

# TRAUST Í ÍSLENSKU SAMFÉLAGI 2023

Niðurstöður spurningakönnunar  
Maskínu fyrir Fjölmiðlanefnd



FJÖLMIÐLANEFND  
ICELANDIC MEDIA COMMISSION

# Traust í íslensku samfélagi

Niðurstöður spurningakönnunar Maskínu fyrir Fjölmiðlanefnd

Hatursorðræða, skautun, upplýsingaóreiða og traust

**September 2023**

Fjölmiðlanefnd

Maskína

Umsjón: Unnur Freyja Víðisdóttir og Skúli B. Geirdal

# Inngangsorð

Á Norðurlöndum ríkir einstaklega mikið traust í alþjóðlegum samanburði, bæði til stofnana samfélagsins og manna á millum. Traust er gullnáma fyrir norræn samfélög. Ef við hefðum ekki búið við svo mikið traust hefðu norrænu ríkin þurft að skipuleggja samfélög sín með mun meira skrifræði og eftirliti. Reyndar hafa útreikningar verið gerðir sem sýna að hagvöxtur í ríki getur aukist um hálf túsund prósentustig ef félagslegt traust vex um tíu prósentustig. Að sama skapi getur hagvöxtur minnkað með minnkandi trausti. Það er til mikils að vinna.

Líta má á traust sem samfélagslegan auð sem virkar sem eins konar smúrolía á tannhjól samfélagsins þegar fólk og fyrirtæki þurfa að vinna saman. Þannig gerir skortur á trausti það að verkum að ýmis efnahagsleg, fagleg eða félagsleg samskipti eiga sér síður stað þar sem traust er lítið. Það er því ljóst að þetta „norræna gull“ þarf að vernda.

Norðurlöndin prýða yfirleitt efstu sætin í alþjóðlegum traustrannsóknnum. Ástæður þessa er taldar vera vegna þess að spilling sé talin lítil, áhersla er lögð á öflug velferðakerfi auk þess sem mannréttindi og lýðræði standa þar traustum fótum. En ekki er hægt að líta á traust í samfélagi sem sjálfsagðan hlut. Það tekur langan tíma að byggja upp traust og því er nauðsynlegt að viðhalda því trausti sem þegar hefur áunnist.

Opin samfélagssumræða þar sem almenningur heldur sér upplýstum með því að fylgjast með fréttum og upplýsingum um mál líðandi stundar er forsenda lýðræðis. Því er jafnframt mikilvægt að fylgjast með því hvernig almenningur nálgast fréttir, hvað teljast mikilvægustu fjölmiðlarnir hverju sinni og hvort traust ríki gagnvart þeim. Að sama skapi er mikilvægt að allir hópar í samfélaginu taki virkan þátt í samfélagslegri umræðu. Það er hættumerki ef ákveðnir hópar vilja síður tjá sig vegna þess að þeir verða fyrir áreiti, einelti eða hatursfullum ummælum. Þegar slíkar aðstæður skapast fá ekki allar raddir að heyrast í samfélagssumræðunni.

Frá hrúni hefur traust mælst ívið minna á Íslandi en á hinum Norðurlöndunum. Í þessari skýrslu er leitast við að skoða traust með ýmsum hætti. Bæði er spurt um félagslegt traust og um traust til hinna ýmsu stofnana samfélagsins. Jafnframt er spurt um traust til einstakra fjölmiðla og til samfélagsmiðla. Niðurstöðurnar sýna að samfélagsmiðlar eru mikið notaðir þó að traust til þeirra sé afar lítið. Jafnframt er í könnuninni spurt út í fréttamiðlanotkun, hvernig almenningur heldur sér upplýstum og hvort það reynist honum auðvelt.

Mikilvægur þáttur í lýðræðislegri umræðu er að almenningur geti tjáð sig og að vettvangur sé til staðar til að skiptast á skoðunum. Á síðustu árum hefur umræðan að miklu leyti farið fram á internetinu, sérstaklega á samfélagsmiðlum. Vandinn er sá að sá umræðuvettvangur er í eigu erlendra stórfyrirtækja sem hafa það að

markmiði að selja auglýsingar og hámarka notkun. Það eru allt önnur markmið en að búa til rými fyrir frjáls og opin skoðanaskipti þar sem fólk ber virðingu fyrir skoðunum annarra. Því er mikilvægt að skoða sérstaklega hvort einhverjir hópar í samfélaginu veigri sér við því að tjá sig vegna áreitis, hótana eða hatursfullra ummæla.

Í þessari skýrslu er þannig leitast við að kortleggja traust, miðlanotkun og þátttöku í lýðræðislegri umræðu. Spurningarnar eru margar hverjar endurteknar frá fyrri könnun nefndarinnar árið 2021 til að að hægt sé að skoða þróunina hér á landi. Einstakar spurningar eru að norrænni fyrirmynd og er ætlað að varpa ljósi á stöðuna á Íslandi í norrænum samanburði. Niðurstöðurnar sýna því miður að margt sem spurt er um hefur ekki verið að þróast í rétta átt.

Niðurstöðurnar geta nýst stjórnvöldum í stefnumótun og til að tryggja öflugt stafrænt lýðræðissamfélag. Þær geta einnig nýst ólíkum stofnunum til að átta sig á því stafræna landslagi sem við búum við. Þá er mikilvægt að vinna að fræðsluefni til að styðja við og efla almenning sem og notendur samfélagsmiðla og á netinu, en það er einmitt lögbundið hlutverk Fjölmiðlanefndar.

---



**Elfa Ýr Gylfadóttir**

Framkvæmdastjóri  
Fjölmiðlanefndar

# Helstu niðurstöður - fyrri hluti

## 74,8%

notuðu samfélagsmiðla  
deginum fyrir könnun  
til að nálgast fréttir

### Samfélagsmiðlar mikið notaðir þrátt fyrir lítið mikilvægi

Samfélagsmiðlar á borð við Facebook, Twitter og Snapchat (5,6%) voru meðal þeirra fréttamiðla sem síst voru nefndir sem mikilvægasti miðillinn að mati þátttakenda. Þrátt fyrir þetta sögðust 74,8% aðspurðra hafa notað samfélagsmiðla deginum fyrir könnun til að nálgast fréttir og 8,3% á síðastliðnum sjö dögum fyrir könnun.

### Fremur eða mikið traust

74,5%	Sóttvarnayfirvöld
32,2%	Dómstólar
29,6%	Fjölmiðlar
27,8%	Stjórnvöld
23,8%	Ókunnugt fólk
6,0%	Samfélagsmiðlar

### Mest traust í garð sóttvarnayfirvalda en minnst til samfélagsmiðla

Meirihluti aðspurðra, eða 74,5%, sögðust bera annað hvort fremur eða mjög mikið traust til sóttvarnayfirvalda á Íslandi. Til samanburðar voru einungis 23,8% aðspurðra sem tóku sömu afstöðu til fólks sem þeir þekki ekki, 27,8% til stjórnvalda, 29,6% til fjölmiðla og 32,2% til dómstóla. Minnsta traustið báru þátttakendur til samfélagsmiðla, en einungis 6,0% sögðust bera annað hvort fremur mikið eða mjög mikið traust til þeirra.

