOM-rapport nr 56

I framtidens skugga

ALKOHOLKONSUMTION – VANOR OCH VOLYM

SÖREN HOLMBERG OCH LENNART WEIBULL

År 1955 försvann motboken. Den hade införts 1917 i syfte att minska svenska folkets alkoholkonsumtion genom att begränsa månadsransonen. Bakgrunden var det omfattande superiet. Genom att man bara kunde köpa alkohol på motbok kunde konsumtionen begränsas. Motbok lämnades ut först efter ansökan som visade att man levde skötsamt. Andra begränsningar var att motboken huvudsakligen var förbehållen män över 25 år, men kunde även efter prövning ges till yrkesverksamma ogifta kvinnor (Björ m.fl., 1985). Under motboksperioden minskade alkoholkonsumtionen kraftigt – till i genomsnitt drygt tre liter ren alkohol per år och person i slutet av 1950-talet, jämfört med omkring sex liter i slutet av 1800-talet (SCB, 1960). Konsumtionen var i huvudsak starksprit, trots att motboken innebar relativt små restriktioner för den som ville köpa vin.

När motboken avskaffades 1955 uteblev till en början den befarade konsumtionsökningen, men under 1960-talet började alkoholintaget att stiga. Det ledde till nya restriktioner ackompanjerade av folkhälsokampanjer. Följden blev en viss minskning i drickandet och konsumtionen höll sig sedan på en stabil nivå fram till mitten av 1990-talet för att sedan öka i samband med Sveriges EU-inträde (Ramstedt m fl, 2010a, 2010b). Nu infördes sänkta skatter på öl och vin, lädvin introducerades och det blev lördagsöppet på Systembolaget (Ramstedt m fl, 2009; Weibull m fl, 2010; Weibull, 2012). Samtidigt blev det tillåtet med en ökad införselkvot av alkohol från andra EU-länder, något som utnyttjades av många svenskar särskilt i södra Sverige (Holmberg & Weibull, 2006).

De minskade restriktionerna har fått till följd att det har blivit svårare att ge en rättvisande skattning av den totala alkoholkonsumtionen i Sverige. Så länge Systembolaget var den helt dominerande källan för alkohol var försäljningsstatistiken ett bra riktmärke, men med ökad privat införsel och längre vistelser i andra länder kompliceras bilden. Att mäta människors alkoholkonsumtion är överlag problematiskt och metoderna varierar. Inom Europa bygger man i huvudsak på frågeundersökningar, som kan skilja sig relativt mycket åt mellan enskilda länder (Bloomfield et al, 2011).

I Sverige görs mätningar av alkoholkonsumtion av bland andra Statens Folkhälsoinstitut (t ex Statens Folkhälsoinstitut, 2011) och Centrum för socialvetenskaplig alkohol- och drogforskning (SoRAD) vid Stockholms universitet, som även svarar för en regelbunden sammanställning av data från olika källor som skattar den samlade *alkoholkonsumtionen* i Sverige (t ex Ramstedt, 2010a). Dessa studier syftar primärt till att skatta den samlade konsumtionsvolymen av alkohol i Sverige. De studier av

alkoholkonsumtion som SOM-institutet inledde år 1992 inom ramen för institutets livsstilmätningar har däremot avsett att studera svenska folkets *alkoholvanor* och utgått från hur ofta man dricker olika slag av alkohol (Weibull, 2012). Sedan 2010 har SOM-undersökningarna även prövat att introducera ett mått på hur mycket personer dricker av olika alkoholhaltiga drycker.¹ I det följande är avsikten att relatera våra analyser av svenska folkets alkoholvanor till konsumtionsvolymen. Frågan är vilket samband som finns mellan att dricka alkohol mer eller mindre regelbundet och den mängd man dricker – och hur mönstret ser ut i olika grupper.

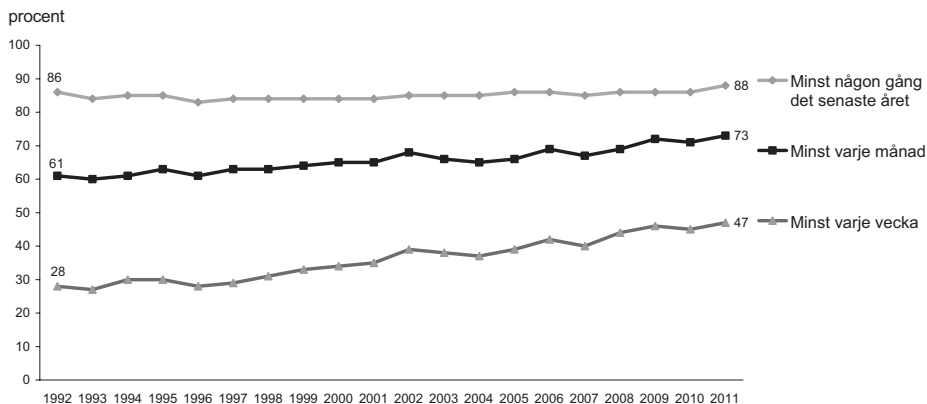
Svenska alkoholvanor

Enligt den samlade översikten från SoRAD drack en genomsnittlig invånare i Sverige över 15 år 2010 drygt nio liter ren alkohol. Av alkoholen kom knappt två tredjedelar från Systembolaget medan resandeförseln uppskattades stå för cirka 15 procent (Ramstedt, 2010a).² Tendensen för de senaste fem åren visar på en svag nedgång från toppåret 2004. Då var genomsnittsvolymen 10,5 liter, varav resandeförseln beräknades stå för över 25 procent, vilket var den högsta nivå som uppmätts i Sverige. Minskningen efter 2004 beror i dessa skattningar således nästan helt på att resandeförseln bedöms ha minskat.³

Det mått som sedan 1992 använts i de nationella SOM-undersökningarna är inte enkelt jämförbart med det volymmått som används av SoRAD, eftersom huvudfrågan i den nationella SOM-undersökningen gäller hur ofta man dricker alkohol, inte hur mycket. Det är därför inte nödvändigtvis något anmärkningsvärt i att svaren på frågan om hur ofta man dricker starksprit, vin eller öl inte uppvisar samma trend under det gångna decenniet. Den nedgång som SoRAD:s volym-skattning redovisar efter 2004 kan inte iakttagas för vanan att dricka alkohol. SOM-undersökningens vanekurva visar tvärtom en långsamt uppåtgående tendens under hela mätperioden – alkoholdrycker finns allt oftare med i våra vanor (figur 1).

Det mönster som vi kan se i alkoholvanorna är att de som dricker alkohol uppger att de gör det oftare. De som aldrig dricker alkohol ligger på drygt tio procent hela perioden, medan andelen som dricker starksprit, vin eller öl minst någon gång i veckan har på knappt tjugo år ökat från 28 till 47 procent. Också andelen som dricker alkohol minst någon gång i månaden har ökat: sällan-konsumenterna förefaller ha fått mer frekventa vanor. Andelarna ligger på samma nivå som den undersökning av alkoholvanor som Statens Folkhälsoinstitut genomförde 2010 (Statens Folkhälsoinstitut, 2011).

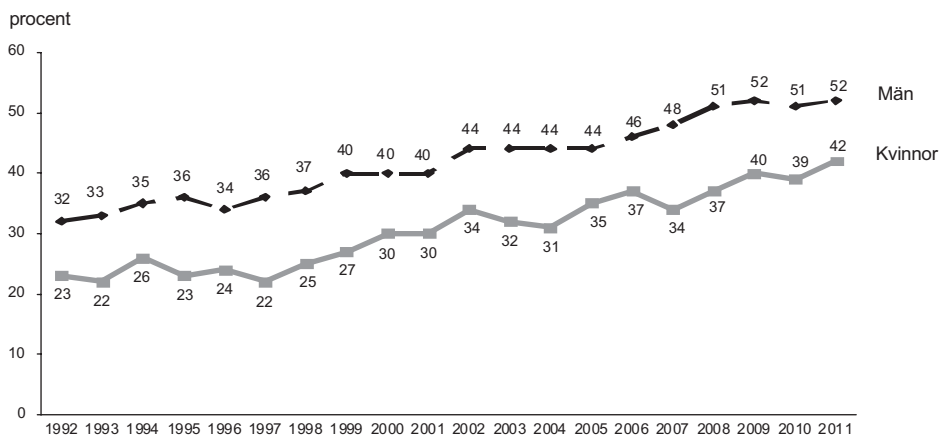
Figur 1 *Andel som dricker alkohol minst varje vecka under de senaste 12 månaderna respektive minst någon gång under de senaste 12 månaderna 1992-2011 (procent)*



Kommentar: Frågan lyder: 'Hur ofta har du under de senaste 12 månaderna gjort följande?', där 'Druckit sprit/vin/starköl' ingår som ett av ett stort antal delfrågor. De 7 svarsalternativen lyder: 'Ingen gång'; 'Någon gång under de senaste 12 månaderna'; 'Någon gång i halvåret'; 'Någon gång i kvartalet'; 'Någon gång i månaden'; 'Någon gång i veckan', 'Flera gånger i veckan'.

Källa: De nationella SOM-undersökningarna 1992-2011.

Figur 2 *Regelbundna alkoholvanor bland kvinnor och män 1992-2011 (procent som dricker alkohol minst en gång per vecka)*



Kommentar: Med regelbundna alkoholvanor menas konsumtion av starksprit/vin/starköl minst någon gång i veckan. Procenten har beräknats bland personer som besvarat enkätfrågan. Se i övrigt anmärkningen under figur 1.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2011.

Tendensen är i stort sett densamma för alla grupper. Som vi kan se följer kvinnor och män samma trend (figur 2). Detsamma gäller mönstren i drickandet. Kvinnor ligger alla undersökta år omkring tio procentenheter lägre än männen. De yngsta ligger lägre än medelålders och äldre. I likhet med vad vi har observerat i tidigare års mätningar finns den mest frekventa alkoholkonsumtionen bland högre tjänstemän och bland högutbildade. År 2011 var andelen som dricker alkohol minst en gång i veckan i dessa två grupper 67 respektive 59 procent, vilket gör att det är rimligt att betrakta dem som riskgrupper i fråga om alkoholrelaterad ohälsa (Ramstedt m fl, 2010b; Weibull, 2012). Minst frekvent alkoholdrickande finns bland personer mellan 16 och 29 år (32 procent).

När det gäller olika alkoholdrycker är det vin som dominerar i fråga om frekvens. Omkring var tredje person boende i Sverige dricker vin minst en gång i veckan, medan en femtedel aldrig dricker vin (tabell 1). Starksprit dricks minst regelbundet – 10 procent dricker starksprit minst en gång i veckan, en knapp tredjedel gör det aldrig. En dryg tredjedel dricker aldrig starköl, knappt en femtedel gör det minst en gång i veckan. En annan iakttagelse är att vin är den dryck som ligger högt när det gäller alkoholdrickande flera gånger i veckan med knappt tio procent. Mönstret är relativt stabilt för de fyra år frågan ställts inom ramen för SOM-undersökningen, möjligen med en liten minskning för starksprit och någon ökning för vin.

I fråga om starksprit finns den högsta andelen med konsumtion minst en gång i veckan bland män, äldre, medelutbildade och högre tjänstemän, medan den regelbundna konsumtionen av starksprit är särskilt låg bland kvinnor. Den relativt stora skillnaden i kvinnors och mäns starkspritsvanor gäller i alla åldrar. Vindrickandet ligger däremot något högre bland kvinnor än bland män, särskilt i åldersgruppen 50–64 år. Även högutbildade och högre tjänstemän kännetecknas av en frekvent vinkonsumtion, medan det i mindre grad gäller de yngsta och lågutbildade. Starköl är framför allt männens revir med tre gånger så frekvent användning som bland kvinnor, särskilt i åldersgruppen 30–49. I övrigt finns det relativt små skillnader i frekvensen att dricka starköl.

I tabell 2 redovisas även alkoholkonsumtionen för några andra grupper. Det kan bland annat utläsas hur konsumtionsfrekvensen för alkohol ser ut i olika delar av Sverige och efter partisympati. Den mest frekventa alkoholkonsumtionen finner vi i Stockholm – 54 procent uppger att de dricker alkohol minst någon gång i veckan, jämfört med 31 procent i Övre Norrland. Det visar sig vara vinkonsumtionen som är särskilt frekvent i Stockholm, medan starksprit och starköl ligger något lägre. I Övre Norrland ligger frekvensen på samtliga tre alkoholdrycker klart under genomsnittet.

När det gäller partiernas sympatisörer visar sig moderat- och folkpartisympatisörer ha den mest frekventa alkoholkonsumtionen, minst frekvent är de kristdemokratiska sympatisörernas konsumtion. I fråga om enskilda drycker skiljer Sverigedemokraternas sympatisörer ut sig genom att ha den mest frekventa starkspritskonsumtionen, vinkonsumtionen är mest frekvent bland sympatisörer till Vänsterpartiet, Moderaterna och Folkpartiet. Starkölsdrickandet uppvisar i stort sett samma mönster

Tabell 1 Regelbundna alkoholvanor efter typ av dryck, 2010 och 2011 (procent)

		Frekvens					Summa procent	Antal svarande	
		Ingen gång	År/halvår	Kvartal	Månad	Vecka			Flera ggr/v
Sprit/vin/starköl	2010	14	8	7	26	33	12	100	1 776
	2011	12	8	7	26	35	12	100	2 997
Starksprit	2010	29	24	14	22	9	2	100	1 656
	2011	30	23	14	23	9	1	100	1 527
Vin	2010	22	14	10	24	23	7	100	1 653
	2011	19	14	9	24	26	8	100	1 534
Starköl	2010	34	15	10	23	15	3	100	1 658
	2011	34	14	10	23	16	3	100	1 538
Cider	2010	45	25	13	12	4	1	100	1 658
Druckit sig berusad	2010	57	21	8	11	2	1	100	1 658
	2011	54	22	10	11	3	0	100	1 540

Kommentar: Den samlade alkoholfrågan fanns 2010 i Riks-SOM 1 och år 2011 i både Riks-SOM 1 och Riks-SOM 2. Övriga frågor fanns båda åren enbart i Riks-SOM 3. Frågan om Cider ställdes inte 2011. Se i övrigt anmärkningen under figur 1.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2010 och 2011.

men här ligger de sverigedemokratiska sympatisörerna i tätgruppen, medan folkpartistiska ligger något lägre. Det är dock knappast frågan om någon politisk faktor utan bakom de olika vanorna kan man delvis ana partiernas sammansättning efter kön och ålder.

De demografiska skillnaderna i alkoholvanor mellan olika grupper ger även antydning om alkoholkonsumtionens funktion i olika grupper. Bland de yngsta handlar det ofta om att dricka tills man inte klarar mer, se nedan, medan alkoholen bland högutbildade är mer av sällskapsdryck, vilket inte minst framgår av att en relativt hög andel – 15 procent, i jämförelse med fyra procent bland de lågutbildade – dricker flera gånger i veckan (Weibull m fl, 2010).

Det är viktigt att understryka att alkoholvanorna inte bara är kopplade till demografiska och socioekonomiska faktorer. I själva verket är alkoholvanorna i fråga om enskilda drycker påverkade av andra vanor där alkoholkonsumtion är en integrerad del. Exempelvis finns det ett tydligt samband mellan kulturvanor som teater- eller operabesök och vindrickande, medan besök på sportevenemang ofta är kopplade till starkölsdrickande (Weibull m fl, 2010).

Tabell 2 Alkoholvanor i olika grupper 2010 och 2011 (procent)

	Minst en gång per vecka druckit:								Minst en gång per månad druckit sig berusad	
	Starksprit		Vin		Starköl		Starksprit/ /vin/stöl			
	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011
Samtliga	11	10	30	34	18	19	45	47	15	14
Kön										
Kvinnor	5	4	30	36	8	9	39	42	10	11
Män	19	18	30	32	30	30	51	52	20	19
Ålder										
16 – 29	9	9	15	17	16	16	34	32	42	40
30 – 49	8	7	27	34	18	18	45	47	17	18
50 – 64	14	12	41	40	22	27	54	54	9	9
65 – 85	13	12	31	37	15	13	41	46	3	1
Utbildning										
Lägutbildad	15	9	18	21	18	16	32	36	9	5
Medellägutbildad	12	13	25	27	18	20	42	43	20	19
Medelhögutbildad	8	10	33	33	19	14	51	48	16	19
Högutbildad	10	8	45	50	18	22	55	59	11	13
Familjeklass										
Arbetarhem	10	9	18	20	16	17	33	34	17	17
Tjänstemannahem	11	11	38	44	19	20	57	59	13	14
Hö tj mannahem	20	15	62	58	26	23	67	67	18	18
Företagarhem	13	12	42	44	26	23	52	57	10	8
Parti										
V	16	11	28	45	22	26	45	45	16	17
S	8	11	19	28	14	17	36	37	10	12
MP	7	9	33	35	16	16	43	45	16	16
C	5	7	22	20	18	13	44	41	19	14
FP	11	8	36	42	17	18	52	53	8	21
M	16	12	43	44	23	24	57	59	15	13
KD	8	0	26	22	9	4	35	34	8	4
SD	16	18	14	17	22	22	39	49	28	27
Boendeort										
Stockholm	15	11	43	47	23	18	53	54	14	16
Ö:a Mellansverige	12	15	33	35	18	23	45	46	17	15
Småland/öarna	18	11	25	25	18	23	40	44	20	14
Sydsverige	13	8	28	30	14	18	43	49	16	15
Västsverige	10	9	26	34	21	20	50	49	24	14
N:a Mellansverige	6	7	18	23	9	12	36	38	15	9
Mellersta Norrland	13	10	22	28	17	15	36	41	10	19
Övre Norrland	10	4	25	23	12	10	33	31	8	16

Kommentar: Alla data utom det som gäller total alkoholkonsumtion (Riks 1 + Riks 2) från Riks 3.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2010 och 2011.

Ett annat perspektiv på alkoholvanor gäller frågan om att dricka sig berusad. I SOM-undersökningen har svarspersonerna fått svara på frågan om hur ofta man under de senaste tolv månaderna druckit sig berusad. De som uppger att de minst någon gång i månaden druckit sig berusade har de två senaste åren varit stabil på cirka 15 procent, medan andelen som aldrig gjort det är omkring 55 procent. Det kan alltid diskuteras hur formuleringen ”dricka sig berusad” uppfattas och det kan givetvis aldrig uteslutas att svaren påverkas av vad som är socialt förväntat och att det senare varierar mellan olika grupper.

Den grupp som särskilt skiljer ut sig är unga under 30 år. Bland dem är det 40 procent som uppger att de under det gångna året druckit sig berusade minst en gång i månaden, knappt 30 procent har aldrig gjort det. Lägst andel ”fylledrickare” finns bland de äldsta och bland lågutbildade. Grupper som ligger över genomsnittet för befolkningen är män, medelutbildade och högre tjänstemän.

Det vi kan kalla alkoholkulturen skiljer sig klart mellan de yngsta och övriga grupper. Gruppen unga ligger under genomsnittet i regelbunden alkoholkonsumtion men har den högsta andelen som uppger att de minst någon gång i månaden druckit sig berusade. Sambandet mellan uppgiven berusning och regelbundenhet i alkoholkonsumtion ligger på 0,83 (Pearson's r): att dricka alkohol blir närmast liktydigt med att dricka sig berusad. Mönstret kan synas anmärkningsvärt men känns igen från andra studier av alkoholkonsumtion bland unga (Svenska Folkhälsoinstitutet, 2011).⁴ Det talas i dessa om ”binge drinking” (Stanridge et al, 2004), på svenska ofta benämnt intensivdrickande (Weibull, 2012), som anses särskilt allvarligt när det gäller alkoholrelaterade leverskador (Kuntsche et al, 2004).

Om vi utgår från att sambandet mellan hur ofta man dricker alkohol och hur ofta man dricker sig berusad säger något om alkoholkulturen finns det tydliga skillnader mellan olika grupper. Det visar sig att i den äldsta åldersgruppen är korrelationen 0,23, att jämföra med 0,83 bland de yngsta. Bland högre tjänstemän och högutbildade, alltså de med mest frekvent alkoholkonsumtion, är korrelationerna endast 0,19 och 0,28, medan sambandet bland exempelvis boende i arbetarhem är 0,50. Däremot är det relativt små skillnader mellan kvinnor och män, även om korrelationen är något högre bland män. När det gäller berusningsdrickande är det 2011 mycket små skillnader mellan olika delar av Sverige.

Det finns också ett samband mellan vilken alkohol man regelbundet dricker och hur ofta man dricker sig berusad. Det visar sig att starksprits- och starkölskonsumtion har högst samband med berusning (Pearson's $r=0,50$ respektive 0,46), medan sambandet är klart lägre för vin (0,26). Mönstret är detsamma i samtliga åldersgrupper, men den yngsta gruppen har högre samband mellan alkoholvana och berusning oavsett vilken dryck det gäller. Det är relativt liten skillnad mellan män och kvinnor, men sambandet är något högre mellan vin och berusning bland kvinnor och mellan starköl och berusning bland män. Det senare avspeglar dock i huvudsak vilken typ av alkohol man oftast dricker.

Hur mycket alkohol dricker en svensk?

Den fråga som vi ställt oss i föreliggande analys är hur konsumtionsvolymen av alkohol hänger samman med alkoholvanorna som dessa mäts i SOM-undersökningen. Ett test genomfördes redan inom ramen för 2010 års SOM-undersökning, där vi frågade hur mycket alkohol svarspersonerna bedömde att de drack under en vanlig vecka. Eftersom utfallet bedömdes väl spretigt valde vi att 2011 istället fråga om alkoholkonsumtionen *under den senaste veckan* – möjligen beroende på osäkerhet om vad som är en vanlig vecka. Det är således en fråga i två steg: först om man druckit någon alkohol under den föregående veckan och sedan till dem som druckit minst någon typ av alkohol en fråga om hur mycket starksprit, vin respektive starköl man druckit. Som hjälp vid ifyllandet fanns illustrationer av hur mycket ett glas av respektive alkoholtyp normalt rymmer.⁵

Det visade sig att 63 procent av de svarande uppgav att de druckit minst någon alkohol under den gångna veckan, alltså en höstvecka 2011.⁶ Procenttalet är en

Tabell 3 Alkoholkonsumtion senaste veckan 2011

Andel som druckit minst någon alkohol (starksprit, vin, starköl)	63 procent
Av dem som druckit:	
-----	-----
minst någon starksprit	39 procent (n=377)
1 – 10 cl	65 %
11 – 30 cl	27%
31 cl -	8%
genomsnitt i cl	16
-----	-----
minst något vin	46 procent (n=734)
1 – 30 cl	34%
30 – 60 cl	37%
61 cl -	29%
genomsnitt i cl	62
-----	-----
minst någon starköl	43 procent (n=474)
1 – 30 cl	7%
30 – 100 cl	54%
101 cl -	39%
genomsnitt i cl	140

Kommentar: Frågan lyder: *Hur mycket öl/vin/sprit drack du under den senaste veckan? Ange i centiliter (cl).* Svarsalternativen var *Jag har inte druckit någon alkohol alls* samt rutor för att föra in hur många centiliter man druckit av starköl, vin och starksprit. Rutorna har illustrerats med exempel på vad ett ordinarie öl-, vin- och drinkglas rymmer.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2011.

något högre andel än som uppgivit sig dricka alkohol minst varje vecka (47 procent), men en lägre andel än för minst en gång i månaden (73 procent). Det är också det rimliga resultat: de som fångas upp av frågan om den gångna veckan ska vara de som dricker alkohol varje vecka samt en viss andel av dem som gör det mer sällan, men som gjort det just den gångna veckan. Av dem som druckit minst något hade 39 procent druckit starksprit, 73 procent vin och 43 procent starköl. För att vi ska få en jämförelse med alkoholvanan måste vi räkna fram vad det blir utslaget på samtliga svarande. Det visar sig då att frågan om den gångna veckan i huvudsak fungerar bra även för de enskilda slagen av alkohol.⁷ Det gör att vi nu kan beräkna hur mycket genomsnittspersonerna druckit (tabell 3).

Tabell 4 är konstruerad så att den först anger andelen som konsumerat minst något av respektive alkoholdryck under den gångna veckan. Därunder anges den procentuella fördelningen på den druckna volymen och slutligen genomsnittsvoly-men. Sålunda har 39 procent druckit minst någon starksprit, av dessa har i sin tur 8 procent druckit mer än 30 centiliter och genomsnittsvoly-men är 16 centiliter. Genomsnittsvoly-men för vin bland dem som druckit minst något den gångna veckan är 62 centiliter och volymen starköl 140 centiliter.

Konsumtionsvolymen bland dem som druckit minst något av varje dryck kan också jämföras mellan olika grupper. Mönstret är i stort sett detsamma som vi sett i fråga om vanorna. Män konsumerar mer starksprit och starköl än kvinnorna, medan det inte finns någon könsskillnad i konsumtionen av vin. Konsumtionen av starksprit ligger något högre bland högre tjänstemän. Vinkonsumtionen är högre bland högutbildade, högre tjänstemän och företagare, medan starköl ligger högst bland de unga och i arbetarfamiljer. I dessa grupper har de som druckit alkohol också druckit relativt mycket.

När det gäller ålder är resultatet på en punkt avvikande från vad vi sett i fråga om konsumtionsvanor. Det gäller de yngstas konsumtion av starksprit. Tidigare konstaterade vi att vanan att dricka starksprit i den gruppen var lågfrekvent – nio procent av dem mellan 16 och 29 år uppgav att de drack starksprit minst en gång i veckan. Bland de unga som druckit någon alkohol under den gångna veckan – 53 procent – är 39 centiliter en klart större volym än vad som kunde förväntas. En fördjupad analys visar att det är en relativt liten grupp som drar upp genomsnittet på volymen. Det är möjligt att förklaringen därför kan ligga i det intensivdrickande som till viss del är utmärkande för den yngre gruppen.

Den avslutande frågan är hur den konsumerade volymen förhåller sig till hur ofta man dricker alkohol. Vårt intresse är att studera hur sambandet ser ut mellan den uppgivna vanan att dricka en viss typ av alkohol och hur mycket alkohol man dricker. Vår förväntan är att de som dricker oftare också dricker mer. Med det mått vi har använt för att beräkna volymen – hur mycket man druckit under den senaste veckan – ska vi förvänta särskilt stor volym bland dem som uppger sig ha för vana att dricka alkohol flera gånger i veckan. Det är också det resultat som visar sig i tabell 5 – och det gäller för samtliga tre alkoholtyper vi undersökt.⁸

Tabell 4 Genomsnitt bland dem som druckit respektive dryck 2011 (centiliter)

	Starksprit	Vin	Starköl
Alla	16	62	140
Kön			
Kvinnor	9	63	101
Män	19	65	155
Ålder			
16 – 29	39	58	198
30 – 49	13	60	148
50 – 64	10	58	144
65 – 85	14	73	83
Utbildning			
Lågutbildade	14	50	148
Medellågutbildade	18	52	148
Medelhögutbildade	23	71	154
Högutbildade	11	71	115
Familjeklass			
Arbetarfamilj	21	50	167
Tjänstemannafamilj	11	62	121
Högre tjänstemannafamilj	(22)	84	154
Företagare	(16)	84	(131)
Partisympati			
V	15	76	170
S	15	67	164
MP	11	84	(138)
FP	13	71	(113)
M	13	61	128

Kommentar: Om frågan se anmärkning till tabell 3. Antalet svarspersoner varierar betydligt mellan olika grupper. I de flesta grupper är det omkring 100 eller högre. Centiliter inom parentes är baserade på under 50 personer och antalet C- och SD-sympatisörer är alltför få för att kunna analyseras.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2011

För starksprit gäller att den uppgivna dryckesvolymen senaste veckan stiger linjärt med frekvensen i drickandet. De som uppger sig dricka starksprit åtminstone någon gång om året har i genomsnitt druckit fem centiliter den gångna veckan, och de som uppger sig dricka varje vecka har druckit över 30 centiliter. Det framgår också att den stora skillnaden är mellan att dricka en respektive flera gånger i veckan; de

Tabell 5 Volymen drucken alkohol under den gångna veckan bland dem som druckit minst någon alkohol efter uppgiven vana att dricka olika typer av alkohol 2011 (centiliter)

Alkoholtyp	Uppgiven vana						Totalt
	Någon gång/år	Någon gång halvår	Någon gång kvartal	Någon gång månad	Någon gång vecka	Flera gånger i veckan	
Starksprit	(5)	(5)	(9)	13	17	(31)	14
Vin	(27)	(25)	(28)	(41)	55	130	62
Starköl	(66)	(52)	(78)	116	144	311	140

Kommentar: Om frågan se anmärkning till tabell 3. Antalet svarspersoner varierar betydligt mellan olika grupper. Centiliter inom parentes är baserade på färre än 40 personer.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2011.

som uppger att de brukar dricka starksprit flera gånger i veckan har då de tillfrågats om den senaste veckan uppgivit en konsumtionsvolym som är nästan dubbelt så stor som de som uppger att de brukar dricka sprit någon gång i veckan.

Mönstret är i princip detsamma för konsumtionen av vin och starköl. De som uppger att de brukar dricka dessa drycker flera gånger i veckan har under den gångna veckan haft en konsumtionsvolym som är mer än dubbelt så stor som den bland dem som druckit en gång i veckan. Det finns samtidigt en intressant skillnad i förhållande till starkspritskonsumtionen. De som uppgivit mindre regelbundna alkoholvanor ändå har haft en förhållandevis stor konsumtion den gångna veckan. Möjligen kan det tolkas så att vin och starköl är alkoholdrycker som inte i lika stor utsträckning associeras med alkoholkonsumtion: det är något man då och då dricker men tänker inte på det som alkohol eller som en del i sina alkoholvanor – men när man funderar på vad man druckit senaste veckan påminner man sig också dessa drycker. Det gäller inte minst för alkoholkonsumtion kopplad till andra aktiviteter, t ex vin på teatern eller starköl på *after work* (Weibull, 2012). En annan möjlig förklaring är att vin och starköl är alkoholdrycker som är mindre känsliga att uppge i svaret på en enkät och därför har en större volym.

Alkoholvanor och alkoholvolym

På motbokens tid var alkoholkonsumtionen i Sverige lättare att bedöma. Idag är sådana bedömningar komplicerade, särskilt när det gäller att uppskatta hur alkoholkonsumtion förändrats över tid. Trenderna påverkas inte bara av det faktiska

drickandet utan av vad som är socialt accepterat att svara och vilka skillnader som kan finnas mellan olika alkoholdrycker (Weibull m fl, 2010). Omfattningen av alkoholrelaterade sjukdomar kan på något längre sikt ge oss en indikation på den samlade konsumtionen genom att se på konsekvenserna (Ramstedt m fl, 2010) men hjälper oss inte att förstå hur konsumtionen utvecklas på individnivå.

SOM-institutets bidrag till förståelsen av alkoholkonsumtionen har främst gällt alkoholvanor. Den fråga vi ställt oss i årets analys är i vad mån vi kan se ett samband mellan alkoholvanor och hur mycket alkohol som dricks. Det handlar om regelbundet umgänge med alkohol också har betydelse för hur mycket man dricker. På den punkten kan vi förbehållslöst svara ja: konsumtionsvolymen är klart högre bland dem som dricker mest frekvent. Särskilt tydligt är mönstret bland dem som uppger sig dricka alkohol flera gånger i veckan.

En följdfråga är i vilken utsträckning det samlade resultat som framkommer i SOM-institutets mätningar ger en rimlig bild av alkoholkonsumtionen bland dem som bor i Sverige. Som första svar på den frågan gäller att vi inte – på samma sätt som exempelvis SoRAD – avser att redovisa en skattning av den totala alkoholvolymen. Vårt syfte är att belysa alkoholvanor och analysera dem som en del av svenska folkets olika livsstilar och intressen. Det vi kan uttala oss om är att umgänget med alkohol i Sverige har blivit klart mer frekvent under de senaste tjugo åren. Däremot kan vi inte säkert uttala oss i vad mån konsumtionsvolymen också har ökat.

Ett andra svar på frågan är att se på hur de mönster i alkoholvanorna vi studerar förhåller sig till andra mätningar som exempelvis resultaten från SoRAD:s monitorprojekt. Det visar sig då att de generella mönstren är desamma som i andra mätningar. Män har en större konsumtion än kvinnor och medelålders större än de äldsta (Statens Folkhälsoinstitut, 2011; Ramstedt m fl, 2010). Vi har därför anledning att tro att vi också i övrigt ger en rimlig bild av alkoholvanorna i olika grupper.

När det gäller den samlade alkoholvolymen som står i centrum för SoRAD:s monitorprojekt saknar SOM-institutet egentliga jämförelsemöjligheter. Monitorrapporten ställer samman data från olika källor, inte bara från frågeundersökningar utan också från försäljningsstatistik från Systembolaget, och gör en samlad skattning som även inkluderar bland annat privat alkoholförsel och smuggling (Ramstedt m fl, 2010a). SOM-institutets volymmått utgår från en genomsnittlig höstvecka och bygger enbart på en frågeundersökning. Den konsumtionsskattning vi kan göra kommer därför lägre än den som byggs på hela året.

Det återstår dock en intressant fråga. Monitorprojektets skattningar pekar på en minskande alkoholvolym, medan SOM-institutets vanemätning visar på ett allt mer frekvent intag av alkohol. Vad kan förklara de olika tendenserna? Monitorprojektet visar att det framför allt är minskad privatinförsel som ligger bakom nedgången, medan Systembolagets försäljning faktiskt ökar (Ramstedt m fl, 2010) och uppvisar i stort samma mönster som alkoholvanorna. En nyckel till förståelsen av skillnaden tycks således ligga i privatinförselns storlek. Här kan SOM-undersökningen inte bidra.⁹ Vi har inga jämförbara mätningar. Det enda vi kan konstatera är att Statens

Folkhälsoinstitut och SoRAD anger att svensken sedan 2004 totalt sett dricker mindre alkohol, medan SOM-undersökningen säger att svensken dricker oftare. Det är en god anledning till fortsatt analys.

Noter

- ¹ Det har skett inom ramen för projektet *Alkoholpolitisk opinionsbildning* finansierat av Systembolagets forskningsfond.
- ² Resandeförseln beräknas på grundval av uppgifter framtagna med hjälp av intervjuundersökningar genomförda av Synovate på uppdrag av SoRAD (Statens Folkhälsoinstitut, 2011:32). Vid sidan av köp på Systembolaget och privat införsel beräknas konsumtion på restaurang och bar, hembränning mm.
- ³ I SOM-undersökningen ställs även en fråga om hur ofta man handlat alkohol utomlands under de senaste tolv månaderna. Det visar sig att knappt 50 procent av allmänheten har gjort det minst någon gång per år, knappt 20 procent minst någon gång i halvåret. Andelarna är svåra att bedöma, eftersom vi inte vet vilken typ av inköp det gäller eller hur mycket. I en tidigare SOM-undersökning (2006) då frågan gällde *storhandlat* alkohol utomlands var andelen minst någon gång per år 30 procent (Holmberg och Weibull, 2006). Det vi kan se i resultaten från 2011 är att utlandsköp av alkohol är något vanligare bland personer i Stockholm och i Sydsverige samt bland högutbildade och högre tjänstemän. De senare är samma grupper som har en mer frekvent alkoholkonsumtion är genomsnittet. Det finns även ett klart samband mellan att handla alkohol utomlands och den egna alkoholvanan. Av dem som dricker starksprit minst en gång i veckan är andelen som handlat utomlands 78 procent, för dem som dricker vin varje vecka är andelen 65 procent och bland dem som dricker starköl varje vecka 72 procent – att jämföra med genomsnittet på 43 procent.
- ⁴ Andra studier (t ex Statens Folkhälsoinstitut, 2011) visar att intensivdrickande är vanligare bland unga män än bland unga kvinnor. Det finns inget sådant mönster i SOM-mätningen. Visserligen går tendensen i samma riktning – bland män mellan 16 och 29 år är andelen som druckit sig berusade minst en gång i månaden 42 procent, bland kvinnor i samma åldersgrupp är andelen 39 procent – men skillnaden är inte statistiskt säkerställd.
- ⁵ Frågans utformning framgår av frågeformuläret i bilagan: Frågeformuläret för SOM III, fråga 40.
- ⁶ Det bör framhållas att vi därmed inte fångar upp den högre alkoholkonsumtionen under sommaren och under större helger.
- ⁷ 39 procent av dem som druckit minst någon alkohol under den gångna veckan hade druckit starksprit – utslaget på samtliga svarande mellan 16 och 85 år

blir det 25 procent. Andelen ska jämföras med att 10 procent uppger sig ha för vana att dricka starksprit minst en gång i veckan och 33 procent minst en gång i månaden. För vin är procenten följande: 73 procent den gångna veckan, omräknat till samtliga blir det 46 procent vilket ska jämföras med att 34 procent av samtliga uppger sig dricka vin minst en gång i veckan och 58 procent minst en gång i månaden. För starköl är andelarna 43 procent omräknat till 27 procent att jämföra med 19 procent för minst en gång i veckan och 42 procent minst en gång i månaden. Det vi kan se är att starkspritskonsumtionen ligger lite högre och starkölskonsumtionen lite lägre än vad vi skulle förvänta oss på grundval av de uppgivna vanorna.

- 8 Det bör uppmärksammas att antalet svars personer i vissa grupper är få. Det gäller i första hand bland dem som har en mindre frekvent alkoholvana.
- 9 Som framgår av not 3 ställer SOM-undersökningen numera även frågor om alkoholinköp utomlands men dessa gäller inte införd volym.

