

Hur dricker du, egentligen? Är det okej att bli berusad när barn är med?

IQ : Alkohol
Index



...En smartare syn på alkohol

För den som vill arbeta med att påverka människors alkoholkonsumtion har fördjupade kunskaper om svenskarnas attityder till alkohol stor betydelse. Tycker svenskar till exempel att det är okej att bli berusad när barn är med?

IQ:s Alkoholindex är en ny, återkommande undersökning av vad människor tycker är rätt och fel när det gäller alkohol. Det är ett analysverktyg, som kan ge beslutsfattare och andra aktörer ny kunskap om attitydförändringar som bör beaktas när olika åtgärder sätts in. Alkoholindex ger en bild av människors attityder och är avsett att komplettera andra undersökningar, exempelvis om konsumtion.

IQ, som är ett dotterbolag till Systembolaget, har utvecklat ett Alkoholindex i samarbete med Novus, ett undersökningsföretag som genomför opinions- och samhällsundersökningar. Det är Arne Modig, fil dr i sociologi och tidigare lärare och forskare vid Stockholms Universitet, som har lett utvecklingsarbetet.

Syftet är att kunna följa hur svenskarnas syn på alkohol utvecklas över tid. Återkommande, årsvisa mätningar ger aktuella underlag i arbetet för att påverka synen på alkohol. En sådan kunskap kan bidra till att skapa medvetenhet om riskkonsumtion, som i nästa steg motiverar människor till att dricka mindre. Det är en metod för att på sikt minska skador.

Jag hoppas att IQ:s Alkoholindex ska bli ett verktyg som ger ny och användbar kunskap till lärare, ungdomsledare, beslutsfattare, journalister och alla andra, som vill arbeta för en smartare syn på alkohol.

Ann-Therése Enarsson

VD, IQ

Innehåll:

IQ:s alkoholindex.....	4
Varför ett index?.....	4
Utvecklingsarbetet.....	4
Hur är IQ:s Alkoholindex uppbyggt?.....	5
Vad visar Alkoholindex?.....	6
Skillnader mellan befolkningsgrupper.....	6
Alkoholvanorna har stor betydelse.....	8
Nio frågor och svar om fel och rätt.....	9
Sammanfattande kommentar.....	10
Fyra tilläggsfrågor om normer utanför index.....	11
Hur dricker svenskarna i dag?... ..	12
Årskonsumtion och sommartrend.....	12
Ungas alkoholvanor.....	12
Föräldrars attityder har betydelse.....	12
Kort om IQ.....	13

IQ:s alkoholindex



Varför ett index?

Människor har olika uppfattning om vad som är rätt och vad som är fel när det gäller konsumtion och hantering av alkohol i olika situationer. Denna uppfattning kan visa sig på många olika sätt, både privat och socialt i situationer tillsammans med andra människor.

Mycket talar för att det finns en underliggande dimension i detta som kan beskrivas som graden av återhållsamhet eller omvänt hur tillåtande man är. Tanken är då att denna underliggande dimension kommer till uttryck när människor tar ställning i olika situationer. Denna analys gör det möjligt att mäta graden av återhållsamhet i olika situationer med hjälp av ett begränsat antal indikatorer, som tillsammans skapar ett index. Och det är alltså graden av återhållsamhet som sammanfattas i IQ:s Alkoholindex.

Ett index är ett "enkelt" sätt att sammanfatta något komplext. Det presenteras som en siffra, någonstans mellan 0 och 100. Det kan analyseras och jämföras för enskilda grupper, som till exempel urval av kön, ålder, bostadsort, utbildningsnivå, dryckesvanor med mera. Och med regelbundna mätningar kan man följa hur indexvärdet - och därmed graden av återhållsamhet - förändras över tid.

Utvecklingsarbetet

IQ:s Alkoholindex har utvecklats under mer än ett års tid med hjälp av olika studier och expertsamtal:

En kvalitativ förstudie genomfördes med hjälp av fokusgrupper, djupintervjuer och webbstest om alkohol, vanor, attityder och begrepp.

Syftet var att sätta ramar och att ge underlag för att konstruera relevanta påståenden.

En kvantitativ förstudie genomfördes i form av två opinionsundersökningar i maj respektive oktober 2009. Syftet var att testa påståenden om vad som är rätt och fel när det gäller alkohol. Målgrupp var den svenska allmänheten 16 år och äldre.