## 3 af 4

finna til mikils eða mjög mikils  
öryggis á almannafæri

### Konur finna síður til öryggis á almannafæri en karlar

Mikill meirihluti þátttakenda, eða 75,1%, kvaðst finna til annað hvort fremur mikils eða mjög mikils öryggis á almannafæri og 21,6% í meðallagi.

Einungis 3,4% aðspurðar kvaðust finna til fremur lítils eða mjög lítils öryggis á almannafæri. Karlar voru líklegri til að finna til öryggis á almannafæri en konur.

# Helstu niðurstöður - seinni hluti

**18,7%**

finnst erfitt að fylgjast með því sem er í fréttum

## Fleirum þykir flókið að fylgjast með því sem er í fréttum

Alls voru 18,7% þátttakenda annað hvort fremur eða mjög sammála fullyrðingunni „mér finnst erfitt að fylgjast með því sem er í fréttum“ sem er fjölgun frá árinu 2021 þegar hlutfallið mældist 12,7%. Tæplega þriðjungur, eða 26,6%, var í meðallagi sammála fullyrðingunni en árið á undan var hlutfallið 19,7%. Hlutfall þeirra sem voru annað hvort fremur eða mjög ósammála lækkaði úr 67,7% niður í 54,7% á milli ára.

**Helmingur**

heldur sér upplýstum án þess að fylgjast með fréttum

## Fleiri halda sér upplýstum án þess að fylgjast með fréttum

Rúmlega helmingur, eða 51,2%, aðspurðra var annað hvort fremur eða mjög sammála fullyrðingunni „ég held mér vel upplýstri/upplýstu(m) þótt ég fylgist ekki með fréttum“. Er það hækkun frá árinu 2021 þegar hlutfallið var 43,7%. Yngri aldurshópar voru líklegri til að taka þá afstöðu heldur en þeir eldri.

**63,4%**

nota einkaskilaboð til að tjá sig

**Fjórðungur**

segist ekki tjá sig á samfélagsmiðlum

## Færri velja að tjá sig á opinberum vettvangi

Spurt var út í það hvernig þátttakendur tjá sig á samfélagsmiðlum. Flestir sögðust tjá sig í einkaskilaboðum til vina og fjölskyldu (63,4%) og/eða í spjallhópum (45,7%). Tæplega þriðjungur sagðist tjá sig með athugasemdum við færslur vina (29,4%) og/eða með athugasemdum í lokuðum hópum (24,0%). Heldur færri sögðust tjá sig á opinberari vettvangi, eins og með stöðuuppfærslum sem allir geta séð (14,9%), með stöðuuppfærslum í lokuðum hópum (18,7%) og/eða með athugasemdum undir einstökum fréttum (7,0%). Fjórðungur þátttakenda sagðist ekki tjá sig á samfélagsmiðlum.

# Afstaða til fjölmiðla og tjáning á samfélagsmiðlum

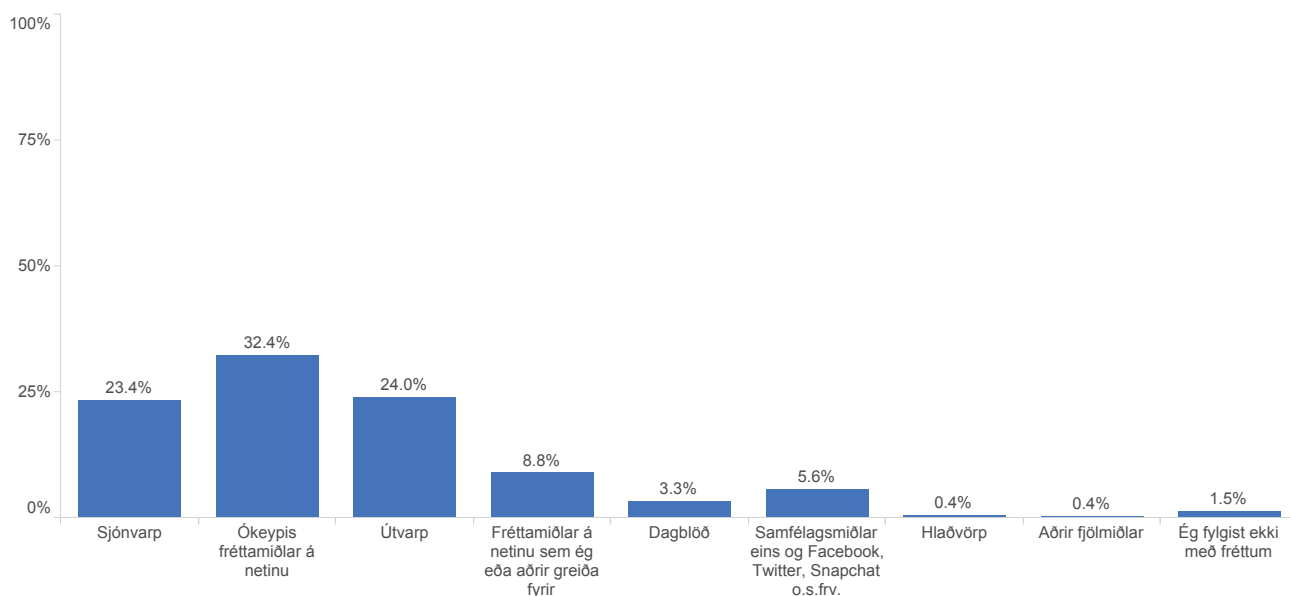
Skýrslan er seinni hluti rannsóknar Maskínu fyrir Fjölmiðlanefnd sem lögð var fyrir í nóvember 2022 og nefnist „Hatursorðræða, skautun, upplýsingaóreiða og traust“. Hluti af spurningunum í rannsókninni eru endurtekna spurningar úr fyrri rannsókn sem Maskína framkvæmdi fyrir Fjölmiðlanefnd í febrúar og mars 2021 og nefnist „Miðlalæsi á Íslandi“. Var það gert til þess að fá íslenskan samanburð á gögnum og voru spurningarnar valdar með það í huga að þær styddu við áhersluatriði þessarar rannsóknar sem eru: hatursorðræða, skautun, upplýsingaóreiða og traust. Niðurstöður þessara endurteknu rannsókna veita mikilvæga innsýn inn í hvernig margvísleg mál eru að þróast á Íslandi.

Spurningarnar byggja upphaflega á rannsókn sem unnin var af norsku fjölmiðlastofnuninni Medietilsynet, í samstarfi við ráðgjafa- og könnunarfyrirtækið Kantar, ásamt spurningum sem voru þýddar og staðfærðar úr rannsóknnum sænska SOM-institutet við Gautaborgarháskóla.