Referenser

- Statens Folkhälsoinstitut (2011) *Alkohol. Underlag för folkhälsopolitisk rapport 2010*. Stockholm: Statens Folkhälsoinstitut
- Bloomfield, Kim, Stockwell, Tim, Gmel, Gerhard, Rehn, Nina (2003) International Comparisons of Alcohol Consumption. *Alcohol Research and Health. The Journal of the National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism*. Vol 27, No 1, 2003.
- Björ, Jill; Bruun, Kettil och Frånberg, Per (1985) *Den svenska supen: en historia om brännvin, Bratt och byråkrati*. Stockholm Prisma.
- Holmberg, Sören, Weibull, Lennart (2006) Besök på Calle Grenzshop. I Holmberg, S, Weibull, L (red) *Du stora nya värld*. Stockholm: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Holmberg, Sören, Weibull, Lennart (2009) Det är skillnad på vin, sprit och starköl. I Holmberg, S, Weibull, L (red) *Svensk höst*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Holmberg, Sören, Weibull, Lennart (2011) Alkoholvanor och alkoholopinion. I Holmberg, S, Weibull, L (red) *Lycksalighetens ö*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Kuntsche, Emmanuel, Rehm, Jürgen, Gmel, Gerhard (2004). "Characteristics of binge drinkers in Europe." *Social Science & Medicine* Vol 59: 113–27.
- Mäkelä, Pia; Mustonen, Heli och Österberg, Esa (2007) Does beverage type matter? *Nordic Studies on Alcohol and Drugs* 24, 617-629.
- Norström, Thor och Ramstedt, Mats (2009). Totalkonsumtionen av alkohol 1995-2007: Ekonomiska faktorer viktigare än tillgänglighet. *Alkohol och Narkotika*, nr 3, s. 28-33

- Ramstedt, Mats m fl (red; 2010a) *Tal om alkohol 2010: en statistisk årsrapport från Monitorprojektet*. SoRAD, Stockholms universitet.
- Ramstedt, Mats, Stokkeland, Knut, Hultcrantz, Rolf (2010b) Nytt alkoholmönster och fler leverskador efter Sveriges EU-inträde. *Läkartidningen* nr 22. 2010.
- SCB (1960) *Historisk statistik*. Stockholm: Statistiska Centralbyrån.
- Stanridge, John B, Zylstra, Robert G, Adams, Stephen M (2004) Alcohol Consumption: An Overview of Benefits and Risks. *Southern Medical Journal* Vol. 97. No 7, 2004.
- Weibull, Lennart (2012) Alkoholvanor och alkoholopinion. I Fahlke, Claudia (red) *Handbok i missbrukspsykologi*. Malmö: Liber
- Weibull, Lennart, Fahlke, Claudia, Nilsson, Åsa (2010) Klass och livsstil i alkoholvanor. I Oskarson, M, Bengtsson, M och Berglund, T (red) *En fråga om klass – levnadsförhållanden, livsstil och politik*. Malmö: Liber.

FÖRÄNDRINGAR I ALKOHOLOPINIONEN

SOM-undersökningen 2012

SOM-rapport nr 59

Vägskäl

FÖRÄNDRINGAR I ALKOHOLOPINIONEN¹

SÖREN HOLMBERG OCH LENNART WEIBULL

Den 6 november 2012 startade det svenska Systembolaget försöksverksamhet med hemleverans. Försöket gällde tio områden, bland andra Göteborg, Borås, Uppsala, Nacka och Sollentuna (<http://www.systembolaget.se/Tjanster/e-bestallning/Hemleverans/>). Det fanns många som stod undrande inför att Systembolaget på detta sätt skulle underlätta svenskens tillgång till alkohol. Det var också en nyhet som fick spridning utanför Sveriges gränser. Exempelvis redovisade den tyska kvalitetstidningen *Die Zeit* nyheten i en större artikel som präglades av en viss förvåning.² En kund som just fått en leverans blev intervjuad och menade att det var ett bekvämt att handla alkohol – men uttalade samtidigt att han helst skulle se det svenska alkoholmonopolet avskaffat. En företrädare för nykterhetsrörelsen pekade på den nya tjänsten som en risk, eftersom den sannolikt kommer att utnyttjas främst av den övre medelklassen, där det redan finns en betydande riskkonsumtion av alkohol. Systembolagets chef såg däremot inget problem med hemleveranser och framhöll svenska folkets stora, och ökande, förtroende för Systembolaget.

Införandet av hemleverans på försök är ett av flera steg att göra Systembolaget mer kundvänligt. Förändringen kan dateras tillbaka till år 2000, då riksdagen beslöt om ett ökat antal butiker, längre öppettider och möjlighet att handla med kreditkort. Året därpå återinfördes lördagsöppet, också det efter ett beslut i Riksdagen (Ramstedt m fl, 2013). Kundvänligheten innebar i praktiken att alkoholdrycker blev tillgängligare i Sverige. Till detta bidrog även andra politiska beslut. År 2001 sänktes alkoholskatten på vin från 27 till 22 procent; 2003, efter en dom i marknadsdomstolen, upphävdes annonsförbudet för alkoholdrycker och 2004 avskaffades införselkvoterna och ersattes med EU:s indikativa nivåer. Samma år lade en statlig utredning fram ett förslag på skattesänkningar på framför allt starksprit i syfte att motverka privatinförseln (SOU 2004:86). Förslaget om sänkt alkoholskatt hade stöd i den svenska opinionen, men efter ett par år klingade stödet av och förslaget genomfördes inte (Holmberg och Weibull, 2007).

Även om alkoholskatten inte sänktes kom ändå alkoholen att bli billigare för Systembolagets kunder. Marknadsaktiviteter hos producent- och partihandelsföretag med bland annat större förpackningar bidrog till lägre priser på framför allt vin. Också starksprit har under det senaste decenniet blivit relativt sett billigare genom att prisutvecklingen har varit klart under konsumentprisindex: genomsnittspriset på sprit 2012 är 93 procent av vad det var 2004; den relativa prisminskningen är större för vin och starköl men över en längre tidsperiod (Statens folkhälsoinstitut: <http://qpp.fhi.se/PXwebFHI/Dialog/Saveshow.asp>). Även om den planerade skattesänk-

ningen 2005 inte genomfördes är det uppenbart att den svenska alkoholpolitiken gått i en liberal, mer alkoholvänlig riktning. År 2011 beslutades även att avskaffa tillståndskravet för tillverkning av alkoholdrycker och det blev lättare för restauranger och cateringfirmor att få tillstånd för alkoholserving (Ramstedt m fl, 2013).

Mot bakgrund av vad som skett inom alkoholpolitiken under det senaste decenniet är syftet i det följande att belysa den svenska alkoholpolitiska opinionens utveckling under i stort sett samma tid. I praktiken gäller det att i uppföljning av tidigare analyser (Holmberg och Weibull, 2008, 2009 och 2010) studera två indikatorer: allmänhetens inställning till Systembolagets monopol och allmänhetens åsikt om en sänkning av alkoholskatten. Som bakgrund till dessa bedömningar redovisas först alkoholvanornas förändring och allmänhetens syn på alkohol som ett samhällsproblem.

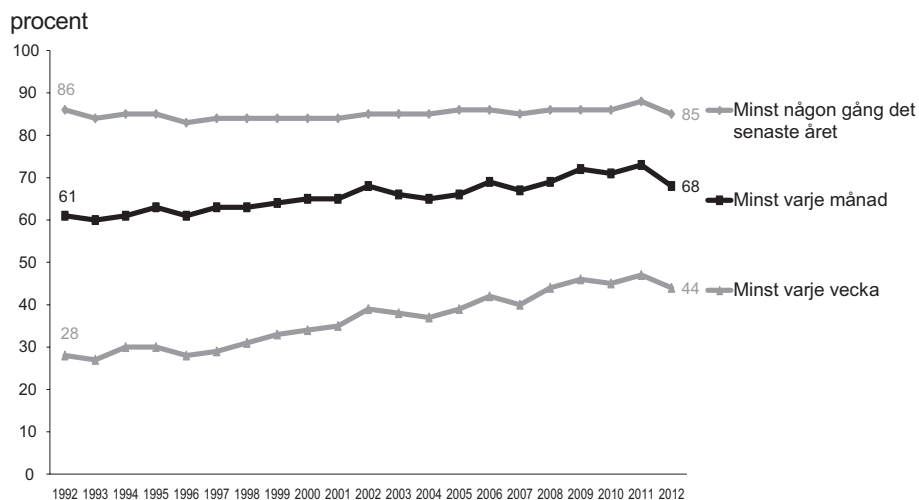
Alkoholvanorna

Det mått på alkoholkonsumtion som sedan 1992 använts i de nationella SOM-undersökningarna gäller hur ofta man dricker alkohol, inte hur mycket. Med ett sådant mått har SOM-mätningen under i stort sett hela den undersökta perioden visat på en långsamt uppåtgående tendens i svenskarnas alkoholvanor. Annorlunda uttryckt kan det påstås att svenskarna allt oftare umgås med alkoholdrycker. Det mönster som vi kan se i alkoholvanorna är att de som dricker alkohol gör det oftare. De som aldrig dricker alkohol ligger på drygt tio procent hela perioden, medan andelen som dricker starksprit, vin eller öl minst någon gång i veckan har på knappt tjugo år ökat från 28 till 44 procent. Också andelen som dricker alkohol minst någon gång i månaden har ökat: sällan-konsumenterna förefaller ha fått mer frekventa vanor (figur 1).³

Samtidigt är det uppenbart att den långsiktiga ökningen har stannat upp något år 2012. I själva verket kan vi notera en svag nedgång i dryckesfrekvensen – andelen som dricker alkohol minst någon gång i veckan har gått från 47 till 44 procent. Det är knappast en drastisk förändring och även tidigare har det funnits nedgångar mellan enskilda år. Studerar vi veckokonsumtion i olika grupper visar det sig att nedgången framför allt finns bland kvinnor (från 42 till 37 procent), medan det bland män inte finns någon statistiskt säkerställd minskning. Också bland högutbildade noteras en nedgång i veckodrickande som är över genomsnittet. När vi inkluderar en jämförelse även med 2010 visar sig snarast en relativt stor stabilitet som antyder att det snarast var andelarna för 2011 som var relativt höga. Den rimliga slutsatsen är därför att det skett en viss stabilisering.

De generella konsumtionsmönstren har emellertid inte ändrats. Det är män, medelålders, högutbildade och högre tjänstemän som dricker alkohol mest frekvent (tabell 1). Det finns även en tydlig tendens att alkoholvanorna är mer frekventa bland personer som placerar sig politiskt till höger än bland dem som placerar sig till vänster. Det finns emellertid variationer mellan olika drycker. Således är vinkonsumtionen

Figur 1 Andel som druckit alkohol minst varje vecka under de senaste 12 månaderna respektive minst någon gång under de senaste 12 månaderna 1992-2012



Kommentar: Frågan lyder: *Hur ofta har du under de senaste 12 månaderna gjort följande? där Druckit sprit/vin/starköl ingår som ett av ett stort antal delfrågor. De sju svarsalternativen lyder: Ingen gång, Någon gång under de senaste 12 månaderna, Någon gång i halvåret, Någon gång i kvartalet, Någon gång i månaden, Någon gång i veckan, Flera gånger i veckan.*

Källa: De nationella SOM-undersökningarna 1992-2012.

snarast något frekventare bland kvinnor än bland män, medan män dricker sprit och starköl betydligt oftare än kvinnor. Yngre dricker relativt sett oftare starköl än vin. Högutbildade är framför allt överrepresenterade som regelbundna vinkonsumenter, medan det är marginella utbildningsskillnader för vanan att dricka sprit respektive starköl. Högre tjänstemän skiljer ut sig genom att vara frekventa konsumenter av alla sorters alkohol – både sprit, vin och starköl. De sociala dryckesmönstren är i huvudsak stabila och det finns endast små nivåskillnader i alkoholvanorna för perioden 2010-2012.

I SOM-undersökningen ställs även frågan om man någon gång under det gångna året bedömer att man har druckit sig berusad. En sådan fråga kan uppfattas på olika sätt. I de tre undersökningar den ställts uppger strax under 15 procent att de druckit sig berusade åtminstone gång i månaden under det gångna året, medan drygt 55 procent anger att de aldrig gjort det. De största andelarna som druckit sig berusade – mellan 35 och 40 procent – finns bland personer under 30 år. Det är samma mönster som även framträder i andra studier (Kuntsche m fl, 2004).

Tabell 1 Enskilda alkoholdrycker minst en gång i veckan i olika grupper 2010 och 2012

	Minst en gång per vecka druckit:								Minst en gång per månad man druckit sig berusad	
	Sprit/vin/starköl		Starksprit		Vin		Starköl		2010	2012
	2010	2012	2010	2012	2010	2012	2010	2012		
Totalt	45	44	11	10	30	31	18	18	15	13
Kön										
Kvinnor	39	37	5	4	30	33	8	8	10	8
Män	51	51	19	16	30	30	30	29	20	17
Ålder										
16-29	34	32	9	9	15	14	16	19	42	34
30-49	45	44	8	8	27	34	18	19	17	17
50-64	54	51	14	11	41	38	22	21	9	7
65-85	41	42	13	12	31	32	15	13	3	2
Utbildning										
Lågutbildad	32	32	15	10	18	20	18	17	9	5
Medellågutbildad	42	40	12	11	25	26	18	20	20	15
Medelhögutbildad	51	50	8	10	33	33	19	17	16	16
Högutbildad	55	53	10	9	45	44	18	18	11	13
Familjeklass										
Arbetsarhem	33	31	10	8	18	20	16	18	17	17
Tjänstemannahem	57	54	11	10	38	40	19	20	13	12
Hö tj mannahem	67	66	20	21	62	60	26	25	18	17
Företagarhem	52	56	13	14	42	32	26	18	10	14
Ideologisk själv-placering										
Klart vänster	37	40	8	11	25	26	20	21	18	17
Något vänster	46	41	7	7	24	32	15	17	15	12
Varken eller	34	44	9	8	21	20	13	15	11	10
Något höger	55	53	14	12	40	39	20	19	13	13
Klart höger	54	60	18	22	40	52	26	30	21	19

Kommentar: När det gäller 2012 kommer alla data utom det som gäller total alkoholkonsumtion (formuläreditionerna II och III) från formuläredition III.

Källa: De nationella SOM-undersökningarna 2010, 2011 och 2012.

Om vi vill validera SOM-undersökningarnas skattning av den långsiktiga alkoholutvecklingen är det mer komplicerat. Enligt den samlade översikten från SoRAD – Centrum för socialvetenskaplig alkohol- och drogforskning vid Stockholms universitet – som hittills ansvarat för den offentliga alkoholstatistiken – drack en

genomsnittlig invånare i Sverige över 15 år 9,4 liter ren alkohol år 2011 (Alkoholkonsumtionen i Sverige 2011, 2012). Av den samlade volymen kom drygt 60 procent från Systembolaget medan resandeförseln uppskattades stå för cirka 15 procent; övrigt kom från konsumtion på restaurang, smuggling och folköl.⁴ Tendensen för de senaste åren visar på en svag fallande konsumtion från toppåret 2004. Då var genomsnittsvolymen 10,5 liter, varav resandeförseln beräknades stå för över 25 procent. Minskningen efter 2004 beror i dessa skattningar således nästan helt på att resandeförseln bedöms ha minskat (Ramstedt, 2011).

När det gäller de sociala dryckesmönstren uppvisar SOM-undersökningen och SoRAD:s mätning en hög grad av överensstämmelse. Personer som är lågkonsumenter i den officiella statistiken är de som är mindre frekventa användare enligt SOM-undersökningarna och de högfrekventa användargrupperna enligt SOM-data är högkonsumenter enligt SoRAD (Leifman, 2005).

Att SOM-undersökningarna ändå visar på en långsiktig uppgång när det gäller *hur ofta* man dricker alkohol och SoRAD i sin samlade skattning anger en svag nedgång i *hur mycket* – alltså den totala volymen alkohol för de senaste knappt tio åren har givetvis till stor del att göra med att det är två olika sätt att mäta volymkonsumtionen (Holmberg och Weibull, 2012). Volymmättet från SoRAD avser mängden ren alkohol, inte dryckesvolymen. Det är sammansatt av data från olika källor samt omfattar fler drycker än SOM-undersökningen, bland annat folköl. Till det kommer att den som dricker alkoholdrycker oftare inte nödvändigtvis dricker mer alkohol.⁵ På en punkt finns en viktig överensstämmelse mellan SOM-undersökningen och SoRAD:s skattning: båda visar på att den privata alkoholförseln har minskat under senare år⁶. Även om det givetvis finns skillnader mellan mätningarna kan det ändå konstateras att alkoholkonsumtionen i Sverige under åtminstone de två-tre senaste åren har varit förhållandevis stabil oavsett om man mäter frekvens eller volym.⁷

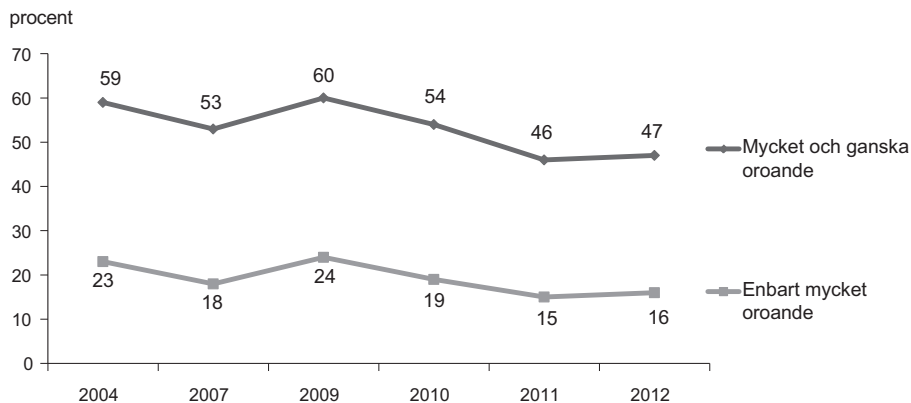
Alkohol som samhällsproblem

Alkoholvanorna ger en bild av svenskens umgänge med alkohol, men de säger inget om i vad mån drickandet uppfattas som ett problem eller inte. Visserligen går det att utifrån alkoholvanorna bedöma vilka grupper som är så kallade riskkonsumenter. Statens folkhälsoinstitut redovisar vad som är skadlig konsumtion (t ex Andréasson och Allebeck, 2005), men det är inte detsamma som att individen eller omgivningen uppfattar det som ett problem. Ett sätt att komma åt i vad mån alkoholkonsumtion anses vara ett samhällsproblem är att fråga om i vilken utsträckning människor för framtiden känner oro inför en ökad alkoholkonsumtion. Det är samma frågeteknik som SOM-undersökningarna använder sig av för att identifiera oro inför andra slag av samhällsproblem.⁸

Andelen svenskar som upplever ökad alkoholkonsumtion som åtminstone ganska oroande var hösten 2012 47 procent. En tredjedel av dessa – 16 procent – uppgav att problemet var mycket oroande. Andelen som anser att alkoholkonsumtionen

har utvecklats på ett oroande sätt visar sig ha minskat under det senaste decenniet. Framför allt efter 2009 är det en markerad nedgång både för mycket och ganska oroande (figur 2). Resultatet kan även uttryckas i form av en ”orosbalans” – andelen som anser utvecklingen oroande minus andelen som inte anser den oroande. Med ett sådant mått var orosbalansen år 2004 +18 jämfört med -6 år 2012.

Figur 2 Oro för ökad alkoholkonsumtion 2004, 2008 och 2010-2012 (procent mycket + ganska oroande respektive enbart mycket oroande)



Kommentar: Frågan lyder: *Om du ser till läget idag, vad upplever du själv som mest oroande inför framtiden? Ökad alkoholkonsumtion är ett av flera olika alternativ. Skalan är: mycket oroande, ganska oroande, inte särskilt oroande, inte alls oroande.*

Källa: De nationella SOM-undersökningarna respektive år.

Det kan diskuteras om andelen oroade ska uppfattas som stor. Att nästan hälften av de svarande i SOM-undersökningen 2012 uppger att alkoholkonsumtionen är oroande måste rimligen betraktas som en hög siffra, medan däremot 16 procent för mycket oroande är förhållandevis lågt. Det senare får stöd av det faktum att alkoholkonsumtion var det problemområde som i 2012 år SOM-undersökning hade lägst andel för mycket oroande av det tjugotal områden som svarspersonerna fick ta ställning till. De högsta andelarna för mycket oroande noterades för miljöförstöring, stor arbetslöshet, förändringar i jordens klimat och organiserad brottslighet som alla nådde över 40 procent. På i stort sett samma nivå som ökad alkoholkonsumtion – lägre än 20 procent oroade – fanns globala epidemier och globala konflikter.⁹

Nedgången i oron för ökad alkoholkonsumtion ska rimligen betraktas mot bakgrund av den stabilisering av alkoholvanorna som skett under de senaste åren. På samma sätt är det troligt att de relativt sett höga andelarna 2004, och möjligen även 2009, ska betraktas mot bakgrund av de då aktuella diskussionerna kring privatimporten av alkohol (Holmberg och Weibull, 2007, 2011). Det senare bidrog

sannolikt till att alkoholfrågan kom upp på agendan och framhölls som ett framtida samhällsproblem.

Tabell 2 Oro för ökad alkoholkonsumtion i olika grupper 2010, 2011 och 2012 (procent)

	Mycket oroande		Ganska oroande		Inte särskilt oroande		Inte alls oroande		Totalt	Orosbalans		Antal svar	
	2004	2012	2004	2012	2004	2012	2004	2012		2004	2012	2004	2012
Totalt	23	16	36	31	36	44	5	9	100	+18	-6	1633	2990
Kön													
Kvinnor	29	20	37	33	30	40	4	7	100	+32	+6	848	1521
Män	17	12	35	28	41	49	7	11	100	+4	-20	851	1468
Ålder													
15-29	15	13	35	25	41	47	9	15	100	+0	-24	311	474
30-49	14	12	35	27	45	50	6	11	100	-2	-22	572	863
50-64	26	15	37	32	34	46	3	7	100	+26	-6	443	838
65-85	41	23	38	37	17	36	3	4	100	+58	+20	373	814
Utbildning													
Lågutbildad	30	24	38	35	27	35	5	6	100	+36	+18	426	540
Medellågutb	21	15	35	28	40	49	4	8	100	+8	-14	570	926
Medelhögutb	22	15	39	32	33	43	6	10	100	+22	-6	352	692
Högutbildad	19	12	34	30	41	48	6	10	100	+6	-16	334	784
Ideologi													
Klart vänster	24	17	34	36	40	37	2	10	100	+16	+6	131	302
Något vänster	24	16	42	35	29	42	5	7	100	+32	+2	420	723
Varken eller	26	19	33	29	36	43	5	9	100	+16	-4	537	860
Något höger	19	11	38	30	38	50	5	9	100	+14	-18	408	745
Klart höger	19	13	31	22	41	51	9	14	100	+0	-30	137	296
Alkoholvana													
Aldrig	53	36	29	31	13	26	5	7	100	+64	+34	234	217
Någon gång	27	22	38	37	31	35	4	6	100	+30	+18	373	277
Månad	16	14	36	30	44	48	4	8	100	+4	-12	495	399
Vecka	14	10	38	31	41	51	7	8	100	+4	-18	578	596

Kommentar: Ju större orosbalans desto högre oro för ökad alkoholkonsumtion. Orosbalansen är beräknad som andelen mycket + ganska oroande minus andelen inte särskilt + inte alls oroande. Mättet går mellan +100 (alla anser det oroande) och -100 (alla anser att det inte är oroande).

Källa: De nationella SOM-undersökningarna 2004 och 2012.

Den uttryckta oron för ökad alkoholkonsumtion varierar mellan olika grupper. Det mönster som framträder är närmast spegelvänt mot vad som noterades i fråga om frekventa alkoholvanor. Det är kvinnor, äldre, lågutbildade och personer som

placerar sig politiskt till vänster som uppfattar alkoholkonsumtionen som mest oroande (tabell 2). De högsta andelarna i 2012 års SOM-undersökning finns bland de äldsta och bland lågutbildade (orosbalans på omkring +20); bland äldre kvinnor är andelen oroade hela 70 procent (+42).¹⁰ Oron är dock på en något lägre nivå än den var 2010. De grupper som har en klar övervikt för andelen som anser ökad alkoholkonsumtion som inte särskilt eller inte alls oroande finns bland män, unga och personer som placerar sig politiskt till höger (balansmått -20 eller lägre); orosbalans bland unga män är -32. Även högutbildade är en grupp som är mindre oroade. Också i dessa grupper var andelen oroade något högre 2010 än den är 2012.

Det vi kan se är således att det finns stora skillnader i bedömningen av alkoholkonsumtionen som samhällsproblem. En viktig bakgrundsfaktor är inte oväntat hur frekvent man själv dricker alkohol. Bland dem som inte druckit alkohol under det gångna året är en mycket stor majoritet (67 procent; balansmått +34) oroad för den ökade alkoholkonsumtionen, medan det bland dem som dricker minst någon gång i veckan finns en övervikt för dem som inte känner någon större oro (59 procent; -18). Om vi skiljer ut den grupp som uppger sig dricka alkohol flera gånger i veckan är balansmättet bland dem -28.

Att de egna alkoholvanorna har stor betydelse för bedömningarna visar sig också i att den slår igenom inom i stort sett alla grupper. Exempelvis finns det bland kvinnor som dricker alkohol åtminstone någon gång i veckan en svag övervikt för att inte vara oroad (balansmått -4), att jämföra med orosbalans på +32 bland de kvinnor som aldrig dricker alkohol. Bland den tidigare nämnda extremgruppen av äldre kvinnor är det dock även bland dem som dricker alkohol regelbundet en majoritet som uppger att de känner oro för ökad alkoholkonsumtion som samhällsproblem (+30), men det är ändå en lägre andel än bland de äldre kvinnor som inte dricker alkohol (+66).

En fördjupad analys visar att både kön, ålder och den egna alkoholvanan har en självständig påverkan på hur man ser på ökad alkoholkonsumtion som samhällsproblem. Även den ideologiska självplaceringen har betydelse på gränsen till signifikans, medan utbildning är av något mindre betydelse.¹¹

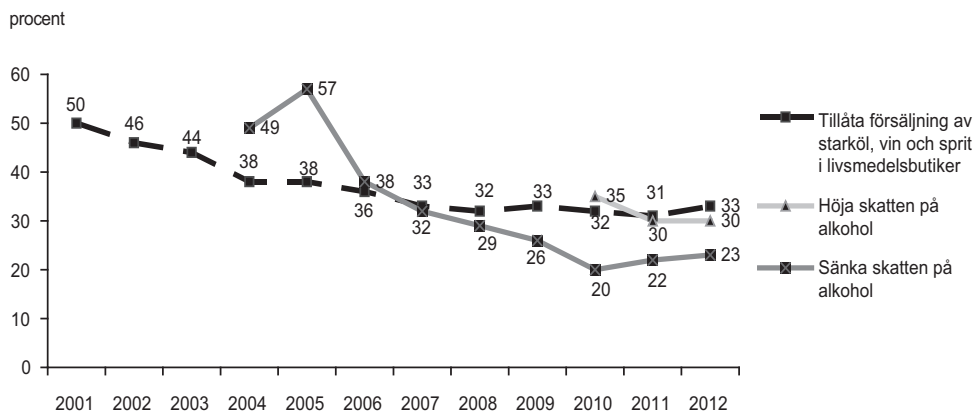
I tabell 2 finns även gruppskillnader i oro redovisade för 2004, ett år då oron över ökad alkoholkonsumtion låg på en högre nivå än 2012. Det mönster som framträder är i stort detsamma båda åren. I alla redovisade grupper är andelen oroade lägre idag än för ett knappt decennium sedan. År 2004 fanns det en majoritet oroade även bland dem som drack alkohol minst en gång i veckan (balansmått +4, i jämförelse med -18 år 2012).

Åsikter om alkoholpolitiken

Vi har nu ringat in två viktiga parametrar för förståelsen av människors syn på alkoholpolitiken – den egna relationen till området och föreställningen om området som ett samhällsproblem. I nästa steg ska vi se närmare på inställningen till den

politik som förs. Inom svensk alkoholpolitik har en grundbult varit att på olika sätt begränsa tillgången till alkohol. Kärnan har varit det statliga monopolet på alkoholförsäljning i kombination med särskilda skatter. Även om det under det senaste decenniet skett en viss liberalisering av regelsystemet som ökat tillgängligheten ligger huvudprinciperna fast. Det är också dessa som är utgångspunkten för de frågor om alkoholpolitisk inställning som sedan snart ett decennium ställs i SOM-undersökningen. Den första gäller monopolet (om alkohol ska få säljas i livsmedelsaffärer), den andra skatten (om skatten på alkohol bör sänkas). Senare har det tillkommit en fråga om höjning av alkoholskatten. Dessutom har det ett par gånger ställts en fråga om förtroendet för Systembolaget.

Figur 3 *Befolkningens stöd för att sänka respektive höja alkoholskatten samt att tillåta alkoholförsäljning i livsmedelsbutiker, 2001-2012 (procent)*



Kommentar: Resultaten baseras på tre frågor, där den första inte ingick i undersökningarna 2001-2003 eller 2005. 1) *Nedan finns ett antal förslag som har förekommit i den politiska debatten. Vilken är din åsikt om vart och ett av dem?* där *Sänka skatten på alkohol* ingår som en av flera delfrågor. 2) *Här återfinns ett antal förslag hämtade från den svenska samhällsdebatten. Vilken är din åsikt om vart och ett av dem* där *Tillåta försäljning av starköl, vin och sprit i livsmedelsbutiker* ingår som en av ett mindre antal delfrågor. Svartsskalan lyder i fråga 1) *Mycket bra förslag, Ganska bra förslag, Varken bra eller dåligt förslag, Ganska dåligt förslag, Mycket dåligt förslag*, fråga 2 har motsvarande svarsalternativ följt av *Ingen uppfattning*. Det senare gäller även skattefrågan år 2005 som detta år låg med i samma frågebatteri (andelen *Ingen uppfattning* uppgick till 3 procentenheter). Figuren visar andel som svarat mycket eller ganska dåligt förslag av samtliga som besvarat frågan (dvs. även personer som svarat 'Ingen uppfattning' i fråga 2 ingår i procentbasen).

Källa: De nationella SOM-undersökningarna 2001-2012.

När vi studerar utfallet av mätningarna är den samstämmiga bilden ett stöd för den svenska, restriktiva alkoholpolitiken – och att stödet har ökat över tid (figur 3). Alldeles i början av 2000-talet ansåg hälften av allmänheten att det var ett mycket eller

ganska bra förslag att tillåta försäljning av starköl, vin och sprit i livsmedelsbutiker, tolv år senare har den andelen sjunkit till 33 procent.¹² Den största förändringen noterar vi för synen på att sänka skatten. Det fanns en mycket klar majoritet för ett sådant förslag 2005 – var fjärde svarande ansåg till och med att det var ett *mycket* bra förslag. Opinionsen var således i samklang med det då lagda utredningsförslaget om sänkt alkoholskatt för att stärka Systembolaget och motverka privatinförsel av alkohol. Negativa erfarenheter av en motsvarande skattesänkning i Finland kom dock att påverka opinionen och förslaget tappade i relevans liksom i folkligt stöd. De tre senaste åren är det mindre än en fjärdedel av allmänheten som anser att sänkt alkoholskatt är ett bra förslag.

Med anledning av den förändrade opinionen började SOM år 2010 ställa även fråga om inställningen till förslaget att *höja* alkoholskatten. Det visar sig att en tredjedel anser att det är ett bra förslag. Innebörden är således att det är något fler som vill höja än som vill sänka skatten på alkohol. Men även om allmänheten är mer positiv till en höjning än till en sänkning av alkoholskatten är det ändå en större andel som *inte* vill höja (35 procent) än som vill höja skatten.¹³ Att varken höjning eller sänkning av skatten är en aktuell fråga kan möjligen utläsas av att en dryg tredjedel av de svarande placerar sig på mittalternativet. Sammantaget pekar ändå de tre senaste årens opinionsförändringar på en svag tendens till en något mer alkoholliberal inställning. Kanske står alkoholpolitiken inför ett nytt vägskäl.

Förhållandet mellan åsikten att höja respektive att sänka skatten visar att drygt 20 procent av svenska folket har en konsekvent klart alkoholrestriktiv inställning – de vill inte sänka alkoholskatten utan i stället höja den. En nästan lika stor grupp har den motsatta åsikten – de vill inte att skatten ska höjas utan istället att den ska sänkas. En relativt stor mellangrupp – drygt tio procent – är de som inte vill sänka skatten men samtidigt inte har någon uttalad ståndpunkt i frågan om en skattehöjning utan placerar sig i mitten. En fjärde grupp är de som svarar med mittalternativet på båda skattefrågorna, alltså personer som troligen saknar större engagemang i alkoholfrågan. De utgör en knapp fjärdedel av de svarande.¹⁴ En relativt liten grupp – 8 procent – vill varken höja eller sänka alkoholskatten.

När det gäller gruppskillnader i inställningen till alkoholmonopolet 2012 är det i nästan alla grupper fler som tycker att det är ett dåligt förslag att starköl, vin och sprit skulle kunna försälas i livsmedelsbutiker (tabell 3). De som framför allt är kritiska till att slopa monopolet är personer som politiskt placerar sig till vänster, som aldrig dricker alkohol, högutbildade, de yngsta och kvinnor. Bland dessa är det 50 procent eller fler som är emot en liberalisering av alkoholförsäljningen. Det omvända förhållandet gäller bland personer som placerar sig politiskt till höger och de som dricker alkohol minst någon gång i veckan eller oftare. Inte heller i dessa grupper är dock övervikten till förmån för att avskaffa monopolet anmärkningsvärt stor. Exempelvis är 49 procent av dem som placerar sig klart till höger för ett avskaffande av monopolet – medan 42 procent är emot. Motsvarande andelar bland dem och dricker alkohol regelbundet är 44 och 40 procent. Det är i stort sett samma mönster som noterats i studier på 1990-talet (Leifman, 1998).

Det finns emellertid en grupp som utmärker sig – de som har storhandlat alkohol utomlands. Bland dem som gjort det mer än en gång under det gångna året är det över hälften som stöder förslaget om ett avskaffat alkoholmonopol i Sverige. Gruppen är dock förhållandevis liten – endast fem procent av de svarande.

Tabell 3 Åsikter i tre alkoholpolitiska frågor efter kön, ålder, utbildning, ideologisk orientering och alkoholvanor (procent)

	Sänka alkoholskatten						Höja alkohol-			Tillåta alkoholförsäljning					
	2004			2012			2012			2004			2012		
	B	VE	D	B	VE	D	B	VE	D	B	VE	D	B	VE	D
Samtliga	49	25	26	23	35	42	30	35	35	39	19	42	34	20	46
Kön															
Kvinnor	42	26	32	26	37	37	36	37	27	34	19	47	30	20	50
Män	56	24	20	27	34	36	24	34	42	44	18	38	39	19	42
Ålder															
15-29 år	50	27	23	26	37	37	28	35	37	30	21	49	30	19	51
30-49 år	49	24	27	26	34	40	28	35	37	40	19	41	36	16	48
50-64 år	49	24	27	23	36	41	31	35	34	45	16	39	34	23	43
65-85 år	45	28	27	20	34	46	32	37	31	37	19	43	35	20	45
Utbildning															
Lågutb	49	27	24	28	33	39	32	37	31	43	19	38	42	18	40
Medellåg	54	24	22	30	36	34	27	35	38	39	21	40	34	22	44
Medelhög	48	25	27	20	37	43	30	35	35	40	16	44	38	17	45
Högutb	29	35	36	16	32	52	31	36	33	34	16	50	27	19	54
Ideologisk orientering															
Klart vänster	34	25	41	13	30	57	43	36	21	31	15	54	25	14	61
Något vänster	38	27	35	15	35	50	33	40	27	28	19	53	28	17	55
Varken eller	46	29	25	25	38	37	30	36	34	39	21	40	33	23	44
Något höger	59	21	20	28	25	37	25	33	42	44	18	38	40	21	39
Klart höger	67	16	17	38	33	29	18	30	52	64	10	26	49	19	42
Alkoholvana															
Aldrig	21	30	49	10	25	62	59	26	15	18	14	68	17	17	66
Någon gång	38	26	36	16	36	48	37	40	23	31	20	49	26	26	48
Månad	51	27	27	24	37	39	21	42	39	40	19	41	34	21	45
Vecka	62	22	16	31	36	33	12	36	52	52	18	30	44	16	40
Storhandlat alkohol utomlands															
Aldrig	49	20	31	20	35	45	33	35	32	31	17	42	31	19	50
Någon gång	74	13	13	33	36	31	18	41	21	54	14	22	47	21	32
Halvåret	82	10	8	43	36	21	15	28	57	64	12	25	55	24	21

Kommentar: Bra och dåligt avser andelen som anser att det är *ett mycket + ganska bra respektive mycket + ganska dåligt förslag*. VE avser mittalternativet *Varken bra eller dåligt förslag*. Siffrorna för storhandlat alkohol utomlands avser den första mätpunkten 2005, inte 2004. (Jfr Holmberg och Weibull 2006). Förslaget om att höja alkoholskatten fanns inte med 2004.

Källa: De nationella SOM-undersökningarna 2004 och 2012.

Om vi jämför med situationen 2004 då alkoholfrågorna fanns på den politiska agendan framkommer att mönstret då var mycket tydligare. För tio år sedan var det en mycket klar övervikt för att slopa monopolet bland personer som placerade sig politiskt klart till höger (64 procent var för försäljning av starköl, vin och sprit i livsmedelsaffärer och endast 26 var emot) respektive bland dem som drack alkohol minst en gång i veckan (52 respektive 30 procent). Det är särskilt inom dessa grupper som opinionen har svängt. Det senare gäller även bland dem som storhandlat utomlands, där nedgången dock inte är lika stor. Det senare förklaras troligen av att det är färre som storhandlar alkohol utomlands 2012 än det var 2005 och att gruppens sammansättning därmed har ändrats (se not 4).

Det är i huvudsak samma mönster vi kan se i fråga om förslaget att sänka skatten på alkohol (tabell 3). När frågan var aktuell i debatten i mitten på 2000-talet var åsiktsskillnaderna med hänsyn till ideologiska bedömningar och egna alkoholvanor större. Det finns fortfarande sådana skillnader, men stödet för förslaget har minskat i alla grupper och det är med två undantag – de som placerar sig politiskt som klart till höger och de som storhandlat alkohol utomlands mer än en gång om året – fler som tycker att det är ett dåligt än som tycker att det är ett bra förslag att sänka skatten på alkohol; bland dem som dricker sprit, vin eller starköl minst någon per vecka väger det dock ganska jämnt. Det visar sig således att när de alkoholliberala vindarna blåste förstärktes dessa av både ideologiska och egennyttiga bedömningar (Holmberg och Weibull, 2010). Ett tecken på att frågan om alkoholskatten inte längre uppfattas som aktuell är att andelen som uppger att det varken är ett bra eller ett dåligt förslag har ökat från 25 till 35 procent.

Frågan om att höja alkoholskatten som bara ställts under de tre senaste åren visar i huvudsak det omvända mönstret. Men mönstret inte lika tydligt, eftersom det väger förhållandevis jämnt mellan om det är ett bra eller ett dåligt förslag. En övervikt för en skattehöjning på alkohol finner vi hos kvinnor, personer som placerar sig till vänster och bland dem som sällan dricker sprit, vin eller starköl. Bland män, yngre, medelutbildade, högerorienterade och regelbundna alkoholkonsumenter samt bland dem som storhandlat utomlands finns det däremot ett motstånd mot förslaget. Att mönstret avviker något från åsikten om skattesänkning, exempelvis åldersfaktorns större roll, kan ha att göra med att förslaget inte på samma sätt som skattesänkningen har varit någon klar politisk fråga.