I april i år presenterades de preliminära resultaten på ett seminarium med ledande svenska alkoholforskare och andra experter . En rad frågor belystes; Vad är syftet med att ta fram ett index? Vad vill vi kunna mäta? Vilka är de relevanta faktorerna? Vilken betydelse kan återkommande indexmätningar få för det framtida arbetet med att minska konsumtionen? Synpunkter från detta seminarium låg till grund för den slutliga utformningen av index.

Basmätningen , vars resultat redovisas nedan, genomfördes i maj 2010.

Hur är IQ:s Alkoholindex uppbyggt?

Under utvecklingsarbetet har vi kunnat visa att vi får ett välfungerande index enbart med hjälp av nio frågor, som har identifierats ur ett större frågebatteri i testundersökningar, åtföljda av korrelations- och faktoranalyser:

Svaren på dessa nio frågor bildar IQ:s Alkoholindex:

- Att någon gång emellanåt dricka så att man känner sig påverkad
- Att någon gång emellanåt bli berusad på privata fester
- Att någon gång emellanåt bli berusad på en firmafest
- Att sälja öl och vin till publiken på större sportevenemang
- Att ge alkohol i present till någon man inte känner så väl
- Att bli berusad när man äter middag på restaurang
- Att någon gång dricka så mycket att man mår dåligt dagen efter
- Att bli berusad när barn är med
- Att någon gång dricka så mycket, att man efteråt har svårt att komma ihåg hur mycket det faktiskt blev

Alkoholindex har konstruerats så att indexvärdet för varje individ kan variera mellan 0 och 100. Ju högre värde desto mer återhållsam är attityden.

IQ kommer att genomföra en ny Alkoholindex-mätning varje år.

Vad visar Alkoholindex?

Mätningen bygger på telefonintervjuer med den svenska allmänheten, 16 år och äldre, den 17-30 maj 2010.

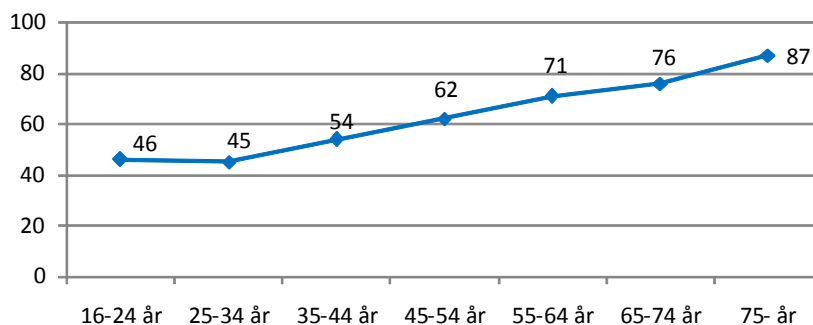
Undersökningen omfattar sammanlagt 2 000 intervjuer, vilket innebär att det är en omfattande basmätning.

Skillnader mellan befolkningsgrupper

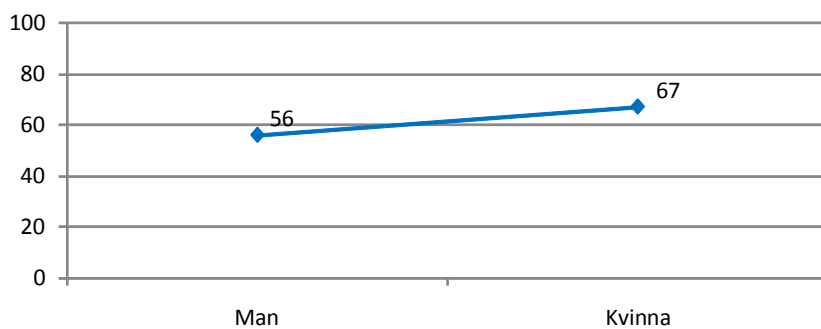
35 procent av befolkningen får låga indexvärden (upp till 50), 36 procent värden på mellannivå (51-75) och 29 procent höga värden (76 eller mer). Det genomsnittliga indexvärdet är 62.

Det finns stora skillnader mellan olika befolkningsgrupper. Kvinnor har högre indexvärde än män, och yngre har lägre värde än äldre som alltså är mer återhållsamma.