---

## Hver er mikilvægasti fréttamiðillinn að þínu mati?

---



## Ókeypis fréttamiðlar, útvarp og sjónvarp mikilvægustu fréttamiðlarnir

Ókeypis fréttamiðlar (32,4%), útvarp (24,0%) og sjónvarp (23,4%) voru þeir miðlar sem oftast voru nefndir sem mikilvægustu fréttamiðlarnir að mati þátttakenda. Fréttamiðlar á netinu sem greitt er fyrir (8,8%), samfélagsmiðlar (5,6%), dagblöð (3,3%) og hlaðvörp (0,4%) komu þar á eftir. Sjónvarp, útvarp og dagblöð voru mikilvægustu fréttamiðlarnir í huga eldri aldurshópa (50 ára og eldri) en ókeypis fréttamiðlar á netinu, útvarp og samfélagsmiðlar hjá yngstu aldurshópunum 18-39 ára. Þá sögðust flestir í aldurshópnum 18-29 ára (2,7%) og 30-39 ára (2,8%) ekki fylgjast með fréttum, en heilt yfir merkti aðeins 1,5% þátttakenda við þann möguleika. Þegar niður- stöðurnar eru skoðaðar með tilliti til menntunar kemur í ljós að einstaklingar með lægra menntunarstig voru líklegri en aðrir til að tilgreina samfélagsmiðla sem mikilvægustu fréttamiðlana. Eftir því sem menntunarstig hækkadi, frá grunnskólaprófi upp í framhaldspróf á háskólastigi, jókst hlutfall þeirra sem nefndu fréttamiðla á netinu, bæði ókeypis miðla og þá sem greitt er fyrir, sem mikilvægustu fréttamiðlana.

## Hver er mikilvægasti fréttamiðillinn að þínu mati?

Bakgrunnsbreytur: aldur og menntun

Heild	(945)	Sjónvarp	Ókeypis fréttamiðlar á netinu	Útvarp	Fréttamiðlar á netinu sem ég eða aðrir greiða fyrir	Dagblöð	Samfélagsmiðlar eins og Facebook, Twitter, Snapchat o.s.frv.	Hlaðvörp	Aðrir fjölmiðlar	Ég fylgist ekki með fréttum
Heild	(945)	23.4%	32.4%	24.0%	8.8%	3.3%	5.6%	0.4%	0.4%	1.5%
<b>Aldur</b>										
18-29 ára	(232)	11.5%	49.4%	12.6%	9.6%	1.6%	12.6%			2.7%
30-39 ára	(186)	14.9%	49.6%	12.3%	10.5%	2.6%	5.9%	1.4%		2.8%
40-49 ára	(163)	24.6%	31.0%	23.8%	12.0%	3.9%	3.7%	0.5%	0.6%	
50-59 ára	(150)	33.5%	20.6%	26.0%	9.7%	4.4%	3.5%	0.5%	1.0%	0.8%
60-69 ára	(129)	35.5%	9.4%	44.0%	4.9%	3.6%	0.7%		1.1%	0.9%
70 ára og eldri	(85)	36.6%	7.1%	47.9%	1.5%	6.3%	0.6%			
<b>Menntun</b>										
Grunnskólapróf	(198)	22.6%	22.8%	33.2%	5.3%	4.0%	8.4%		0.4%	3.2%
Framhaldsskólapróf/lón..	(370)	27.4%	31.6%	23.0%	8.7%	3.2%	4.1%	0.5%	0.5%	0.9%
Háskólapróf-grunnám	(176)	25.2%	35.7%	20.9%	10.3%	2.5%	4.1%	1.3%		
Háskólapróf-framhaldsn..	(184)	14.1%	43.6%	18.3%	11.7%	3.5%	6.8%		0.6%	1.4%

## Fréttamiðlar á netinu oftast notaðir til að nálgast fréttir

Þegar fjölmiðlar eru skoðaðir með tilliti til þess hvenær þátttakendur notuðu þá síðast til þess að nálgast fréttir, að deginum sem könnunin fór fram undanskildum, kemur í ljós að flestir (89,8%) höfðu síðast notað fréttamiðla á netinu deginum fyrir könnun. Næstflestir (74,9%) höfðu notað samfélagsmiðil deginum áður til að nálgast fréttir, þá útvarp (65,6%), sjónvarp (58,2%), dagblað (29,0%), hlaðvarp (14,3%) og tímarit eða vikublað (11,3%).

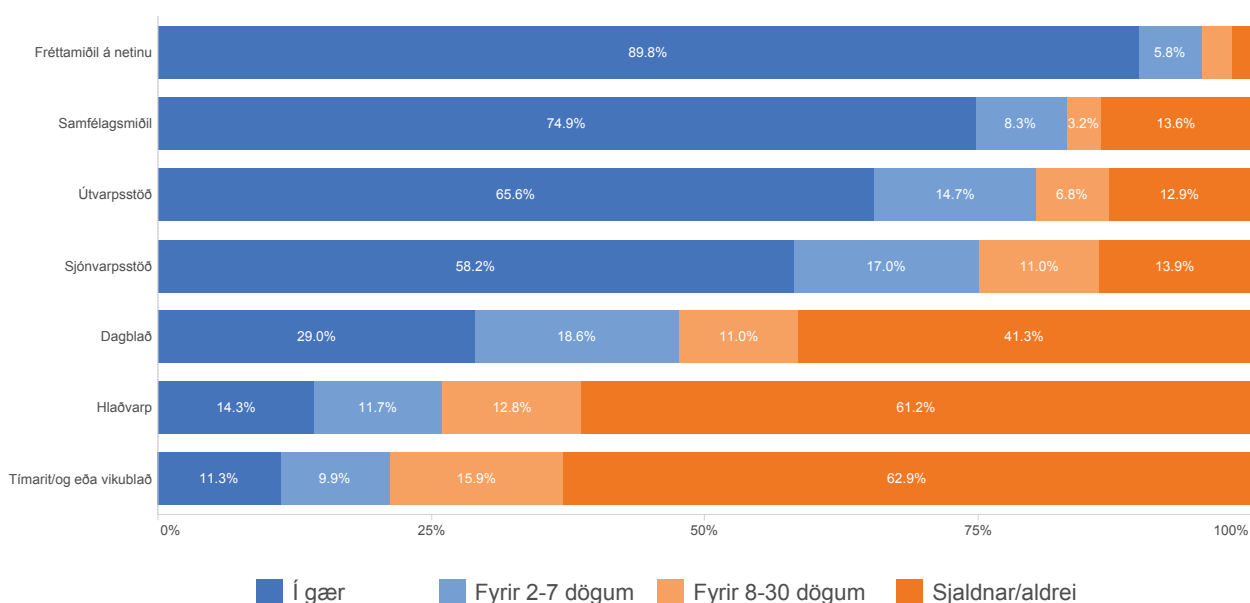
## Þrír af hverjum fjórum notuðu samfélagsmiðla til að nálgast fréttir deginum fyrir könnun