Alkoholvanor, alkohol som samhällsproblem och alkoholopinion

De mönster i alkoholopinionen som framträder är överlag klara och tydliga. De är dessutom konsistenta över tid. Samtidigt har den alkoholpolitiska opinionen under samma tid utvecklats i en mera restriktiv riktning. Den fråga som naturligt inställer sig är då vad som kan förklara förändringarna: är det någon enskild faktor som blivit viktigare eller någon annan som blivit mindre viktig? I syfte att belysa det har vi genomfört en serie multivariata regressionsanalyser. I den modell som vi prövar har vi som oberoende variabler inkluderat kön, ålder, utbildning, egen alkoholvana,

Tabell 4 Logistiska regressioner för att förklara åsikter om förslagen att sälja alkohol i livsmedelsbutiker respektive att sänka skatten på alkohol 2004 och 2012

	2004		2012	
	Försäljning	Alkoholskatt	Försäljning	Alkoholskatt
Kön	-0.02	-0.04	-0.07 ***	-0.4 *
Ålder				
30-49 år	0.11 ***	-0.04	0.03	-0.01
50-64 år	0.18 ***	0.03	0.00	-0.06
65-85 år	0.11 **	0.03	0.03	-0.07 *
Utbildning				
Medellåg	-.10 **	0.03	-0.09 **	-0.00
Medelhög	-0.08 *	0.01	-0.07	-0.10 ***
Hög	-0.19 ***	-0.15 ***	-0.16 ***	-0.15 ***
Familjeklass				
Tjänsteman	0.01	-0.03	-0.07 *	-0.07 **
Högre tjänstemän	0.02	-0.04	-0.02	-0.03
Boendeort				
Mindre tätort	0.02	-0.06	-0.07	0.06
Större tätort/stad	-0.03	-0.07	-0.10 **	0.03
Storstad	-0.06	-0.16 ***	-0.09 *	0.02
Oro för ökad alkoholkonsumtion	0,48 ***	0,46 ***	0,28 ***	0,20 ***
Har druckit sprit/vin/starköl	0,18 ***	0,22 ***	0,14 ***	0,11 ***
Placering på vänster-högerskala	0,33 ***	0,40 ***	0,22 ***	0,23 ***
Förklarad varians (Mc Fadden Pseudo)	12	14	7	9
Antal respondenter	1 474	1 485	1 247	1 319

Kommentar: Resultaten i tabellen är hämtade från logistiska regressionsanalyser där 1=positiv inställning till försäljning av alkohol i livsmedelsbutiker respektive sänkning av alkoholskatten. Effekten visar hur mycket den predicerade sannolikheten förändras när en oberoende variabel går från sitt minsta till sitt största värde under antagande om att alla andra oberoende variabler i modellen hålls vid sitt medelvärde. De förändrade sannolikheterna kan tolkas som procenttal. Referenskategori är; för kön kvinnor, för ålder 16-29 år, för familjeklass arbetare och för boendeort glesbygd. *p<0.05, ** p<0.01, p<0.00.

Källa: De nationella SOM-undersökningarna 2004 och 2012.

oro för ökad alkoholkonsumtion och politisk vänster-högerplacering samt som kontrollvariabler familjeklass och typ av område man bor i (storstad-landsbygd). Vi har testat samma grundmodell för 2004 då alkoholopinionen var relativt liberal och 2012 då den har ersatts av en mer restriktiv, eller snarast mer traditionell, syn. Vi prövar modellen i förhållande till såväl förslaget att sälja alkohol i livsmedelsbutiker som förslaget att sänka skatten på alkohol (tabell 4).

Regressionerna bekräftar vad vi har kunnat läsa ut av de tidigare beskrivningarna men tydliggör också vissa mönster. Allmänt gäller att oro för ökad alkoholkonsumtion och vänster-högerplacering både 2004 och 2012 har störst effekt på hur man ser på förslaget om alkoholförsäljning i livsmedelsbutiker och på en alkoholskattesänkning. Särskilt oron för ökad alkoholkonsumtion har en mycket stor betydelse 2004. Att oro för en ökad alkoholkonsumtion är kopplad till en restriktiv syn på alkohol är naturligt, men det är intressant att notera att alkoholmonopolet och alkoholskatten också är mycket tydliga vänster-högerfrågor, där personer som står politiskt till vänster har en mer restriktiv syn än de som placerar sig till höger.

Utbildning och egen alkoholvana är de två andra variabler som har klart signifikanta effekter. Det är framför allt högutbildade som har en restriktiv hållning till både friare alkoholförsäljning och en sänkning av alkoholskatten. Personer med frekventare alkoholvana har en mer alkoholliberal inställning. Kön har inte vid någon av de två mätpunkterna någon större betydelse i fråga om något av förslagen.

En systematisk jämförelse mellan 2004 och 2012 visar att särskilt oron för ökad alkoholkonsumtion tappar i betydelse mellan åren, låt vara att de även 2012 uppvisar en inte obetydlig effekt. Också vänster-högerplacering tappar något i betydelse, men minskningen är inte signifikant. När det gäller förslaget om alkoholförsäljning i livsmedelsbutiker behåller utbildning och alkoholvana i stort sett sin betydelse, medan ålder som 2004 gav signifikanta bidrag – medelålders var i större utsträckning för förslaget – inte ger något bidrag till modellen 2012. Förslaget att sänka skatten uppvisar överlag svagare samband 2012 än 2004 utom för utbildning. Områdesfaktorn som 2004 gav ett signifikant bidrag – i storstäderna hade skattesänkningen ett större stöd än i övriga områden – saknar betydelse 2012.

Den samlade bilden är att de oberoende variablerna i modellen ger ett mindre samlat bidrag till förklaringskraften 2012 än 2004. Visserligen är det i huvudsak samma variabler som har betydelse, men deras bidrag är mindre, särskilt oron för ökad alkoholkonsumtion. En rimlig förklaring är att ingen av de två alkoholfrågorna frågorna 2012 hade samma politiska aktualitet som för tio år sedan. Då var de alkoholpolitiska frågorna i debattens centrum om en följd av de nya reglerna för privatinförsel som man beförde skulle leda till en skadligt ökad alkoholkonsumtion. Debatten efter utredningen som 2004 föreslog en sänkt alkoholskatt handlade om principerna bakom och konsekvenserna av den svenska alkoholpolitiken. Därefter har frågan sjunkit undan något, även om den även i en mindre politiserad situation visar sig ha samma ideologiska resonansbotten.¹⁵

Den svenska modellen stark

Vi inledde kapitlet med att peka på den förändring av tillgången till alkohol i Sverige som skett genom Systembolagets förändrade policy. Den nya policyn har särskilt markerat en ökad kundorientering. Det började redan med införande av självbetjäningssystemet i början av 1990-talet och har sedan efter hand byggts på med olika typer av service, senast med möjligheten till hemleverans.

Tabell 5 Förtroende för Systembolaget i olika grupper 2004 och 2012 (procent)

	2004			2012			
	Stort förtroende	Varken stort eller litet förtroende	Litet förtroende	Stort förtroende	Varken stort eller litet förtroende	Litet förtroende	Ingen uppfattning
Samtliga	25	45	30	52	30	6	12
Kön							
Kvinnor	20	49	31	48	31	4	17
Män	31	40	29	55	30	8	7
Ålder							
15-29 år	27	43	30	56	27	8	9
30-49 år	24	45	31	60	27	4	9
50-64 år	24	45	31	49	33	7	11
65-85 år	26	44	60	42	33	5	20
Utbildning							
Lågutbildad	21	49	30	35	35	8	22
Medellågutbildad	24	45	31	50	30	7	13
Medelhögutbildad	27	42	31	53	34	5	8
Högutbildad	29	41	30	64	24	4	8
Ideologisk självplacering							
Klart vänster	40	41	19	51	27	8	14
Något vänster	30	46	24	66	29	3	12
Varken eller	20	48	32	37	38	9	16
Något höger	24	42	34	62	26	4	8
Klart höger	20	37	43	64	25	4	7
Alkoholvana							
Aldrig	14	40	46	22	29	15	34
Någon gång året	23	47	30	38	38	6	18
Månad	22	50	28	53	32	6	9
Vecka	33	41	26	60	30	5	5

Kommentar: Frågan lyder: *Ange också hur stort förtroende du har för följande institutioner eller grupper.* Systembolaget var en av flera institutioner som ingick i frågan. Skalan var: *mycket stort förtroende, ganska stort förtroende, varken stort eller litet förtroende, ganska litet förtroende, mycket litet förtroende.* År 2012 fanns även alternativet *ingen uppfattning* med, medan ... *eller grupper* inte fanns med i frågeformuleringen.

Källa: De nationella SOM-undersökningarna respektive år.

Det råder knappast någon tvekan att de olika åtgärderna stärkt Systembolagets ställning hos det svenska folket. År 2004 var det bara en fjärdedel av svenskarna som uttalade att man hade stort förtroende för verksamheten och nästan en tredjedel uppgav sig ha litet förtroende. Knappt tio år senare har andelen med stort förtroende stigit till över 50 procent och andelen med litet förtroende fallit till under tio procent (tabell 5). Även om svarsfördelningarna inte är helt jämförbara beroende på att det 2012 fanns med svarsalternativet Ingen uppfattning är det uppenbart att Systembolaget idag åtnjuter en klart större förtroende än 2004. Förändringen bekräftas av en annan förtroendeundersökning genomförd vid samma tidpunkter (Förtroendebaremtern 2013).

Det är knappast bara Systembolagets ökade kundorientering som gett verksamheten ett förstärkt förtroende utan med säkerhet har den förändrade alkoholpolitiska opinionen också spelat in. För tio år sedan handlade diskussionen om den privatinförseln av alkohol från andra EU-länder, främst sådana som saknade alkoholmonopol. I den diskussionen kan Systembolaget säkert ha uppfattats som gammaldags eller provinsialt. Idag har systembolaget lyckats hävda sin roll och står starkt. Särskilt intressant är jämförelsen mellan ideologisk orientering och synen på Systembolaget. År 2004 var det främst vänstersympatisörer som hade stort förtroende för systembolaget, medan förtroendet för Systembolaget 2012 är jämnt spritt och har snarast en liten övervikt för personer som politiskt placerar sig till höger. Ökningen till höger förstärks sannolikt av att högerinriktade personer generellt ökat sitt samhällsförtroende för politiska institutioner (Holmberg och Weibull, 2012b).

En annan intressant iakttagelse är att det framför allt är personer som dricker alkohol minst en gång i veckan som ökat förtroendet mest – från 33 till 60 procent. Eftersom dessa sannolikt är flitiga kunder ger det stöd åt antagandet att det ändå främst är Systembolagets profilförändring som förklarar huvuddelen av förtroendeökningen. Till bilden hör att även de personer som storhandlat alkohol utomlands åtminste en gång under det gångna året har stort förtroende för Systembolaget.

Vi har även studerat i vad mån förtroendet för Systembolaget har påverkan på åsikterna om alkoholmonopolet och alkoholskatten. Det visar sig att 2004 att förtroendet för Systembolaget hade ett negativt samband med förslaget att sälja alkohol i livsmedelsbutiker under kontroll för bland annat vänster-högeråsikt, egen alkoholvana och utbildning. Något sådant samband finns inte 2012. Samtidigt finns det mycket svagt positivt samband mellan förtroendet för Systembolaget och att vilja sänka skatten på alkohol.

Det är svårt att dra några slutsatser i vilken utsträckning Systembolagets förändrade policy har haft betydelse för allmänhetens åsikter i alkoholfrågor. Det förefaller emellertid klart att den negativa inställning till Systembolaget som tidigare fanns i vissa grupper till stor del har försvunnit. Uttryckt på ett annat sätt är Systembolagets hantering av monopolet på alkoholförsäljning i Sverige inte längre något större argument för en så kallad friare försäljning av alkohol. Systembolagets arbete med förbättrade kundrelationer skulle till och med kunna vara en förebild för statliga

myndigheters omvärldsarbete (jfr Sören Holmbergs artikel om kvalitet i offentlig verksamhet i denna volym). Men det finns samtidigt ett problem. Grunden för svensk alkoholpolitik är att minska tillgången på alkohol, men Systembolagets framgång bygger snarast på att öka tillgängligheten. Det antyder Sverige står inför ett viktigt alkoholpolitiskt vägskal.

Noter

- ¹ Artikeln är framtagen inom ramen för ett forskningsprojekt finansierat av Systembolagets råd för alkoholforskning.
- ² Rubriken är: *Hast du auch an Saft und Wasser gedacht? In Stockholm geschieht Unvorstellbares: Das staatliche Alkoholmonopol liefert Wein ins Haus* (Die Zeit 2013-03-21 s 17).
- ³ Underlaget för den långsiktiga analysen av svenskarnas alkoholkonsumtion är en enkätfråga om *hur ofta* man under de senaste 12 månaderna *druckit sprit/vin/starköl*. Skalan är *Ingen gång, Någon gång under de senaste 12 månaderna, Någon gång i halvåret, Någon gång i kvartalet, Någon gång i månaden, Någon gång i veckan och Flera gånger i veckan* (de som inte angivit något svar på frågan har definierats som att de inte druckit alkohol). I den nationella SOM-undersökningen 2012 är frågan ställd på detta sätt i editionerna II och IV och det är utfallet på frågan i dessa två editioner som redovisas i figur 1 och tabell 1 (för veckodrickande ger dock de båda något olika nivåer: 47 och 41 procent). I edition I har frågan varierats i ordningen på dryckerna – *starköll/vin/sprit* – vilket ger i stort sett samma nivå (42 procent) och i edition III frågas det om enskilda alkoholdrycker. I flera av de följande analyserna är det svaren på denna senare fråga som används som indikator på alkoholvana. Det bör då uppmärksammas att summeringen över de enskilda dryckerna ger en något lägre skattning på den samlade alkoholkonsumtionen (39 procent minst någon gång i veckan och 66 procent någon gång i månaden) men sambandsmönstren med olika bakgrundsfaktorer är desamma.
- ⁴ Alla alkoholdrycker ingår i alkoholstatistiken, alltså även de som inte säljs på Systembolaget.
- ⁵ Det finns även ett antal andra skillnader. Exempelvis gör SoRAD skattningar för året som helhet – baserade både på försäljningsstatistik och på frågeundersökningar, medan de svarande i SOM-undersökningarna sannolikt främst svarar utifrån vanorna på hösten då undersökningen genomförs (Holmberg och Weibull, 2012).
- ⁶ I SOM-undersökningarna 2005 och 2012 ställdes en fråga om hur ofta man storhandlat alkohol utomlands. År 2005 var andelen som storhandlat minst någon gång per år 28 procent (Holmberg och Weibull, 2006), år 2012 hade andelen fallit till 20 procent, alltså med omkring en tredjedel. Andelen som storhandlat

- utomlands mer än en gång under det gångna året hade halverats – från 11 till 5 procent. Det vi kan se i resultaten från 2012 är att stora utlandsköp av alkohol är vanligare bland personer med mer frekvent alkoholkonsumtion, men sambandet är inte lika tydligt 2012 som det var 2005. År 2011 ställdes även en fråga om inköp av alkoholutomlands, alltså inte ”storhandlat”. Det visade sig där att drygt 50 procent av allmänheten hade gjort det minst någon gång under det gångna året. Andelen var klart högre bland dem som drack alkohol regelbundet (Holmberg och Weibull, 2012).
- 7 SoRAD har även genomfört en intern valideringsanalys. På basis av den har den samlade alkoholvolymen justerats något uppåt för åren 2009, 2010 och 2011 (Alkoholkonsumtion i Sverige 2011. 2012).
 - 8 I varje SOM-undersökning finns även öppen fråga, där människor får ange ”*vilket eller vilka samhällsproblem (...) som är viktigast i Sverige idag*”. Alkohol och narkotika klassificeras där som ett problemområde som normalt anges av under en procent av de svarande. Det som dominerar är istället arbetsmarknad, utbildning och vårdfrågor (jfr inledningskapitlet i denna volym).
 - 9 En mer detaljerad översikt finns i det inledande kapitlet i denna volym.
 - 10 Om balansmätt se kommentaren till tabell 2.
 - 11 Detta bygger på en linjär regressionsanalys, där standardiserade betavärdet är för alkoholvanan .20, ålder -.20, kön .11, vänster-högersjälvlplacering .09 och utbildning .05. Den förklarade variansen är 11 procent.
 - 12 Studier från mitten av 1990-talet tyder på att andelen som är positiv till alkoholförsäljning i livsmedelsbutiker tidigare har pendlat mellan 55 och 45 procent (Leifman, 1998).
 - 13 Fördelningen på svaren på frågan om att *sänka skatten* är: mycket bra förslag 8 procent, ganska bra förslag 13 procent, varken bra eller dåligt förslag 33 procent ganska dåligt förslag 22 procent och mycket dåligt förslag 24 procent (balansmätt -19). Motsvarande andelar för att *höja skatten* är: mycket bra förslag 14 procent, ganska bra förslag 1 procent, varken bra eller dåligt förslag 35 procent, ganska dåligt förslag 20 procent och mycket dåligt förslag 15 procent (balansmätt -5). Antal svarande är 1506 respektive 2969.
 - 14 Det i princip kontradiktoriska svarsmonstret – att tycka att det är bra att både sänka och höja alkoholskatten – finns hos bara en procent av svarspersonerna. Övriga har i huvudsak svarat varken eller på båda frågorna (32%).
 - 15 Att frågan om EU-införseln spelar mindre roll framgår även av det är 2012 är färre än 2005 som anser att det svenska EU-inträdet har medfört en försämring för den svenska alkoholpolitiken. Andelen som anger försämring har gått ner från 35 till 21 procent. Även den minskade andelen som gör storinköp av alkohol utomlands (not 4) pekar i samma riktning.

Referenser

- Alkoholstatistik 2010* (2011) Statens Folkhälsoinstitutet. Stockholm: Statens Folkhälsoinstitutet.
- Alkoholkonsumtionen i Sverige 2011 (2012)*. Projektgruppen som ingår i arbetet med uppföljning och utvärdering av ANDT-strategin i samarbete med Centrum för socialvetenskaplig alkohol- och drogforskning, Stockholms universitet.
- Förtroendebarmetern 2013* (2013). MedieAkademin, Göteborg
- Holmberg, Sören, Weibull, Lennart (2006) Besök på Calle Grenzshop. I Holmberg, S, Weibull, L (red) *Du stora nya värld*. Stockholm: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Holmberg, Sören, Weibull, Lennart (2007) Alkoholvanor och alkoholpolitik. I Holmberg, S, Weibull, L (red) *Skilda världar*. Stockholm: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Holmberg, Sören, Weibull, Lennart (2009) Det är skillnad på vin, sprit och starköl. I Holmberg, S, Weibull, L (red) *Svensk höst*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Holmberg, Sören, Weibull, Lennart (2011) Alkoholvanor och alkoholopinion. I Holmberg, S, Weibull, L (red) *Lycksalighetens ö*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Holmberg, Sören, Weibull, Lennart (2012a) Alkohol: vanor och volym. I Weibull, L, Oscarsson, H, Bergström, A (red.) *I framtidens skugga*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Holmberg, Sören, Weibull, Lennart (2012b) Förtroendet för staten. I Weibull, L, Oscarsson, H, Bergström, A (red.) *I framtidens skugga*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Kühlhorn, Eckehart, Björ, Gill (1998) *Svenska alkoholvanor i förändring. Om utvecklingen fram till EU-medlemskapet*. Stockholm: Sober förlag.
- Karlsson, David (2012) Alcohol Policy and local democracy in Sweden. *Nordic Studies on Alcohol and Drugs*. Vol. 29 2012 pp.233-252.
- Leifman, Håkan (1998) Svenska folkets inställning till försäljning av alkohol i livsmedelsbutiker. I Kühlhorn, E, Björ, G (red.) *Svenska alkoholvanor i förändring. Om utvecklingen fram till EU-medlemskapet*. Stockholm: Sober förlag.
- Leifman, Håkan (2005) Alkoholen i Sverige – konsumtion och dryckesmönster. I Andréasson, S, Allebeck, S (red.) *Alkohol och hälsa. En kunskapsöversikt om alkoholens positiva och negativa effekter på vår hälsa*. Stockholm: Statens folkhälsoinstitut.
- Ramstedt, Mats (1998) Alkohol försäljningens trender och de ekonomiska faktorernas betydelse – en analys av utvecklingen i Sverige mellan 1977 och 1994. I Kühlhorn, E, Björ, G (red.) *Svenska alkoholvanor i förändring. Om utvecklingen fram till EU-medlemskapet*. Stockholm: Sober förlag.
- Ramstedt, Mats (2010) Change and stability? Trends in alcohol consumption. Harms and policy: Sweden 1990-2010. *Nordic Studies on Alcohol and Drugs*. Vol. 27 2010 pp.409-423.

- Ramstedt, Mats, Leimar, Per, Weibull, Lennart (in progress) Public opinion and alcohol policy in Sweden 2000-2012. Nordiska välfärdsinstitutet, Helsingfors.
- Kuntsche, Emmanuel, Rehm, Jürgen, Gmel, Gerhard (2004). "Characteristics of binge drinkers in Europe." *Social Science & Medicine* Vol 59: 113–27.
- Statens folkhälsoinstitut (2011) *Alkohol. Underlag för folkhälsopolitisk rapport 2010*. Stockholm: Statens folkhälsoinstitut
- Weibull, Lennart (2012) Alkoholvanor och alkoholopinion. I Fahlke, Claudia (red) *Handbok i alkohol och droger*. Stockholm: Liber
- Weibull, Lennart, Fahlke, Claudia, Nilsson, Åsa (2010) Klass och livsstil i alkoholvanor. I Oskarson, M, Bengtsson, M och Berglund, T (red) *En fråga om klass – levnadsförhållanden, livsstil och politik*. Stockholm 2010: Liber

RESTRIKTIVARE ALKOHOLOPINION – MEN LIBERALARE ALKOHOLVANOR

SOM-undersökningen 2013

SOM-rapport nr 61

Mittfåra och marginal

RESTRIKTIVARE ALKOHOLOPINION – MEN LIBERALARE ALKOHOLVANOR

SÖREN HOLMBERG OCH LENNART WEIBULL

Nu var det 2004. Det hade gått tio år efter Sveriges EU-inträde. Det innebar att en del restriktioner avvecklades. Det som väckte störst debatt var de nya liberala reglerna för alkoholförsel. Med tillåtna volymer på 10 liter starksprit, 90 liter vin och 110 liter öl per person blev det stor uppmärksamhet kring privatimport av alkohol. I nyhetsförmedlingen diskuterades hur mycket det gick att tjäna på inköp i Tyskland. Det medförde i sin tur en intensiv alkoholpolitisk diskussion i Sverige. Å ena sidan framfördes att de svenska skattesatserna borde sänkas i syfte att möta konkurrensen från privatimporten, å andra sidan höjdes röster för att reglerna för försel av alkohol borde omförhandlas med EU.

En snabbt arbetande statlig utredning tillsattes i början av året. Redan i början av hösten 2004 lade den fram en första rapport (SOU 2004:86) och året därpå kom ett förslag till skattsänkningar på framförallt sprit för att motverka inköp utomlands med den tidstypiska titeln *Alkoholpolitik för en ny tid* (SOU 2005:25). Utredningens förslag skapade en politisk debatt om den svenska modellen. Det ställdes frågor om i vilken utsträckning privatinförseln av alkohol egentligen var något problem och i vad mån den bidrar till en ökad alkoholkonsumtion i Sverige. Sedan ny statistik visat att uppgången i den svenska alkoholkonsumtionen brutits under 2005 (Resandeförsel av alkohol, 2006; jfr Trolldahl och Gustafsson, 2005) minskade också den akuta oron för inköpsresornas konsekvenser. Resandeförseln hade efter det första årets eufori snarast gått ned och minskat sin andel av den samlade alkoholkonsumtionen. Tveksamheten inför skattsänkningar förstärktes även av utvecklingen i Finland, där en sänkning av alkoholskatten medförde ökade alkoholproblem.

Tio år efter utredningsförslaget är det inte längre alkoholskattsänkningar som är politiskt aktuella.¹ Hösten 2013 föreslog regeringen istället en höjning av alkoholskatten med totalt fem procent från och med 2014 (Proposition 2013/14:1:91). Inga protester hördes och riksdagen följde förslaget. Höjningen, som återkom med ett andra steg i vårbudgeten 2014 (Proposition 2013/14:100), var dock knappast drastisk särskilt som priserna på alkohol under senare år snarast gått ner som en följd av marknadsaktiviteter hos producent- och partihandelsföretag. Prisutvecklingen har varit klart under konsumentprisindex; genomsnittspriset på sprit var 2012 93 procent av vad det var 2004 (Statens folkhälsoinstitut, 2012; jfr Leimar m fl, 2013).

Skatthöjningen som fanns på förslag redan 2012 kommer i en situation då opinionen har blivit allt mindre alkoholliberal (Leimar m fl, 2013). Det gäller inte bara i Sverige utan även i övriga nordiska länder, således också i Danmark där det

saknas ett försäljningsmonopol för alkohol och i Norge som inte påverkats av några EU-regler (Storvoll och Halkjelsvik, 2013; Elmeland och Villumsen, 2013). Det paradoxala med opinionsförändringen är att nedgången i stödet för en skattesänkning – som 2005 var mycket stort – skett parallellt med att alkolvanorna snarast har blivit mer frekventa (Holmberg och Weibull, 2013); dock visar data från Statens Folkhälsoinstitut att det finns en svag nedgång i den samlade konsumtionen mätt i ren alkohol (Ramstedt, 2010; Holmberg och Weibull, 2012).

Vad som bestämmer den svenska alkoholopinionens förändring är huvudtemat för det projekt om svenska folkets syn på alkoholens roll i samhället, som vi sedan 2005 genomfört i samverkan med SOM-institutet.² När projektet inleddes var en majoritet klart för en sänkning av alkoholskatten. Huvudfrågeställningen var då vad som kunde ligga bakom att det kunde utvecklas en opinion som så helt avvek från den svenska alkoholtraditionen. När den alkoholliberala opinionen senare började klinga av blev det intressant att följa opinionsutvecklingen och att relatera den till politiska och sociala faktorer, där alkoholvanornas utveckling bedömts vara av särskilt stort intresse. I föreliggande artikel är avsikten att i första hand uppdatera tidsserierna med år 2013 men också att pröva i vad mån det skett någon större förändring i sambandet mellan alkoholkonsumtion och alkoholopinion de senaste åren.

Den svenska alkoholopinionen

För att studera den svenska alkoholopinionen har vi använt två indikativa frågor. Den ena är *förslaget om skattesänkning*, ställd första gången 2004, som stod i centrum för debatten i början på 2000-talet men som samtidigt har varit en återkommande debattfråga när det gäller svensk alkoholpolitik. Den andra frågan är synen på Systembolagets monopol för alkoholförsäljning i detaljhandelsledet. Den har formulerats som en fråga om att *tillåta försäljning av starköl, vin och sprit i livsmedelsbutiker* och är ställd sedan 2001. I motsats till den första frågan kan ställningstagandet till monopolet uppfattas som i första hand en ideologisk fråga med relativt låg politisk aktualitet, men de senaste årens propåer om ”gårdsförsäljning” av framför allt vin har medfört att frågan har fått en viss uppmärksamhet.

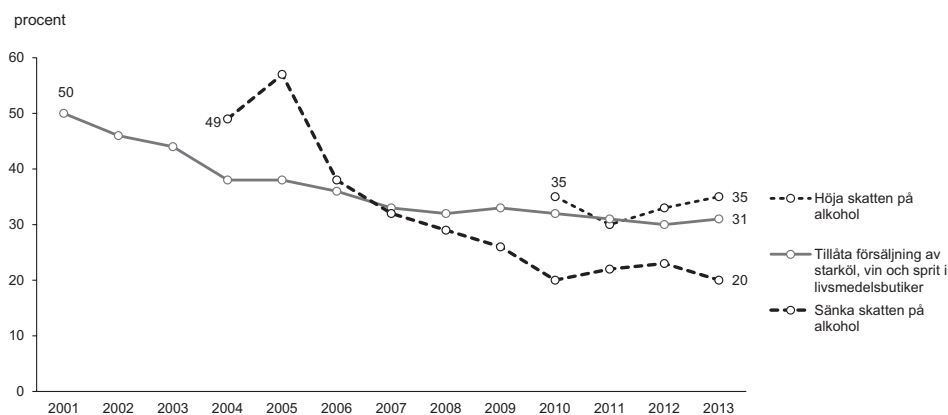
Det minskade stödet för skattesänkning motiverade att även aktualisera den motsatta ståndpunkten – *förslag att höja skatten*. En sådan fråga är ställd sedan 2010 och möjliggör en analys av i vad mån ovilja att sänka skatten kan vara mer än ett passivt avståndstagande från skattehöjningar och mer av en aktiv alkoholpolitisk ståndpunkt.

Oavsett vilken indikator vi använder för att ge en bild av alkoholopinionen är förändringarnas riktning i huvudsak desamma (figur 1). Det starkaste utslaget ger frågan om att sänka skatten. Den hade sin topp 2005 då närmare 60 procent var för skattesänkning; knappt ett decennium senare är andelen nere i 20 procent. Den stora nedgången skedde fram till 2010. Därefter har andelen som vill sänka

skatten varit ganska stabil. När frågan om att höja skatten på alkohol introducerades 2010 visade sig det förslaget ha ett klart större stöd – en dryg tredjedel tyckte att det var ett mycket eller ganska bra förslag. Opinionen har varit på i stort sett samma nivå sedan dess.

Samtidigt går det givetvis att diskutera *hur* restriktiv alkoholopinionen egentligen är. Visserligen är det klart fler som är emot än som är för en sänkning av skatten men de som är emot sänkning är fortfarande 2013 endast hälften av de svarande. Det vi ser är således att andelen som står bakom förslaget om sänkning har minskat men att de som *inte* vill sänka ligger kvar på nästan samma nivå; istället är det de som svarar varken eller som blivit fler. Mönstret blir ännu tydligare i svaren på frågan om höjning: det är nästan samma andel som vill höja som inte vill höja. Övervikten för dem som vill höja är visserligen den högsta för mätperioden men ändå bara sex procentenheter.

Figur 1 *Befolkningens stöd för att sänka alkoholskatten samt att tillåta alkoholförsäljning i livsmedelsbutiker, 2001-2013 (procent mycket eller ganska bra förslag)*



Kommentar: Resultaten baseras på tre frågor: 1) 'Nedan finns ett antal förslag som har förekommit i den politiska debatten. Vilken är din åsikt om vart och ett av dem?', där 'Sänka skatten på alkohol' fr o m 2004 ingår som en av flera delfrågor. 2) 'Nedan finns ett antal förslag som har förekommit i den politiska debatten. Vilken är din åsikt om vart och ett av dem?', där 'höja skatten på alkohol' fr o m 2010 ingår som en av flera delfrågor. 3) 'Här återfinns ett antal förslag hämtade från den svenska samhällsdebatten. Vilken är din åsikt om vart och ett av dem?', där 'Tillåta försäljning av starköl, vin och sprit i livsmedelsbutiker' fr o m 2001 ingår som en av ett mindre antal delfrågor. Svarsskalan lyder i fråga 1 och 2: 'Mycket bra förslag'; 'Ganska bra förslag'; 'Varken bra eller dåligt förslag'; 'Ganska dåligt förslag'; 'Mycket dåligt förslag'; fråga 3 har motsvarande svarsalternativ följt av 'Ingen uppfattning'. Det senare gäller även 2005 frågan om att sänka skatten och andelen 'Ingen uppfattning' uppgick till 3 procentenheter. Figuren visar andel som svarat mycket eller ganska dåligt förslag av samtliga som besvarat frågan (dvs. även personer som svarat 'Ingen uppfattning' i fråga 3 och fråga 2 2005 ingår i procentbasen).

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2001-2013.

Den något mer ideologiska frågan om att avskaffa det statliga detaljhandelsmonopolet uppvisar ett långsamt minskande stöd. År 2001 stod hälften av svenskarna bakom åsikten att monopolet borde avvecklas, år 2013 hade andelen minskat till omkring en fjärdedel. Stödet för att släppa alkoholen fri har på motsvarande sätt minskat och var 2013 knappt en tredjedel av de svarande, en andel som varit i stort sett konstant de senaste åren.³ Kurvans långsiktiga mönster, särskilt i jämförelse med kurvan för att sänka skatten, antyder att den är mindre påverkad av dagsaktuella alkoholfrågor. Samtidigt finns en viss likhet genom att nedgången blir mindre markerad under senare åren.

Alla indikatorer pekar på en försvagning av den alkoholliberala opinionen vid 2000-talets början, om än med lite olika styrka. Det finns dock anledning att problematisera bilden något. För det första saknas det mätpunkter för åren före år 2000. Det är alltså svårt att bedöma om den period som uppvisar en alkoholliberal opinion står för ett äldre mönster eller om det rör sig om en i ett längre perspektiv avvikande period. Betraktar vi andelarna för dem som vill sänka skatten tyder de på att det troligen bara har rört sig om en kortsiktig opinion åren 2004-2007. Opinionsen kom troligen att förstärkas av att förslaget om skattesänkning på alkohol hade stark legitimitet inte minst som det lagts fram i en statlig utredning.

När det gäller den ideologiska frågan är det svårt att få fram äldre jämförelser. I en sammanställning av äldre indikatorer på opinionsstödet för alkoholmonopolet har svarspersonerna fått ta ställning till påståendet att "Alla alkoholdrycker borde få köpas fritt i livsmedelsbutiker". I mitten av 1990-talet instämde omkring hälften i det påståendet, alltså på i stort sett samma nivå som SOM-undersökningens siffra för 2001 (Leifman, 1998). Ett resultat från 1967 anger att andelen då endast var 23 procent. I samma översikt finns även andra frågor, exempelvis att lättvin respektive starköl borde få säljas fritt, som är ställda under fler år. Den sammantagna bilden är att det mellan mitten av 1960-talet och början av 1990-talet sker en tydlig liberalisering av synen på alkohol. Mycket tyder således på att liberaliseringsvinden började blåsa kraftigt redan under början på 1990-talet för att sedan stabiliseras mellan 1995 och 2000 för att därefter vända. Mönstret uppvisar klara likheter med vad vi kan se i fråga om svenskarnas inställning till offentlig sektor: också ifrågasättandet av offentlig sektor uppvisar sina högsta värden i början av 1990-talet (Nilsson, 2013).

De två frågorna om alkoholskatten är intressanta att kontrastera mot varandra. Att vilja sänka respektive höja alkoholskatten står för en aktiv riktningssångivelse för alkoholpolitiken, medan det kan vara mer osäkert vad ett avståndstagande till förslagen står för; möjligen ska det uppfattas som ett slags *status quo*. Det är rimligt att på grundval av tabell 1 urskilja tre huvudgrupper: de alkoholrestriktiva som inte vill sänka skatten utan istället höja den – knappt 30 procent, de alkoholliberala som inte vill höja skatten utan sänka den – drygt 15 procent – och de som varken vill höja eller sänka skatten, alltså personer som inte vill ha någon ändring. De utgör sju procent av de svarande. Om vi inkluderar även personer som anger att

de varken vill eller inte vill, vilka rimligen inte heller är för någon ändring ökar den andelen till en dryg fjärdedel.

Tabell 1 Synen på alkoholskatt 2013 (procent)

		Höja skatten på alkohol		
		Bra förslag	Varken eller	Dåligt förslag
Sänka skatten på alkohol	Bra förslag	1	2	17
	Varken eller	2	23	6
	Dåligt förslag	29	13	7

Totalt 100 procent

Antal svar: 1 569

Kommentar: För frågans formulering se kommentaren till figur 1.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2013.

Det finns vissa klara skillnader mellan olika grupper när det gäller synen på alkohol. I fråga om inställningen till alkoholmonopolet år 2013 är det i nästan alla grupper fler som tycker att det är ett dåligt förslag än som tycker att det är bra att starköl, vin och sprit ska kunna försäljas i livsmedelsbutiker (tabell 2). De som framför allt är kritiska till att slopa monopolet är personer som politiskt placerar sig till vänster, som aldrig dricker alkohol samt högutbildade, de yngsta och kvinnor. Det är i princip samma mönster som vi observerat i tidigare års undersökningar. Den politiskt ideologiska faktorn ger inte oväntat starkast utslag. Personer som placerar sig politiskt klart till höger är några av de få där fler är för än emot förslaget att slopa monopolet – 51 procent för och 34 emot, att jämföra med dem som placerar klart till vänster, där 64 procent är emot och 22 för. Procentandelarna är i stort desamma under de senaste åren.

Det är i huvudsak samma mönster vi kan se i fråga om förslaget att sänka skatten på alkohol. När frågan var aktuell i debatten i mitten på 2000-talet var åsiktsskillnaderna med hänsyn till ideologiska bedömningar och egna alkoholvanor större. Det finns fortfarande sådana skillnader, men stödet för förslaget har minskat inom i stort sett alla grupper (figur 2). Men det finns mindre avvikelser: bland dem som placerar sig politiskt längst till höger och de som storhandlat alkohol utomlands mer än en gång om året är det fler som tycker att det är ett dåligt än som tycker att det är ett bra förslag att sänka skatten på alkohol. Det visar sig således att när de alkoholliberala vindarna blåste förstärktes de av både ideologiska och egennyttiga bedömningar (Holmberg och Weibull, 2010). Ett tecken på att frågan om alkoholskatten inte längre uppfattas som högaktuell är att andelen som uppger att det varken är ett bra eller ett dåligt förslag har ökat från 25 till 35 procent.