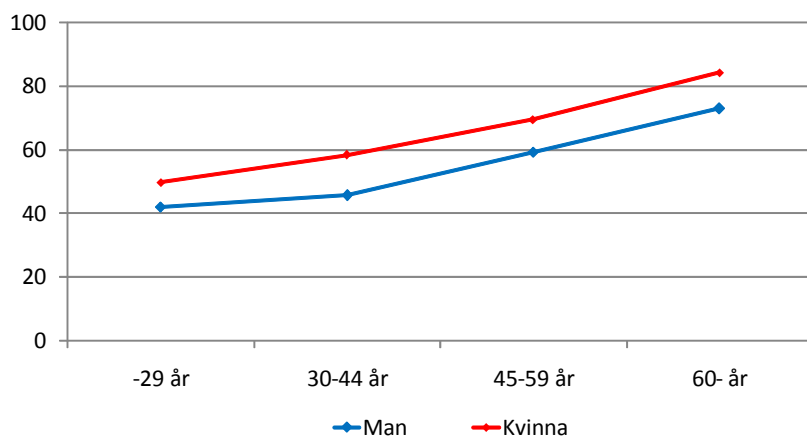
IQ Alkoholindex
Ålder



IQ Alkoholindex
Kön



IQ Alkoholindex
Kvinnor och män i olika åldersgrupper



Alkoholvanorna har stor betydelse

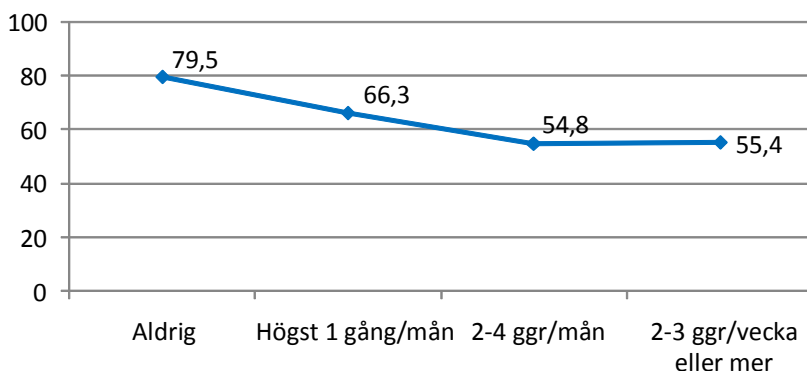
Det finns ett mycket tydligt samband mellan indexvärde och alkoholvanor. Om vi jämför grupper med olika alkoholvanor kan vi hitta grupper där det skiljer upp till 35 poäng mellan grupperna.

Gruppen som aldrig dricker alkohol har ett mycket högt värde på index, 79, det vill säga de har ofta en mycket återhållsam attityd till alkohol.

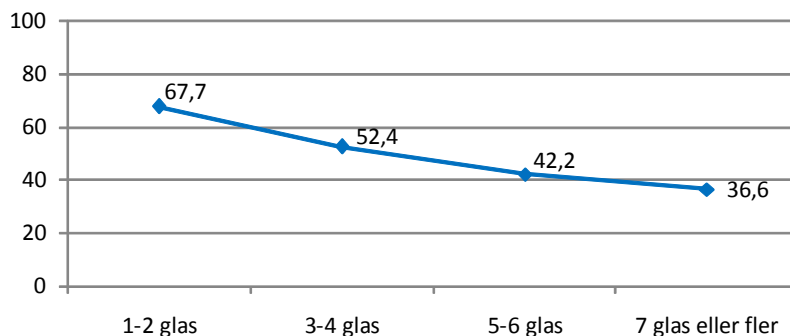
De som dricker alkohol relativt sällan, högst en gång i månaden, är något mindre återhållna i sina attityder. De får då ett indexvärde på 66. Gruppen som dricker två-tre gånger i veckan är i sin tur ännu mindre återhållsamma. De får ett indexvärde på 55.

Hur mycket man dricker vid varje tillfälle har också stor betydelse. Den grupp som uppger att de vid normala konsumtionstillfällen dricker 5-6 glas når bara upp till ett index på 42.

IQ Alkoholindex
Hur ofta dricker du alkohol?



IQ Alkoholindex
Hur många glas dricker du en typisk dag då du dricker alkohol?