Á eftir fréttamiðlum á netinu notuðu næstflestir, eða 74,9%, samfélagsmiðil deginum áður til að nálgast fréttir. Þó töldu aðeins 5,6% samfélagsmiðla vera meðal mikilvægustu fréttamiðla. Yngsti aldurshópurinn (18-29 ára) skar sig



þar úr þar sem 83,0% höfðu notað samfélagsmiðla til að nálgast fréttir deginum áður meðan meðaltalið í öðrum hópum (30-69 ára) var um 72%. Þá voru að meðaltali 21,7% í hópi 50 ára og eldri sem sögðust nota samfélagsmiðla sjaldnar en mánaðarlega eða aldrei til að nálgast fréttir en í yngsta hópnum voru það 6,9% sem svörðu á þann hátt. Þegar litið er til notkunar yfir lengra tímabil kemur í ljós að 86,4% höfðu notað samfélagsmiðil á síðastliðnum 30 dögum til að nálgast fréttir. Í yngsta aldurshópnum (18-29 ára) var hlutfallið hæst þar sem 93,2% höfðu notað samfélagsmiðil á síðastliðnum 30 dögum til að nálgast fréttir.

## Hvenær notaðir þú eftirfarandi fjölmiðla síðast til að nálgast fréttir?



### Eldra fólk horfir frekar á sjónvarpsfréttir

Alls sögðust 58,2% hafa notað sjónvarp síðast deginum áður til að nálgast fréttir, sem eru heldur færri en nefndu samfélagsmiðil þrátt fyrir að sjónvarp hafi oftast verið nefnt sem mikilvægasti fréttamiðillinn. Fylgnin á milli tíðni áhorfs á sjónvarpsfréttir og hækkandi aldurs var mikil, þar sem 73,8% í hópi 50-59 ára horfðu síðast deginum áður, 59,9% í hópi 40-49 ára, 44,0% í hópi 30-39 ára og 26,2% í hópi 18-29 ára. Áhorfið á fréttir meðal yngri þátttakenda dreifðist yfir lengri tíma en hjá þeim eldri. Þegar aldursbilið 18-29 ára er tekið saman þá, voru 22,5% sem notuðu sjónvarp til að nálgast fréttir fyrir 2-7 dögum, 23,7% fyrir 8-30 dögum og 27,6% sjaldnar eða aldrei. Þegar niðurstöðurnar eru skoðaðar með tilliti til menntunar kemur í ljós að því lægra sem menntunarstig þátttakenda var þeim mun líklegri voru þeir til að hafa horft á sjónvarpsfréttir deginum fyrir könnun.

### Karlar notuðu útvarp oft en konur til að nálgast fréttir

Af þátttakendum í könnuninni voru 65,6% sem notuðu útvarpsstöð síðast deginum áður til þess að nálgast fréttir. Fylgnin var mikil eftir aldri á tíðni hlustunar á útvarpsfréttir svipuð og þegar spurt var um sjónvarpsfréttir. Í yngstu

tveimur hópunum voru 44,0% í hópi 18-29 ára sem hlustuðu deginum áður á fréttir í útvarpi og 56,3% í hópi 30-39 ára. Hlutfallið hækkaði síðan nokkuð jafnt með hverju aldursbili og var komið upp í 83,9% í hópi 60-69 ára og 93,4% í hópi 70 ára og eldri. Hlustun hjá yngri þátttakendum dreifðist á lengri tíma svipað og sjónvarpsáhorf í þeim hópi. Þá voru fleiri í yngstu aldurshópunum sem sögðust nota útvarp sjaldnar en mánaðarlega eða aldrei til að nálgast fréttir en þeir í eldri aldurshópunum. Í hópi 18-29 ára var hlutfall þeirra sem notuðu útvarp sjaldan eða aldrei 21,4% en 27,6% sögðu hið sama um sjónvarp. Rétt eins og með sjónvarp voru karlar (67,5%) fleiri en konur (63,6%) í hópi þeirra sem notuðu útvarp deginum fyrir könnun til að nálgast fréttir.

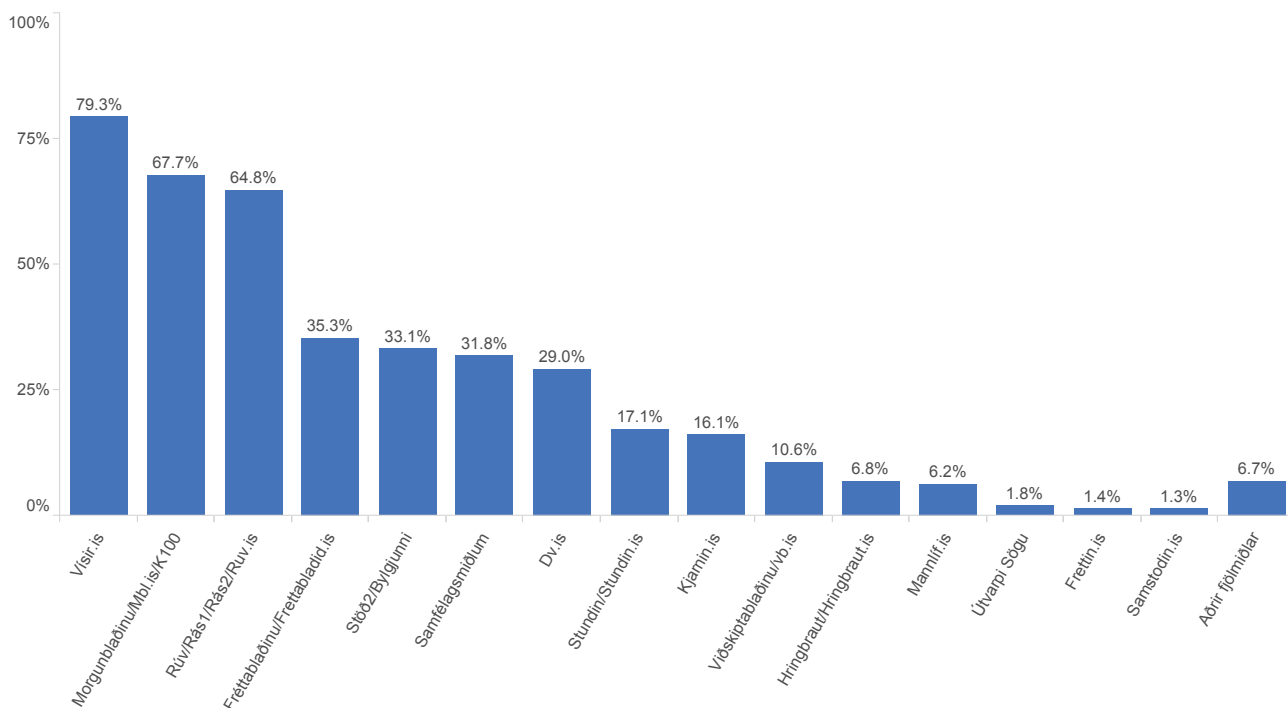
## **Þrefalt fleiri velja fréttamiðla á netinu en dablöð**