Tabell 2 Åsikt om förslaget att tillåta alkoholförsäljning i livsmedelsbutiker i olika grupper 2009, 2011 och 2013 (procent)

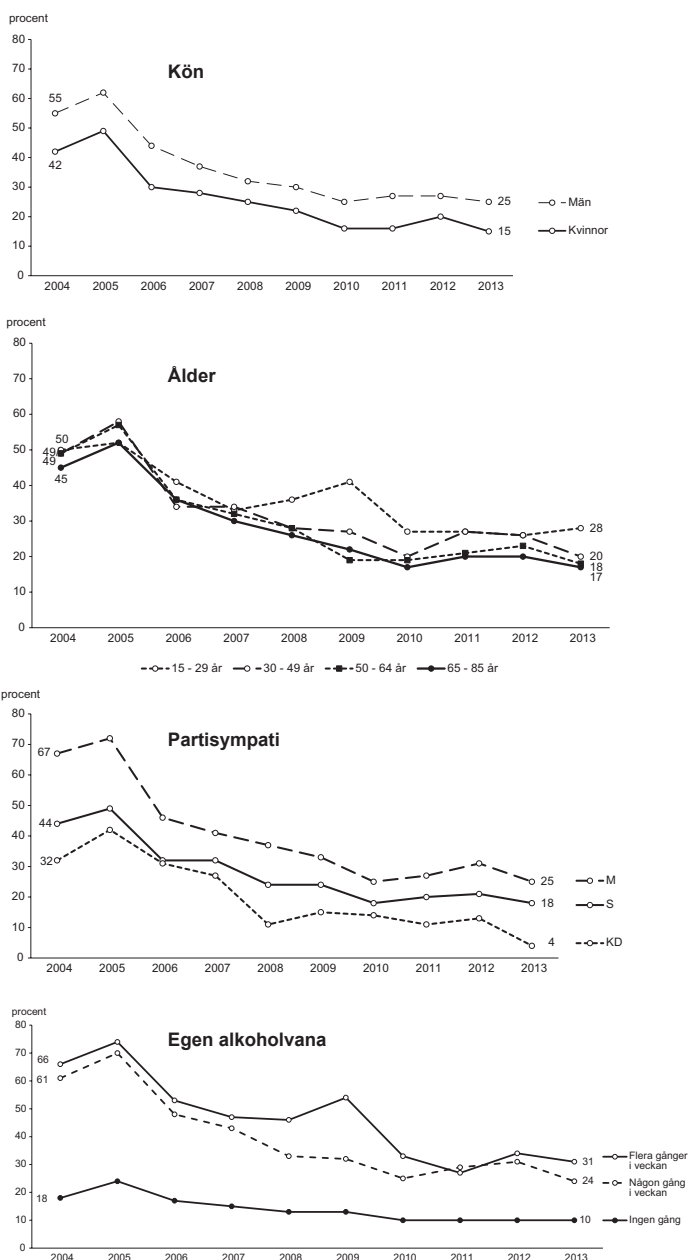
	Bra förslag			Varken eller			Dåligt förslag			Ingen uppfattning			Summa procent	Balansmätt
	09	11	13	09	11	13	09	11	13	09	11	13	09/11/13	2013
Totalt	33	31	31	15	20	17	50	47	50	2	2	2	100	-19
Kön														
Kvinnor	29	27	26	14	18	17	54	53	54	3	2	3	100	-28
Män	37	36	35	17	22	18	44	39	46	2	3	1	100	-11
Ålder														
15-29	37	30	29	13	18	15	47	49	33	3	3	3	100	-4
30-49	35	32	30	13	20	17	50	46	51	2	2	2	100	-21
50-64	32	30	32	18	20	18	48	48	48	2	2	2	100	-16
65-85	28	31	30	15	21	18	53	44	49	4	4	3	100	-19
Utbildning														
Lågutbildad	31	30	35	18	22	21	46	45	41	5	3	3	100	-6
Medellågutbildad	41	34	32	15	22	17	41	41	48	3	3	3	100	-16
Medelhögutbildad	31	33	29	13	18	17	54	48	52	2	1	2	100	-23
Högutbildad	24	27	28	15	17	15	61	54	56	0	2	1	100	-28
Subjektiv klass														
Arbetarhem	36	32	31	16	22	18	45	43	48	3	3	3	100	-17
Tjänstemannahem	27	29	27	15	17	17	57	53	54	1	1	2	100	-27
Högre tj.mannahem	33	36	33	17	16	16	49	48	50	1	0	1	100	-17
Företagarhem	36	33	40	17	25	16	46	41	42	1	1	2	100	-2
Ideologisk vänster- högerorientering														
Klart till vänster	19	21	22	12	19	11	65	60	64	4	0	3	100	-42
Något till vänster	28	27	25	15	18	17	56	54	57	1	1	1	100	-32
Varken eller	34	26	28	17	26	20	46	44	49	3	4	3	100	-21
Något till höger	36	36	35	15	19	20	47	43	44	2	2	1	100	-9
Klart till höger	50	50	51	15	15	12	34	34	34	1	1	3	100	+17

Kommentar: Uppgifter om frågans formulering finns i anslutning till figur 1.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2009, 2011 och 2013.

Den samlade bilden är att svenska folket, i likhet med övriga i Norden, blivit mer restriktiva när det gäller alkoholliberala ståndpunkter. Men slutsatsen är inte att det finns en stark opinion för ökade alkoholrestriktioner. En rimlig bedömning är att omkring en tredjedel av allmänheten står bakom en ökad restriktivitet, en dryg femtedel är för en mindre restriktivitet och att en dryg tredjedel ligger mellan de två huvudståndpunkterna. Det är viktigt att ha med ett sådant perspektiv i analysen av förhållande mellan alkoholopinionen och de faktiska alkoholvanorna.

Figur 2 Andel som anger att det är ett mycket eller ganska bra förslag att sänka alkoholskatten 2004-2013 efter, kön, ålder, partisympati och egen alkoholvana (procent)



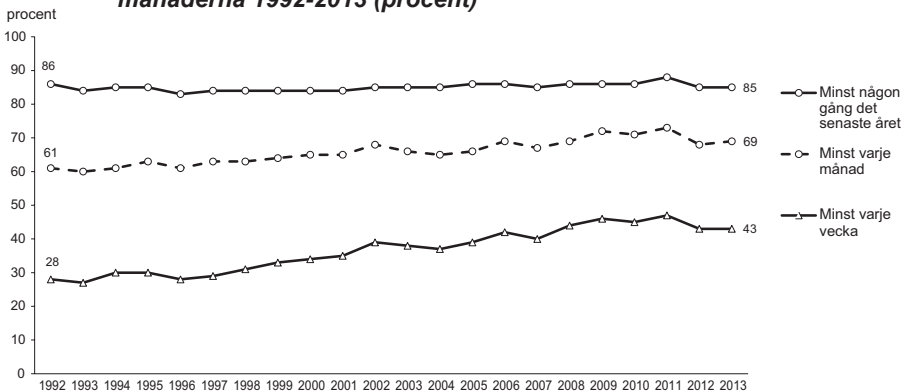
Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2004-2013.

Svenska alkoholvanor

Det finns åtminstone två sätt att mäta alkoholkonsumtion. Det ena är att utgå från den konsumerade volymen, det andra att utgå från frekvensen i konsumtionen. Volymmättet används i officiell alkoholstatistik och redovisas som den genomsnittliga mängden konsumerad ren alkohol per invånare. Valet av ett sådant sammanfattade volymmätt har sin bakgrund i att det är det samlade alkoholintaget som är relaterat till folkhälsan (Leissner, 2012). Syftet med frekvensmättet är att belysa hur ofta människor kommer i kontakt med alkohol och i vilka sammanhang. Det handlar i stor utsträckning om frågor om alkohol som livsstil och inkluderar ofta även olika alkoholdrycker. Det är det senare frekvensmättet som sedan 1992 används i de årliga SOM-undersökningarna (Holmberg och Weibull, 2012).⁴ Givetvis finns det ett samband mellan de två sätten att mäta alkoholkonsumtionen även om mönstren i svaren varierar något.⁵ I det följande är det frekvensmättet som är utgångspunkten för vår analys.

Det långsiktiga mönster vi kan se i alkoholvanorna är att personer som dricker alkohol uppper att de gör det oftare (figur 3). De som aldrig dricker alkohol ligger på omkring 15 procent hela perioden, medan andelen som dricker starksprit, vin eller öl minst någon gång i veckan har på knappt tjugo år ökat från 28 till 43 procent.⁶ Också andelen som dricker alkohol minst någon gång i månaden har ökat. Däremot har ökningen avstannat de senaste åren och andelen som dricker alkohol minst någon gång i veckan är på samma nivå 2013 som den var 2010.

Figur 3 *Andel som dricker alkohol minst varje vecka under de senaste 12 månaderna respektive minst någon gång under de senaste 12 månaderna 1992-2013 (procent)*



Kommentar: Frågan lyder: 'Hur ofta har du under de senaste 12 månaderna gjort följande?', där 'Druckit sprit/vin/starköl' ingår som ett av ett stort antal delfrågor. De 7 svarsalternativen lyder: 'Ingen gång'; 'Någon gång under de senaste 12 månaderna'; 'Någon gång i halvåret'; 'Någon gång i kvartalet'; 'Någon gång i månaden'; 'Någon gång i veckan'; 'Flera gånger i veckan'. De som hoppat över delfrågan – 1,2 procent – har definierats som att de inte druckit någon alkohol.

Källa: De nationella SOM-undersökningarna 1992-2013.

Ökningen i veckodrickandet stärker bilden av att alkoholkonsumtion blivit en del av våra vardagsvanor. Det har ibland beskrivits som att svenskarna tagit över en kontinentaleuropeisk dryckeskultur, ofta satt i motsats till en äldre föreställning om svensk ”lördagsfylla” (Tryggvesson, 2012; jfr Weibull, 2012). Det framgår även av att andelen som uppger sig dricka sprit, vin eller starköl flera gånger i veckan ökar (figur 3). Under 1990-talet låg andelen på omkring sex procent, i början av 2000-talet på knappt tio och procent och 2010 på tio procent eller något över.

En ytterligare indikator på ökat vardagsdrickande är att andelen som dricker alkohol flera gånger i veckan ökar i förhållande till andelen som dricker åtminstone någon gång i veckan. För åren 1992-1999 utgjorde andelen som drack alkohol flera gånger i veckan på 18 procent av veckodrickarna, medan motsvarande andel för perioden 2005-2013 var 24 procent. Det senare betyder att nästan en fjärdedel av dem som dricker alkohol minst någon gång i veckan faktiskt gör det flera gånger i veckan. Till bilden hör att det är stora skillnader med hänsyn till vilken dryck det gäller. Andelen som dricker vin flera gånger i veckan är 2013 åtta procent, medan det för starksprit är enbart en procent.

Ett annat perspektiv på alkoholvanorna handlar om berusning. I SOM-undersökningen har svarspersonerna fått ange hur ofta man under de senaste tolv månaderna druckit sig berusad.⁷ Andelen som uppger att de minst någon gång i månaden druckit sig berusad har de två senaste åren varit stabil på cirka 15 procent, medan andelen som aldrig gjort det är omkring 55 procent.

När det gäller de skilda alkoholdryckerna är det vin som dominerar i fråga om frekvens. Omkring var tredje person boende i Sverige dricker vin minst en gång i veckan, medan en femtedel aldrig dricker vin (tabell 3). Starksprit dricks minst regelbundet – 10 procent dricker starksprit minst en gång i veckan, en knapp tredjedel gör det aldrig. En dryg tredjedel dricker aldrig starköl, knappt en femtedel gör det minst en gång i veckan. Mönstret är relativt stabilt för de fem år frågan ställts, möjligen med en liten minskning för starksprit och någon ökning för vin.

I fråga om starksprit är konsumtionen relativt mest frekvent bland män, äldre, medelutbildade och högre tjänstemän, medan den är låg bland kvinnor. Den relativt stora skillnaden i kvinnors och mäns starkspritsvanor gäller i alla åldrar. Vin är den mest jämställda alkoholdrycken där dryckesfrekvensen i stort sett är på samma nivå bland kvinnor och män; kvinnornas andel är även något större i åldersgruppen 50-64 år. Även högutbildade och högre tjänstemän kännetecknas av en frekvent vinkonsumtion, medan det inte gäller de yngsta och lågutbildade. Starköl är framför allt männens revir med tre gånger så frekvent användning som bland kvinnor, särskilt i åldersgruppen 30-49. När det gäller den samlade alkoholkonsumtionen är det särskilt högre tjänstemän som skiljer ut sig som högkonsumenter: år 2013 drack två tredjedelar av gruppen alkohol minst en gång i veckan. Även högutbildade har en relativt hög dryckesfrekvens.

Tabell 3 Alkoholvanor i olika grupper 2010, 2012 och 2013 (procent)

	Minst en gång per vecka druckit:									Minst en gång per månad druckit sig berusad					
	Sprit/vin/starköl			Starksprit			Vin			Starköl					
	2010	2012	2013	2010	2012	2013	2010	2012	2013	2010	2012	2013	2010	2012	2013
Totalt	45	44	43	11	10	11	30	31	33	18	18	21	15	13	14
Kön															
Kvinnor	39	37	38	5	4	4	30	33	32	8	8	8	10	8	9
Män	51	51	49	19	16	19	30	30	34	30	29	35	20	17	19
Ålder															
16-29	34	32	28	9	9	8	15	14	14	16	19	18	42	34	36
30-49	45	44	43	8	8	9	27	34	33	18	19	21	17	17	18
50-64	54	51	52	14	11	14	41	38	42	22	21	27	9	7	10
65-85	41	42	43	13	12	12	31	32	34	15	13	17	3	2	3
Utbildning															
Lågutbildad	32	32	32	15	10	12	18	20	20	18	17	19	9	5	7
Medellåg utb	42	40	38	12	11	10	25	26	26	18	20	24	20	15	16
Medelhög utb	51	50	45	8	10	9	33	33	33	19	17	23	16	16	17
Högutbildad	55	53	55	10	9	14	45	44	49	18	18	23	11	13	15
Familjeklass															
Arbetarhem	33	31	31	10	8	9	18	20	19	16	18	20	17	17	17
Tjänstemanna- hem	57	54	52	11	10	12	38	40	44	19	20	23	13	12	13
Högre tjänste- mannahem	67	66	65	20	21	19	62	60	60	26	25	26	18	17	11
Företagarhem	52	56	55	13	14	14	42	32	43	26	18	21	10	14	16

Kommentar: Frågan gäller hur ofta man under de senaste 12 månaderna druckit alkohol respektive typ av alkohol. Svarsalternativen är desamma som för den samlade alkoholkonsumtionen (se kommentaren till figur 3). Samma svarsalternativ gäller även delfrågan om man någon gång under de senaste 12 månaderna druckit sig berusad.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen respektive år.

De demografiska skillnaderna i svenskarnas alkoholvanor ger även en antydning om alkoholkonsumtionens funktion i olika grupper. Bland de yngre handlar det inte sällan om att dricka sig berusad, medan alkoholen bland högre tjänstemän och högutbildade är mer av sällskapsdryck. Det är också i dessa senare grupper som vardagsdrickandet är vanligast – bland de högutbildade dricker 15 procent alkohol flera gånger i veckan, i jämförelse med fyra procent bland de lågutbildade (Weibull m fl, 2010). Det är samtidigt viktigt att understryka att sådana skillnader inte nödvändigtvis innebär att det senare dryckesmönstret skulle vara en ofarlig konsumtionsfrekvens. Tvärtom tyder mycket på att framför allt högre tjänstemän både med hänsyn till typ av dryck (hög andel starksprit) och dryckesfrekvens

(oftare flera gånger i veckan) är en av riskgrupperna när det gäller alkoholskador (Andersson och Spak, 2012).

Alkoholopinion och alkoholvanor

Utgångspunkten för kapitlet var frågan om vilket samband som finns mellan alkoholvanor och synen på den svenska alkoholpolitiken. Redan i tidigare analyser har vi på olika sätt belyst frågan genom att relatera svarspersonernas syn på sänkning respektive höjning av alkoholskatten till bland annat den egna alkoholvanan. Det visar sig att det framför allt är politisk ideologi och utbildning som påverkar bedömningarna, men att även den egna alkoholvanan ger ett signifikant bidrag (Holmberg och Weibull, 2011). Den fråga som vi i detta avslutande avsnitt ställer oss är i vad man mån det skett någon förändring i sambanden över tid. Var sambandsmönstret detsamma då den alkoholliberala inställningen var starkare? För att belysa förändringsmönstret har vi genomfört en serie regressionsanalyser med syfte att studera likheter och skillnader i bedömningarna vid de olika tidpunkterna. Beträffande inställningen till försäljningsmonopolet jämför vi 2001 – det mätår då det fanns störst stöd för att avskaffa monopolet – med 2013 då stödet klingat av. När det gäller synen på skattesänkningar jämförs 2005 då vi uppmätte det högsta andelen stöd med situationen 2013 då stödet är som lägst.

I fråga om synen på monopolet är det generella förklaringsmönstret detsamma vid båda mätpunkterna. Förklaringsbidragen från utbildning, politisk ideologi och alkoholvana är signifikanta, medan kön och ålder saknar signifikans. I synen på alkoholskattesänkning är det samma mönster för 2005, medan även kön och ålder ger signifikanta bidrag 2013. Den enskilt viktigaste faktorn i samtliga fyra analyser är den egna alkoholkonsumtionen, medan politisk ideologi och utbildning ligger ungefär på samma nivå. Den allmänna tendensen är i stort vad som kunde förväntas utifrån tidigare analyser, särskilt av sambandet mellan alkoholvana och synen på att sänka skatten.

När vi jämför vad som bestämmer de alkoholpolitiska ställningstagandena under den tid då opinionen var som mest alkoholliberal med situationen idag finns en tendens att de egna alkoholvanorna då spelade en större roll för åsiktsbildningen. Det gäller både synen på försäljningsmonopolet och på åsikten om skattesänkning. Visserligen ligger effekten av den egna alkoholkonsumtionen högt även 2013 men den var starkare i början av 2000-talet och är en orsak till att vår modell uppvisar en större förklaringskraft – 17 respektive 13 procent förklarad varians – för den alkoholliberala eran än den gör idag.

Frågan är hur det förändrade mönstret ska förstås. En möjlig tolkning är att det alkoholliberala opinionsklimatet i sig hos breda grupper skapade en legitimitet för att förespråka ökad tillgänglighet av alkohol. När det var fritt fram för stora volymer egenimport av alkohol och även en statlig utredning föreslog sänkt alkoholskatt var det ett synsätt som gjorde att frågan om alkoholen som samhällsproblem kom att skjutas i bakgrunden; i inledningen talade vi om tidsandan som uttryck för ett slags

alkoholeufori. Det är rimligt att tro att situationen hade störst anklang hos personer med regelbundna alkoholvanor. När situationen efter hand ”normaliserades” minskade betydelsen av egenintresset och synen på alkohol som samhällsproblem blev bredare än bara en fråga om tillgång och pris.

Alkohol som socialt problem

I analysen av vad som förklarar den svenska alkoholopinionen har vi framför allt lagt tonvikten vid egenintresse och ideologi. Egenintresset kommer till uttryck i den egna konsumtionens betydelse för att förklara åsikter om alkohol, ideologin handlar om politiska principer, inte minst om synen på samhällets ansvar. Att opinionsbildning är mer komplex än så framträder i utbildningsfaktorn. Exempelvis har högutbildade relativt frekventa alkoholvanor, men är ändå en grupp där en majoritet är positiv till restriktioner. För att komma åt själva mekanismen i opinionsbildningsprocessen behövs kunskap om den mellanliggande faktorn – i vilken utsträckning alkohol uppfattas som ett socialt problem

En viktig omständighet för att förstå och förklara människors åsikter om alkohol är således – vid sidan av alkoholvanor och politisk ideologi – människors syn på alkoholen som ett socialt problemområde (Greenfield et al, 2004; Cutler & Glaeser, 2005; Storvoll et al, 2013). Det handlar bland annat om i vilken utsträckning alkoholkonsumtionen uppfattas ha negativa effekter på samhället. Vi har i tidigare mätningar använt en så kallad orosfråga för att fånga upp problemupplevelsen. Frågan har gällt i vilken grad man känner oro inför den ökade alkoholkonsumtionen. Mindre än en femtedel uppfattar alkoholkonsumtion som något oroande och i vår tidsserie noterar vi en svagt fallande tendens (Holmberg & Weibull, 2013). Orosfrågan visar sig ha en viss förklaringskraft när det gäller alkoholopinionen: de som känner oro för ökad alkoholkonsumtion har som väntat en mer restriktiv attityd till alkohol. Effekten är större i fråga om skattesänkning än i när det gäller synen på alkoholmonopolet.⁸

Även om frågan om oron för ökad alkoholkonsumtion har fungerat analytiskt är svagheter att den är något oprecis. Den tar sikte på en allmän oro för ökad alkoholkonsumtion, men ger ingen antydning om vad som ligger bakom oron. Det gör i sin tur att den i stor utsträckning blir en spegelbild av alkoholvanorna. För att kunna förstå problemupplevelsens bakgrund och betydelse är det nödvändigt att i fortsatta analyser pröva frågor som innebär en större precision – och konkretion. Och det är vad vi avser att göra i vårt nästa projekt.

Noter

¹ Det skedde en mindre sänkning av skatten på vin år 2008 (Leimar m fl, 2013).

² Forskningsprojektet *Svensk alkoholopinion* är finansierat av Systembolagets råd för alkoholforskning. Ansvariga för projektet är Sören Holmberg och Lennart Weibull.

- ³ Det samlade utfallet på de tre frågorna var 2013 följande. *Förslaget att sänka skatten på alkohol*: mycket bra förslag 8 procent, ganska bra förslag 12 procent, varken bra eller dåligt förslag 31 procent, ganska dåligt förslag 26 procent, mycket dåligt förslag 23 procent. *Förslaget att höja skatten på alkohol*: mycket bra förslag 15 procent, ganska bra förslag 20 procent, varken bra eller dåligt förslag 36 procent, ganska dåligt förslag 17 procent, mycket dåligt förslag 12 procent. *Förslaget att tillåta försäljning av starköl, vin och sprit i livsmedelsbutiker*: mycket bra förslag 11 procent, ganska bra förslag 20 procent, varken bra eller dåligt förslag 17 procent, ganska dåligt förslag 18 procent, mycket dåligt förslag 32 procent samt Ingen uppfattning 2 procent. Som framgår har frågan om att avskaffa det statliga monopolet, i motsats till de två andra, innehåller det explicita alternativet *Ingen uppfattning*. I praktiken saknar det i stort betydelse för jämförelserna över tid, eftersom andelen utan uppfattning inget år överstiger tre procent.
- ⁴ Underlaget för den långsiktiga analysen framgår av kommentaren till figur 3.
- ⁵ Inom ramen för SOM-undersökningarna 2011-2012 har vi gjort systematiska jämförelser mellan volym- och frekvensmått på alkoholkonsumtionen. Vid sidan av frekvensmättet, där svarspersonerna får ange *hur ofta* under de senaste 12 månaderna de druckit alkohol – och vilken typ av alkoholdryck, har det även ställts en fråga om *hur mycket* alkohol de druckit under senaste veckan och vilken typ av dryck. Volymfrågan är densamma som använts i Statens Folkhälsoinstituts studier av alkoholvanor (Statens Folkhälsoinstitut, 2011). Det visar sig finnas ett mycket tydligt samband mellan de två måtten. Av dem som uppger att de under det gångna året hade druckit starksprit åtminstone någon gång i veckan har 94 procent gjort det under den senaste veckan, av dem som uppger att de inte druckit alkohol någon gång under året har fyra procent gjort det under senaste veckan. Av de svarande 2013 som uppger sig dricka alkohol minst någon gång i veckan är den genomsnittliga volymen senaste veckan 15 cl starksprit, 80 cl vin och 157 cl starköl. Motsvarande siffror för dem som uppger att de druckit alkohol någon gång i månaden är 12, 38 och 109 cl och bland dem som uppger att de aldrig druckit alkohol under det gångna året 0, 14 och 1 cl. Sambandet är i stort sett detsamma de tre undersökta åren (Holmberg och Weibull, 2012). Även om det på någon punkt kan råda viss metodologisk osäkerhet är den övergripande slutsatsen entydig: de som ofta dricker alkohol dricker också mer.
- ⁶ Frekvensfrågan finns i två varianter i de senaste SOM-undersökningarna. Den ena – och den som har ställts på samma sätt sedan 1992 – gäller i vilken utsträckning man under det senaste året har druckit sprit/vin/starköl, den andra består av tre frågor, en för starksprit, en för vin och en för starköl, samtliga med samma frekvensskala. Den senare har sedan lagts samman till en minimiskattnings och

visar då att 42 procent minst något av de tre slagen av alkohol varje vecka under det senaste året, i jämförelse med 44 procent för den sammanfattande frågan. I våra redovisningar av den långsiktiga vanan används de senare siffran eftersom den är jämförbar över tid, medan den senare används i olika specialanalyser. Som jämförelse kan nämnas att andelen som inte druckit någon gång under året är 14 respektive 15 procent.

- 7 Frågan bygger på samma frekvensskala som den generella frågan om hur ofta man under det senaste året har druckit alkohol.
- 8 Vi har även genomfört regressionsanalyserna 2013 med en modell där vi inkluderat orosfaktorn som oberoende variabel. Det visar sig att den har effekt som ligger nästan på samma nivå som de egna alkoholvanorna. Resultatet ger en klar antydning om att synen på alkohol som socialt problem finns med i människors föreställningar om alkoholens roll i samhället (jfr Leimar m f, 2013).

Referenser

- Andersson, Annika, Spak, Fredrik (2012) Riskbruk, missbruk och beroende av alkohol – definitioner och begrepp. I Fahlke, C (red) *Handbok i missbrukspsykologi*. Stockholm: Liber förlag.
- Cutler, David, Glaeser, Edward (2005) *What explains differences in smoking, drinking and other health-related behaviors?* Working paper 11100. National Bureau of Economic Research, Cambridge, Mass.
- Holmberg, Sören, Weibull, Lennart (2010) Alkoholskattens två sidor. I Holmberg, S, Weibull, L (red) *Nordiskt ljus*. Göteborg, SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Holmberg, Sören, Weibull, Lennart (2011) Alkoholvanor och alkoholopinion. I Holmberg, S, Weibull, L, Oscarsson, H (red) *Lycksalighetens ö*. Göteborg 2011: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Holmberg, Sören, Weibull, Lennart (2012) Alkoholkonsumtion – vanor och volym. I Weibull, L, Oscarsson, H, Bergström, A (red) *I framtidens skugga*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Holmberg, Sören, Weibull, Lennart (2013) Förändringar i alkoholopinionen. I Weibull, L, Oscarsson, H, Bergström, A (red) *Vägskäl*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Elmeland, Karen, Villumsen, Susanne (2013) Changes in Danish public attitudes and norms regarding alcohol consumption and alcohol policy 1985-2011. *Nordic Studies on Alcohol and Drugs* Vol. 30, 2013 pp. 525-538.
- Greenfield, Thomas K, Ye, Yu, Giesbrecht, Norman A (2007) Views on alcohol control policies in the 2000 National Alcohol Survey: What news for alcohol policy development in the US and its states. *Journal of Substance Use*, December 2007; 12 (6): 429-445.

- Leifman, Håkan (1998) Svenska folkets inställning till försäljning av alkohol i livsmedelsbutiker. I Kühlhorn, E, Björ, J (red) *Svenska alkoholvanor I förändring. Om utvecklingen fram till EU-medlemskapet*. Stockholm: Sober förlag.
- Leimar, Per, Ramstedt, Mats, Weibull, Lennart (2013) Public opinion and alcohol polity in Sweden 1990-2012. *Nordic Studies on Alcohol and Drugs* Vol. 30, 2013 pp.473-490.
- Leissner, Tom (2012) Beroendeframkallande droger – bruk, politik och prevention. I Fahlke, C (red) *Handbok i missbrukspsykologi*. Stockholm: Liber förlag.
- Nilsson, Lennart (2013) Välfärdspolitik och välfärdsopinion 1986-2012. Vinster i välfärden? Förändringar i alkoholopinionen. I Weibull, L, Oscarsson, H, Bergström, A (red) *Vägskäl*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Proposition 2013/14:1* 2014 års budgetproposition.
- Proposition 2013/14:100* 2015 års ekonomiska vårproposition.
- Ramstedt, Mats (2010) *tal om alkohol 2010 – en statistisk årsrapport från Monitorprojektet*. Centrum för socialvetenskaplig alkohol- och drogforskning (SoRAD), Stockholms universitet.
- Resandeförsel av alkohol* (2006). Svenska resenärers införsel av spritdrycker, vin och öl till Sverige från juni 2000 och framåt. Uppdaterad t o m mars 2006. Centrum för socialvetenskaplig alkohol- och drogforskning (SoRAD), Stockholms universitet.
- SOU 2004:86. *Var går gränsen?* Delbetänkande av alkoholinförslutredningen. Stockholm: Fritzes
- SOU 2005:25 *Gränslös utmaning. Alkoholpolitik för en ny tid*. Stockholm: Fritzes.
- Statens folkhälsoinstitut (2011) *Årsredovisning 2010*.
- Statens folkhälsoinstitut (2012) *Årsredovisning 2011*.
- Storvoll, Elisabet, Halkjelsvik, Torleif (2013) Changes in Norwegian public opinion on alcohol policy 2005-2012. *Nordic Studies on Alcohol and Drugs* Vol. 30, 2013 pp. 491-506.
- Storvoll, Elisabet et al (2014) Studie av betydelsen av personlig erfarenhet av alkoholproblem för åsikter i alkoholpolitiska frågor. Sirus, Oslo.
- Trolldahl, Björn, Gustafsson, Ninni-Karin (2005) *Alkoholkonsumtion uppdelad på löpande 12-månadersperioder*. Uppdelad på dryck och anskaffningssätt. Centrum för socialvetenskaplig alkohol- och drogforskning (SoRAD), Stockholms universitet.
- Tryggvesson, Kalle (2012) Mot ett kontinentalt dryckesmönster eller inte? Förändringar i svenskarnas alkoholkonsumtion mellan 1998 och 2005. *Nordic Studies on Alcohol and Drugs* Vol. 29, 2012 pp. 249-266.
- Weibull, Lennart (2012) Alkoholvanor och alkoholopinion. I Fahlke, C (red) *Handbok i missbrukspsykologi*. Stockholm: Liber förlag.
- Weibull, Lennart, Fahlke, Claudia, Nilsson, Åsa (2010) Klass och livsstil i alkoholvanor. I Oskarson, M, Bengtsson, M, Berglund, T (red) *En fråga om klass – levnadsförhållanden, livsstil och politik*. Stockholm 2010: Liber

ALKOHOLEN SOM SAMHÄLLPROBLEM

SOM-undersökningen 2014

SOM-rapport nr 63

Fragment

ALKOHOLEN SOM SAMHÄLLSPROBLEM

SÖREN HOLMBERG, DAVID KARLSSON
OCH LENNART WEIBULL

Den svenska alkoholpolitiken är beroende av medborgarnas stöd. De traditionella politiska styrmedlen i alkoholpolitiken bygger på att reglera pris och tillgång på alkohol för samtliga medborgare – för att komma till rätta med problem som endast en del av medborgarna berörs av. Om styrmedlen för att reglera handel och konsumtion av alkohol förlorar sin legitimitet hos den allmänna opinionen påverkas i grunden förutsättningarna för det förebyggande arbetet mot alkoholskador. Hur medborgarna ser på de alkoholpolitiska styrmedlen, och varför synen ibland förändras, är därför kunskap av högsta relevans för folkhälsoarbetet.

Frågan är vad som bestämmer medborgarnas syn på alkoholpolitiken. Ett ytligt betraktelsesätt skulle kunna vara att man inte gör några genomtänkta samhällsanalyser, utan snarare styrs av snäva egenintressen och tillfälliga opinionstrender. Men det är svårt att förklara svenska folkets långvariga stöd för en restriktiv alkoholpolitik med egenintresse – det måste ligga andra, mer samhällsorienterade värderingar och förhållningsätt bakom opinionen (Leifman, 1998; Johansson, 2008). I detta kapitel vill vi därför undersöka om medborgarnas åsikter om alkoholpolitik påverkas av deras upplevelser av alkoholkonsumtionens positiva och negativa effekter. När man tar ställning till en viss politik är problemupplevelsen oftast helt central. Om det inte finns något problem finns heller inget skäl för politiskt agerande. Men om det finns ett problem kan man ringa in detta ytterligare genom att ställa några specifika frågor: För vem och på vilket sätt är det ett problem? Vad är problemets orsaker? Och vilka sätt finns för att lösa det? I nästa led kopplar problemupplevelsen till ideologiska principer som berör synen på statens roll i samhället: Är det den enskilde eller det allmänna som är ansvarig för att lösa problemet? Och – om det allmänna anses ha ett ansvar – hur ska de resurser som läggs för att lösa problemet vägas mot andra behov?

Vi tror att medborgares åsikter om alkoholpolitik kan påverkas av synen på alkoholproblemens art och omfattning. Vi tror också att medborgarnas egna privata erfarenheter kan spela in i dessa bedömningar. Men åsikterna om alkoholpolitiska förslag kan även ha att göra med att medborgaren utgår från synen på styrmedlens effektivitet, snarare än synen på problemets art och vikt. Förändringar i problemupplevelsen kan också ha betydelse för hur alkoholpolitiken bedöms. Den som söker fördjupad kunskap om alkoholopinionens svängningar behöver därför inte bara undersökningar som analyserar stödet för olika politiska förslag och styrmedel;

det måste även ställas frågor som belyser hur medborgarna har kommit fram till dessa ställningstaganden.

Föreliggande analys är en delstudie inom ramen för forskningsprojektet *Alkoholopinion: problemupplevelsens roll*.¹ Kapitlet inleds med en diskussion kring vilka faktorer som styr medborgarnas åsikter om alkoholpolitiska åtgärder. Därefter presenteras studiens beroende variabler – medborgarnas åsikter om specifika alkoholpolitiska förslag. Dessa frågor diskuteras utförligt och opinionsförändringar över tid analyseras. Därefter presenteras studiens centrala oberoende variabler – frågor som ringar in medborgarnas problemupplevelse. Slutligen analyseras problemupplevelsens betydelse för medborgarnas åsikter om tre alkoholpolitiska förslag.

Grundmodellen

Den centrala frågan för projektet *Alkoholopinion: problemupplevelsens roll* är vad som bestämmer medborgarnas syn på olika alkoholpolitiska åtgärder. I grundmodellen för projektet ställer vi synen på alkoholpolitiken mot ett antal möjliga förklaringsvariabler som visat sig relevanta i tidigare forskning (Holmberg och Weibull, 2010).

Våra indikatorer på medborgarnas alkoholpolitiska åsikter knyter an till fundamentet i den svenska alkoholpolitiken, nämligen målet att minska alkoholkonsumtionen. För att åstadkomma detta mål har man över åren använt många instrument, där de kanske viktigaste har gällt reglering av tillgång och pris. Tillgången har begränsats genom att butiks försäljning endast sker genom ett statligt monopol och genom att servering av alkohol på restaurang omgärdats av en rad restriktioner. Prispolitiken har byggts på att alkoholhaltiga drycker påläggs skatt efter deras alkoholvolym.

Både restriktionerna i försäljning och pris har tidvis varit uppe till diskussion. I och med EU-medlemskapet begränsades statens möjligheter att använda vissa typer av styrinstrument, och i debatten jämfördes den svenska modellen med hur andra länders alkoholpolitik utformas (Cisneros Örnberg, 2009). Det har från en del håll föreslagits att alkoholdrycker skulle få säljas i livsmedelbutiker, och skattesatser för vin och starksprit har ifrågasatts. Villkoren för att få servera alkohol på restaurang är också en återkommande fråga i lokalpolitiken, eftersom det är kommunerna som utfärdar dessa tillstånd (Karlsson, 2012).

I denna studie kommer vi därför att fokusera på allmänhetens syn på några centrala alkoholpolitiska frågor som berör just pris och tillgänglighet: En fri försäljning vid sidan av Systembolaget, alkoholskatten samt kommuners policy för utskänkningstillstånd.

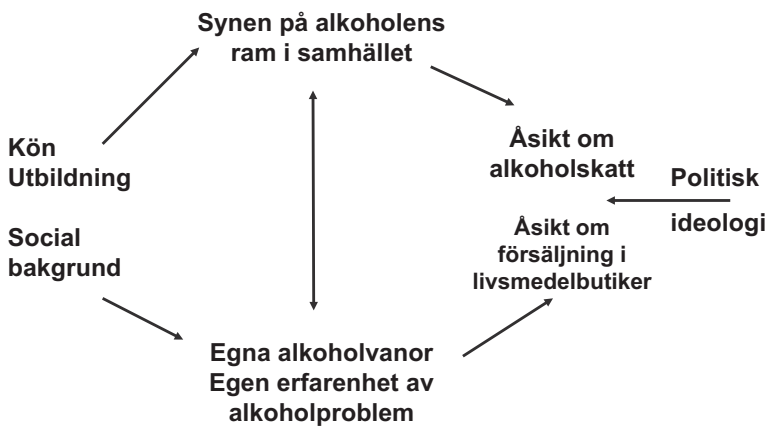
När det gäller vad som bestämmer medborgarnas åsikter har vi skiljt mellan förklaringar som ligger specifikt inom det alkoholpolitiska området och förklaringar som avser det större sociala och politiska fältet. Till de förra har vi räknat sådana som har att göra med generella föreställningar om alkohol som något i huvudsak gott eller i huvudsak ont – både för den egna personen och för det omgivande samhället. Här kan man tänka sig att den egna erfarenheten av alkohol, men också

bilder som massmedier eller andra källor förmedlat, kan påverka ställningstagandet. Vi förväntar oss att det finns ett positivt samband mellan medborgares upplevelse av alkoholkonsumtion som ett problem och deras inställning till hur restriktiv alkoholpolitiken bör vara.

Till de mer allmänpolitiska förklaringarna hör medborgarnas principiella hållningar till relationerna mellan stat och individ, inte minst positioneringen på den ideologiska vänster–högerskalan. Sådana principiella hållningar kan påverka hur man bedömer olika politiska styrinstrument oavsett vilket politikområde det gäller. Vi förväntar oss att medborgare som står till vänster i politiken är mer positiva till en restriktiv alkoholpolitik än medborgare som står till höger eftersom vänstersympatisörer vanligen är mer positiva till politik som reglerar marknaden.

Möjliga bakomliggande faktorer är kön, utbildning och social bakgrund i vidare mening. Även bostadsort kan ha betydelse, eftersom erfarenheter av alkoholkonsumtionens problem torde skilja stort mellan olika landsändar. Vår modell sammanfattas i figur 1.

Figur 1 Modell för analyser av alkoholopinionen



I modellen har vi betraktat sociala omständigheter som ett slags allmän resonansbotten för synen på alkohol som samhällsproblem, medan den politiska ideologin mera är kopplad till åsikter om vad som är rimliga alkoholpolitiska åtgärder.