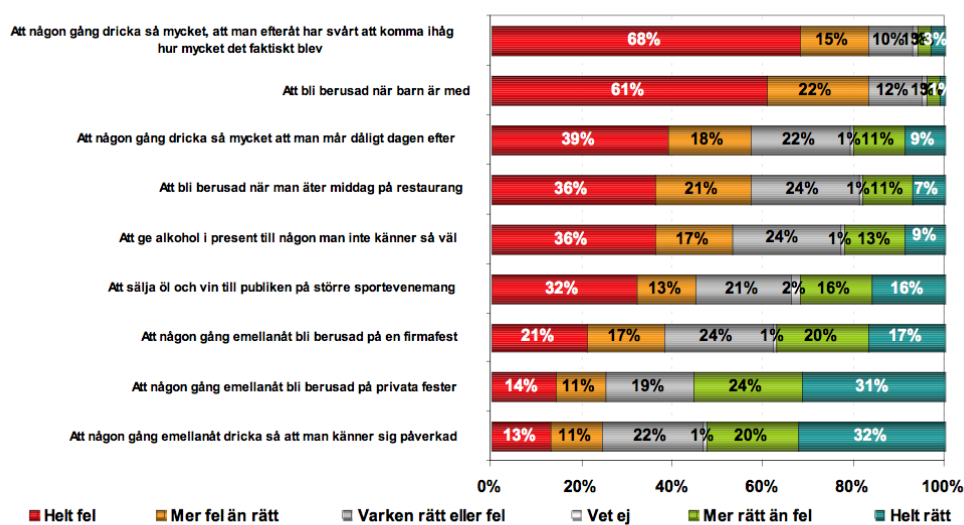
Nio frågor och svar om fel och rätt

De nio frågor, som har analyserats fram i utvecklingsarbetet (se sid 4) ställdes till 2 000 respondenter i basmätningen under maj 2010.

Svaren visar att det finns en mycket stor spridning i attityderna till vad som är rätt och vad som är fel i olika situationer:

IQ Alkoholindex

Fördelning av svaren på de nio frågor, som ligger till grund för Alkoholindex.



Bas: Samtliga



Några exempel:

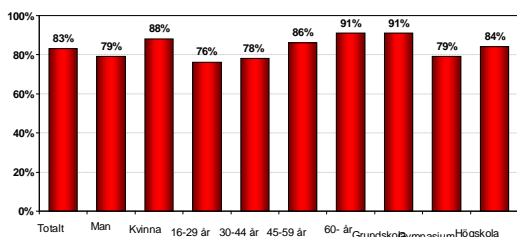
- Åtta av tio (83 procent) anser att det är fel att bli berusad när barn är med.
- Många svenskar är tvekanke eller negativa till att ge alkohol till någon man inte känner så väl. Bara två av tio (22 procent) anser att det är rätt.
- På samma sätt är många negativa eller tvekanke om det riktiga i att sälja öl och vin till publiken på större sportevenemang. Bra tre av tio (32 procent) anser det är rätt.
- Samtidigt anser många svenskar (55 procent) att det är rätt att någon gång emellanåt bli berusad på privata fester.

När några av frågorna bryts ned på olika befolkningsgrupper syns mönster som det kan finnas anledning att analysera:

Fråga: Att bli berusad när barn är med

Bland unga vuxna (16-29 år) och yngre medelålders (30-44 år) är det färre som anser att det är fel att bli berusad när barn är med.

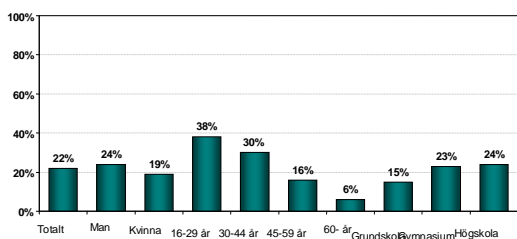
Det är fel att bli berusad när barn är med



Fråga: Att ge alkohol i present till någon man inte känner så väl

Minst negativa till att ge bort alkohol till någon man inte känner så väl är unga, närmare fyra av tio (38 procent) anser att det är rätt.

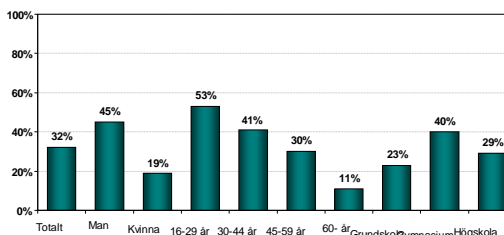
Det är rätt att ge att ge alkohol till någon man inte känner så väl



Fråga: Att sälja öl och vin till publiken på större sportevenemang

När det gäller frågan om att sälja öl och vin till publiken på större sportevenemang är det bara i åldersgruppen 16-29 år som det finns en majoritet (53 procent) som anser att det är rätt. Tre av tio svenskar (32 procent) anser att det är helt fel.