Alls sögðust 29,0% hafa lesið dagblað síðast deginum fyrir könnun til að nálgast fréttir. Það eru rúmlega helmingi færri en notuðu sjónvarp (58,2%), útvarp (65,6%) og samfélagsmiðla (74,9%) og aðeins um þriðjungur af þeim fjölda sem valdi fréttamiðil á netinu (89,8%). Tekið skal fram að könnunin er gerð fyrir gjaldþrot Torgs, sem gaf út Fréttablaðið. Því má áætla að þessi tala hafi lækkað enn frekar. Þá sögðust 18,6% hafa lesið dagblað fyrir 2-7 dögum, 11,0% fyrir 8-30 dögum og 41,3% sjaldnar eða aldrei. Mikill munur var á milli aldurshópa þar sem að meðaltali 55,4% í hópi 50 ára og eldri lásu dagblöð síðast deginum fyrir könnun meðan að hlutfallið var að meðaltali 16,8% í hópi 49 ára og yngri. Þá voru að meðaltali 49,1% í hópi 49 ára og yngri sem lásu dagblöð sjaldnar en mánaðarlega eða aldrei samanborið við 23,8% í hópi 50 ára og eldri. Lítilvægur munur var á lestri dagblaða eftir búsetu þar sem fleiri lásu dagblöð deginum áður í Reykjavík (29,7%) en á landsbyggðinni (27,8%).

## **Tímarit og vikublöð vinsælli hjá þeim tekjuhærri**

Af þátttakendum í könnuninni voru 11,3% sem lásu tímarit og/eða vikublað síðast deginum fyrir könnunina til að nálgast fréttir, 9,9% fyrir 2-7 dögum, 15,9% fyrir 8-30 dögum og 62,9% sjaldnar eða aldrei. Flestir á aldrinum 40-49 ára lásu tímarit og/eða vikublöð síðastliðna viku eða 17,2% þátttakenda. Til samanburðar þá var hlutfallið í aldurshópnum 18-29 ára 3,1% sem lásu tímarit og/eða vikublöð síðastliðna viku fyrir könnun. Lestur tímarita og/eða vikublaða var mestur í hópi þeirra tekjuhærri þar sem að meðaltali 40,3% þeirra sem voru með yfir 550 þúsund kr. í tekjur notuðu þessa miðla til að nálgast fréttir síðastliðinn mánuð fyrir könnun meðan að meðaltalið var 30,3% hjá þeim sem voru með tekjur undir 549 þúsund kr.

## Á hvaða fjölmiðlum nálgast þú fréttir?

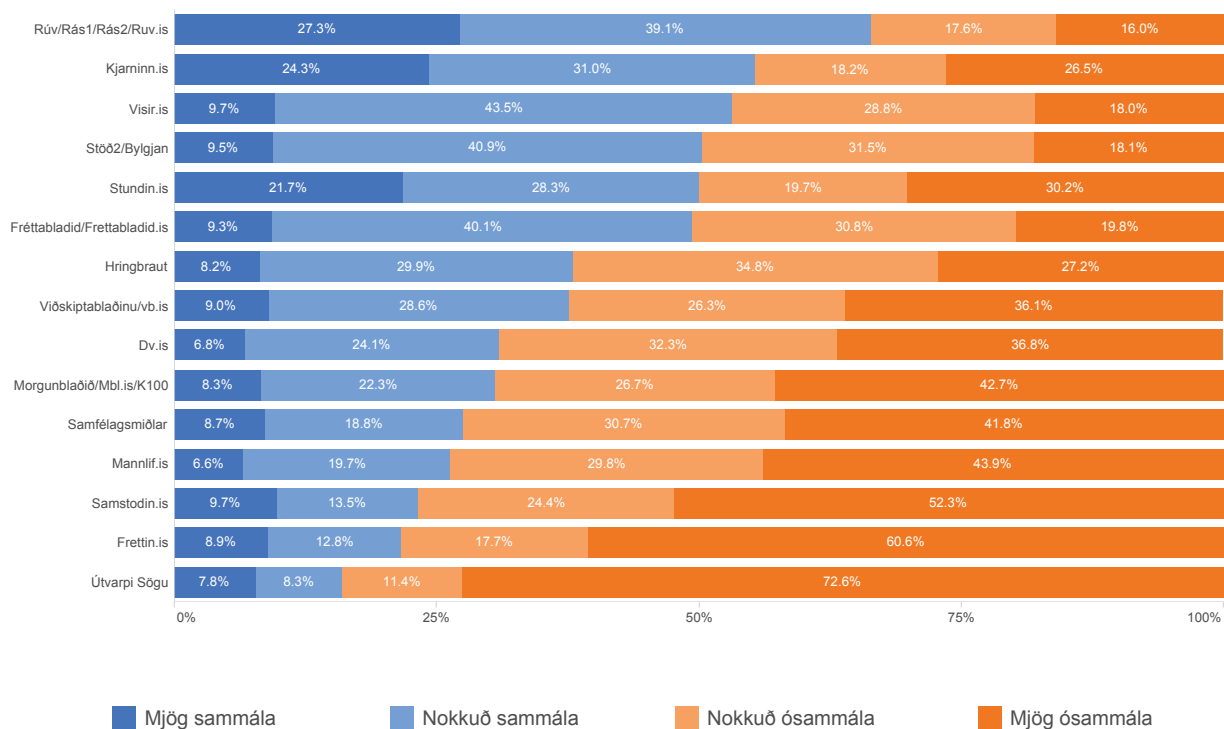


### Meirihluti nálgast fréttir á Vísir.is

Vísir.is (79,3%), Morgunblaðið/Mbl.is/K100 (67,7%) og Rúv/Rás1/Rás2/Ruv.is (64,8%) voru þeir fjölmiðlar sem flestir þátttakendur sögðust nota til að nálgast fréttir. Næstflestir nálgðuðust fréttir annað hvort í Fréttablaðinu eða á fréttablaðid.is (35,3%), á Stöð 2 eða Bylgjunni (33,1%), samfélagsmiðlum (31,8%) og Dv.is (29%). Þá voru 17,1% sem nálgðuðust fréttir á Stundin.is, 16,1% á Kjarninn.is og 10,6% í Viðskiptablaðinu eða á vb.is. Fæstir nálgðuðust fréttir á Mannlíf.is (6,2%), í Útvarpi sögu (1,8%), á Frettin.is (1,4%) og Samstodin.is (1,3%). Þá voru 6,7% sem nálgðuðust fréttir í öðrum fjölmiðlum. Þegar niðurstöðurnar eru skoðaðar með tilliti til aldurs kemur í ljós að yngri þátttakendur voru líklegri til að nálgast fréttir á samfélagsmiðlum en eldri þátttakendur.