I tidigare studier av den svenska alkoholopinionen har vi inom projektet framför allt belyst förhållandet mellan egna alkoholvanor och synen på alkoholpolitiska åtgärder (Holmberg och Weibull, 2010, 2011, 2013 och 2014). I det följande är avsikten att i första hand studera vad upplevelsen av alkohol som samhällsproblem betyder för synen på alkoholpolitiska åtgärder. Som en bakgrund till analysen redovisas först hur opinionen i alkoholpolitiska frågor utvecklats över tid.

Den svenska alkoholopinionen

Projektets analyser utgår från politiska förslag som berör två typer av styrinstrument inom svensk alkoholpolitik: försäljningsrestriktioner och alkoholskatten. I 2014 års nationella SOM-undersökning ställdes två frågor om vardera styrinstrument.

När det gäller alkoholskatten ställdes både en fråga *om skatten bör sänkas eller ej* och en *om den bör höjas eller ej*. Frågan om sänkt skatt har ställts i SOM-undersökningen sedan 2004. Frågan introducerades mot bakgrund av den dåvarande debatten och utredningsförslaget att den svenska alkoholskatten borde sänkas för att motverka privatinförsel av alkohol under de nya EU-reglerna (SOU 2004:86, SOU 2005:25). Förslaget kom av olika skäl aldrig att genomföras. Istället uppkom en diskussion om behovet att höja alkoholskatten. En första höjning med totalt fem procent beslutades 2013 (Proposition 2013/14:1:91).² Höjningen motiverade att en ny fråga introducerades i SOM-undersökningarna om svenska folkets inställning till en höjning av alkoholskatten. Den nya frågan ställdes för första gången i den nationella SOM-undersökningen 2010.³

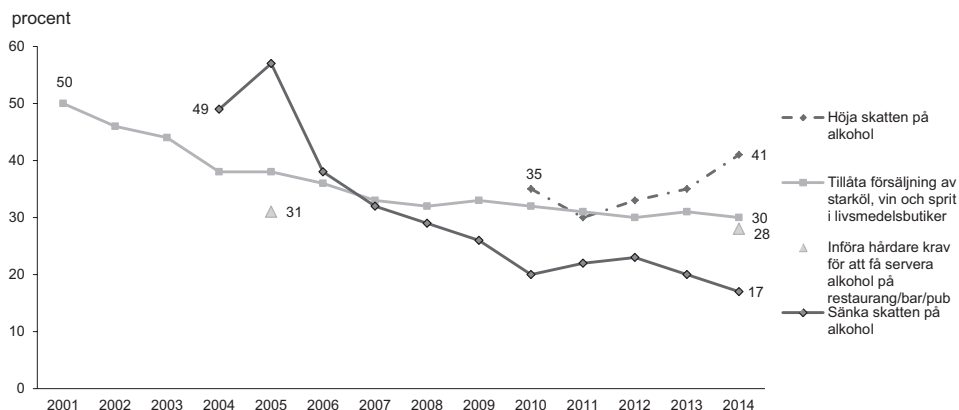
När det gäller restriktioner i tillgången på alkohol har Systembolagets försäljningsmonopol varit en tidvis återkommande debattfråga. Då och då har den också aktualiserats i praktisk politik, från – det tidigt avbrutna – försöket med starkölsförsäljning i livsmedelsbutiker på 1960-talet till 2010-talets propäer om så kallad gårdsförsäljning av vin. För att belysa svenska folkets inställning till monopolet har det i olika studier sedan 1970-talet använts en fråga om att *tillåta försäljning av starköl, vin och sprit i livsmedelsbutiker* (jfr Leifman, 1998). Frågan inkluderades i SOM-undersökningen från och med 2001.

Frågan om restriktioner för tillgänglighet gäller dock inte bara försäljning utan även servering. Utgångspunkterna för dessa restriktioner återfinns i alkohollagen, men tillämpningen av lagstiftningen ligger på kommunerna. Här rör det sig inte om en nationell alkoholpolitik utan även om lokal då det är kommunerna som beslutar om utskänkningstillstånd och bland annat reglerar öppettider (Karlsson, 2012). Eftersom alkoholkonsumtion på restauranger, barer och pubar är förhållandevis frekvent har det motiverat det i SOM-undersökningen 2014 även ställdes en fråga om att *införa hårdare krav på att få servera alkohol på restaurang/bar/pub*, en fråga som även fanns med i 2005 års undersökning.

Resultatet av de frågor som ställts under längst tid – förslaget om att sänka alkoholskatten och förslaget om att tillåta försäljning av alkohol i livsmedelsbutiker – uppvisar ett tämligen entydigt mönster: stödet för en viss liberalisering av alkoholpolitiken som fanns i början 2000-talet har vänt till ett klart minskande stöd (figur 2). Den största förändringen finns för frågan om att sänka skatten. Den alkoholliberala opinionen hade sin topp 2005 då närmare 60 procent var för skattesänkning. Knappt ett decennium senare är andelen nere under 20 procent. Den stora nedgången i stödet för skattesänkning skedde fram till 2010, men stödet har på nytt börjat minska efter 2012. När frågan om att höja skatten på alkohol

introducerades 2010 visade sig det förslaget ha ett klart större stöd än förslaget att sänka skatten: en dryg tredjedel tyckte att en höjning var ett mycket eller ganska bra förslag. Stödet för skattehöjningar på alkohol har dessutom fortsatt att öka relativt kraftigt: år 2014 ansåg två av fem svenskar att det var ett bra förslag att höja skatten.⁴

Figur 2 Åsikter om olika alkoholpolitiska förslag, 2001-2014 (procent)



Kommentar: Resultaten baseras på fyra olika frågor. Frågorna om att "Sänka skatten på alkohol" respektive "Höja skatten på alkohol" ingick som två av flera delfrågor om olika politiska förslag med ingressen: "Nedan finns ett antal förslag som har förekommit i den politiska debatten. Vilken är din åsikt om vart och ett av dem?". Frågorna om "Tillåta försäljning av starköl, vin och sprit i livsmedelsbutiker" och "Införa hårdare krav för att få servera alkohol på restaurang/bar/pub" ingår som delfrågor i om allmänna samhällsfrågor med ingressen: "Här återfinns ett antal förslag hämtade från den svenska samhällsdebatten. Vilken är din åsikt om vart och ett av dem?". Svarskalan för de två förstnämnda frågorna är 'Mycket bra förslag'; 'Ganska bra förslag'; 'Varken bra eller dåligt förslag'; 'Ganska dåligt förslag'; 'Mycket dåligt förslag'; för de andra två frågorna ingår utöver dessa svarsalternativ 'Ingen uppfattning'. Figuren visar andel som svarat mycket eller ganska bra förslag av samtliga som besvarat frågan, även personer som svarat 'Ingen uppfattning' på de senare två frågorna ingår i procentbasen. Andelen som anger ingen uppfattning är för frågan om försäljningsmonopolet högst tre procent, för frågan om serveringstillstånd mellan fyra (2005) och åtta procent (2014).

Källa: De nationella SOM-undersökningarna 2001–2014.

Stödet för en avveckling av Systembolagets försäljningsmonopol har på ett motsvarande sätt förändrats i en mer alkoholrestriktiv riktning. Hälften av de svarande i 2001 års SOM-undersökning stödde en avveckling av monopolet men 2014 var stödet nere i 30 procent. Stödet för förslaget i den nya frågan om att öka kraven för att servera alkohol på offentlig lokal är 28 procent.

Om vi ska få en jämförelse mellan de två indikatorerna på restriktioner måste vi ta hänsyn till att den ena avser ett ställningstagande till liberalisering, den andra ett

ställningstagande till ökade krav. Om vi vill ha ett sammanhållet mått på opinionens styrka är det nödvändigt att jämföra andelen som vill avskaffa försäljningsmonopolet med andelen som *inte* vill öka kraven på serveringstillstånd. Det visar sig då att andelarna som är för färre restriktioner i alkoholförsäljning respektive alkoholserving är i stort sett likstora – 30 respektive 33 procent.⁵ När det gäller andelarna som stöder eller vill öka restriktionerna är det dock en högre andel som är emot avskaffandet av försäljningsmonopolet (49 procent) än som är för att öka kraven på serveringstillstånden (28 procent).⁶ En rimlig tolkning är att svenska folket anser att fri alkoholförsäljning är ett större hot mot svensk alkoholpolitik än minskade krav på servering av alkohol på restaurang, bar eller pub.⁷

Den bild som framträder i 2014 års SOM-undersökning visar att den alkoholrestriktiva opinionen som växt fram under de senaste tio åren i stort ligger kvar eller till och med ökar något. I sammanhanget kan det givetvis diskuteras *hur* restriktiv alkoholopinionen egentligen är. Om vi tar förslaget om skattehöjning som exempel är det inte en majoritet som är för (41 procent). Å andra sidan är det ännu lägre andel (26 procent) som är emot. Fortfarande 2012 var fler mot än för en skattehöjning på alkohol, men 2013 och 2014 är det en klar övervikt för förslaget att höja skatten. Om vi för förslaget att öka kraven på serveringstillstånd jämför den tidigare mätpunkten är andelarna som stöder det i stort sett desamma 2014 som det var 2005 eller omkring 30 procent; alltså ingen förändring i restriktiv riktning.

De senaste årens utveckling innebär således att det är rimligt att tala om en fortsatt förskjutning av alkoholopinionen i restriktiv riktning. Äldre studier baserade på frågan om inställningen till försäljningsmonopolet pekar emellertid på att alkoholopinionen under andra hälften av 1960-talet var ännu mer restriktiv (Leifman, 1998). Vi har i tidigare analyser tolkat det så att 1990-talet präglades av en ökande liberaliseringsvind som kulminerade i början av 2000-talet och sedan vände (Holmberg och Weibull, 2014).

Det finns en grundläggande samstämmighet i svenska folkets syn på de alkoholpolitiska åtgärderna men även en del klara skillnader mellan olika grupper. Kvinnor är i allmänhet mer restriktiva i sin syn på alkoholpolitiken, medan särskilt personer som placerar sig politiskt till höger är mer kritiska till begränsningarna. Vi ska återkomma till det.

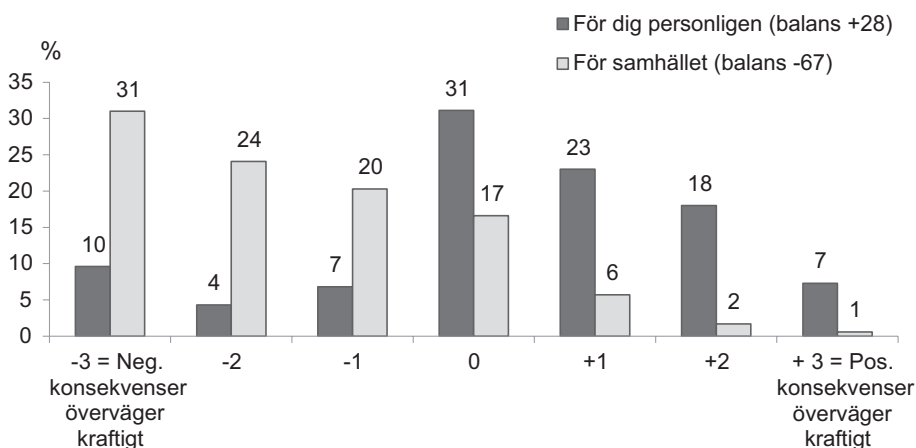
Är alkoholkonsumtionen ett problem?

Att det offentliga ingriper och lägger sig i medborgarnas privata vanor är kontroversiellt. För många är alkoholdrycker något positivt, förknippat med njutning och livskvalitet (Björn m fl, 1985; Andréasson och Allebeck, 2005). Och att staten försvarar för medborgaren att konsumera alkohol genom att styra pris och tillgänglighet kan tolkas som en kränkning av individens frihet. För att försvara en sådan restriktiv politik krävs starka argument. Alkoholkonsumtionen måste kunna

beskrivas som ett samhällsproblem av en sådan dignitet att medborgarna kan förmås acceptera att deras privata handlingsutrymme kringskärs (Johansson, 2008).

Det är därför intressant att undersöka hur medborgarna ser på de problem som alkoholkonsumtion för med sig. Anser de att alkoholkonsumtion är ett problem eller inte? Uppfattar de kanske till och med att alkoholkonsumtion bidrar med mer gott än ont? Och när man ställer den frågan är det också relevant att hålla isär *för vem* alkoholen är ett problem: är det sig själva och sina närmaste som medborgarna i första hand tänker på, eller kanske snarare effekter på ett mer allmänt plan? Denna avvägning är inte självklar. Alkoholpolitikens mål och instrument utgår från att alkohol är ett samhällsproblem, men effekterna bärs av individer. Vi har därför i 2014 års SOM-undersökning ställt en tvådelad fråga, där medborgarna tar ställning till huruvida alkoholkonsumtionens positiva eller negativa konsekvenser överväger, dels för samhället och dels för den svarande personligen. Resultaten från denna fråga presenteras i figur 3.

Figur 3 Överväger alkoholkonsumtionens positiva eller negativa konsekvenser? (procent)



Kommentar: Frågan lyder *Alkoholkonsumtion kan ha både positiva och negativa konsekvenser. Sammantaget, anser du att alkoholkonsumtionens positiva eller negativa konsekvenser överväger [för dig personligen]/[för samhället]?* Medborgarna svarade på en sjugradig skala från -3 "Negativa konsekvenser överväger kraftigt" till +3 "Positiva konsekvenser överväger kraftigt" och där 0 följaktligen stod för det neutrala svaret. Balansmåtten som anges i figuren avser andelen som anser att det positiva överväger minus andelen som anser det negativa överväger. I frågan fanns även svarsalternativet "Ingen uppfattning" som 3 procent av respondenterna valde för båda delfrågorna. Dessa svar redovisas inte i figuren. N = 1 406–1 434.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2014.

En hög andel av medborgarna anser att alkoholkonsumtionens positiva konsekvenser överväger de negativa på det personliga planet (48 procent, balansmätt +28). Resultatet understryker verkligen det problematiska i att den restriktiva alkoholkonsumtionspolitiken begränsar alkoholkonsumtionen, då alkohol uppenbarligen är något som många enskilda medborgarna uppskattar. Men i figuren ser vi också att en överväldigande majoritet (74 procent, balansmätt -67) anser att alkoholkonsumtionens sammantagna effekter för samhället är negativa.

Det allmänna mönstret återkommer inom i stort sett alla grupper inom befolkningen. Kvinnor betonar i större utsträckning än män alkoholens negativa konsekvenser både på ett personligt och på ett samhällsligt plan. Personer som står politiskt till höger ser mindre samhällsproblem med alkoholen än vad övriga gör.

Sammantaget är dessa resultatet mycket talande. Det är uppenbart att medborgarna gör en stor åtskillnad mellan hur de ser på konsekvenserna för den egna personen respektive för samhället i stort. Det är mycket troligt att denna nyanserade syn på alkoholens konsekvenser är en av förklaringarna till svenskarnas uppslutning bakom en restriktiv alkoholkonsumtionspolitik.

För att borra ännu lite djupare i medborgarnas problemanalys vill vi också veta mer om *var* de upplever att problemen finns och *vilka typer av problem* som är allvarligast. Vi har redan sett att medborgarna gör skillnad på privata och samhällsreliga konsekvenser av alkoholkonsumtion, men samhället är stort. De samhällsreliga konsekvenserna skiljer sig rimligen åt mellan olika delar av Sverige – till exempel mellan storstad och landsbygd. Vi vill därför undersöka om medborgarna gör olika bedömningar av hur stora alkoholkonsumtionens problem är i den kommun där de bor jämfört med den nationella nivån.

Alkoholkonsumtion kan även förorsaka olika sorters problem, och under historiens gång har olika typer av problem framhållits (Nycander 1996; Johansson 2008). Vi har här valt att fokusera på tre huvudtyper av problem: Den första beror moral och individuellt ansvar. När den omfattande alkoholkonsumtionen började ifrågasättas på 1700- och 1800-talet stod moralistisk kritik ofta i fokus. Inom nykterhetsrörelsen, där frikyrkor och den framväxande arbetarrörelsen var viktiga aktörer, sågs alkoholkonsumtion som ett utslag av synd eller omoral. Drinkare var en ansvarslös person vars karaktär borde dansas. Idag är moraliserande argument mer sällsynta i debatten, men det finns fortfarande många som ser individuell ansvarslöshet som ett problem förknippat med alkoholkonsumtion. Till detta problem hör även olyckor som ansvarslösa alkoholkonsumenter förorsakar.

Ett annat problem som tidigt lyftes fram, inte minst från statligt håll, var alkoholens negativa konsekvenser för tryggheten i samhället. Alkoholkonsumtion ökar risken för att en individ ska bli våldsam och begå brottsliga handlingar. Alkoholkonsumenter rikserar på så sätt att bli en fara för sin omgivning.

Den tredje typen av problem, och som förmodligen är det som oftast diskuteras i dagens politiska debatt, rör omsorgen om alkoholkonsumenten själv. Alkoholkonsumtion kan leda till ohälsa och missbruk, och därmed stort lidande för den enskilde. På ett samhällsplan kan alkoholkonsumtion försämra folkhälsan.

För att undersöka medborgarnas upplevelser av dessa tre problemtyper – på det privata planet och i samhället på lokal och nationell nivå – utformade vi ett frågebatteri i 2014 års SOM-undersökning som tog hänsyn till alla dessa aspekter. Resultaten från dessa frågor redovisas övergripande i tabell 1 och i tabell 2 redovisas resultat efter kön, ålder, utbildning, ideologisk vänster-högerorientering samt alkoholvanor⁸.

Tabell 1 Medborgarnas upplevelse av arten och lokaliseringen av alkoholkonsumtionens problem (procent och medelvärde 1–5)

Problemets art	Lokalisering	Inget problem alls			Mkt stort problem		Summa procent	Medelvärde
		1	2	3	4	5		
Olycksfall och ansvarslost beteende								
	Privat	67	14	8	4	8	100	1,7
	Lokalt	6	17	43	23	11	100	3,2
	Nationellt	2	9	39	30	21	100	3,6
Våld, kriminalitet och otrygghet								
	Privat	67	13	9	5	6	100	1,7
	Lokalt	5	19	38	25	14	100	3,3
	Nationellt	1	7	31	34	27	100	3,8
Ohälsa och missbruk								
	Privat	72	13	6	4	6	100	1,6
	Lokalt	4	18	42	23	12	100	3,2
	Nationellt	1	8	35	33	22	100	3,7

Kommentar: Frågan lyder *I vilken grad anser du att alkoholkonsumtionen är ett problem när det gäller* [de tre problemtyper som citeras till vänster i tabellen]. För varje problemtyp ombads medborgarna gradera sin upplevelse "för dig själv och dina närmaste" (Privat), "i den kommun där du bor" (Lokalt) och "i Sverige" (Nationellt). Medborgarna svarade på en skala från 1 "inget problem alls" till 5 "mycket stort problem". I tabellen redovisas procentandelar för respektive svarsalternativ samt medelvärde på skalan 1–5. Svarsalternativet "ingen uppfattning" fanns för samtliga frågor, och omkring två procent valde detta alternativ för det privata och fyra-fem procent för det lokala och nationella. Dessa svar ingår inte i analysen och redovisas inte i tabellen. Antal svarande = 1 275–1 529.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2014.

Resultaten visar återigen att medborgarna gör mycket olika bedömningar av hur problemen ser ut på det privata och det samhälleliga planet. Omkring 10–12 procent upplever någon av de tre nämnda problemtyperna som stora för sig själv och sina närmaste, medan en klar majoritet anser att problemen är stora på den nationella nivån.

Det är intressant att notera att problemen på den lokala nivån intar en mellanställning. Problemen i lokalsamhället upplevs som större än i privatlivet men som mindre än på den nationella nivån. Detta påminner om forskningsresultat på många andra områden där medborgare tenderar att uppfatta problem som mindre på närmare håll och som större på andra platser längre bort.

Tabell 2 Medborgarnas upplevelse av arten och lokaliseringen av alkoholkonsumtionens problem efter kön, ålder, utbildning, ideologi och alkoholvanor (medelvärden 1–5)

	Olycksfall och ansvars- löst beteende			Våld, kriminalitet och otrygghet			Ohälsa och missbruk			Totalt
	P	L	N	P	L	N	P	L	N	
Totalt	1,7	3,2	3,6	1,7	3,3	3,8	1,6	3,2	3,7	2,8
Kön										
Kvinnor	1,7	3,3	3,8	1,7	3,4	4,0	1,6	3,4	3,9	2,8
Män	1,7	3,0	3,4	1,7	3,1	3,6	1,6	3,0	3,5	2,6
Ålder										
15-29	2,1	3,1	3,6	2,0	3,1	3,7	1,9	3,2	3,6	2,9
30-49	1,7	3,2	3,6	1,6	3,2	3,7	1,6	3,2	3,6	2,7
50-64	1,6	3,2	3,6	1,6	3,3	3,8	1,5	3,3	3,7	2,8
65-85	1,6	3,2	3,6	1,8	3,2	3,9	1,5	3,2	3,7	2,7
Utbildning										
Lågutbildad	1,9	3,3	3,8	1,9	3,3	3,9	1,8	3,3	3,8	2,9
Medellågutbildad	1,8	3,2	3,6	1,8	3,3	3,9	1,7	3,3	3,8	2,8
Medelhögutbildad	1,6	3,2	3,5	1,6	3,2	3,7	1,5	3,2	3,6	2,7
Högutbildad	1,5	3,1	3,6	1,5	3,2	3,8	1,4	3,2	3,6	2,7
Ideologisk vänster- högerorientering										
Klart till vänster	1,7	3,4	3,8	1,8	3,4	3,9	1,8	3,4	3,8	2,9
Något till vänster	1,7	3,3	3,7	1,7	3,4	3,8	1,6	3,3	3,7	2,8
Varken eller	1,7	3,2	3,6	1,8	3,2	3,8	1,7	3,2	3,7	2,8
Något till höger	1,6	3,0	3,5	1,6	3,1	3,7	1,5	3,1	3,6	2,7
Klart till höger	1,7	2,8	3,4	1,5	3,0	3,7	1,4	2,9	3,5	2,6
Alkoholvanor										
Nykerist/Måttlig	2,1	3,5	4,0	2,1	3,5	4,0	1,9	3,5	4,0	3,0
Medelkonsument	1,6	3,1	3,5	1,6	3,2	3,7	1,5	3,1	3,6	2,7
Storkonsument	1,5	3,0	3,4	1,6	3,2	3,7	1,5	3,1	3,5	2,6

Kommentar: I tabellen redovisas resultat över hur stort problem olika grupper medborgare upplever att tre sorters alkoholrelaterade problem är. Frågan om alkoholvanor bygger på SOM-undersökningens frågebatteri om hur många gånger under senaste året som medborgarna druckit starköl/vin/sprit (se Holmberg och Weibull, 2012 för analyser i detalj av denna fråga), där nykerist/måttlig står för aldrig eller max en gång om året, storkonsument står för en eller flera gånger i veckan och medelkonsument för medborgare som ligger däremellan. Resultaten är medelvärden på skalan medelvärden på en skala från 1 "inget problem alls" till 5 "mycket stort problem" för "dig själv och dina närmaste" (P), "i den kommun där du bor" (L) och "i Sverige" (N). Slutligen redovisas ett totalindex för samtliga nio delfrågor. För frågeformulering se tabell 1. N = 1 275–1 529.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2014.

Andelen som upplever alkoholens problem i det privata är alltså liten i relation till andelen som upplever problem på lokal och nationell nivå, men resultaten stämmer ändå till eftertanke. Ett annat perspektiv skulle kunna vara att det trots allt är tio procent av svenskarna – alltså 850 000 – som på något sätt är drabbade av alkoholens skadeverkningar, som alkoholkonsumenter eller som anhöriga. Men vår fråga är inte så precist formulerad att vi kan utläsa vilka typer av konsekvenser det är medborgarna avser.

Skillnaderna i upplevelsen av de tre problemtyperna är dock inte stora. På de nationella och lokala planerna är det otrygghet följt av ohälsa som av flest upplevs som ett stort problem, medan ansvarslöst beteende upplevs som ett något mindre problem. I privatlivet är ohälsan det minsta problemet medan de två övriga upplevs som något mer problematiska. Kontrollanalyser visar att det finns starka positiva samband mellan hur problematiska man bedömt de tre olika problemtyperna inom respektive nivå. Sambanden mellan upplevelsen av samma problem på olika nivåer är däremot klart svagare. En slutsats av detta är att medborgarna i gemen inte tycks göra så stora åtskillnader i sin bedömning av hur allvarliga de olika problemtyperna är, medan nivådimensionen (privat/lokal/nationell) är väsentlig för att förstå bilden av alkoholens problem.

Skillnaderna mellan olika grupper upplevelse av problemens storlek är också påfallande små. I tabell 2 kan vi utläsa att personer till höger och personer som konsumerar mycket alkohol upplever problemen som mindre. Kvinnor och lågutbildade upplever problemen som aningen större än vad män och högutbildade gör.

Vad förklarar åsiktskillnader i alkoholpolitiska frågor?

I tidigare studier har vi identifierat en rad faktorer som påverkar attityder i alkoholpolitiska frågor (Holmberg och Weibull 2014, Karlsson 2012; Leimar m fl, 2013). Män och ungdomar är till exempel mer alkoholliberala än andra. Vi har också sett att medborgare som står till vänster är mer restriktiva än de som står till höger. Och, inte minst, medborgarnas alkoholvanor har samband med deras åsikter på så sätt att de som dricker ofta är mer alkoholliberala än de som dricker sällan.

Vi ska nu gå ett steg vidare i analysen och ta reda på hur medborgarnas syn på alkoholkonsumtionens problem kan hjälpa oss förklara inställningen till konkreta alkoholpolitiska förslag. I centrum för analysen står de tre förslag som analyserats i kapitlets första del: höja alkoholskatten, avskaffa försäljningsmonopolet och höja kraven för serveringstillstånd. Vi kommer att undersöka detta genom en rad regressionsmodeller som hjälper oss att identifiera möjliga kausala mekanismer mellan medborgarnas åsikter i dessa frågor och olika typer av förklaringsfaktorer.

I enlighet med vår modell kommer vi att behandla medborgarnas egna alkoholvanor som en mellanliggande variabel i förhållande till andra förklaringsfaktorer som medborgarnas allmänna sociala tillhörighet (ålder, kön, inkomst, utbildning och etnicitet), och grundläggande ideologiska uppfattningar (Holmberg och

Weibull, 2012; Ramstedt, 2010). Kontrollanalyser visar att grupper som dricker oftare än andra är pensionärer, män, högutbildade, svenskfödda, icke-religiösa och medborgare som politiskt står till höger. Följaktligen är det yngre, kvinnor, lågutbildade, invandrare, religiösa och medborgare som står till vänster som dricker mindre. Alkoholkonsumtion är alltså ett beteende som i hög grad kan kopplas till individernas sociala, religiösa och politiska tillhörighet. Därmed kan vi också sluta oss till att i de fall där alkoholkonsumtion har effekt på medborgares åsikter har samtliga dessa faktorer förklaringskraft som bakomliggande variabler.

Vi väljer här också att väga in religiositet i analysen eftersom det är en faktor som historiskt visat sig ha samband med syn på alkohol. Religiositet, liksom politisk ideologi, är kopplat till värderingar och föreställningar som grundläggs tidigt i livet och som är relativt stabila över tid.

Tabell 3 Vad förklarar medborgarnas problemupplevelse? Multipel OLS regression (b-värden)

Modell:	A	B	C	D	E
Beroende variabel:	Personl. konsek.	Personl. konsek.	Samh. konsek.	Samh. konsek.	Samh. konsek.
Konstant	3	2	16	17	18
Ålder: -30	e.s.	e.s.	+4***	+4***	+4***
Ålder: 65+	e.s.	e.s.	e.s.	-2*	e.s.
Kön: Kvinna	-2*	e.s.	-3***	-3***	-2**
Inkomst: låg	-3**	e.s.	e.s.	e.s.	e.s.
Inkomst: hög	+3*	e.s.	e.s.	e.s.	e.s.
Utbildning: hög	+3*	e.s.	e.s.	e.s.	e.s.
Etnicitet: Utlandsfödd	-4*	e.s.	e.s.	e.s.	e.s.
Religiositet: Bönfrekvens	-7***	e.s.	-5***	-3*	e.s.
Ideologi: Vänster-höger	+3*	e.s.	+5***	+4***	+4***
Alkoholkonsumtion: frekvens		+11***		+8***	+5***
Alkoholkonsumtion: Nykterist		-18***		-5***	e.s.
Alkoholkonsekvenser: personliga					+32***
Justerat R ²	0,06	0,26	0,07	0,13	0,23
Antal personer	1358	1352	1387	1381	1292

Kommentar: Värdena i tabellen är regressionskoefficienter (b-värden), där + indikerar en positiv effekt och – en negativ effekt. Endast signifikanta effekter redovisas (e.s. = ej signifikant.). Samtliga beroende variabler i tabellen är kodade 0 (minsta värdet) till 100 högsta värdet. Samtliga oberoende variabler är kodade 0-1. Följande variabler är dummyvariabler: ålder (kontrollgrupp: 31-64 år), kön (kontrollgrupp: man), inkomst (kontrollgrupp: medelhöginkomst), utbildning (kontrollgrupp: låg/ej eftergymnasial utbildning), etnicitet (kontrollgrupp: född i Sverige) samt Alkoholkonsumtion: nykterist (kontrollgrupp: nyttjare av alkohol). Följande är kontinuerliga: Religiositet (bönfrekvens per år), ideologi (femgradig skala, vänster 0 – höger 1) samt alkoholkonsekvenser (0 negativa konsekvenser överväger kraftigt – 1 positiva konsekvenser överväger kraftigt). P-värden: ***<.001; **<.01. *<.05.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2014.

I tabell 3 undersöks vilka effekter dessa faktorer har på medborgarnas bedömning av alkoholkonsumtionens konsekvenser på det personliga planet (Modellerna A och B) och för samhället (Modellerna C, D och E). Medborgarnas alkoholvanor ingår som oberoende variabler i Modellerna B, D och E. I Modell E ingår även bedömningen av alkoholkonsumtionens konsekvenser på det personliga planet som oberoende variabel.

Resultaten i Modell A (tabell 3) tyder på att många sociala faktorer har betydelse för hur medborgarna upplever alkoholens effekter på det personliga planet: kvinnor, låginkomsttagare, lågutbildare, invandrare, religiösa och medborgare till vänster är mer negativa i sin bedömning. Men när vi jämför Modell A med Modell B, där medborgarnas alkoholvanor introduceras som oberoende variabel, framgår att samtliga dessa effekter förlorar sin signifikans. Istället bygger modellens förklaringskraft helt på indikatorerna för alkoholvanor. Det betyder att de sociala, politiska och religiösa faktorerna endast har indirekta effekter, via alkoholvanorna, på medborgarnas problemupplevelser på det personliga planet.

Alkoholkonsumtion har dock starka effekter på problembilden – ju mer man dricker desto mindre upplever man att problemen på det privata planet är. Resultatet kan tyckas paradoxalt eftersom vi normalt förknipar högre konsumtion med ökade problem. Istället är det personer som inte dricker alls som upplever de största problemen. Här kan man givetvis argumentera för att kausalsambandet kan vara omvänt – det vill säga att man dricker mer om man upplever problemen – eller riskerna – som mindre.

När det gäller bedömningen av alkoholkonsumtionens konsekvenser för samhället ser resultaten delvis annorlunda ut (Modellerna C och D). Effekten av den egna alkoholkonsumtionen är här något mindre än för bedömningen av den personliga situationen, men även här ser vi att en hög alkoholkonsumtion är förknippat med en mer positiv syn på alkoholens konsekvenser. Och vi ser att ålder har signifikanta effekter: yngre upplever samhällsproblemen som mindre och äldre upplever dem som större. Även under kontroll för alkoholkonsumtion visar det sig att kvinnor, religiösa och medborgare som står till vänster bedömer samhällsproblemen som större. I modell E ingår även medborgarnas konsekvensbedömning på det personliga planet som oberoende variabel i relation till konsekvensbedömningen på samhällsplanet, och som väntat finns här en kraftfull positiv effekt. Ser man mindre problem på det privata planet gör man det också i samhället. Förklaringskraften i modellen ökar med tio procentenheter när denna variabel läggs till. Effekterna av kön, ålder och politisk ideologi kvarstår dock som signifikanta även under kontroll för problemupplevelsen på det privata planet.

I nästa steg av analysen undersöker vi hur de faktorer som analyserats i tabell 3 påverkar medborgarnas åsikter i tre alkoholpolitiska frågor. Dessa resultat presenteras i tabell 4, där frågan om att höja alkoholskatten är beroende variabel i modellerna F och G, frågan om att avskaffa alkoholmonopolet i H och I samt frågan om att öka kraven för serveringstillstånd i J och K. För de tre frågorna görs två analyser,

en med de bakomliggande sociala faktorerna – inklusive egen alkoholkonsumtion – och en där även bedömningarna av alkoholkonsumtionens konsekvenser på det personliga och samhällliga planet inkluderas som oberoende variabler.

Tabell 4 Vad förklarar medborgarnas åsikter om tre alkoholpolitiska förslag? Multipel OLS-regression (b-värden)

Modell:	F	G	H	I	J	K
Beroende variabel:	Höja alkohol-skatt	Höja alkohol-skatt	Avskaffa försäljnings-monopolet	Avskaffa försäljnings-monopolet	Skärpa serveringskrav	Skärpa serveringskrav
Konstant	62	55	39	48	51	45
Ålder: -30	-4 **	e.s.	e.s.	e.s.	-6 **	e.s.
Ålder: 65+	+4 ***	+5 *	e.s.	e.s.	e.s.	e.s.
Kön: Kvinna	+7 ***	+6 ***	-10 ***	-8 ***	e.s.	e.s.
Inkomst: låg	-3 *	e.s.	e.s.	e.s.	e.s.	e.s.
Inkomst: hög	+6 ***	+6 **	-7 **	-8 **	e.s.	e.s.
Utbildning: hög	+5 ***	+4 *	-4 *	e.s.	+4 *	+4 **
Etnicitet: Utlandsfödd	e.s.	e.s.	+13 ***	+15 ***	e.s.	e.s.
Religiositet: Bönfrekvens	+8 ***	e.s.	-8 **	e.s.	+8 **	e.s.
Ideologi: Vänster-höger	-21 ***	-18 ***	+21 ***	+19 ***	-11 ***	-9 **
Alkoholkonsumtion: frekvens	-21 ***	-17 ***	+12 ***	+7 *	-14 ***	-9 **
Alkoholkonsumtion: Nykterist	+18 ***	+13 ***	-15 ***	-12 ***	+16 ***	+13 ***
Alkoholkonsekvenser: personliga		-17 **		e.s.		-16 **
Alkoholkonsekvenser: samhälleliga		-47 ***		+59 ***		-32 ***
Just R ²	0,20	0,25	0,13	0,16	0,13	0,14
Antal personer	3168	1285	1547	1265	1456	1205

Kommentar: För fullständiga formuleringar av de beroende variablerna se tabell 1 ovan. För beskrivning av de oberoende variablerna, se kommentaren till tabell 3 ovan. Samtliga beroende variabler i tabellen är kodade 0 (minsta värdet) till 100 (högsta v värdet). Samtliga oberoende variabler är kodade 0-1. E.s. = ej signifikant. P-värden: ***<.001; **>.01. *<.05.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2014.

Resultaten visar att medborgarnas bedömningar av alkoholens konsekvenser har olika effekter för de tre politiska förslagen. Upplevelsen av de samhälleliga konsekvenserna ger större effekter på åsikterna i samtliga tre frågor än upplevelsen av de personliga konsekvenserna. Men för både skattefrågan och serveringsfrågan finns separata effekter även av de personliga upplevelsorna. Ju mer negativt man upplever effekterna i privatlivet, i desto högre grad stödjer man en restriktivare alkoholpolitik. I frågan om att avskaffa Systembolagets försäljningsmonopol har upplevelsen på det privata planet dock ingen effekt. Om vi utgår ifrån hur mycket

förklaringskraft som problemupplevelserna på privat och samhällelig nivå tillför modellerna tycks det som att effekterna är störst när det gäller skattefrågan (+5 procentenheter förklarad varians) följt av försäljningsfrågan (+3) och serveringsfrågan (+1).

Medborgarnas alkoholkonsumtion har också förväntade effekter på åsikterna – personer som dricker mer är mer liberala och de som dricker mindre – eller till och med är nykterister – är mer restriktiva. Alkoholkonsumtionen har något större effekt för åsikterna om skattefrågan än för de övriga två frågorna.

När det gäller ideologi och religiositet har vänster–högerposition en signifikant effekt på samtliga frågor även under kontroll för problemupplevelsen (medborgare till höger är mer alkoholliberala). Religiositet har också signifikanta effekter (religiösa mer restriktiva) för samtliga frågor – men endast när modellen inte kontrollerar för problemupplevelsen. Det betyder att religiositet endast har indirekta effekter på de politiska åsikterna medan ideologi har direkta. Religiositeten gör att medborgarna ser världen annorlunda men den påverkar inte synen på olika politiska styrmedel på samma sätt som vänster–högerideologi.

Effekterna av övriga egenskaper hos medborgarna pekar åt samma håll som i tabell 3, och de sociala faktorerna tycks ha störst förklaringskraft på skattefrågan och minst på serveringsfrågan. Men ett resultat sticker ut: Invandrare är klart mer positiva till att avskaffa försäljningsmonopolet än svenskfödda. Man kan tänka sig att erfarenheter från det tidigare hemlandet här spelar in.

Alkoholpolitik – att ställa upp för andra

Studiens kanske viktigaste resultat är att de flesta medborgare gör helt olika bedömningar när det gäller alkoholkonsumtionens konsekvenser på det privata och det samhälleliga planet. En majoritet anser att alkoholkonsumtion har i huvudsak positiva eller neutrala konsekvenser för dem själva, men negativa konsekvenser för samhället. Och när medborgarna tar ställning till alkoholpolitiska förslag som på olika sätt försvårar deras möjligheter att konsumera alkohol är det analysen av alkoholens samhällseffekter som är den absolut starkaste förklaringsfaktorn.

I våra ögon tecknar resultaten en ganska positiv bild av medborgarna. De är beredda att solidariskt stå ut med ekonomiska och praktiska umbäranden för att förebygga problem som i första hand drabbar andra än dem själva. När en opinionsbild ser ut på det sättet finns goda förutsättningar för att komma till rätta med samhällsproblem och för att en aktivistisk politik ska uppfattas som legitim. Det faktum att medborgarna har en så nyanserad bild av alkoholens effekter är troligen också en viktig förklaring bakom svenska folkets uppslutning bakom en restriktiv alkoholpolitik.