Det är rätt att sälja öl och vin till publiken på större sportevenemang

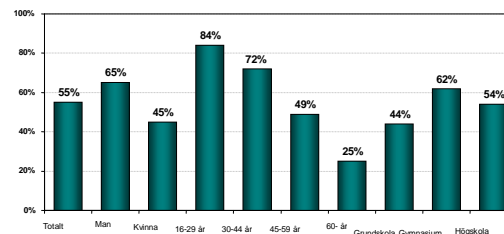


Fråga: Att någon gång emellanåt bli berusad på privata fester

En majoritet av kvinnorna (55 procent) är tvekan eller negativa till att någon gång emellanåt bli berusad på privata fester. Bara var tredje man (35 procent) har samma återhållsamma attityd i denna fråga.

Bland de yngre, 16-29 år, anser en stor majoritet (84 procent) att det är rätt, men endast 25 procent av dem som är över 60 tycker så.

Det är rätt att någon gång emellanåt bli berusad på privata fester



Sammanfattande kommentar

Undersökningen visar verkligen att människor har mycket olika uppfattning om vad som är rätt och vad som är fel i olika situationer som gäller konsumtion och hantering av alkohol. Vi kan också se att det finns tydliga skillnader mellan befolkningsgrupper. Kvinnor är jämfört med män genomgående mer återhållsamma i sina attityder. Samtidigt står det klart att det finns stora olikheter mellan yngre och äldre. Äldre är generellt mer återhållsamma medan yngre är mer tillåtande.

Fyra tilläggsfrågor om normer utanför index

Sveriges restriktiva alkoholpolitik anger "nollområden", som samhället vill ska vara alkoholfria zoner, det vill säga att normen bör vara avhållsamhet: trafik, graviditet, ungdomar och arbete.

I Alkoholindex-mätningen ställdes fyra frågor om dessa nollområden, för att få en aktuell bild av hur människor ställer sig till normen om avhållsamhet. Frågorna formulerades på ett nytt sätt, i avsikt att känna av hur väl förankrad den önskade normen faktiskt är:

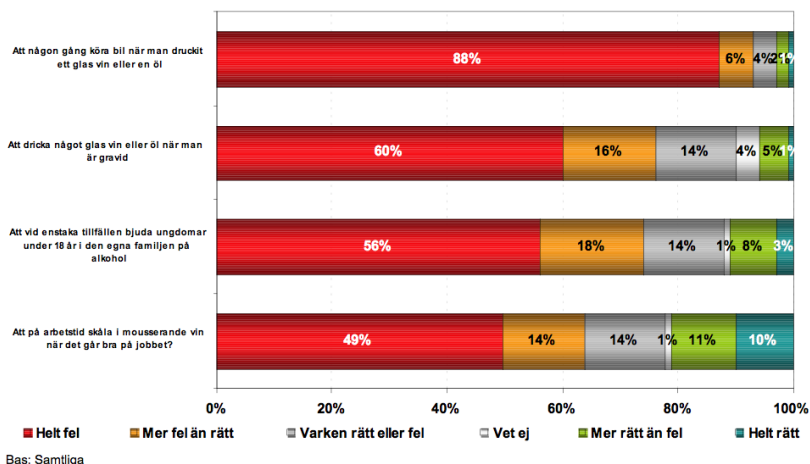
- Att någon gång köra bil när man druckit ett glas vin eller en öl.
- Att dricka något glas vin eller öl när man är gravid
- Att vid enstaka tillfällen bjuda ungdomar under 18 år i den egna familjen på alkohol
- Att på arbetstid skåla i mousserande vin när det går bra på jobbet

Svaren lämnades enligt samma skala som i de nio index-frågorna. Resultatet redovisas här separat, men kan naturligtvis användas som ytterligare ett kompletterande underlag i vidare analys av Alkoholindex-resultatet.

- Svenska folket har genomgående en mycket återhållsam inställning när det gäller bilkörning, graviditet respektive att bjuda unga på alkohol. Mätningen visar alltså att det finns ett brett folkligt stöd för dessa områden ska betraktas som alkoholfria zoner.
- Enigheten är mycket stor mellan olika befolkningsgrupper när det gäller alkohol och bilkörning. När det gäller alkohol och graviditet är kvinnor som väntat mer restriktiva än män. Och till skillnad mot många andra sammanhang är unga mer återhållsamma än äldre.
- Sex av tio (63 procent) anser att det är fel att på arbetstid skåla i mousserande vin när det går bra på jobbet. Mest positiva är unga, 16-29 år, av dem är det mer än tre av tio (32 procent) som tycker att det är rätt.