Gagnaöflun fór fram í nóvember 2022. Í kjölfarið áttu sér stað miklar sviptingar á fjölmiðlamarkaði í upphafi árs 2023. Torg ehf. útgáfufélag Fréttablaðsins, Hringbrautar og DV var úrskurðað gjaldþrota sem varð til þess að útgáfu Fréttablaðsins bæði á prenti og neti var hætt og sjónvarpsstöðin Hringbraut hætti útsendingum. Kjarninn og Stundin sameinuðust og mynduðu nýjan miðil í upphafi árs sem fékk nafnið Heimildin. Þá óskaði fjölmiðlafyrirtækið N4 ehf. einnig eftir gjaldþrotaskiptum og hætti útsendingum og útgáfu.

Hversu sammála eða ósammála ertu því að eftirfarandi fjölmiðlar séu óháðir pólitískum, efnahagslegum eða öðrum sérhagsmunum þegar þeir fjalla um samfélagið og umheiminn?

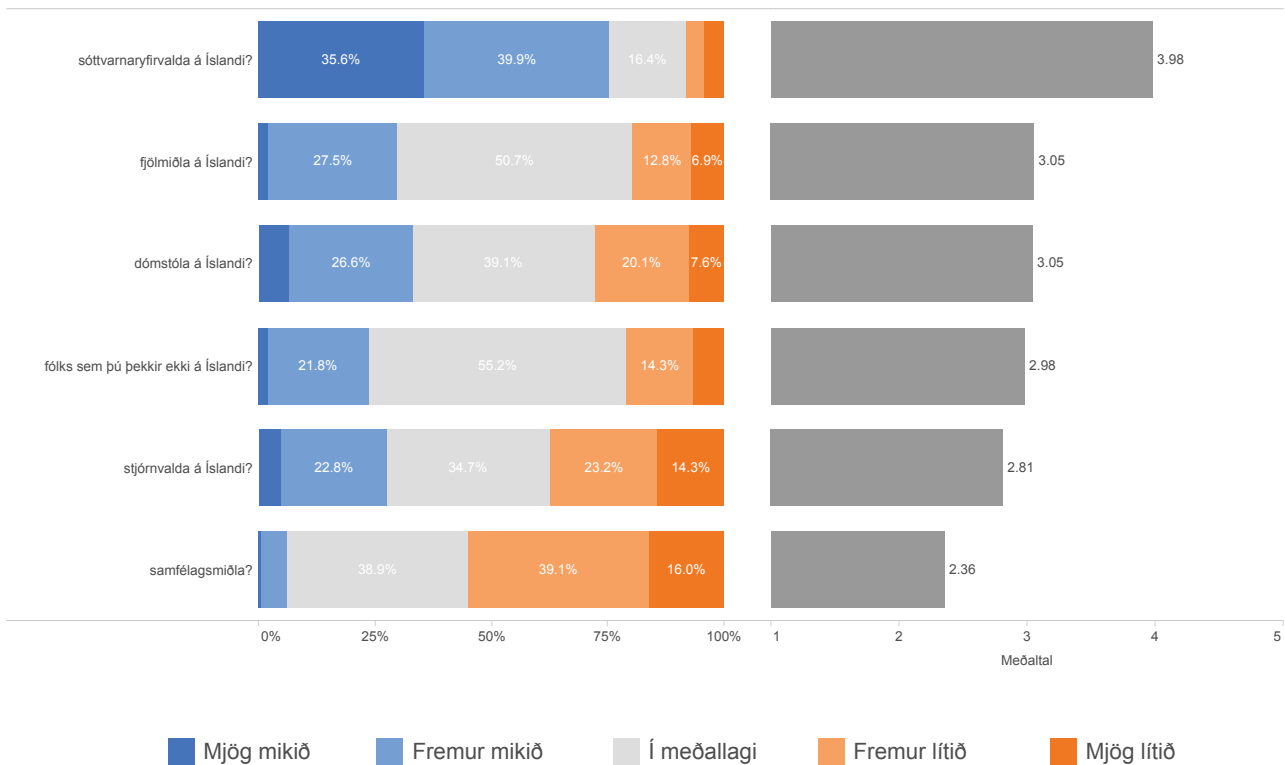


### Meirihluti sammála því að Ríkisútvarpið sé óháð í fréttumfjöllun

Um helmingur þátttakenda var annað hvort nokkuð eða mjög sammála því að Rúv/Rás1/Rás2/Ruv.is (66,4%), Kjarninn.is (55,3%), Visir.is (53,2%), Stöð2/Bylgjan (50,4), Stundin.is (50%) og Fréttablaðið/Frettabladid.is (49,4%) væru óháðir pólitískum, efnahagslegum eða öðrum sérhagsmunum þegar þeir fjalla um samfélagið og umheiminn. Þá var tæpur fjórðungur sammála því að Hringbraut (38,1%), Viðskiptablaðið/vb.is (37,6%), Dv.is (30,9%), og Morgunblaðið/Mbl.is/K100 (30,6%) væru óháðir í umfjöllun sinni. Fæstir voru sammála því að samfélagsmiðlar (27,5%), Mannlíf.is (26,3%), Samstodin.is (23,3%), Frettin.is (21,7%) og Útvarp Saga (16,1%) væru óháðir í umfjöllun sinni.

# Traust og öryggi í íslensku samfélagi

## Hversu mikið eða lítið traust berðu til...



### Konur bera meira traust til fjölmiðla á Íslandi en karlar

Þegar þátttakendur voru spurðir hversu mikið eða lítið traust þeir bæru til fjölmiðla á Íslandi var tæplega þriðjungur, eða 29,6%, sem sagðist bera fremur eða mjög mikið traust til þeirra. Þá sögðust 50,7% treysta þeim í meðallagi, 12,8% fremur lítið og 6,9% mjög lítið. Munur var á afstöðu þátttakenda eftir kyni en fleiri konur (34%) sögðust bera annað hvort fremur mikið eða mjög mikið traust til fjölmiðla en karlar (25,6%).

### Helmingur ber lítið traust til samfélagsmiðla

Rúmlega helmingur, eða 55,1% þátttakenda sagðist bera annað hvort fremur lítið eða mjög lítið traust til samfélagsmiðla. Þá voru 38,9% sem sögðust bera í meðallagi traust til þeirra en einungis 6% fremur mikið eða mjög mikið.