I grunden tycks det också finnas en växande tilltro till de traditionella politiska styrinstrumenten på politikområdet, även om det också finns tydliga ideologiska skillnader mellan vänster och höger i synen på skatter och regleringar. Nu återstår

för kommande studier att undersöka om svängningarna i synen på alkoholpolitiska förslag beror på förändringar i problemupplevelsen, ideologiska förskjutningar eller om det är andra sorters faktorer som spelar in.

Studien har också väckt flera andra nya frågor. Till exempel om variationen i medborgarnas bedömning av problemen i lokalsamhället kan relateras till faktiska omständigheter i den egna kommunen, eller om det finns mer psykologiska förklaringar bakom resultatet som gör att problem upplevs som större ju längre bort de är. Och finns det något samband mellan vilka typer av konsekvenser medborgarna tycker är allvarliga och vilka politiska styrmedel de tycker är mest angelägna? Framtida analyser får svara på detta.

Noter

- ¹ Projektet finansieras av Systembolagets råd för alkoholforskning (SRA). Projektets syfte är att studera den svenska alkoholopinionen över tid och särskilt fokusera på hur medborgarnas förståelse av problematiken påverkar deras åsikter om förslag och styrmedel. Projektet är en fortsättning och fördjupning av projektet Alkohol, livsstil och politik som under flera år har följt svensk alkoholopinion genom SOM-institutets årliga undersökningar.
- ² Prisnivån på alkoholhaltiga drycker har långsamt sjunkit genom marknadsaktiviteter och ökad konkurrens mellan olika importörer som är en följd av att importmonopolets avvecklats på grund av Sveriges EU-inträde. Höjningen från 2014 ledde inte till några protester och en andra höjning följde från och med 2015 (Proposition 2013/14:100)
- ³ Frågor om skattehöjningar på alkohol har även ställts tidigare, bland annat inom ramen för valundersökningarna vid statsvetenskapliga institutionen, Göteborgs universitet (jfr Holmberg, 1981).
- ⁴ I en studie från 1979 där frågan gällde att ”kraftigt” höja vin- och spritpriserna för att begränsa alkoholmissbruk och alkoholskador ansåg 32 procent att det var ett bra förslag och 40 procent att det var ett dåligt förslag (Holmberg, 1981:228), alltså en mer alkoholliberal opinion än 2014.
- ⁵ Det bör dock tilläggas att det är en högre andel (8 procent) som uppger att de saknar åsikt om kraven på alkoholserveringstillstånd än det är när det gäller åsikten om försäljningsmonopolet (2 procent). Om vi exkluderar personer utan åsikt ur analysen är andelarna 31 (andel som är för fri försäljning av alkohol) och 36 procent (andel som är emot att öka kraven på alkoholservering).
- ⁶ Om vi exkluderar personer utan uppfattning är andelarna 50 respektive 30 procent.

- ⁷ Om vi ser närmare på sambandet mellan de två frågorna är bilden inte helt entydig. Hälften av dem som vill avskaffa försäljningsmonopolet vill inte öka kravel på serveringstillstånden – men en femtedel vill faktiskt öka serveringskraven. Mer väntat är möjligen att det är en fjärdedel av dem som är för försäljningsmonopolet som inte ser något skäl att öka kraven på serveringstillstånden, medan nästa två femtedelar av gruppen tycker att kraven ska öka.
- ⁸ Alkoholkonsumtion är inom projektet mätt som en alkoholvana, där frågan avser *hur ofta* man dricker starköl, vin eller sprit och inte hur mycket man dricker (Holmberg och Weibull, 2012; jfr Ramstedt, 2010). År 2014 var andelen av svars personer som under det gångna året drack alkohol minst någon gång i veckan 40 procent och minst någon gång i veckan 67 procent. Andelen som inte druckit någon alkohol var 16 procent. Det är i stort på samma nivå som tidigare år.

Referenser

- Andréasson, Sven, Allebeck, Peter (2005) *Alkohol och hälsa. En kunskapsöversikt om alkoholens positiva och negativa effekter på vår hälsa*. Stockholm: Statens folkhälsoinstitut.
- Björ, Jill, Bruun, Kertil, Frånberg, Per (1985) *Den svenska supen: en historia om brännvin, Bratt och byråkrati*. Stockholm: Prisma.
- Cisneros Örnberg, Jenny (2009) *The Europeanization of Swedish Alcohol Policy*. Stockholm: Stockholm University.
- Holmberg, Sören (1981) *Svenska väljare*. Stockholm: Liber.
- Holmberg, Sören, Weibull, Lennart (2010) Alkoholskattens två sidor. I Holmberg, S, Weibull, L (red) *Nordiskt ljus*. Göteborg, SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Holmberg, Sören, Weibull, Lennart (2011) Alkoholvänor och alkoholopinion. I Holmberg, S, Weibull, L, Oscarsson, H (red) *Lycksalighetens ö*. Göteborg 2011: SOM-institutet vid Göteborgs universitet
- Holmberg, Sören, Weibull, Lennart (2012) Alkoholkonsumtion – vanor och volym. I Weibull, L, Oscarsson, H, Bergström, A (red) *I framtidens skugga*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Holmberg, Sören, Weibull, Lennart (2013) Förändringar i alkoholopinionen. I Weibull, L, Oscarsson, H, Bergström, A (red) *Vägskäl*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Holmberg, Sören, Weibull, Lennart (2014) Restriktivare alkoholopinion men liberalare alkoholvänor. I Bergström, A, Oscarsson, Henrik (red) *Mittfära & marginal*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Johansson, Lennart (2008) *Staten, supen och systemet. Svensk alkoholpolitik och alkoholkultur 1855-2005*. Stockholm/Stehag: Brutus Östlings förlag Symposium.

- Karlsson, David (2012) Alcohol policy and local democracy in Sweden. *Nordic Studies on Alcohol and Drugs*, Vol 29, 2012 pp. 233-252.,
- Leifman, Håkan (1998) Svenska folkets inställning till försäljning av alkohol i livsmedelsbutiker. I Kühlhorn, E, Björ, J (red) *Svenska alkoholvanor I förändring. Om utvecklingen fram till EU-medlemskapet*. Stockholm: Sober förlag,
- Leimar, Per, Ramstedt, Mats, Weibull, Lennart (2013) Public opinion and alcohol policy in Sweden 1990-2012. *Nordic Studies on Alcohol and Drugs* Vol. 30, 2013 pp.473-490.
- Nycander, Svante (1996) *Svenskarna och Spriten. Alkoholpolitik 1855-1995*. Stockholm: Sober förlag.
- Proposition* 2013/14:1 2014 års budgetproposition.
- Proposition* 2013/14:100 2015 års ekonomiska vårproposition.
- Ramstedt, Mats (2010) *Tal om alkohol 2010 – en statistisk årsrapport från Monitorprojektet*. Centrum för socialvetenskaplig alkohol- och drogforskning (SoRAD), Stockholms universitet.
- SOU 2004:86. *Var går gränsen?* Delbetänkande av alkoholinförslutredningen. Stockholm: Fritzes
- SOU 2005:25 *Gränslös utmaning. Alkoholpolitik för en ny tid*. Stockholm: Fritzes.

ALKOHOLIDEOLOGI OCH ALKOHOLOPINION

SOM-undersökningen 2015

SOM-rapport nr 66

Ekvilibrium

ALKOHOLIDEOLOGI OCH ALKOHOLOPINION

DAVID KARLSSON, LENNART WEIBULL OCH
SÖREN HOLMBERG

Sammanfattning

Den svenska alkoholpolitikens främsta mål är att minska alkoholkonsumtionens skadeverkningar. Bland de politiska styrmedel som traditionellt har använts märks statlig alkoholskatt, begränsad och kontrollerad tillgänglighet (försäljningsmonopol genom Systembolaget och begränsad marknadsföring) samt kontroll av utskänkning (kommunala serveringstillstånd). I kapitlet studeras svenska folkets åsikter om dessa styrmedel. Resultaten visar att alkoholpolitiken överlag har stöd i opinionen, som dessutom under senare år har utvecklats i restriktiv riktning. Människors egna alkoholvanor hänger samman med vilka åsikter man har – de som dricker mer är mer alkoholliberala än de som dricker mindre. Resultaten visar även att såväl problemupplevelser av alkoholens samhällskonsekvenser som ideologiska föreställningar om ansvarsfördelning är viktiga förklaringsfaktorer till vilka åsikter människor har.

Den svenska alkoholpolitikens främsta mål är att minska alkoholkonsumtionens skadeverkningar. Bland de politiska styrmedel som traditionellt har använts för att nå detta mål märks statlig alkoholskatt, begränsad och kontrollerad tillgänglighet (försäljningsmonopol genom Systembolaget och begränsad marknadsföring) samt kontroll av utskänkning (kommunala serveringstillstånd). Eftersom dessa styrmedel på olika sätt ingriper i och begränsar hur medborgarnas lever sina privata liv är det av stor betydelse – och inte minst av stort demokratiskt värde – att styrmedlen åtnjuter ett stöd i den samlade folkopinionen.

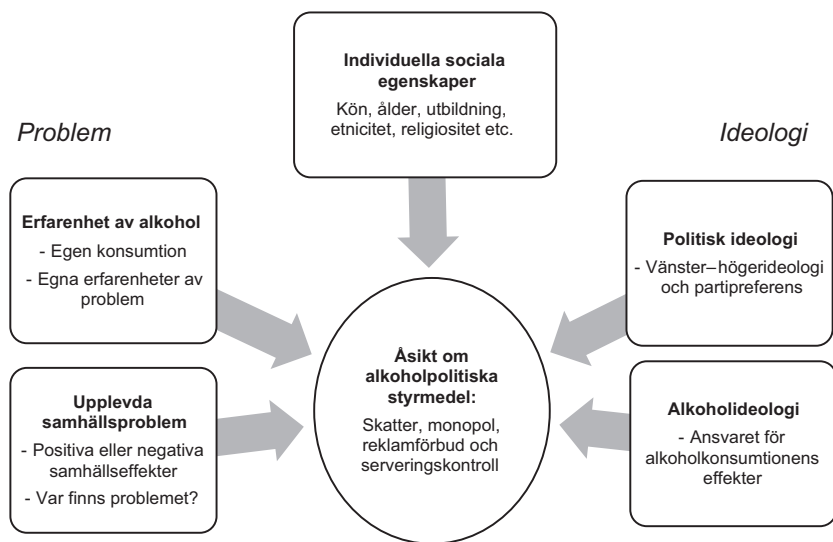
Tidigare studier har tydligt visat att en majoritet av medborgarna står bakom Sveriges i internationell jämförelse restriktiva alkoholpolitik. Och medborgarnas stöd tycks snarare öka än minska under senare tid, trots att alkoholvanorna blivit mer frekventa (t.ex. Holmberg och Weibull, 2014). Samtidigt är svenska folket delat och alla styrmedel är inte lika populära. En del medborgare anser att alkoholpolitiken idag fungerar bra och önskar inga förändringar. Andra önskar att alkoholpolitiken bör liberaliseras och avregleras och det finns även de som menar att den bör vara ännu mer restriktiv än idag.

Vi vet en hel del från tidigare forskningen om hur alkoholopinionen skiftar över tid och mellan länder (se Moskalewicz, 2013, för en översikt), men mycket av den internationella forskningen har varit fokuserad på att mäta hur stödet för olika

alkoholpolitiska inriktningar har sett ut, och mindre på att på djupet förklara de variationer som finns.

Den fråga vi vill fokusera är därför vilka faktorer som förklarar variationerna i den svenska alkoholopinionen. Denna fråga är också utgångspunkten för projektet "Alkoholopinion: problemupplevelsens roll" som sedan några år bedrivs vid SOM-institutet, Göteborgs universitet. Projektets utgångspunkt är att fem huvudförklaringar bör vägas in: 1) Medborgarnas sociala bakgrund, 2) Egna erfarenheter av alkoholkonsumtion (jämför Giesbrecht m.fl. 2005) och de problem de kan skapa i den privata sfären (jämför Storvoll m.fl. 2014), 3) Hur medborgarna upplever de problem som alkoholkonsumtionen skapar i samhället (ibid.), samt vilka ideologiska utgångspunkter medborgarna har när det gäller 4) vänster–högerideologi (och partipreferenser) och 5) ansvar för alkoholens samhällskonsekvenser (jämför Karlsson, 2012). Vi betraktar i projektet problemupplevelser och alkoholideologi (3 och 5) som mellanliggande faktorer i relation till bakgrund, personliga erfarenheter och politisk ideologi. En förenklad modell över projektets utgångspunkter presenteras i figur 1.

Figur 1 Förklaringsfaktorer bakom alkoholopinionen



I en delstudie från projektet publicerad 2015 (Holmberg, Karlsson och Weibull, 2015) besvarades flera av våra grundläggande frågor. Vi kunde till exempel konstatera att medborgarnas problemupplevelser av alkoholen var komplex: En majoritet anser att alkoholkonsumtion i huvudsak har positiva eller neutrala konsekvenser

för dem själva, men negativa konsekvenser för samhället. Vi kunde också notera att problemen upplevs som störst på den nationella nivån, något mindre i det egna lokalsamhället och som allra minst i den egna närmast kretsen. Förenklat uttryckt växer problemupplevelsen med avståndet till det upplevda problemet.

När människor bedömer politiska förslag som på olika sätt påverkar deras möjligheter att konsumera alkohol är det den egna synen på alkoholens samhällseffekter som är den absolut starkaste förklaringsfaktorn till deras ställningstagande. Ju mer medborgare upplever att alkoholens effekter på samhället är negativa (snarare än positiva) desto mer är de beredda att acceptera restriktiva styrmedel. Sambanden mellan upplevda problem i den privata sfären och åsikter om styrmedlen är svagare – det är samhälleliga och inte den privata problemupplevelsen som är viktigast för att förklara åsikterna. Vi kunde också belägga att politisk ideologi spelar roll i medborgarnas ställningstaganden. Medborgare som står till vänster är överlag mer positiva till restriktiva åtgärder än de som står till höger. En tolkning av detta är att positionering på vänster–högerskalan ligger bakom människors inställning till en ingripande och reglerande stat (Holmberg m.fl., 2015).

Men det är också här det är nödvändigt att gräva djupare. Det finns personer som politiskt placerar sig till vänster som vill se en mer liberal alkoholpolitik och personer till höger som vill se en mer restriktiv. De vänster–högerfrågor som normalt står i centrum av den svenska politiska debatten – till exempel skatternas storlek och välfärdsstatens ambitionsnivå – handlar om ideologiska principer som inte har någon direkt koppling till alkoholen och dess roll i samhället. Vi har därför i 2015 års nationella SOM-undersökning introducerat en ny fråga som är avsedd att bättre fånga medborgarnas alkoholideologi och hur de principiellt ställer sig till ansvarsfördelningen mellan individ och samhälle när det gäller alkoholkonsumtionens effekter. För att ytterligare öka vår kunskap om medborgarnas problembild har vi också inkluderat en ny fråga som syftar till att ta reda på hur stor betydelse medborgarna anser att alkoholkonsumtionen har för ett antal specifika samhällsproblem.

Syftet med kapitlet att pröva i vilken utsträckning de nya måtten kan bidra till en ökad förståelse av vad som förklarar variationen i den svenska alkoholopinionen. Är det vi kallat alkoholideologi en kompletterande förklaringsfaktor vid sidan av politisk vänster–högerideologi? Kan variationen i åsikterna om olika alkoholpolitiska styrmedel förklaras av allmänhetens föreställningar om alkoholens bidrag till olika samhällsproblem? Som bakgrund till analysen redovisas den svenska alkoholopinionen 2015, där studiens beroende variabler – medborgarnas inställning till de politiska styrmedlen i svensk alkoholpolitik – presenteras.

Alkoholopinionen – åsikter om alkoholpolitiska styrmedel

I princip finns det två typer av alkoholpolitiska styrinstrument: å ena sidan restriktioner i fråga om försäljning, inklusive marknadsföring, och servering, å andra

sidan skatter. I 2015 års SOM-undersökning ställdes tre frågor om försäljningsrestriktioner och två om skatter.

Den centrala restriktionen i tillgången på alkohol i Sverige är Systembolagets försäljningsmonopol. Monopolet har gamla anor, låt vara att fler butiker, längre öppettider och nya försäljningsformer har ändrat dess karaktär. Det har tidvis varit uppe till politisk diskussion och vid några tillfällen även lett till politiska åtgärder. På 1960-talet genomfördes ett försök med starkölsförsäljning i livsmedelsbutiker och på 2010-talet har det funnits förslag om så kallad gårdsförsäljning av vin. Systembolagets monopol har dock tills vidare behållits: starkölsförsöket avbröts i förtid och gårdsförsäljning av alkohol har hittills avvisats. Att monopolfrågan då och då politiskt aktualiseras gör det intressant att följa hur svenska folket ser på den. Inställning till monoopolet har också undersökts i en rad olika studier sedan 1970-talet. Den fråga som ställts gäller om det är ett bra eller dåligt förslag *att tillåta försäljning av starköl, vin och sprit i livsmedelsbutiker*. Frågan har ställts i SOM-undersökningen från och med 2001.

Restriktioner i fråga om tillgänglighet handlar inte bara om försäljning utan även om servering på barer, restauranger och dyligt. Principerna för vilka krav som ställs på ett serveringstillstånd återfinns i alkohollagen och tillämpningen av lagstiftningen ligger på kommunerna. Det innebär att kommuner kan skilja sig åt när det gäller tillståndsgivningen och reglerna för bland annat öppettider. Det är till och med möjligt att påstå att kommuner i viss mån kan bedriva en lokal alkoholpolitik beroende på hur många tillstånd som delas ut, vilka krav som ställs och hur dessa följs upp. Studier av kommunpolitikerns åsikter i frågan har visat på inte obetydliga skillnader i synen på alkoholfrågor (Karlsson, 2012). För att kunna få en bild av hur medborgarna uppfattar den lokala alkoholpolitiken har det sedan 2014¹ i SOM-undersökningen ställts en fråga, där svarspersoner får ta ställning till om det är ett bra eller ett dåligt förslag *att införa hårdare krav för att få servera alkohol på restaurang/bar/pub*.

Ytterligare en restriktion gällde under lång tid all marknadsföring av alkohol i konsumentledet. Fram till 2003 var all form av alkoholreklam förbjuden i Sverige, men efter ett beslut i marknadsdomstolen det året är det numera tillåtet. För alkoholreklam är dock kravet att den måste iaktta särskild måttfullhet och inte rikta sig till ungdomar. I tryckta medier får det endast finnas reklam för alkoholdrycker med under 15 procent alkoholstyrka. Reklamen får bara visa produkten och inte kopplas till personer, attribut eller livsstil och den måste innehålla en varningstext som omfattar minst en femtedel av annonsytan (SOU 2003:69).² Alkoholreklam är helt förbjuden i svensk radio och tv, men tv-kanaler som sänder från länder som Storbritannien (till exempel TV3 och Kanal 5) följer istället dessa länders regler och kan därigenom kringgå den svenska lagstiftningen. Alkoholreklamen har ökat kraftigt, inte minst i tryckta medier, och fördubblade sin omsättning mellan 2010 och 2014. Den kraftiga ökningen har medfört krav på restriktioner

och bättre kontroll. I och med att frågan aktualiserats i debatten infördes i 2015 års SOM-undersökning en fråga om allmänhetens syn på alkoholreklam. Det svarspersonerna fick ta ställning till var om det var ett bra eller dåligt förslag att *förbjuda reklam för vin och starköl i dagspressen*.

När det gäller alkoholskatt har den normala politiska åtgärden varit att dels ha en hög alkoholskatt, dels att genom anpassning av nivån kompensera för den allmänna prisutvecklingen. I början på 2000-talet uppkom dock ett alternativt synsätt som innebar att den svenska alkoholskatten borde sänkas för att motverka privatinförsel av alkohol under de då nya EU-reglerna (SOU 2004:86, SOU 2005:25). Förslaget kom av olika skäl aldrig att genomföras. Istället aktualiserades några år senare en höjning av alkoholskatten mot bakgrund av fallande realpriser på alkohol. En första höjning med totalt fem procent beslutades 2013 och en andra 2014 (Proposition 2013/14:1 och 2013/14:100) och ytterligare en är planerad från 2018. Mot bakgrund av den dåvarande politiska debatten introducerades i SOM-undersökningen 2005 en fråga om det var ett bra eller dåligt förslag att *sänka* alkoholskatten. Senare tillkom även en motsvarande fråga om att *höja* alkoholskatten. Den senare frågan ställdes för första gången i den nationella SOM-undersökningen 2010.³

Utfallet av de fem frågorna i 2015 års undersökning finns redovisat i tabell 1. När det gäller de tre som avser restriktioner finns det bland allmänheten ett klart stöd beträffande alkoholmonopolet och förbudet för alkoholreklamen. Över 50 procent anser att det är ett dåligt förslag att tillåta försäljning av alkohol i livsmedelsbutiker och endast en fjärdedel är för förslaget (balansmått -27). Drygt 40 procent är för att förbjuda alkoholreklam i dagspressen, medan en femtedel är emot ett förbud (+26). Den viktigaste skillnaden mellan svaren på de två frågorna är att det i spørsmålet om förslaget att förbjuda alkoholreklam finns en relativt stor andel som placerar sig i mitten och således inte uttalar någon klar uppfattning. Det senare kan möjligen hänga samman med att reklamförbudet har varit mindre diskuterat än frågan om monopolet. När det gäller att öka kraven för alkoholservice går opinionen i annan riktning: enbart en knapp fjärdedel är för medan drygt 40 procent är emot (-18). Också här är det en stor andel som placerar sig i mitten samt även en relativt stor andel som anger att de överhuvudtaget saknar uppfattning.

När det gäller frågorna om synen på alkoholskatten 2015 visar sig att det är en högre andel som anser att det är ett bra förslag att höja skatten (34 procent) än som anser att det är ett bra förslag att sänka den (15 procent). Även här placerar sig dock relativt många svarande på alternativet varken-eller, särskilt i frågan om skattehöjning (36 procent).

Tabell 1 Åsikt om fem alkoholpolitiska förslag, 2015 (procent och balansmått)

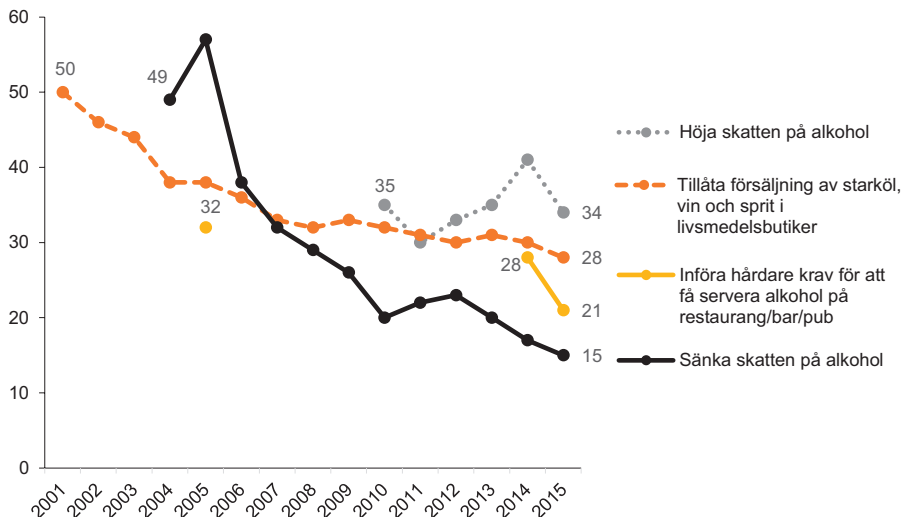
	Mycket bra förslag	Ganska bra förslag	Varken bra eller dåligt förslag	Ganska dåligt förslag	Mycket dåligt förslag	Ingen uppfattning	Summa procent	Opinionsbalans
Restriktioner:								
Tillåta försäljning av starköl, vin och sprit i livsmedelsbutiker	11	17	15	18	35	4	100	-25
Införa hårdare krav för att få servera alkohol på restaurang, bar, pub	8	14	30	19	18	11	100	-7
Förbjuda reklam för vin och starköl i dagspressen	26	20	34	13	7	–	100	+26
Skatt:								
Sänka skatten på alkohol	6	9	27	30	28	–	100	-43
Höja skatten på alkohol	14	20	36	18	12	–	100	+4

Kommentar: Frågan om försäljning av alkohol och frågan om krav för alkoholservice omfattar båda det explicita alternativet 'Ingen uppfattning', vilket övriga frågor saknade. Opinionsbalansen är andelen som är för förslaget minus andelen som är emot och kan variera mellan +100 (alla tycker att det är ett bra förslag) till -100 (alla tycker att det är ett dåligt förslag). För frågornas formulering se texten. Antalet svarande var 1 432-1 623.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2015.

Det går även att sätta in alkoholopinionen i ett längre tidsperspektiv – som längst 15 år. Det gäller förslaget om att sänka alkoholskatten och förslaget om att tillåta försäljning av alkohol i livsmedelsbutiker. Opinionsutvecklingen uppvisar ett tämligen entydigt mönster: det starka stöd för liberalisering av alkoholpolitiken som fanns i början av 2000-talet har vänt till ett klart minskande stöd (figur 2). Den största förändringen uppvisar svaren på frågan om att sänka skatten. Den alkoholliberala opinionen hade sin topp 2005 då närmare 60 procent var för skattesänkning. Knappt ett decennium senare är andelen nere under 20 procent. Den stora nedgången i stödet för skattesänkning skedde fram till 2010, men stödet har fortsatt att minska något även de senaste åren. När frågan om att höja skatten på alkohol för första gången ställdes (2010) visade sig det förslaget ha ett klart större stöd än förslaget att sänka skatten. Opinionsstödet för skattehöjningar på alkohol fortsatte att öka, men har efter 2014 minskat något. En följd är att skillnaden mellan andelen som vill höja och de som vill sänka skatten minskat något mellan 2014 och 2015. Det bör samtidigt understrykas att det är en förhållandevis stor andel som varken vill höja eller inte höja alkoholskatten.

Figur 2 Stödet bland allmänheten för olika alkoholpolitiska förslag, 2001–2015 (procent mycket och ganska bra förslag)



Kommentar: Resultaten baseras på två frågor, där den första inte ingick i undersökningarna 2001-2003 eller 2005. 1) 'Nedan finns ett antal förslag som har förekommit i den politiska debatten. Vilken är din åsikt om vart och ett av dem?', där 'Sänka skatten på alkohol' ingår som en av flera delfrågor. 2) 'Här återfinns ett antal förslag hämtade från den svenska samhällsdebatten. Vilken är din åsikt om vart och ett av dem?', där 'Tillåta försäljning av starköl, vin och sprit i livsmedelsbutiker' ingår som en av ett mindre antal delfrågor. Svarsskalan lyder i fråga 1) 'Mycket bra förslag'; 'Ganska bra förslag'; 'Varken bra eller dåligt förslag'; 'Ganska dåligt förslag'; 'Mycket dåligt förslag'; fråga 2 har motsvarande svarsalternativ följt av 'Ingen uppfattning'. Det senare gäller även skattefrågan år 2005 som detta är låg med i samma frågebatteri (andelen 'Ingen uppfattning' uppgick till 3 procentenheter). Figuren visar andel som svarat mycket eller ganska dåligt förslag av samtliga som besvarat frågan (dvs. även personer som svarat 'Ingen uppfattning' i fråga 2 ingår i procentbasen).

Källa: De nationella SOM-undersökningarna 2001–2015.

Stödet för en avveckling av Systembolagets försäljningsmonopol har på ett motsvarande sätt förändrats i en klart mer alkoholrestriktiv riktning. Hälften av de svarande i 2001 års SOM-undersökning stödde en avveckling av monolet men 2015 var stödet nere i under 30 procent – den lägsta andel som hittills uppmätts. Däremot har stödet för förslaget att öka kraven för att servera alkohol på offentlig lokal minskat mellan 2014 och 2015. Det gäller även i ett längre perspektiv i jämförelse med mätpunkten 2005. Därmed går denna indikator på tvärs mot de två övriga måtten på alkoholrestriktivitet.

Den bild som framträder i 2015 års SOM-undersökning är att den alkoholrestriktiva opinion som växt fram under de senaste tio åren i stort ligger still eller till och med ökar något. Fortsatt är det dock rimligt att fråga sig hur restriktiv

alkoholopinionen egentligen är. Det finns relativt stora grupper som ställer sig avvisande till försäljningsmonopolet. Dessutom finns det mellan 2014 och 2015 en svag tendens till ökad liberalisering, låt vara att den ligger på mycket lägre nivå än för ett decennium sedan.

Det finns en grundläggande samstämmighet i svenska folkets syn på de alkoholpolitiska åtgärderna men även en del klara skillnader mellan olika grupper (tabell visas ej). Kvinnor är i allmänhet mer restriktiva i sin syn på alkoholpolitiken än män och äldre mer restriktiva än yngre. Den nya frågan om att förbjuda alkoholreklam visar på samma mönster. Över hälften av kvinnorna stöder förslaget, i jämförelse med under 40 procent av männen. Bland pensionärerna är andelen för förbud 50 procent, bland 16-29 åringar 40 procent. Den stora skiljelinjen i synen på reklamförbud, liksom i synen på övriga restriktioner, går dock mellan personer som politiskt placerar sig till vänster (över 60 procent för förbud) och personer som placerar sig till höger (knappt 30 procent för förbud). I det följande ska vi återkomma till den politiska faktorns roll.

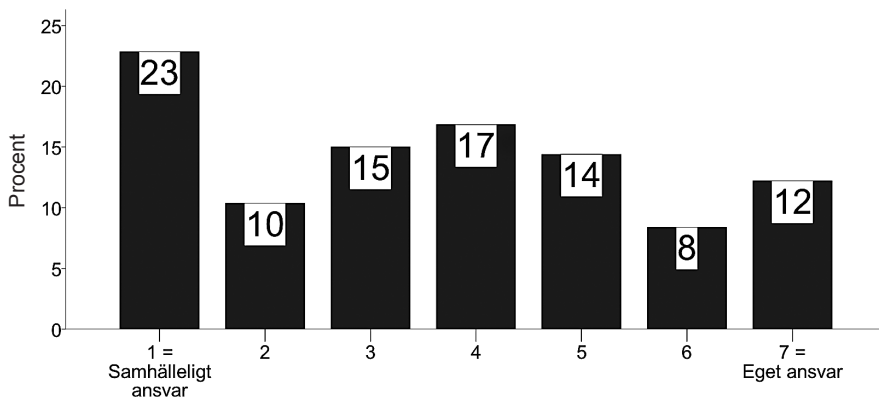
Ansaret för alkoholens problem

En av de mest grundläggande aspekterna av politik är att definiera vilka samhällsproblem som det offentliga bör ta hand om och vilka problem som enskilda medborgarna bör ta ansvar för själva. Avvägningen mellan å ena sidan en ambitiös offentlig välfärdsstat med höga skatter och å den andra sidan ett stort individuellt ansvar för den egna välfärden kombinerat med låga skatter är ett av fundamenten i den politiska vänster-högerdimensionen (jämför Oscarsson 1998).

I relation till alkohol blir ansvarsfrågan än mer intrikat. Alkoholkonsumtion leder till lätt observerade samhällsproblem i form av otrygghet, brottslighet, sjukdom och död; problem som vi normalt anser att staten bör ta hand om och lösa. Men grunden till problemet är att det är individer som dricker för mycket, och detta drickande fortgår i huvudsak i den privata sfären. Och det är oftast den som dricker som själv är det främsta offret för sitt eget beteende. Därtill är alkoholkonsumtion för många medborgare förknippat med livets glädjeämnen och att avstå från alkohol kan vara en uppoffring och frihetsinskränkning. Att styra alkoholkonsumtionen handlar således mindre om den ekonomiska omfördelning som är tyngdpunkten i vänster-högerkonflikten och mer om att reglera individers beteende för deras eget och andras bästa (Sommarström, Ydremark & Leimar, 2015). Synen på samhällets och individens ansvar för alkoholens konsekvenser kan variera mellan länder (jämför Elmeland och Villumsen, 2013; Koski-Jännes, m.fl. 2016) vilket rimligen är en viktig förklaring till att också alkoholpolitiken skiftar så mycket från land till land.

I den nationella SOM-undersökningen 2015 ställs frågan på sin spets. De svarande uppmanas att ta ställning till i vilken utsträckning huvudansvaret för alkoholkonsumtionen ligger på den enskilde eller på samhället och myndigheterna: Hur svaren på denna fråga faller ut redovisas i figur 3.

Figur 3 Medborgarnas alkoholideologi: Ansvarsfrågan i alkoholpolitiken (procent)



Kommentar: "I den politiska debatten diskuteras vem som har huvudansvaret för alkoholkonsumtionen – den enskilde eller samhället och myndigheterna. Vilken är din åsikt om detta?" Svarsskala: Från 1 (Det måste finnas tydliga samhälleliga restriktioner när det gäller människors alkoholkonsumtion (t ex lagar, skatter, öppettider och åldersgränser)) till 7 (Det behövs inga samhälleliga restriktioner, eftersom enskilda människor själva måste ta ansvar för sin alkoholkonsumtion). Även svarsalternativet "ingen uppfattning" fanns, vilket 9 procent valde. Procenten i figuren har beräknats bland svarande med en åsikt (1–7). Antal svarspersoner: 1 467.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2015.

Resultaten visar att i avvägningen mellan samhälleligt och eget ansvar lutar 48 procent av medborgarna åt att samhällets och myndigheternas ansvar (värdena 1 till 3) är större medan 35 procent anser att den enskildes ansvar är större än samhällets (värdena 5 till 7). 17 procent anser att ansvaret är lika stort. Medelvärdet på den sjugradiga skalan är 3,6.

Huvudmönstret är att opinionen är polariserad då en majoritet av medborgarna placerar sig ute mot skalans ytterkanter snarare än i den mer nyanserade mitten. Hela 33 procent svarar 1 eller 2 – nästan en fjärdedel till och med på extremvärdet 1 – på den 7-gradiga skalan och kan därför klassificeras som anhängare av en *restriktiv* alkoholideologi. Något färre, 20 procent, svarar 6 eller 7, och klassificeras därför som anhängaren av en *liberal* alkoholideologi. Resterande 47 procent svarar 3–5 och klassificeras här som anhängare av en *balanserad* alkoholideologi. I tabell 2 redovisas hur fördelningen mellan dessa tre alkoholpolitiska hållningar ser ut i olika kategorier av medborgare.

Tabell 2 Ansvarsfrågan i alkoholpolitiken: andel restriktiva, balanserade och liberala (procent, procentdifferens och medelvärde 1 (restriktiv) – 7 (liberal))

	Restriktiv	Balan- serad	Liberal	Summa procent	Diff Lib-Restr	Medeltal 1-7	Antal personer
Samtliga	33	46	21	100	-12	3,6	1 467
Kön							
Kvinnor	38	43	19	100	-19	3,4	716
Män	29	49	22	100	-7	3,9	748
Ålder							
15–29	37	46	17	100	-20	3,5	207
30–49	33	49	18	100	-15	3,5	426
50–64	32	46	22	100	-10	3,7	397
65–85	33	46	21	100	-12	3,7	437
Utbildning							
Låg-/medelutbildad	32	44	24	100	-8	3,8	628
Högutbildad	34	48	18	100	-16	3,5	820
Månadsinkomst							
Hög (35+ tkr)	27	53	20	100	-7	3,8	315
Medel (20–35 tkr)	34	45	21	100	-13	3,6	601
Låg (-20 tkr)	36	43	21	100	-15	3,5	511
Etnicitet							
Född i Sverige	34	47	19	100	-15	3,6	1 292
Född i utlandet	27	42	31	100	+4	4,2	118
Religiositet							
Ber till Gud	37	46	17	100	-20	3,4	521
Ber aldrig till Gud	30	47	23	100	-7	3,8	917
Alkoholvanor							
Nykterist	60	12	28	100	-32	3,0	176
Måttlig konsument	50	16	34	100	-16	3,6	615
Aktiv konsument	44	19	37	100	-7	3,9	648
Problembild av alkoholkonsumtion							
Positiva samhällseffekter överväger	9	57	34	100	+25	4,7	104
Balanserade samhällseffekter	16	56	28	100	+12	4,4	198
Negativa samhällseffekter överväger	42	43	15	100	-27	3,2	832
Oro för ökad alkoholkonsumtion							
Mycket/ganska oroad	43	41	16	100	-27	3,2	598
Inte särskilt/inte alls oroad	25	50	25	100	-1	4,0	834
Ideologisk vänster–högerorientering							
Klart till vänster	49	41	10	100	-39	2,9	179
Något till vänster	43	44	13	100	-30	3,1	290
Varken eller	27	51	22	100	-5	3,8	359
Något till höger	28	49	23	100	-5	3,9	426
Klart till höger	23	40	37	100	+14	4,4	184
Partisympati							
Vänsterpartiet	(45)	(44)	(11)	100	-34	2,9	97
Socialdemokraterna	38	46	16	100	-22	3,3	309
Miljöpartiet	(53)	(41)	(6)	100	-47	2,8	98
Centerpartiet	28	56	16	100	-12	3,7	120
Liberalerna	(28)	(52)	(20)	100	-8	3,6	92
Kristdemokraterna	(48)	(45)	(7)	100	-41	2,9	40
Moderaterna	23	51	26	100	+3	4,1	293
Sverigedemokraterna	23	39	38	100	+15	4,5	204
Feministiskt Initiativ	(57)	(40)	(3)	100	-54	2,5	30

Kommentar: Med utgångspunkt i medborgarnas svar i frågan om ansvar i alkoholpolitiken (se figur 2) har de indelats i tre grupper: restriktiva (1-2), balanserade (3-5) och liberaler (6-7). I tabellen redovisas procentandelar för de tre grupperna i olika kategorier av medborgare. För varje kategori redovisas också ett differensmått (andelen liberala-andelen restriktiva) samt ett medelvärde på den sjugradiga skalan. Med "högutbildad" avses eftergymnasial utbildning. Med "ber aldrig till Gud" avses ingen bön under senaste året. Med "nykterist" avses att man inte druckit sprit/vin/starköl under senaste året, med "måttlig konsument" att man druckit någon gång i månaden eller mer sällan medan "aktiv konsument" avser att man druckit någon eller flera gånger i veckan. "Problembild" bygger på frågan "Sammantaget, anser du att alkoholkonsumtionens positiva eller negativa konsekvenser överväger [för samhället]". "Oro" bygger på en fråga under rubriken "Samhällsfrågor": "Om du ser till läget idag, hur oroande upplever du själv följande inför framtiden: Ökad alkoholkonsumtion". Parenteser markerar resultat som bygger på färre än 100 svarande.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2015.