IQ Alkoholnormer

Vad är rätt och fel när det gäller alkohol? Vad är rätt och fel i olika situationer?



Hur dricker svenskarna i dag?

Årskonsumtion och sommartrend

Under 2009 låg den totala alkoholkonsumtionen på 9,3 liter 100 procentig alkohol per person över 15 år, det motsvarar ungefär 58 liter vin eller 24 liter sprit.

Under sommaren har vi de senaste åren konsumerat betydligt mer än under höstmånaderna. 2009 konsumerade vi 2,65 liter ren alkohol, ungefär 6,9 liter sprit under sommarmånaderna. På hösten konsumerade vi 2,15 liter ren alkohol, ungefär 5,6 liter sprit.

- Jag ser en trend att vi dricker mer på sommaren, säger Barbro Engdahl doktorand på SoRAD, i en artikel i Aftonbladet den 16 juni 2010.

Ungas alkoholvanor

En ny undersökning från Centralförbundet för alkohol och narkotikaupplysning (CAN) pekar på två positiva trender. Dels har den totala alkoholkonsumtionen bland ungdomar minskat de senaste åren. Bland niondeklassarna är minskningen 12 procent på fem år och bland gymnasisterna 8 procent. Dels har längningen från föräldrar och kompisar minskat.

Men den grupp som ofta dricker sig berusad har däremot inte minskat. Fortfarande är det omkring 25 procent av niondeklassarna och 40 procent av gymnasisterna som i CAN:s enkät svarar att de dricker motsvarande en flaska vin minst en gång i månaden.

Föräldrars attityder har betydelse

Forskning visar att ungdomar med "tillåtande" föräldrar som bjuder på alkohol dricker mer alkohol än de som inte blir bjudna. Om ungdomar får ta med alkohol på fester innebär det en ökad risk för hög alkoholkonsumtion. Så visst har föräldrars syn på alkohol betydelse!

Tonåringar är sällan intresserade av att ha ett »naturligt och avspänt förhållande till alkohol«. De dricker vanligtvis inte för att det är gott eller för att koppla av, som vissa vuxna gör. Den bistra sanningen är att de allra flesta ungdomar dricker för att bli fulla, helt enkelt.

Kort om IQ

IQ-initiativet AB är ett dotterbolag till Systembolaget och startades 2005 som en motvikt mot den ökande alkoholkonsumtionen i Sverige. Verksamheten finansieras av Systembolaget.

IQ:s uppgift är att bidra till en förändrad syn på alkohol, som leder till att alkoholens skadeverkningar begränsas. IQ vill skapa en bred folkrörelse i Sverige med målet att etablera måttfullhet som en betydande värdering och avhållsamhet som en tydlig och självklar norm i trafiken, på arbetet, bland barn, ungdomar och gravida.

Nyckeln till en smartare syn på alkohol går genom samverkan, där många aktörer spelar olika roller och där IQ:s uppgift är att ge förutsättningar för ett brett engagemang.

IQ tror på idéer och inspiration, inte på regler och pekpinnar. Kommunikation och information är de viktigaste verktygen. För att skapa en vilja hos många arbetar IQ inom tre parallella områden:

- **mobiliseringskampanjer**, inom vissa områden, till exempel trafik och ungdomsidrott. Syftet är att utmana och inspirera till förändring.
- **informationskampanjer** med budskap som riktar sig till individer inom prioriterade målgrupper som "unga vuxna" 18-25 år. Syftet är att skapa eftertanke som leder till en förändrad attityd och ett måttfullare beteende.
- **goda förebilder**, aktiviteter som genomförs av små och stora aktörer i samhället identifieras och lyfts fram. IQ bekräftar den goda insatsen genom att utse dem till IQ-projekt. De goda förebilderna tjänar som inspiration till andra, så att fler gör mer.

Mer om IQ: www.iq.se

Kontakt: Ann-Therése Enarsson, VD,
08-410 249 51, ann-therese@iq.se



Box 3675
103 59 Stockholm
Tel: 08-410 249 50
E-post: info@iq.se
www.iq.se

IQ verkar för en smartare syn på alkohol – att skapa en förändring av attityder och beteenden som resulterar i minskade alkoholskador. IQ lyfter fram projekt, goda exempel, som kan inspirera fler att göra mer för att minska alkoholkonsumtionen. Läs mer på iq.se.