### Tekjuhærri bera meira traust til stjórnvalda á Íslandi

Alls sögðust 37,5% þátttakenda bera annað hvort fremur lítið eða mjög lítið traust til stjórnvalda á Íslandi. Þá sögðust 34,7% bera í meðallagi traust til þeirra og 27,8% annað hvort fremur mikið eða mjög mikið. Þegar

niðurstöðurnar eru skoðaðar með tilliti til tekna kemur í ljós að hlutfall þeirra sem bera annað hvort fremur mikið eða mjög mikið traust til stjórnvalda hækkar eftir því sem tekjur verða hærrí. Munurinn er hlutfallslega mestur hjá þeim sem eru með tekjur á bilinu 400-549 þúsund kr. (17,5%) og þeirra sem eru með 1.200 kr. eða hærrí tekjur (35,8%). Kjósendur ríkisstjórnarflokkanna þriggja báru langtum meira traust til stjórnvalda en kjósendur annarra stjórnmálaflokka.

## **Traust til dómstóla á Íslandi meira á meðal karla**

Rúmlega þriðjungur þátttakenda, eða 33,2%, sagðist bera annað hvort fremur mikið eða mjög mikið traust til dómstóla á Íslandi. Þá voru 39,1% sem sögðust bera í meðallagi traust til þeirra og 27,7% annað hvort fremur lítið eða mjög lítið traust. Þegar niðurstöðurnar eru skoðaðar með tilliti til aldurs kemur í ljós að hlutfall þeirra sem sögðust bera annað hvort fremur mikið eða mjög mikið traust til dómstóla á Íslandi var hæst í aldurshópnum 50-59 ára (43,1%) en lægst í yngsta aldurshópnum 18-29 ára (22,7%). Munur var á afstöðu þátttakenda eftir kyni en fleiri karlar (37,2%) sögðust bera annað hvort fremur mikið eða mjög mikið traust til dómstóla á Íslandi en konur (28,9%). Á móti var hærrí hlutfall karla (29%) sem sagðist bera annað hvort fremur lítið eða mjög lítið traust til dómstóla á Íslandi en hlutfall kvenna (26,2%).

## **74,5% ber mikið traust til sóttvarnaryfirvalda á Íslandi**

Alls sögðust 75,4% þátttakenda bera annað hvort fremur mikið eða mjög mikið traust til sóttvarnaryfirvalda á Íslandi. Þá sögðust 16,4% bera í meðallagi traust til þeirra og einungis 8,2% annað hvort fremur lítið eða mjög lítið traust. Þegar niðurstöðurnar eru skoðaðar með tilliti til menntunar kemur í ljós að einstaklingar með lægri menntun voru líklegri en aðrir til að bera minna traust til sóttvarnaryfirvalda. Eftir því sem menntunarstig hækkaði, frá grunnskólaprófi upp í framhaldspróf á háskólastigi, jókst hlutfall þeirra sem sögðust bera mjög mikið traust til sóttvarnaryfirvalda á Íslandi. Þá var einnig munur á afstöðu þátttakenda eftir tekjum en flestir þeirra sem sögðust treysta sóttvarnaryfirvöldum mjög lítið voru með tekjur undir 400.000 kr., eða 8,7%, sem er nærri helmingi fleiri en þeir tekjuhærrí sem tóku sömu afstöðu.

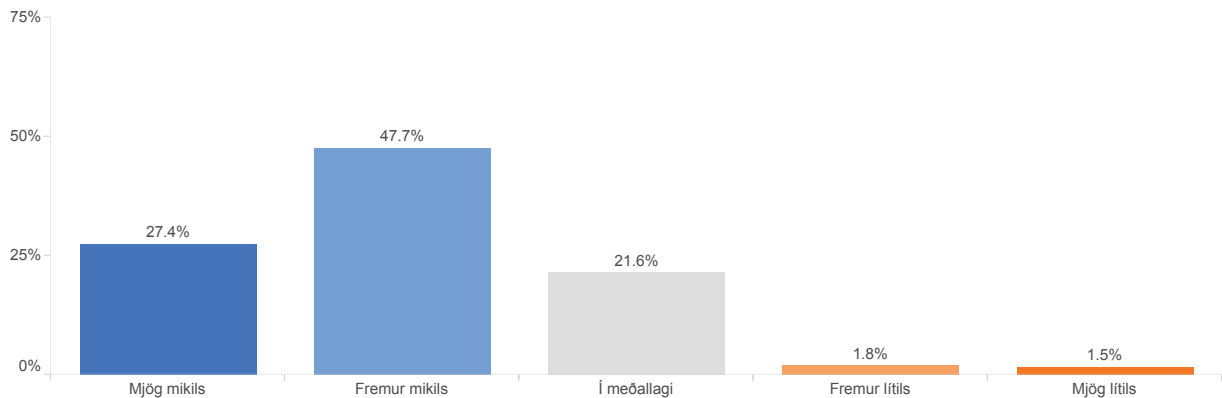
## **Konur bera minna traust til fólks sem þær þekkja ekki**

Alls sögðust 23,8% þátttakenda bera annað hvort fremur mikið eða mjög mikið traust til fólks sem þeir þekkja ekki á Íslandi. Þá var rúmlega helmingur, eða 55,2%, sem sagðist bera í meðallagi traust og 21,0% annað hvort fremur lítið eða mjög lítið. Þegar niðurstöðurnar eru skoðaðar með tilliti til kyns þátttakenda kemur í ljós að konur eru síður líklegar til að bera traust til fólks sem þær þekkja ekki en karlar. Einnig má sjá fylgni á milli menntunar og trausts til ókunnugs fólks en því hærrí menntunarstig sem þátttakendur höfðu þeim mun meira traust báru þeir til fólks sem þeir þekkja ekki. Að fólkið í landinu beri álíka lítið traust til dómstóla, stjórnvalda og fjölmiðla og það ber til ókunnugs fólks er áhyggjuefni.

---

## Hversu mikils eða lítills öryggis finnur þú til á almannafæri?

---



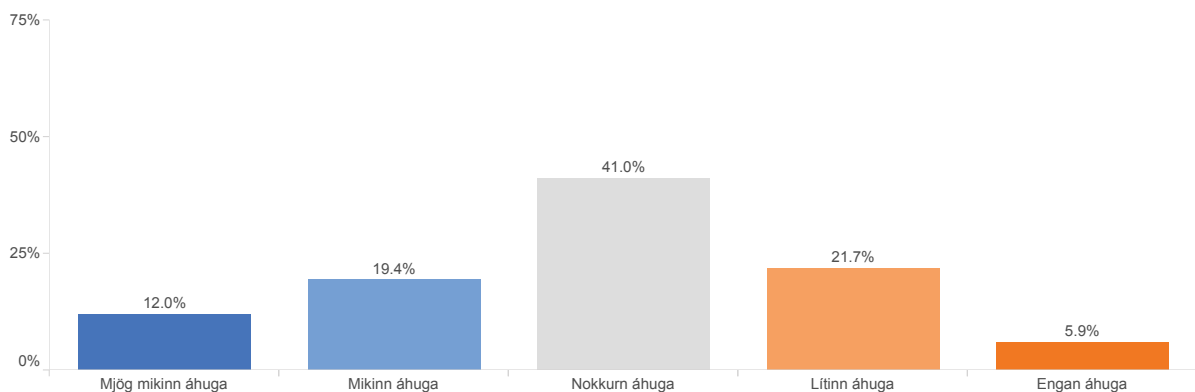
### Konur finna fyrir minna öryggi á almannafæri en karlar