I många grupper ser fördelningen mellan alkoholideologierna ut ungefär som i befolkningen som helhet. Skillnaderna mellan olika ålders- och inkomstgrupper är exempelvis ganska små. Men vissa grupper sticker ut genom att ha särskilt många liberala respektive restriktiva medlemmar. Den högsta andelen restriktiva finner vi bland anhängare av Feministiskt Initiativ, Miljöpartiet, Kristdemokraterna och Vänsterpartiet samt i gruppen nykterister. I några få grupper är liberalerna fler än de restriktiva: bland anhängare till Sverigedemokraterna och Moderaterna samt bland utlandsfödda.

Det är särskilt intressant att partisympati och alkoholideologi hänger så nära samman, och att mönstret avviker något från de traditionella vänster-högeruppställningen eftersom kristdemokratiska sympatisörer har samma alkoholideologiska profil som sympatisörerna till Vänsterpartiet och Miljöpartiet. Resultaten visar i och för sig på ett tydligt samband mellan vänster-högerposition och alkoholideologi, där medborgare till vänster generellt är mer restriktiva och de till höger är mer liberala. Men det finns också betydande grupper till höger som är alkoholrestriktiva och (något mindre) grupper till vänster som är alkoholliberaler.

Medborgarnas alkoholideologi har också förväntade samband med deras svar på frågor om alkoholens samhällsproblem. Bland medborgare som upplever alkoholens effekter på samhället som övervägande neutrala eller positiva är alkoholliberalerna klart fler än de alkoholrestriktiva, medan motsatsen är fallet bland de grupper som anser att alkoholens samhällseffekter är övervägande negativa. Medborgare som är oroliga för ökad alkoholkonsumtion är också i övervägande grad restriktiva, medan fördelningen mellan liberaler och restriktiva är jämn bland medborgare som inte är oroliga för detta.

Hur förhåller sig då medborgarnas positionering på den alkoholideologiska skalan till deras åsikter vad gäller specifika alkoholpolitiska styrmedel? Svaret på den frågan får vi i tabell 3 där balansomättet (andelen som tycker förslaget är bra minus andelen som tycker förslaget är dåligt) för fyra alkoholpolitiska förslag redovisas för samtliga svarande och för svarande som är restriktiva, balanserade och liberala. I tabellen redovisas också ett sambandsmått mellan alkoholideologin

och förslagen, där ett positivt samband indikerar att alkoholliberala i högre grad är positiva till förslaget än restriktiva.

Tabell 3 Åsikt om fyra alkoholpolitiska förslag efter alkoholideologi (balansmätt och korrelation (Pearsons r))

	Samtliga	Alkoholideologi			Korrelation (r)
		Restriktiv	Balanserad	Liberal	
Höja skatten på alkohol	+4	+38	-3	-32	-0,36***
Förbjuda reklam för vin och starköl i dagspressen	-27	+58	+20	-3	-0,33***
Tillåta försäljning av starköl, vin och sprit i livsmedelsbutiker	+26	-73	-26	+36	+0,53***
Införa hårdare krav för att få servera alkohol på restaurang, bar, pub	-18	+5	-23	-37	-0,22***

Kommentar: Tabellen redovisar balansmätt (andelen som svarade mycket bra eller ganska bra förslag minus andelen mycket dåligt eller ganska dåligt förslag) för samtliga och efter alkoholideologi. Dessutom redovisas ett sambandsmätt (Pearsons r) mellan svaren på den sju gradiga alkoholideologifrågan och de fem gradiga förslagsfrågorna. Samtliga korrelationer är signifikanta på .001-nivån. Förslaget "sänka skatten på alkohol" ställdes inte i samma version av frågeformuläret som alkoholideologifrågan och sambandsanalys kan därför inte göras här. Antalet svarande är 1 286–1 436.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2015.

Resultaten visar att medborgarnas alkoholideologiska position har ett mycket tydligt samband med deras åsikter om de specifika förslagen. I samtliga fall är andelen som är positiva till skärpningar respektive negativa till avregleringar större än andelen negativa i den alkoholrestriktiva gruppen, medan vice versa gäller i den alkoholliberala gruppen. Sambandet mellan alkoholideologi och åsikt om förslagen är något svagare rörande serveringsfrågan (-.22) medan det är medelstarkt för skattefrågan och reklamfrågan (-.36 respektive -.22) och klart starkast för monopolfrågan (+.53). Huruvida dessa bivariata samband kvarstår när vi kontrollerar för andra relevanta faktorer återkommer vi till.

Alkoholens konsekvenser

Vi vet sedan tidigare att svenska folket har en övervägande negativ bild av alkoholkonsumtionens effekter på samhällsnivå (Holmberg m.fl., 2015). Det finns också belägg för att uppfattning om alkoholens skadeverknin g påverkar åsikter om alkoholpolitik (Storvoll m.fl., 2014). Men rimligen varierar alkoholkonsumtio-

nens negativa effekter beroende på vilken typ av samhällsproblem det gäller. Det borde vara skillnader mellan områden där alkoholen är det avgörande problemet och områden där alkohol är en av flera orsaker. I en ny fråga i 2015 års nationella SOM-undersökning har vi bitt svarspersonerna gradera hur stor betydelse alkoholkonsumtionen har för åtta specifika samhällsproblem. Resultaten redovisas i tabell 4.

Tabell 4 Enligt din bedömning, vilken betydelse har alkohol och alkoholkonsumtion för nedanstående samhällsproblem i Sverige? (procent och medelvärde 1–5)

	Mycket liten betydelse	Ganska liten betydelse	Varken liten eller stor	Ganska stor betydelse	Mycket stor betydelse	S:A	Medelvärde 1–5
	1	2	3	4	5		
Våld i nära relationer	1	1	2	30	66	100	4,6
Ansvarslöst beteende	1	2	7	36	54	100	4,4
Trafikolyckor	2	3	4	41	50	100	4,3
Ohälsa	1	2	9	43	45	100	4,3
Otrygghet på gator och torg	2	3	12	40	43	100	4,2
Organiserad brottslighet	5	13	22	32	28	100	3,7
Själv mord	3	10	28	32	27	100	3,7
Arbetslöshet	4	14	31	34	17	100	3,5

Kommentar: Frågeformuleringen citeras i rubriken. De olika samhällsproblemen har sorterats efter medelvärdet (dvs. efter alkoholens betydelse för problemet). Antalet svarande är 1 463–1 593.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2015.

Resultaten visar, möjligen något oväntat, att en majoritet av medborgarna har svarat att alkoholkonsumtionen har en ganska eller mycket stor betydelse för samtliga nämnda samhällsproblem, men att det trots det finns betydande skillnader. Störst betydelse anses alkoholen ha för våld i nära relationer, där hela 96 procent har svarat ”ganska stor” eller ”mycket stor betydelse”. Därefter följer ansvarslöst beteende (91 procent), trafikolyckor (91 procent), ohälsa (88 procent) och otrygghet på gator och torg (83 procent). Andelen som ser alkoholen som tung förklaringsfaktor är något lägre för organiserad brottslighet (60 procent), självmord (58 procent) och arbetslöshet (51 procent).

En avsikt med att ställa frågan på detta sätt var att undersöka om medborgarnas åsikter om alkoholpolitiska styrmedel kunde sättas i relation till vilka specifika typer av problem som de ansåg att alkoholkonsumtionen skapade. Skulle till exempel medborgare som främst betonade alkoholens betydelse för otrygghet på gator och torg vara mer intresserade av att reglera krogarnas verksamhet? Men av analyser av medborgarnas svar (vars resultat inte redovisas i tabellform här) framgår att några

sådana samband inte står att finna. Medborgarna tycks rangordna alkoholens effekter för de åtta nämnda problemområdena på ungefär samma sätt, och variationen i svaren beror på att man totalt sett är något mer eller något mindre pessimistisk i sin bedömning, inte att man gör olika analyser för olika typer av problem.

Det betyder att vi inte kan använda svaren för de olika problemområdena som enskilda indikatorer i våra fortsatta analyser. Däremot kan vi konstruera ett index grundat på medelvärdet i svaren för samtliga åtta problemområden (Cronbachs alpha = 0,88). Vi får därmed en indikator på hur omfattande medborgarna upplever att alkoholens negativa konsekvenser är för samhället. Detta index blir ett komplement till våra tidigare mått kring problemupplevelser på privat och samhälls nivå. De senare måtten fokuserar på huruvida problemen uppfattas som övervägande positiva eller negativa (se tabell 2 ovan för frågeformulering och Holmberg m.fl. 2015 för fördjupade analyser av denna fråga) – och inte som i det nya indexmättet på hur betydelsefulla alkoholens negativa effekter är. Sambandet mellan vårt nya index och problemupplevelsefrågorna (som ej redovisas i tabellform här) är som förväntat positiva, det vill säga att ju mer människor upplever att alkoholens effekter är negativa snarare än positiva, ju mer upplever de också alkoholens betydelse för olika samhällsproblem som större. Men sambanden mellan dessa mått är överraskande svaga ($r = 0,24$ mellan det nya indexmättet och problemupplevelse på samhällsnivå, och endast $r = 0,16$ för problemupplevelse på privat nivå).

Förklaringar till åsiktsskillnader: alkoholideologi och problemupplevelse

Frågan är i vilken utsträckning medborgarnas alkoholideologi och problemupplevelse kan hjälpa oss förklara inställningen till konkreta alkoholpolitiska förslag i multivariata analyser. I centrum för analysen står de fyra förslag som analyserats i kapitlets första del: höja alkoholskatten, avskaffa försäljningsmonopolet, införa reklamförbud samt höja kraven för serveringstillstånd.

Vi kommer att analysera medborgarnas svar genom en rad regressionsmodeller som hjälper oss att identifiera möjliga kausala mekanismer mellan medborgarnas åsikter och olika typer av förklaringsfaktorer. Vi bygger här vidare på de modeller som utvecklades i vår delstudie från 2015 (Holmberg m.fl., 2015). Tonvikten i analysen kommer här att läggas på de två nya måtten alkoholideologi och problemupplevelse.

I enlighet med vår utgångsmodell kommer vi att behandla medborgarnas problemupplevelser och alkoholideologi som mellanliggande variabler i förhållande till andra förklaringsfaktorer som medborgarnas allmänna sociala tillhörighet (ålder, kön, inkomst, utbildning och etnicitet), och grundläggande ideologiska vänster-högeruppfattningar (Holmberg och Weibull, 2012; Ramstedt, 2010).

En svårbesvarad fråga är hur den kausala relationen mellan problemupplevelse alkoholideologi egentligen ser ut. Enligt en rationalistisk modell är åsikter en

produkt av grundläggande värderingar och av relevanta verklighetsuppfattningar. Med ett sådant synsätt borde människors problemupplevelse av alkoholkonsumtion – tillsammans med vänster–högerideologi – vara förklaringar till deras alkoholideologiska position. Men det går också att tänka sig en omvänd ordning, där problemupplevelserna formas av ideologin. Det kan exempelvis handla om övertygade nykterhetsvänner som är särskilt uppmärksamma på alkoholens skadeverkningar eller uttalade marknadsliberaler som ser problem i all statlig reglering, alltså att människor betraktar världen genom ideologiska glasögon och ser sådant de vill se. Det kan alltså inte uteslutas att orsakssambanden kan gå i båda riktningarna.

Vi känner sedan tidigare till en rad faktorer som förklarar medborgares alkoholvanor (se ovan). Tidigare resultat har också visat att kvinnor, pensionärer och medborgare som står till vänster upplever alkoholens samhällskonsekvenser som mer negativa, medan män, medborgare under 30 år samt medborgare som står till höger upplever problemen som mindre negativa än andra. När medborgares egna alkoholvanor och problemupplevelser i våra modeller ser ut att förklara deras alkoholideologi och åsikter i alkoholpolitiska frågor kan vi alltså sluta oss till att dessa nämnda bakomliggande faktorer har betydelse, även om de inte har några direkta effekter på de enskilda åsiktsfrågorna. De har istället indirekta effekter via problemupplevelser och via alkoholideologin.

I en första analys (tabell 5, modell A) undersöker vi i vilken grad faktorer som ålder, kön, inkomst, utbildningsnivå, etnicitet, religiositet, vänster–högerideologi och alkoholkonsumtion förklarar medborgarnas placering på det index över alkoholens betydelse för åtta samhällsproblem som introducerades i föregående avsnitt. I modell B ingår även frågorna om problemupplevelse på det personliga och samhällliga planet som oberoende variabler. I modell C inkluderas även alkoholideologi som en potentiell förklaringsfaktor.

I modellerna D-F är den beroende variabeln medborgarnas alkoholideologi. Centrala förklaringsfaktorer läggs här till stegvis för att ta reda på vilken förklaringskraft de har i sammanhanget: i modell C ingår sociala egenskaper och vänster–högerplacering bland de oberoende variablerna; i modell D läggs indikatorer för alkoholvanor till; i modell E inkluderas indikatorer för medborgarnas problemupplevelser av alkohol. Samtliga oberoende variabler har kodats 0 (lägsta värde) – 1 (högsta värde), och de beroende variablerna har kodats 0 (lägsta värde) – 100 (högsta värde).

Resultaten i tabell 5 visar att alkoholens betydelse för olika samhällsproblem bedöms som större av kvinnor, pensionärer och svenskfödda, och som lägre av män, medborgare under 30 år och utlandsfödda. De som dricker alkohol ofta upplever alkoholens negativa betydelse som mindre. Det är samma mönster som vi sett i våra tidigare analyser.

Tabell 5 Förklaringsfaktorer till medborgarnas bedömning av alkoholens effekter respektive deras alkoholideologi. Multipel OLS regression (b-värden)

Modell:	A	B	C	D	E	F
Beroende variabel:	Alkohol-effekter (index)	Alkohol-effekter (index)	Alkohol-effekter (index)	Alkohol-ideologi (res.-lib.)	Alkohol-ideologi (res.-lib.)	Alkohol-ideologi (res.-lib.)
Konstant	78	82	84	37	35	24
Ålder: -30	-5***	-3*	-3*	e.s.	e.s.	e.s.
Ålder: 65+	+4***	+3**	+4**	e.s.	e.s.	e.s.
Kön: Kvinna	+5***	+4***	+4***	-4*	-4*	e.s.
Inkomst: Låg	e.s.	e.s.	e.s.	e.s.	e.s.	e.s.
Inkomst: Hög	e.s.	e.s.	e.s.	e.s.	e.s.	e.s.
Utbildning: Hög	e.s.	e.s.	-3*	-5**	-7***	-7**
Etnicitet: Utlandsfödd	-7***	-9***	-6**	+16***	+17***	+14***
Religiositet: Bönfrekvens	e.s.	e.s.	e.s.	-13***	-9**	-8*
Vänster-högerideologi	e.s.	e.s.	e.s.	+24***	+24***	+22***
Alkoholkonsumtion: Frekvens	-5***	-5**	-6*		+10**	+7*
Alkoholkonsumtion: Nykterist	+3*	e.s.	e.s.		-10**	-9*
Alkoholkonsekvenser: Personliga		-9**	e.s.			e.s.
Alkoholkonsekvenser: Samhälleliga		-9**	-7*			+38***
Alkoholens samhällseffekter (index)						+22**
Alkoholideologi (restriktiv-liberal)			-6**			
Justerat R ²	.09	.11	.13	.09	.11	.21
Antal personer	1 435	1 012	960	1 325	1 318	960

Kommentar: Beroende variabel 1: Index över hur stor betydelse alkoholen anses ha på åtta samhällsproblem (se tabell 4), 2: Alkoholideologi – ansvaret i alkoholfrågan (se figur 3) Värdena i tabellen är regressionskoefficienter (b-värden), där + indikerar en positiv effekt och – en negativ effekt. Endast signifikanta effekter redovisas (e.s. = ej signifikant.). Samtliga beroende variabler i tabellen är kodade 0 (minsta värdet) till 100 (högsta värdet). Samtliga oberoende variabler är kodade 0-1. Följande variabler är dummyvariabler: ålder (kontrollgrupp: 31-64 år), kön (kontrollgrupp: man), inkomst (kontrollgrupp: medelhöginkomst), utbildning (kontrollgrupp: låg/ej eftergymnasial utbildning), etnicitet (kontrollgrupp: född i Sverige) samt alkoholkonsumtion: nykterist (kontrollgrupp: nyttjare av alkohol). Följande är kontinuerliga: Religiositet (bönfrekvens per år), ideologi (femgradig skala, vänster 0 – höger 1), alkoholkonsekvenser (0 negativa konsekvenser överväger kraftigt – 1 positiva konsekvenser överväger kraftigt) samt alkoholens samhällseffekter (index) (0 alkoholen har mycket liten betydelse för åtta samhällsproblem – 1 mycket stor betydelse). Som framgår i tabellen är det interna bortfallet påfallande stort i frågorna om alkoholideologi och indexet för alkoholens samhällseffekter, vilket leder till att det skiljer 400-500 personer mellan första och sista modellen. Detta skulle kunna påverka resultaten men en kontrollanalys av modell 1 och 2 där endast de som svarat på samtliga frågor ingår visar att resultaten blir överlag desamma. P-värden: ***<.001; **>.01. *<.05.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2015.

Effekterna av de två frågorna om medborgarnas problemupplevelse på personlig och samhällelig nivå är som väntat signifikanta, men de är förhållandevis beskedliga och bidrar endast marginellt till modellens förklaringskraft. Vi tolkar det som att vårt nya index väsentligt mäter något annat än vad de två problemupplevelsefrågorna fångar.

När det sedan gäller medborgarnas alkoholideologi kan vi notera att religiösa är mer restriktiva (jämför Luchetti m.fl. 2014) än icke-religiösa. Även högutbildade och svenskfödda är mer restriktiva medan lågutbildade och utlandsfödda är mer liberala än andra medborgare. Medborgare som står till höger är mer liberala och de som står till vänster är mer restriktiva. Alkoholvanor har de förväntade effekterna: medborgare som dricker oftare är mer liberala medan nykterister är mer restriktiva.

Indikatorerna för problemupplevelse har betydande effekter på medborgarnas alkoholideologiska position – personer som upplever alkoholens samhällseffekter som mer positiva är mer alkoholliberala och de som bedömer att alkoholen har stor betydelse för konkreta samhällsproblem är mer restriktiva. Problemupplevelsen på det personliga planet har ingen betydelse i sammanhanget. Det är här särskilt intressant att notera att effekten av politisk vänster–högerideologi på alkoholideologi inte märkbart minskar när indikatorer för alkoholvanor och problemupplevelse tillförs i modellerna E och F. Detta kan tolkas som att vänster–högerideologi, alkoholvanor och (i synnerhet) problemupplevelser tillsammans bidrar till att forma medborgarnas alkoholpolitiska ideologi. Men som tidigare nämnts kan vi inte utesluta att orsakssambandet går i motsatt riktning och att ideologiska faktorer förklarar problemupplevelserna. I modell C, där indexet för samhällskonsekvenser är beroende variabel och alkoholideologi ingår som förklaringsfaktor, kan vi notera att alkoholideologi har en betydande effekt.

I tabell 6 flyttas fokus till de fyra alkoholpolitiska förslagen. Vi använder samma förklaringsfaktorer som i tabell 5 och analyserar varje förslag i två modeller, en med och en utan våra två nya mått på alkoholens effekter respektive på alkoholideologi. På så vis kan vi tydligare identifiera på vilket sätt våra nya mått bidrar med ny förklaringskraft.

Ett huvudresultat är att våra två nya mått klart bidrar till att bättre förklara medborgarnas åsikter om alkoholpolitiska förslag, men de har betydelse på olika sätt för olika förslag!

Alkoholideologi tycks till exempel ha mycket stor betydelse för åsikter i monopolfrågan och klart mindre betydelse för åsikter i skattefrågan. Minst betydelse har alkoholideologi för åsikterna om reklamförbud och serveringskrav. Det är också intressant att se hur effekter av alkoholideologi och vänster–högerideologi förhåller sig till varandra. För varje fråga minskar effekten av vänster–högerideologi när alkoholideologi introduceras i modellen. Minskningen är som störst i monopolfrågan, som alltså i huvudsak är relaterad till alkoholideologisk position och inte till vänster–högerposition. Minskningen är mindre i frågorna om skattenivån och reklamen. I det senare fallet är vänster–högerideologi en lika viktig förklaringsfaktor som alkoholideologi. I frågan om serveringskrav har vänster–högerideologi ingen egen signifikant effekt i modeller där alkoholideologi ingår.

Tabell 6 Vad förklarar medborgarnas åsikter om olika alkoholpolitiska styrmedel? Multipel OLS regression (b-värden)

Modell:	A	B	C	D	E	F	G	H
Beroende variabel:	Höja alkohol-skatten	Höja alkohol-skatten	Avskaffa försäljnings-monopolet	Avskaffa försäljnings-monopolet	Skärpa serverings-krav	Skärpa serverings-krav	Införa reklam-förbud	Införa reklam-förbud
Konstant	72	79	22	8	59	67	83	91
Ålder: -30	e.s.	-5*	-7*	e.s.	e.s.	e.s.	e.s.	e.s.
Ålder: 65+	e.s.	e.s.	e.s.	e.s.	e.s.	e.s.	e.s.	e.s.
Kön: Kvinna	+9***	+8***	-8***	-7***	e.s.	e.s.	+7***	+6**
Inkomst: Låg	e.s.	e.s.	e.s.	e.s.	e.s.	e.s.	e.s.	e.s.
Inkomst: Hög	e.s.	e.s.	e.s.	e.s.	e.s.	-5*	e.s.	e.s.
Utbildning: Hög	e.s.	e.s.	-5*	e.s.	e.s.	e.s.	e.s.	e.s.
Etnicitet: Utlandsfödd	+4*	e.s.	+16***	+9***	e.s.	e.s.	e.s.	e.s.
Religiositet: Bönfrekvens	e.s.	e.s.	e.s.	e.s.	e.s.	e.s.	+7*	+6*
Vänster-högerideologi	-16***	-11***	+19***	+8**	-7*	e.s.	-17***	-15***
Alkoholkonsumtion: Frekvens	-18***	-16***	+13***	+9**	-12***	-10**	e.s.	e.s.
Alkoholkonsumtion: Nykterist	+17***	+15***	-12**	-8*	+10**	+11*	e.s.	e.s.
Alkoholkonsekvenser:								
Personliga	-11**	-13**	e.s.	e.s.	-11*	-10**	e.s.	-9*
Alkoholkonsekvenser:								
Samhälleliga	+24***	-15**	+37***	+14**	-22***	-15**	-33***	-23***
Alkoholens samhällseffekter (index)		e.s.		e.s.		-27***		-14**
Alkoholideologi (restriktiv-liberal)		-20***		+49***		-10**		-15**
Justerat R ²	.29	.33	.19	.36	.16	.19	.21	.25
Antal personer	1 002	950	977	926	897	854	1 007	954

Kommentar. Beroende variabler: fyra alkoholpolitiska förslag – se tabell 1. Värdena i tabellen är regressionskoefficienter (b-värden), där + indikerar en positiv effekt och – en negativ effekt. Endast signifikanta effekter redovisas (e.s. = ej signifikant.). Samtliga beroende variabler i tabellen är kodade 0 (minsta värdet) till 100 (högsta värdet). Samtliga oberoende variabler är kodade 0-1. Följande variabler är dummyvariabler: ålder (kontrollgrupp: 31-64 år), kön (kontrollgrupp: man), inkomst (kontrollgrupp: medelhöginkomst), utbildning (kontrollgrupp: låg/ej eftergymnasial utbildning), etnicitet (kontrollgrupp: född i Sverige) samt alkoholkonsumtion: nykterist (kontrollgrupp: nyttjare av alkohol). Följande är kontinuerliga: Religiositet (bönfrekvens per år), ideologi (femgradig skala, vänster 0 – höger 1), alkoholkonsekvenser (0 negativa konsekvenser överväger kraftigt – 1 positiva konsekvenser överväger kraftigt) samt alkoholens samhällseffekter (index) (0 alkoholen har mycket liten betydelse för åtta samhällsproblem – 1 mycket stor betydelse). P-värden: ***<.001; **>.01. *<.05.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2015.

Upplevelsen av alkoholens effekter på konkreta samhällsproblem tycks inte ha någon betydelse alls för åsikter om skattenivån och monopolet, men en viss betydelse i reklamfrågan. För åsikter om serveringskrav är effektindexet däremot den enskilt viktigaste förklaringsfaktorn: ju större man upplever alkoholens negativa samhällseffekter desto positivare är man till skärpta krav. Att den mest konkreta frågan om alkoholens negativa konsekvenser har störst betydelse – samtidigt som vänster–högerideologi och alkoholideologi har relativt sett svagare effekter – för åsikter i just serveringsfrågan borde rimligen tolkas som att utskänkningskraven uppfattas som en mer pragmatisk fråga och därmed är mindre ideologiskt laddade.

Även effekterna av medborgarnas alkoholvanor skiftar mellan de fyra frågorna. Ett sätt att tolka dessa variationer är att utgå ifrån på vilket sätt styrmedlen påverkar enskilda alkoholkonsumenter. Skatt är en omedelbar olägenhet för konsumenten, en kostnad oavsett om man köper sin alkohol på systemet eller på krogen. Försäljningsmonopolet och serveringskraven påverkar hur lättvindigt medborgarna har tillgång till alkohol, men det är inte lika uppenbart ett personligt umbärande som skatten är. Reklamförbud har ingen direkt negativ inverkan på den enskilde alkoholkonsumenten. Mot bakgrund av detta kan variationen när det gäller effekterna av alkoholvanor ses som ett utslag av egenintressets betydelse – effekten av alkoholvanor är störst för skattefrågan, lägre för monopol- och serveringsfrågorna och saknas för reklamfrågan.

Alkoholideologin är en grundbult i alkoholpolitiken

Sammantaget har kapitlets resultat visat att människors upplevelser av alkoholens betydelse för olika samhällsproblem liksom deras ideologiska åsikter har stor betydelse för hur de bedömer olika alkoholpolitiska styrinstrument. Det vi har kunnat påvisa är att alkoholideologin – det nya mått som vi introducerat – i hög grad bidrar till att bättre förstå svenska folkets alkoholpolitiska åsikter. I själva verket kan alkoholideologin tolkas som ett uttryck för ett slags socialt samvete. Det är till stor del detta samvete som möjliggör en restriktivt svensk alkoholpolitik.

Vi kan också slå fast att även om alkoholideologi delvis är relaterat till vänster–högerideologi är det en separat faktor som bidrar med egen förklaringskraft i sammanhanget.

Resultaten från de nya frågorna om alkoholens mer specifika samhällseffekter, i kombination med de tidigare resultaten på samma tema (Holmberg m.fl., 2015), tolkar vi som att människor gör mer eller mindre pessimistiska bedömningar av alkoholens generella samhällskonsekvenser, men det tycks som att dessa effektnalyser oftast inte är mer nyanserade än så.

Uppenbarligen finns ett samband mellan människors alkoholideologi och deras problemupplevelse – de som upplever problemen som större och mer negativa är också mer alkoholrestriktiva. Men är det verklighetsbilder som formar ideologin eller är det kanske ideologin som påverkar bilden av verkligheten – och gör att

man ser det man vill se? Båda tolkningarna är möjliga och framtida studier med mer innovativ forskningsdesign får söka svaret på denna fråga.

Noter

- ¹ Frågan ställdes även i SOM-undersökningen 2005.
- ² På internet gäller i princip samma regler som i tryckta medier, med undantaget att man även får göra reklam för alkoholdrycker som innehåller mer än 15 volymprocent alkohol. Även här har det dock visat sig finnas möjligheter att kringgå reglerna genom att ursprungslandet inte är Sverige.
- ³ Frågor om skatthöjningar på alkohol har även ställts tidigare, bland annat inom ramen för Valundersökningarna vid statsvetenskapliga institutionen, Göteborgs universitet (jämför Holmberg, 1981).

Referenser

- Elmeland, Karen, & Susanne Villumsen (2013) Changes in Danish public attitudes and norms regarding alcohol consumption and alcohol policy, 1985-2011. *Nordic Studies on Alcohol and drugs*, 30:6, 525-538.
- Giesbrecht, Norman, Anca Ialomiteanu & Lise Anglin (2005) Drinking patterns and perspectives on alcohol policy: Results from two Ontario surveys. *Alcohol and alcoholism*. 40:2, 132-139.
- Holmberg, Sören (1981) *Svenska väljare*. Stockholm: Liber.
- Holmberg, Sören, David Karlsson & Lennart Weibull (2015) Alkoholen som samhällsproblem. I Bergström, A., Johansson, B., Oscarsson H., & Oskarsson, M. (red) *Fragment*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Holmberg, Sören & Lennart Weibull (2012) Alkoholkonsumtion – vanor och volym. I Weibull, L, Oscarsson, H, Bergström, A (red) *I framtidens skugga*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Holmberg, Sören & Lennart Weibull (2014) Restriktivare alkoholopinion men liberalare alkoholvanor. I Oscarsson, H, Bergström, A (red) *Mittfåra och marginal*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Karlsson, David (2012) Alcohol policy and local democracy in Sweden. *Nordic Studies on Alcohol and Drugs*, 29:3, 233-252.
- Koski-Jännes, Anja, Marjo Pennonen & Laurence Simmat-Durand (2016) Treatment Professionals' Basic Beliefs About Alcohol Use Disorders: The Impact of Different Cultural Contexts. *Substance Use & Misuse*, 51:4, 479-488.
- Lucchetti, Giancarlo, Harold G Koenig, Iiana Pinsky, Ronaldo Laranjeira & Homero Vallada (2014) 'Religious beliefs and alcohol control policies: a Brazilian nationwide study', *Revista Brasileira De Psiquiatria*, 36: 4-10.

- Moskalewicz, Jacek, Łukasz Wieczorek, Thomas Karlsson & Esa Österberg (2013) Social support for alcohol policy: Literature review. *Drugs: Education, Prevention and Policy*, 20: 361-74.
- Proposition* 2013/14:1 2014 års budgetproposition.
- Proposition* 2013/14:100 2015 års ekonomiska vårproposition.
- Ramstedt, Mats (2010) *Tal om alkohol 2010 – en statistisk årsrapport från Monitorprojektet*. Centrum för socialvetenskaplig alkohol- och drogforskning (SoRAD), Stockholms universitet.
- Storvoll, Elisabet, Inger Synnöve Moan & Jostein Rise (2014) Predicting attitudes toward a restrictive alcohol policy: using a model of distal and proximal predictors. *Psychology of Addictive Behaviors*, 29:2, 492-499.
- Sommarström Carina, Terese Ydremark & Per Leimar (2015) *Gå före eller... Utgångspunkter och frågeställningar inför samtal om nykterhetsrörelsens vägval*. Stockholm: Nykterhetsrörelsens bildningsverksamhet (NBV).
- SOU 2003:69 *Alkoholreklam i tryckta skrifter i ett folkhälsoperspektiv*. Stockholm: Frites
- SOU 2004:86. *Var går gränsen?* Delbetänkande av alkoholinförslutredningen. Stockholm: Frites
- SOU 2005:25 *Gränslös utmaning. Alkoholpolitik för en ny tid*. Stockholm: Frites.

ALKOHOLOPINIONEN OCH VERKLIGHETEN

SOM-undersökningen 2016

SOM-rapport nr 70

Larmar och gör sig till

ALKOHOLOPINIONEN OCH VERKLIGHETEN

DAVID KARLSSON, SÖREN HOLMBERG
OCH LENNART WEIBULL

Sammanfattning

I kapitlet visas att stödet för Sveriges restriktiva alkoholpolitik är brett och att opinionsutvecklingen över tid går i än mer restriktiv riktning. Svenska folkets alkoholpolitiska åsikter har samband med vilka verklighetsuppfattningar man har om alkoholkonsumtionens konsekvenser. Ju mer pessimism beträffande alkoholens effekter och problemets omfattning i Sverige desto mer restriktiv är hållningen till alkoholpolitiska styrinstrument. Däremot tycks upplevelser av att närstående dricker för mycket – vilket 37 procent av svenska folket har – inte ha någon betydelse för åsikter om alkoholpolitik.

Ett skäl till varför människor är oeniga om vilken politik som bör föras har att Egöra med skillnader i individernas ideologiska principer och föreställningar om vad ett gott samhälle är. Men även när vi delar samma principer är vi inte alltid överens om hur den värld vi lever i ser ut och fungerar. Vi har alla olika erfarenheter och skapar våra verklighetsföreställningar från olika kunskapskällor. När verklighetsbilderna går isär, till exempel kring vilka typer av konsekvenser som vissa samhällsföreteelser medför, kommer vanligen också de politiska prioriteringarna att skilja sig åt.

I detta kapitel kommer vi att studera hur människors kunskap om alkoholkonsumtionen och dess konsekvenser förhåller sig till åsikter om vilken alkoholpolitik Sverige bör föra. Det handlar dels om mycket konkreta erfarenheter av alkoholkonsumtion, närmare bestämt om människor har egna upplevelser av att närstående dricker för mycket, dels om vilka generella verklighetsuppfattningar de har om alkoholkonsumtionens omfattning och effekter.

Kapitlet är en rapportering av ett flerårigt projekt där vi analyserar alkoholopinionen i Sverige.¹ Projektets syftar till att bygga upp en bred förståelse över de faktorer som påverkar vad svenska folket tycker om svensk alkoholpolitik. Steg för steg provar vi nya förklaringsfaktorer kopplade till människors sociala bakgrund, dryckesvanor, problemupplevelser och värderingar. I detta kapitel ligger fokus på erfarenhets- och kunskapsperspektiv.

Internationell forskning har visat att människor har lättare att acceptera politiska styrmedel om de ingriper mindre i deras liv – och det är förstås storkonsumenter av alkohol som personligen påverkas mest av den restriktiva alkoholpolitiken

(Diepeveen m.fl., 2013). I tidigare studier där vi bland annat undersökt samspelet mellan alkoholvanor och attityder till alkohol som samhällsproblem och politisk fråga är ett huvudresultat att alkoholkonsumtion samvarierar positivt med en liberal inställning i alkoholpolitiska frågor (Holmberg & Weibull, 2006, 2007, 2012, 2013, 2014 – jfr. Giesbrecht m.fl., 2005; van der Sar m.fl., 2012).

Hur alkoholens problem förstås i Sverige har förändrats över tid liksom instrumenten att komma till bukt med dessa problem (Edman & Olsson, 2014). Våra tidigare studier har visat att en majoritet av svenska folket anser att alkoholkonsumtion har positiva eller neutrala konsekvenser för dem själva, men negativa konsekvenser för samhället. Människor upplever alkoholens problem som störst på nationell nivå, som något mindre på lokal nivå – den egna kommunen – och som allra minst i den privata sfären. Problemupplevelsen är en avgörande förklaringsfaktor för bedömningen av olika politiska förslag på det alkoholpolitiska området. När människor tar ställning till alkoholpolitiska styrinstrument som på olika sätt försvårar deras möjligheter att konsumera alkohol är det analysen av alkoholens samhällseffekter som är den starkaste förklaringsfaktorn, och endast i mindre grad upplevelserna från den privata sfären. Överlag gör människor mer eller mindre pessimistiska bedömningar av alkoholens generella samhällskonsekvenser, men det tycks som att dessa bedömningar inte är särskilt nyanserade när det gäller betydelsen av effekter på olika områden som till exempel folkhälsa, otrygghet och ansvarslöshet (Holmberg, Karlsson & Weibull, 2015; Karlsson, Weibull & Holmberg, 2016).

En annan faktor som i dessa tidigare studier tonat fram som central är värderingar och ideologi. Det är inte förvånande att traditionella politiska dimensioner som vänster-högerideologi bidrar till att förklara åsikter om politiska styrmedel som berör skatters storlek och statens roll i förhållande till individen. Men det finns även politiska värderingar specifikt kopplade till alkohol, en alkoholideologi, som har stor betydelse för åsikter om alkoholpolitiska styrinstrument. Den specifika alkoholideologin kan mycket väl vara en viktigare förklaring bakom alkoholopinionen än både vänster-högerideologi, problemupplevelser och livsstilsfaktorer – även om det är svårt att jämföra och hålla isär dessa faktorer (Karlsson, Weibull & Holmberg, 2016).

Vi har alltså sett att det finns ett samband mellan människors alkoholideologi och deras problemupplevelse – de som upplever problemen som större och mer negativa är också mer alkoholrestriktiva. Men är det verklighetsbilder som formar ideologin eller är det kanske ideologin som påverkar bilden av verkligheten – och gör att man ser det man vill se? Båda tolkningarna är möjliga. I detta kapitel kommer vi att gå vidare med denna fråga och undersöka sambandet mellan människors erfarenheter och verklighetsbilder och deras åsikter om alkoholpolitik.

Resultat från amerikansk forskning tyder på att människors erfarenheter av att andra i ens närhet dricker för mycket påverkar deras åsikter i en alkoholrestriktiv riktning (Greenfield m.fl., 2007). Vår förväntning är därför att människor som

har nära privata erfarenheter av alkoholens skadeverkningar borde uppvisa ett starkare stöd för en restriktiv alkoholpolitik. På samma sätt förväntar vi oss att människor som upplever att alkoholkonsumtionens omfattning i Sverige är större och skapar större problem rimligen är mer positiva till restriktiv politik än de som menar att drickandet är mindre och konsekvenserna mindre skadliga eller till och med hälsofrämjande.

Alkoholopinionen – åsikter om alkoholpolitiska styrmedel

Det finns en rad alkoholpolitiska styrinstrument, varav skatter och restriktioner i fråga om försäljning och servering tillhör de mest effektiva (Barbor, 2010). I 2016 års SOM-undersökning ställdes två frågor om försäljningsrestriktioner och två om skatter.

Den centrala restriktionen i tillgången på alkohol i Sverige är Systembolagets försäljningsmonopol. Monopolet har gamla anor och har tidvis varit uppe till politisk diskussion. Generellt har det sedan 1990-talet blivit längre öppettider och på 2010-talet har det funnits förslag om så kallad gårdsförsäljning av vin. Systembolagets monopol har dock tills vidare behållits och gårdsförsäljning av alkohol har hittills inte realiserats. Inställning till monoopolet har undersökts i en rad olika studier sedan 1970-talet (se t.ex. Leifman, 1998). En fråga om det är ett bra eller dåligt förslag *att tillåta försäljning av starköl, vin och sprit i livsmedelsbutiker* har ställts i SOM-undersökningarna sedan 2001.

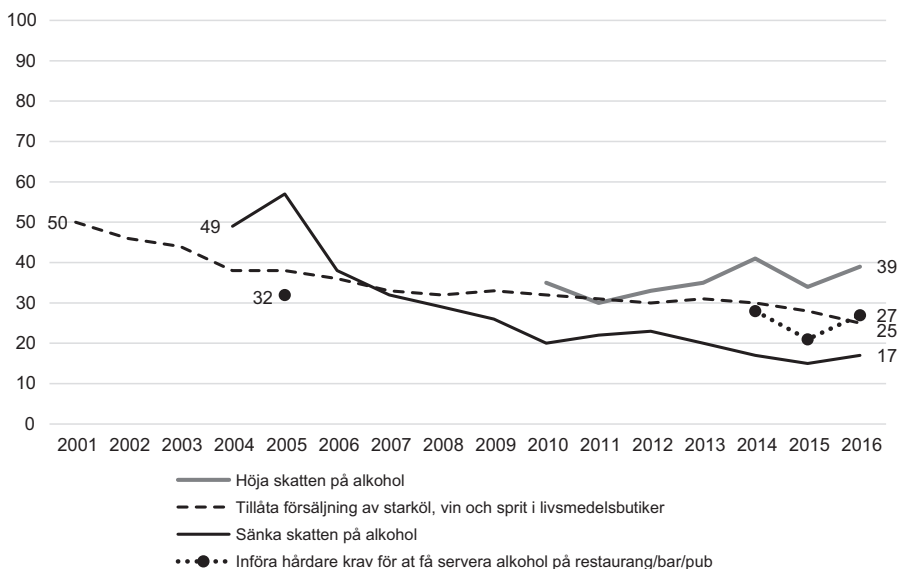
Restriktioner i fråga om tillgänglighet handlar inte bara om försäljning utan även om servering på barer, restauranger och dylikt. Principerna för vilka krav som ställs på ett serveringstillstånd återfinns i alkohollagen och tillämpningen av lagstiftningen ligger på kommunerna. Kommuner kan skilja sig åt när det gäller tillståndsgivningen, exempelvis hur många tillstånd som delas ut, vilka krav som ställs och hur dessa följs upp. Studier av politikernas åsikter i frågan har visat på inte obetydliga skillnader i synen på alkoholfrågor (Karlsson, 2012). I SOM-undersökningen har ställts en fråga, där svars personer får ta ställning till om det är ett bra eller ett dåligt förslag *att införa hårdare krav för att få servera alkohol på restaurang/bar/pub*.

När det gäller alkoholskatt har den politiska linjen normalt varit att upprätthålla en hög nivå – och att stegvis höja skatten. Detta har ofta speglat en politisk vilja att anpassa priset till den allmänna kostnadsnivån. I början på 2000-talet uppkom dock ett alternativt synsätt som innebar att den svenska alkoholskatten borde sänkas för att motverka privatinförsel av alkohol under de då nya EU-reglerna (SOU 2004:86, SOU 2005:25). Förslaget kom inte att genomföras, utan istället aktualiserades några år senare en höjning av skatten mot bakgrund av fallande realpriser på alkohol. Mot bakgrund av den dåvarande debatten introducerades i SOM-undersökningen 2005 en fråga om det var ett bra eller dåligt förslag *att sänka skatten på alkohol*. Senare tillkom även en motsvarande fråga om att *höja*

alkoholskatten. Den senare frågan ställdes för första gången i den nationella SOM-undersökningen 2010 (Holmberg, Karlsson & Weibull, 2015).²

Utfallet av de fyra frågorna i 2016 års undersökning finns redovisat i figur 1. I fråga om restriktionerna visar allmänheten ett klart stöd beträffande alkoholmonopolet: närmare 60 procent anser att det är ett dåligt förslag att tillåta försäljning av alkohol i livsmedelsbutiker, endast en fjärdedel är för. När det gäller att öka kraven för alkoholservering går opinionen i en annan riktning: 30 procent är för medan drygt 35 procent är emot. En stor andel av svarspersonerna placerar sig i mitten och en relativt stor andel anger också att de saknar uppfattning (se kommentaren till tabell 1).

Figur 1 *Befolkningens stöd för att sänka alkoholskatten samt för att tillåta alkoholförsäljning i livsmedelsbutiker 2001–2016 (procent)*



Kommentar: I SOM-undersökningen ställdes frågan "Vilken är din uppfattning om följande förslag?" och svaren för vart och ett av de i figuren citerade förslagen angavs på en skala från "mycket bra förslag" till "mycket dåligt förslag", samt – för frågorna om försäljning och servering men inte för skattefrågorna – svarsalternativet "ingen uppfattning". I figuren redovisas andelen som svarade "mycket" eller "ganska bra förslag".

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2001–2016.

Opinionsutvecklingen uppvisar ett tämligen entydigt mönster: det starka stöd för liberalisering av alkoholpolitiken som fanns i början av 2000-talet har vänt till ett klart minskande stöd (figur 1, jfr. Hübner, 2012). Den största förändringen uppvisar svaren på frågan om att sänka skatten. Den alkoholliberala opinionen

hade sin topp 2005 då närmare 60 procent var för skattesänkning. Knappt ett decennium senare är andelen nere under 20 procent. Den stora nedgången i stödet för skattesänkning skedde fram till 2010. Förslaget att höja skatten på alkohol har sedan det började ställas haft betydligt större stöd än förslaget att sänka skatten. Den nedgång i stödet för skattehöjning som fanns 2015 verkar ha varit tillfällig och stödet för skattehöjningar ökar långsamt efter en svacka 2015. Detsamma gäller stödet för ökade krav på reglerna för serveringstillstånd.

Stödet för en avveckling av Systembolagets försäljningsmonopol har på ett motsvarande sätt förändrats i en klart mer alkoholrestriktiv riktning. Opinionsstödet för monopolet 2016 är det högsta som uppmätts i någon SOM-undersökning. Den bild som framträder är att den alkoholrestriktiva opinionen som långsamt växt fram under de senaste tio åren består (Karlsson, Weibull & Holmberg, 2016).

Erfarenheter av alkohol

Kunskap och expertis värderas högt i vårt samhälle. Vi vill gärna tro att politiska beslut grundas på vetenskapliga rön och beprövad erfarenhet. Men i en representativ demokrati krävs inte bara att makthavarna är kunniga och lutar sig mot expertis; även vi medborgare måste ha kunskaper om hur världen fungerar för att fatta underbyggda beslut. En central fråga i opinionsforskningen är därför hur stora kunskaper medborgarna egentligen har, och i vilken grad kunskap påverkar politiska åsikter.

En typ av kunskap är de erfarenheter vi själva bär med oss från relationer och händelser i våra egna liv. I alkoholsammanhang är de egna dryckesvanorna ett exempel på sådana erfarenheter – både hur ofta vi dricker och i vilka sammanhang. Vi har tidigare ställt frågor i vad mån människor upplever alkoholens konsekvenser som övervägande positiva eller övervägande negativa för dem själva personligen. Det visar sig att människor har mycket delade meningar om detta, men de positiva är något fler än de negativa – och mest positiva är de som dricker mest (Holmberg, Karlsson & Weibull, 2015). För att ytterligare fördjupa denna problematik har vi utformat en ny fråga som eftersöker i vilken grad människor själva har kommit i nära kontakt med alkoholens negativa konsekvenser: I den nationella SOM-undersökningen 2016 ställdes frågan ”Finns det någon eller några personer i din nära omgivning som enligt din uppfattning dricker för mycket alkohol?”. Det är möjligt att människor har olika uppfattningar om hur mycket som är ”för mycket”, men uttrycket ”dricker för mycket” står rimligen för att alkoholkonsumtionen har fått negativa konsekvenser.

Resultaten från SOM-undersökningen visar att det endast är en minoritet, 44 procent, som svarar entydigt ”nej” på denna fråga medan 19 procent svarar ”vet ej”. Det betyder att en dryg tredjedel, 37 procent, svarar ”ja” på frågan. Denna andel är marginellt högre än vad andra aktuella studier funnit när liknande frågor ställts (Sundin m.fl., 2015). I gruppen som svarar ja är det 4 procentenheter som

Tabell 1 Egen upplevelse av personer i närheten som dricker för mycket (procent) samt verklighetsbilsfrågor 2016 (medelvärde 0–100)

	Någon närstående dricker för mycket (procent)	En måttlig konsumtion av vin är bra för hälsan (0–100)	Alkoholkonsumtionen är ett större problem i Sverige än i resten av EU (0–100)	Svenska ungdomar dricker allt mindre alkohol (0–100)	Minsta antal svars- personer
Samtliga	37	53	35	52	1 631
Kön					
Kvinnor	39	51	38	48	594
Män	34	54	32	56	567
Alder					
15–29	40	48	31	40	182
30–49	44	52	36	49	294
50–64	38	52	36	53	347
65–85	28	56	36	60	310
Utbildning					
Låg-/medelutbildad	34	54	34	50	656
Högutbildad	40	51	36	55	489
Hushållsinkomst					
Hög (700+ tkr)	40	53	33	57	371
Medel (300–699 tkr)	38	51	35	51	494
Låg (–299 tkr)	33	56	36	49	235
Etnicitet					
Uppväxt i Sverige	37	52	34	53	1 056
Uppväxt i utlandet	30	62	44	42	102
Alkoholvanor					
Nykterist	33	39	45	43	140
Måttlig konsument	37	50	35	47	507
Aktiv konsument	38	60	32	60	487
Någon nära dricker för mycket					
Ja	–	49	38	49	449
Nej	–	55	33	54	695
Vänster-högerideologi					
Klart till vänster	47	50	32	60	112
Något till vänster	38	52	33	54	221
Varken eller	32	51	38	46	344
Något till höger	39	53	36	51	297
Klart till höger	37	62	29	60	143

Kommentar: Tabellen presenterar procentandelen av de svarande som svarat ja på frågan "Finns det någon eller några personer i din nära omgivning som enligt din uppfattning dricker för mycket alkohol?" och medelvärden för svaren på tre verklighetsbilsfrågorna som citeras i kolumnrubrikerna. I frågeformuläret femgradig svarskala som här har omkodats till en skala från 0 (helt felaktigt påstående) till 100 (helt riktigt påstående) – se I tabell 2. Resultaten redovisas för olika kategorier av människor. Med "högutbildad" avses eftergymnasial utbildning. Med "nykterist" avses att man inte druckit sprit/vin/ starköl under senaste året, med "måttlig konsument" att man druckit någon gång i månaden eller mer sällan medan "aktiv konsument" avser att man druckit någon eller flera gånger i veckan. "Problembild" bygger på frågan "Sammantaget, anser du att alkoholkonsumtionens positiva eller negativa konsekvenser överväger [för samhället]/[för dig personligen]". Se Karlsson, Holmberg och Weibull (2017) för mer detaljer.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2016.

svarar att den närstående som dricker för mycket är de själva, 16 procentenheter att det är en nära familjemedlem och 22 procent en nära vän (eftersom man kan svara kombinationer av dessa alternativ överstiger procentsumman 37 procent) (Karlsson, Holmberg & Weibull, 2017).

I tabell 1 – den första resultat-kolumnen – presenteras hur stor andel av olika grupper av människor som har en närstående som de upplever dricker för mycket.

Resultaten i tabell 1 visar att kvinnor, yngre, svenskfödda, högutbildade samt höginkomsttagare har fler i sin närhet som upplevs dricka för mycket. Nykterister har något färre i sin närhet som dricker för mycket, men i övrigt finns inga samband med hur mycket man dricker själv – vilket är något förvånande. Möjligen är det så att människors uppfattningar om vad det innebär att dricka ”för mycket” skiftar beroende på hur mycket de själva dricker.

Verklighetsbilder av alkohol

Vid sidan av dessa privata erfarenheter kan även mer generella verklighetsföreställningar om alkoholkonsumtionens effekter ha betydelse för synen på alkohol som samhällsproblem. Vi vet till exempel att människors föreställningar om hur effektiva olika alkoholinstrument är påverkar deras åsikter om dessa instrument (Storvoll m.fl., 2015). En annan typ av verklighetsföreställningar rör uppfattningar om alkoholens konsekvenser för människokroppen och hur mycket det egentligen dricks i Sverige. I 2016 års SOM-undersökning fick de svarande ta ställning till tre påståenden på detta tema. Resultaten från dessa frågor presenteras i tabell 2.

Tabell 2 Verklighetsuppfattningar: Vilken är din uppfattning om följande påståenden? 2016 (procent och medelvärde 0–100)

	Helt felaktigt påstående			Helt riktigt påstående		Ingen uppf.	S:a	Medelvärde 0–100
	1	2	3	4	5			
En måttlig konsumtion av vin är bra för hälsan	9	13	30	21	10	17	100	53
Alkoholkonsumtionen är ett större problem i Sverige än i resten av EU	21	18	21	8	4	28	100	35
Svenska ungdomar dricker allt mindre alkohol	13	11	18	18	12	28	100	52

Kommentar: Frågeformuleringen citeras i rubriken och svarskalan i tabellens kolumnrubriker. I frågeformuläret graderades svarsalternativen 1–5; dessa värden har i medelvärdesberäkningen omkodats till 0–100. Antalet svarande är 1 631–1 636.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2016.

Nu är emellertid kunskap i samhällsfrågor sällan något entydigt. Också ledande experter kan vara djupt oeniga om vad som är rätt och fel. Det är i sådana fall vanskligt att diskutera människors verklighetsbilder som exempel på kunskap eller okunskap. Det första verklighetsbildspåståendet i tabell 2 är ett bra exempel på detta. Frågan i formen av ett påstående gäller en av de mest omdebatterade frågeställningarna kring vad alkoholkonsumtion medför: ”En måttlig konsumtion av vin är bra för hälsan”. Att alkoholkonsumtion har negativa hälsoeffekter är mycket väl belagt, men en rad forskningsrapporter som indikerar att små mängder alkohol kan vara nyttigt har också publicerats (för en översikt se Andréasson & Allebeck, 2015,) och särskilt de positiva rönen har fått uppmärksamhet i massmedia.³ Det är därför inte konstigt om människor har bibringats uppfattningen att påståendet är korrekt. Men ledande alkoholforskare har också ifrågasatt dessa resultat och påpekat att effekterna endast gäller vissa åldersgrupper och vissa sjukdomsdiagnoser (se t.ex. Chikritzhs m.fl. 2015; Andréasson m.fl. 2014). Hur svenska folket ställer sig till påståendet om alkoholens hälsofrämjande effekter redovisas i tabell 2.

Resultaten visar att 31 procent anser att påståendet om de positiva hälsoeffekterna är riktigt, 22 procent att det är felaktigt, 30 procent svarar varken det ena eller det andra och 17 procent anger ingen uppfattning. Svenska folket har alltså mycket delade meningar i denna fråga, även om det är något fler som tror på påståendet än som anser att det är felaktigt.

Den andra verklighetsbildfrågan är påståendet ”Alkoholkonsumtionen är ett större problem i Sverige än i resten av EU”. Här är det möjligt att vissa individer tänker på hur drickande går till, och bedömer att den fyllerikultur med återföljande ordningsproblem som ibland förknippas med Skandinavien ställer till med större bekymmer än så kallat kontinentalt drickande (jfr. Johansson, 2008). Men om det istället är de sammantagna folkhälsoproblemen som vägs in borde det vara väl känt att alkoholkonsumtionen i Sverige på grund av den restriktiva alkoholpolitiken är lägre och problemen därför klart mindre än genomsnittet i EU (se t.ex. WHO, 2014). Av svaren att döma håller de flesta människor med om den senare tolkningen, eftersom 39 procent anser att påståendet är felaktigt och endast 12 procent att det är riktigt. Tjugoen procent svarar varken eller och 28 procent är tveksamma.

Rörande det tredje påståendet är det ännu lättare att avgöra vad som är rätt eller fel svar: ”Svenska ungdomar dricker allt mindre alkohol”. Detta faktum är väl belagt av flera studier (se t.ex. Englund, 2016; Holmberg & Weibull, 2014) och som kunskapsfråga betraktat är detta alltså den bästa av de tre. Det är också något fler (30 procent) som – korrekt – anser att påståendet är riktigt än som anser att det är felaktigt (24 procent). 18 procent svarar varken eller och 28 procent har ingen uppfattning.⁴

I tabell 2 presenteras hur olika grupper av människor ställer sig till de tre påståendena. Vilka gruppstillhörigheter och egenskaper som påverkar verklighetsbilden har också analyserats i en multipel regressionsanalys (för detaljer, se Karlsson, Holmberg & Weibull, 2017). Resultaten visar bland annat att äldre är bättre informerade om att ungas drickande minskar än vad de unga själva är. Kvinnor,

utlandsfödda och människor som står till höger i politiken är (felaktigt) mer skeptiska till påståendet om ungas minskade drickande. Människor som dricker alkohol ofta och ser alkoholens samhällseffekter som mer positiva är dock mer benägna att (korrekt) instämma i detta påstående. Män, unga och människor som i högre grad upplever alkoholens effekter som positiva på det personliga planet tar i högre grad (korrekt) avstånd från påståendet att alkoholproblemen i Sverige skulle vara större än i övriga EU. Inga andra signifikanta skillnader finns i denna fråga. Grupper som utlandsfödda, alkoholliberala, och de som dricker mycket alkohol och upplever alkoholens effekter som positiva på det personliga planet är mer benägna att hålla med om att alkohol kan ha positiva hälsoeffekter. Människor med egen erfarenhet av närstående som dricker för mycket tar dock i högre grad avstånd från detta påstående.

Erfarenheter, verklighetsbilder och alkoholpolitik

Avslutningsvis undersöker vi hur människors erfarenheter och verklighetsbilder hänger samman med uppfattningar i alkoholpolitiska frågor. I tabell 3 presenteras samband mellan frågor om erfarenhet och alkoholkonsumtion, verklighetsuppfattningar, åsikter om alkoholpolitiska förslag, problemupplevelser samt alkoholideologi. Sambanden mellan verklighetsuppfattningar och alkoholpolitiska åsikter har även testats i en multipel regressionsanalys (för detaljer om den senare analysen, se Karlsson, Holmberg & Weibull, 2017).

Resultaten visar att människor med erfarenhet av närstående som dricker för mycket är något mer alkoholrestriktiva, men sambanden är svaga. Det finns inga signifikanta samband mellan att ha närstående som dricker för mycket och problemupplevelser på samhällelig eller personlig nivå. En kontrollanalys visar att erfarenhet av närstående som dricker för mycket inte har någon signifikant effekt på människors åsikter om alkoholpolitiska förslag under kontroll för sociala egenskaper och allmänideologisk position. Att dessa påtagliga erfarenheter av alkoholens negativa effekter inte spelar någon roll för människors politiska åsikter kan tyckas förvånande. Men resultaten från sambandsanalysen i tabell 3 visar samtidigt att människors erfarenhet av alkoholkonsumtion *har* betydelse, men då gäller det främst omfattningen på det *egna drickande*. Hur ofta människor dricker alkohol har ett klart starkare samband med alkoholpolitiska uppfattningar och problemanalys än upplevelser av att närstående dricker för mycket. Ju mer man dricker själv desto mer alkoholliberal är man och desto mer positivt upplever man alkoholkonsumtionens effekter. Att privata erfarenheter av konsumtion men inte av närståendes problem har samband med politiska åsikter skulle kunna tolkas att som egenintresset här väger tyngre än själva erfarenheten – en mer restriktiv politik drabbar storkonsumenters plånbok mer. Och att den egna konsumtionen och mer optimistiska verklighetsuppfattningar om alkohol har ett positivt samband skulle möjligen kunna tolkas som ett utslag av önsketänkande.

Tabell 3 Samband mellan erfarenheter av och verklighetsuppfattningar kring alkoholkonsumtion, alkoholpolitiska förslag, problemupplevelser samt alkoholideologi 2016 (Tau b)

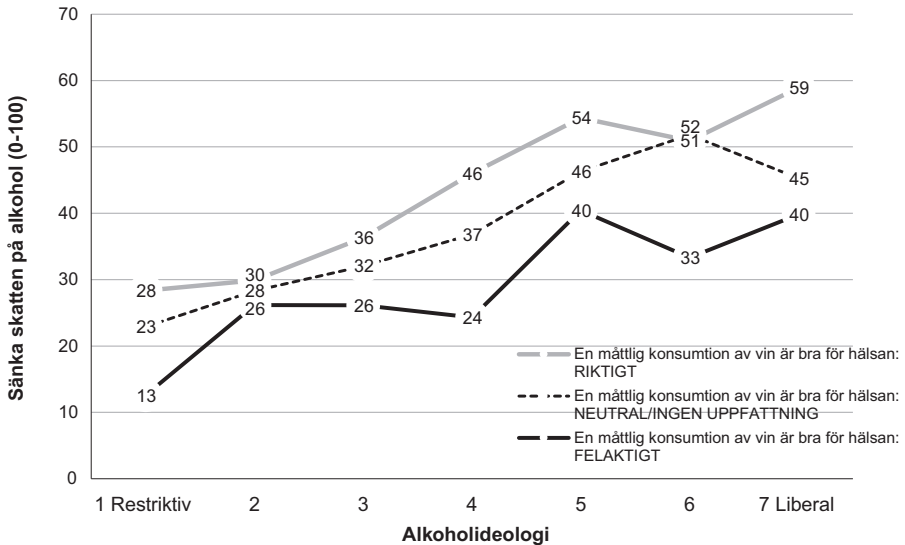
	A Alko. frekvens	B När- stående drickande	C Pos. hälso- effekter	D Neg. Sverige- bild	E Unga dricker mindre
A Alkoholkonsumtion: Frekvens (ggr per år)	–				
B Någon närstående dricker för mycket (=1)	e.s.	–			
C En måttlig konsumtion av vin är bra för hälsan	+20***	–10***	–		
D Alkoholkonsumtionen är ett större problem i Sverige än i resten av EU	–09***	+08**	e.s.	–	
E Svenska ungdomar dricker allt mindre alkohol	+17***	–06*	+13***	–05*	–
Sänka skatten på alkohol	+20***	–06**	+23***	–07**	e.s.
Tillåta försäljning av starköl, vin och sprit i livsmedelsbutiker	+14***	–06*	+23***	e.s.	+06*
Införa hårdare krav för att få servera alkohol på restaurang, bar, pub	–26***	e.s.	–15***	+15***	–06*
Alkoholkonsekvenser: Personliga	+33***	e.s.	+27***	–12***	+10***
Alkoholkonsekvenser: Samhälleliga	+24***	e.s.	+20***	–10***	+11***
Alkoholideologi (restriktiv-liberal)	+10***	–06*	+19***	–06*	e.s.

Kommentar. Tabellen redovisar sambandsmått (Tau b) mellan svaren på de frågor som citeras i tabellen. Antalet svarande på de olika frågorna är 964–1 602. "Alkoholkonsumtion: Frekvens" avser gånger per år människor dricker alkohol. "Någon närstående dricker för mycket" är kodad 0 (nej/vet ej) och 1 (ja). De tre verklighetsbildsfrågorna är kodade på en femgradig skala (1 helt felaktigt – 5 helt riktigt). Frågor om alkoholkonsekvenser är kodade på en sjugradig skala (-3 negativa konsekvenser överväger kraftigt – +3 positiva konsekvenser överväger kraftigt). "Alkoholideologi" är kodad på en femgradig skala (1 Det måste finnas tydliga samhälleliga restriktioner när det gäller människors alkoholkonsumtion (t ex lagar, skatter, öppettider och åldersgränser) – 5 Det behövs inga samhälleliga restriktioner, eftersom enskilda människor själva måste ta ansvar för sin alkoholkonsumtion). Se Karlsson, Holmberg och Weibull (2017) för mer detaljer om frågorna. Endast signifikanta samband redovisas i tabellen (e.s. = ej signifikant). P-värden: *** < .001; ** < .01; * < .05.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2016.

De som har föreställningen att alkoholkonsumtion kan medföra hälsovinster tenderar också att ha mer liberala alkoholpolitiska åsikter. Kontrollanalyser med multipel regressionsanalys (Karlsson, Holmberg & Weibull, 2017) bekräftar att ju mer optimistiska människor är om alkoholens hälsoeffekter desto mer alkohol-liberala är de i både skattesänkings- och monopolfrågan. Och detta under kontroll för just deras alkoholideologiska position, vilket illustreras i figur 2. Även bland de allra mest alkoholliberala är viljan att sänka skatten på alkohol begränsad om man själv är skeptisk till alkoholens positiva hälsoeffekter. Hälsofrågan är alltså ett tydligt exempel på ett fall där verklighetsbild kompletterar ideologi när politiska åsikter formeras.

Figur 2 Åsikter om att sänka skatten på alkohol efter alkoholideologi och uppfattning om alkoholens hälsoeffekter 2016 (medelvärde 0–100)



Kommentar: Figuren redovisar svaren på frågan "Sänk skatten på alkohol" som medelvärde på en skala från 0 (mycket dåligt förslag) till 100 (mycket bra förslag) efter alkoholideologi grundad på frågan "I den politiska debatten diskuteras vem som har huvudansvaret för alkoholkonsumtionen – den enskilde eller samhället och myndigheterna. Vilken är din åsikt om detta" som besvarades på en sjugradig skala (1 [Restriktiv] Det måste finnas tydliga samhälleliga restriktioner när det gäller människors alkoholkonsumtion (t.ex. lagar, skatter, öppettider och åldersgränser) – 7 [Liberal], samt efter svaren på frågan "En måttlig konsumtion av alkohol är bra för hälsan" där svaren som besvarades på en skala från 1 (helt felaktigt påstående) till 5 (helt riktigt påstående) samt "ingen uppfattning". Här grupperas svaren 1–2 (Felaktigt), 3+ingen uppfattning (Neutral), samt 4–5 (Riktigt). Antal svarande är 1 452.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2016.

Alkoholliberala är också mer benägna att dela verklighetsuppfattningarna att unga dricker mindre och att Sveriges problem inte är värre än i övriga EU, men här är sambanden något svagare. Under kontroll för andra faktorer finns bara ett signifikant samband mellan dessa två verklighetsbilsfrågor och alkoholpolitiska åsikter: människor som uppfattar de svenska problemen som allvarigare är mer positiva till skärpta serveringskrav. Uppfattningen om utvecklingen av ungas drickande har inga signifikanta samband med alkoholpolitiska åsikter i den kontrollanalysen.

Alkoholopinion på kunskapens grund?

Svenska folkets inställning i alkoholpolitiska frågor har ändrats över tid. Opinionen till stöd den restriktiva politiken minskade i samband med EU-medlemskapet men

den har därefter stärks igen. Idag har den svenska alkoholpolitiken ett brett stöd, och allt fortsatt går opinionen i en restriktiv riktning. Den svenska opinionsutvecklingen har en klar parallell i Norge (Rossow & Storvoll, 2014) medan opinionen i till exempel Canada går i motsatt riktning (Ialomiteanu m.fl., 2014). Ett folkligt stöd för en restriktiv politik är avgörande för dess upprätthållande. Det faktum att alkoholopinionen svänger och går åt olika håll i olika länder understryker därför vikten av att söka förklaringarna till utvecklingen.

I detta kapitel har vi bidragit med ytterligare kunskaper på detta område på temat erfarenheter och verklighetsuppfattningar. En betydande andel – en dryg tredjedel – av svenska folket uppger sig ha egna erfarenheter av någon närstående som dricker för mycket. Att uppleva denna typ av problem på nära håll kan vara både prövande och omvälvande. Det är väl belagt att personer som har en storkonsument av alkohol i sin närhet upplever att de påverkas negativt andras drickande i betydligt högre utsträckning än andra (Ramstedt m.fl., 2015). Samtidigt visar våra analyser något överraskande att denna typ av erfarenhet endast har svaga samband med människors åsikter i alkoholpolitiska frågor. Visst, det finns indikationer på att nära erfarenheter gör människor något mer alkoholrestriktiva och mindre benägna att tro på alkoholens positiva hälsoeffekter. Det är dock andra faktorer som till en mycket större del bidrar till att förklara variationen i den svenska alkoholopinionen. Resultaten påminner om slutsatser i en finsk studie som också konstaterade att upplevelser av problem kopplade till alkohol i det egna hemmet inte påverkade åsikter om alkoholpolitiska styrmedel, däremot finns samband mellan alkoholpolitiska åsikter och upplevelser av störningar på grund av alkohol i lokalsamhället (Holmila m.fl., (2009). Detta har också paralleller med resultat som vi tidigare funnit, att människors upplevelser av alkoholens konsekvenser för dem själva personligen är mindre viktig för deras ställningstagande än upplevelser av alkoholens samhällseffekter (Holmberg, Karlsson & Weibull, 2015). Något förenklat skulle man kunna tolka svaren som att lösningen på mitt personliga alkoholproblem inte är svensk alkoholpolitik (makro) utan vad jag själv gör (mikro).

När det gäller mer generella verklighetsuppfattningar har vi dock hittat något starkare och mer förväntade resultat. Verklighetsuppfattningar om alkoholkonsumtionens konsekvenser kompletterar principiella hållningar och egna problemupplevelser i förklaringen av vilka åsikter människor har kring alkoholpolitiska styrinstrument. Inte minst har uppfattningar om alkoholens eventuella hälsofrämjande egenskaper en påtaglig egen effekt.

Men bilden är mer sammansatt än så. Det sammantagna intrycket är att det finns ett positivt samband mellan å ena sidan hur mycket man dricker och å andra sidan en liberal inställning i alkoholpolitiken och en optimistisk syn på alkoholkonsumtionens effekter, omfattning och utveckling. Ju mer man dricker, desto hälsosammare tror man att alkoholen är och desto mindre problem ser man med alkoholkonsumtionen på det samhälleliga och privata planet. Optimisten kan

välja att tolka dessa resultat som bevis för att svenska folkets alkoholvanor och politiska åsikter grundas i välövertänkta verklighetsuppfattningar, medan cynikern möjligen skulle misstänka att sambanden snarare kan förklaras av egenintresse och önsketänkande.

Noter

- ¹ Projektet "Alkoholopinionen – problemupplevelsens roll" finansieras av Systembolagets råd för alkoholforskning (SRA). Som en bilaga till detta kapitel har vi konstruerat en e-publicerad tabellbilaga (Karlsson, Holmberg & Weibull 2017) med fullständig deskriptiv information om de frågor kring alkohol och alkoholpolitik som vi analyseras. Där finns också redovisningar av resultat av multipla regressionsanalyser som nämns i kapitlet.
- ² Frågor om skattehöjningar på alkohol har även ställts tidigare, bland annat inom ramen för Valundersökningarna vid statsvetenskapliga institutionen, Göteborgs universitet (jämför Holmberg, 1981).
- ³ Några exempel från 2016: "Ett glas vin om dagen gör dig friskare" Mitt kök/Expressen 2016.11.30; "Nyhet: Champagne hjälper dig att hålla vikten!" Allas.se 20160805; "Fördelarna med vin – och nackdelarna" MåBra.se 20161125; "Därför är det nyttigt att dricka vin!" Femina.se 20160121; "7 anledningar att vin är bra för hälsan – enligt forskning" Nyheter24.se 20160122
- ⁴ När vi tolkar resultaten i dessa analyser går det att anlägga två perspektiv: Det ena är att undersöka vilka grupper som har större respektive mindre kunskaper (det vill säga tar avstånd från den negativa Sverigebilden och instämmer i att ungdomar dricker mindre) och det andra är att i verklighetsbilderna tolka in mer eller mindre optimistiska uppfattningar om alkoholens effekter (instämna om positiva hälsoeffekter och minskat drickande bland ungdomar men avståndstagande från negativ Sverigebild). Det är dessvärre inte möjligt att hålla isär effekter av kunskap respektive optimism/pessimism med hjälp av de frågor vi ställt eftersom de svar som vi med viss säkerhet kan säga stämmer överens med verkligheten samtidigt är exempel på svar som ger uttryck för en optimistisk syn på alkoholens effekter (att ungas drickande minskar och att Sverige *inte* har större problem än andra länder).

Referenser

Andréasson, Sven, Tanya Chikritzhs, Frida Dangardt, Harold Holder, Timothy Naimi & Tim Stockwell (2014). "Vilket är det vetenskapliga stödet för nytan av måttlig alkoholkonsumtion?" Artikel i rapporten *Alkoholen och samhället* 2014, Stockholm: IOGT och Svenska läkaresällskapet.

- Andréasson, Sven & Peter Allebeck (red) (2005). *Alkohol och hälsa. En kunskapsöversikt om alkoholens positiva och negativa effekter på vår hälsa*. Stockholm: Statens folkhälsoinstitut
- Babor, Thomas (2010). *Alcohol: no ordinary commodity: research and public policy*. Oxford: Oxford University Press.
- Chikritzhs, Tanya, Tim Stockwell, Timothy Naimi, Sven Andréasson, Frida Dangardt & Wenbin Liang (2015). "Has the leaning tower of presumed health benefits from 'moderate' alcohol use finally collapsed?" *Addiction*, 110: 726–727
- Diepeveen, Stephanie, Tom Ling, Marc Suhrcke, Martin Roland & Theresa M. Marteau (2013). "Public acceptability of government intervention to change health-related behaviours: a systematic review and narrative synthesis." *BMC Public Health*, 13:756.
- Edman, Johan & Börje Olsson (2014). The Swedish drug problem: Conceptual understanding and problem handling, 1839–2011. *Nordic Studies on Alcohol and Drugs*, 31:5–6, 503–526.
- Englund, Anna (red) (2016) *Skolevers drogvanor 2016*. Stockholm: CAN.
- Greenfield, Tomas K., Yu Ye & Norman Giesbrecht (2007). "Alcohol policy opinions in the United States over a 15-year period of dynamic per capita consumption changes: Implication for today's public health practice". *Contemporary Drug Problems*, 34/Winter 649 – 680.
- Giesbrecht, Norman, Anca Ialomiteanu, and Lise Anglin. (2005). "Drinking patterns and perspectives on alcohol policy: results from two Ontario surveys." *Alcohol and Alcoholism* 40:2, 132–139.
- Ialomiteanu, Anca R., Norman Giesbrecht, Edward M. Adlaf & Ashley Wettlaufer (2014). "Trends in public opinion on alcohol issues during a period of increasing access to alcohol: Ontario, Canada, 1996–2011". *Drug Alcohol Review*, 33:3 249–258.
- Johansson, Lennart (2008). *Staten, supen och systemet. Svensk alkoholpolitik och alkoholkultur 1855–2005*. Stockholm: Symposion.
- Holmberg, Sören & Lennart Weibull (2006) "Besök på Calle Grenz Shop", i Sören Holmberg & Lennart Weibull (red) *Du stora nya värld*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Holmberg, Sören & Lennart Weibull (2007). "Den förändrade alkoholopinionen", i Sören Holmberg & Lennart Weibull (red) *Det nya Sverige*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Holmberg, Sören & Lennart Weibull (2012). "Alkoholkonsumtion – vanor och volym", i Lennart Weibull, Henrik Oscarsson & Annika Bergström (red) *I framtidens skugga*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Holmberg, Sören & Lennart Weibull (2013). "Förändringar i alkoholopinionen", i Lennart Weibull, Henrik Oscarsson & Annika Bergström (red) *Vägskäl*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.

- Holmberg, Sören & Lennart Weibull (2014). "Restriktivare alkoholopinion men liberalare alkoholvanor", i Henrik Oscarsson & Annika Bergström (red) *Mittfära och marginal*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Holmberg, Sören, David Karlsson & Lennart Weibull (2015). "Alkoholen som samhällsproblem", i Annika Bergström, Bengt Johansson, Henrik Oscarsson & Maria Oskarson (red) *Fragment*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Holmila, Marja, Heli Mustonen, Esa Österberg & Kirsimarja Raitasalo (2009). "Public opinion and community-based prevention of alcohol-related harms." *Addiction Research & Theory* 17:4, 360–371.
- Hübner, Lena (2012). "Swedish public opinion on alcohol and alcohol policy, 1995 and 2003." *Journal of Substance Use*, 17:3, 218–229.
- Karlsson, David, Lennart Weibull & Sören Holmberg (2016). "Alkoholideologi och alkoholopinion", i Jonas Ohlsson, Henrik Oscarsson & Maria Solevid (red) *Ekvilibrium*. Göteborgs universitet vid SOM-institutet.
- Karlsson, David, Sören Holmberg & Lennart Weibull (2017). *Alkoholopinionen och verkligheten – tabellbilaga*. Publicerad on-line. Göteborgs universitet.
- Karlsson, David (2012). Alcohol policy and local democracy in Sweden. *Nordic Studies on Alcohol and Drugs*, 29:3, 233- 252.
- Leifman, Håkan (1998). "Svenska folkets inställning till försäljning av alkohol i livsmedelsbutiker", i Eckart Köhlhorn & Jill Björ (red) *Svenska alkoholvanor i förändring*. Stockholm: Sober förlag.
- Ramstedt, Mats, Erica Sundin, Inger S. Moan, Elisabeth E. Storvoll, Ingunn O. Lund, Kim Bloomfield, Ann Hope, Sveingbjörn Kristjánsson & Christoffer Tigerstedt, (2015). "Harm Experienced from the Heavy Drinking of Family and Friends in the General Population: A Comparative Study of Six Northern European Countries". *Substance Abuse: Research and Treatment*, 9 (Suppl 2), 107–118.
- Rossow, Ingebord & Elisabet E. Storvoll (2014). "Long-term trends in alcohol policy attitudes in Norway". *Drug Alcohol Review*, 33:3, 220–226.
- Storvoll, Elisabet E., Inger Synnøve Moan, & Jostein Rise (2015). "Predicting attitudes toward a restrictive alcohol policy: Using a model of distal and proximal predictors." *Psychology of Addictive Behaviors* 29:2, 492–499.
- Sundin, Erica, Jonas Landberg, Jonas Raninen & Mats Ramstedt (2015). *Negativa konsekvenser av alkohol, narkotika och tobak i Sverige – en ettårsuppföljning av beroende och utsatthet för närståendes bruk*. Stockholm: CAN.
- van der Sar, Rl, E.E. Storvoll, E.P.M. Brouwers, L.A.M. van de Goor, J. Rise & H.F.L. Garretsen (2012) "Dutch and Norwegian Support of Alcohol Policy Measures to Prevent Young People from Problematic Drinking: A Cross-National Comparison." *Alcohol and Alcoholism* 47:4, 479-485
- WHO (2014). *Global status report on alcohol and health 2014*. Genève: World Health Organization.