Mikill meirihluti þátttakenda, eða 75,1%, sagðist finna til annað hvort fremur mikils eða mjög mikils öryggis á almannafæri. Þá voru 21,6% sem sögðust í meðallagi öruggar og aðeins 3,4% annað hvort fremur lítið eða mjög lítið öruggar á almannafæri. Munur var á afstöðu þátttakenda eftir kyni en 80,6% karla sögðust finna til annað hvort fremur mikils eða mjög mikils öryggis á almannafæri samanborið við 69,1% kvenna. Þegar niðurstöðurnar eru skoðaðar með tilliti til aldurs og tekna kemur í ljós að eldri og tekjulægri þátttakendur finna til minna öryggis á almannafæri en þeir yngri og tekjuhærri.

---

## Telur þú þig hafa mikinn eða lítinn áhuga á stjórnmálum?

---



## Yngra og tekjulægra fólk hefur minni áhuga á stjórnmálum

Alls sögðust 47,0% þátttakenda hafa annað hvort lítinn eða engan áhuga á stjórnmálum. Þá voru 41,0% sem sögðust hafa nokkurn áhuga og 12,0% annað hvort mikinn eða mjög mikinn áhuga. Þegar niðurstöðurnar eru skoðaðar með tilliti til aldurs kemur í ljós mikið kynslóðabil þar sem yngsti hópurinn (18-29 ára) sker sig úr. En 12,2% í þeim hópi sögðust ekki hafa neinn áhuga á stjórnmálum, sem er nærri helmingi hærra hlutfall en í næsta aldursbili (30-39 ára), þar sem hlutfall þeirra sem tóku sömu afstöðu er 6,7%. Hlutfallið heldur síðan áfram að lækka með hækkandi aldri en í hópi 50-59 ára voru 3,9% sem sögðust ekki hafa neinn áhuga á stjórnmálum og 2,4% í hópi 60-69 ára. Sömuleiðis má sjá fylgni á milli tekna og stjórnmálaáhuga en þeim mun tekjuhærri sem þátttakendur voru þeim mun líklegri voru þeir til að hafa áhuga á stjórnmálum. Það sama gildir um menntun, en þeim mun hærra menntunarstig sem þátttakendur höfðu þeim mun líklegri voru þeir til að hafa áhuga á stjórnmálum. Að sama skapi voru karlar líklegri til að hafa meiri áhuga á stjórnmálum en konur.

## Telur þú þig hafa mikinn eða lítinn áhuga á stjórnmálum?

Bakgrunnsbreytur: kyn, aldur og menntun

		Mjög mikinn áhuga	Mikinn áhuga	Nokkurn áhuga	Lítinn áhuga	Engan áhuga
Heild	(979)	12.0%	19.4%	41.0%	21.7%	5.9%
<b>Kyn</b>						
Karl	(507)	17.0%	23.5%	41.5%	15.1%	2.9%
Kona	(472)	6.5%	15.0%	40.5%	28.9%	9.1%
<b>Aldur</b>						
18-29 ára	(234)	6.7%	12.1%	40.1%	29.0%	12.2%
30-39 ára	(194)	16.7%	21.3%	32.6%	22.7%	6.7%
40-49 ára	(170)	12.2%	18.2%	46.4%	19.2%	4.0%
50-59 ára	(159)	11.3%	18.2%	45.6%	20.9%	3.9%
60-69 ára	(133)	15.5%	26.5%	38.9%	16.8%	2.4%
70 ára og eldri	(89)	10.9%	27.8%	46.7%	14.6%	
<b>Menntun</b>						
Grunnskólapróf	(202)	9.2%	14.8%	38.6%	29.6%	7.8%
Framhaldsskólapróf/lón..	(383)	12.5%	16.8%	42.3%	23.2%	5.2%
Háskólapróf-grunnám	(181)	9.2%	19.9%	47.7%	18.5%	4.7%
Háskólapróf-framhaldsn..	(196)	17.3%	28.5%	33.6%	14.1%	6.5%

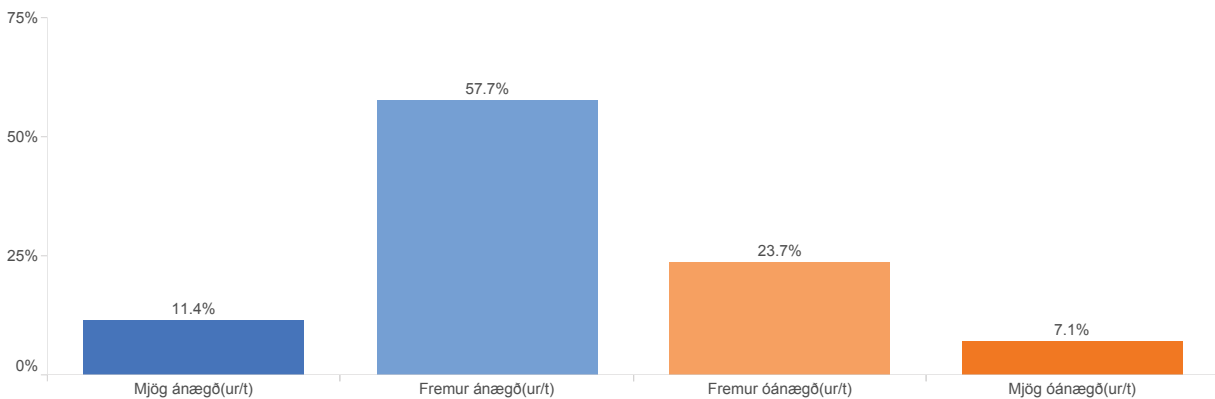
## Yngra fólk er ánægðara með hvernig lýðræðið virkar á Íslandi

Þegar þátttakendur voru spurðir hversu ánægðir þeir væru með hvernig lýðræðið virkar á Íslandi almennt séð voru 69,2% sem sögðust vera annað hvort fremur eða mjög ánægð. Þá voru 31,6% sem sögðust vera annað hvort fremur eða mjög óánægð. Niðurstöðunum hér á landi svipar mjög til niðurstaðna sambærilegrar rannsóknar í Svíþjóð en þar voru 68,4% þátttakenda sem sögðust vera annað hvort fremur eða mjög ánægðir með hvernig lýðræðið virkar þar í landi og 31,6% annað hvort fremur eða mjög óánægðir. Þegar niðurstöðurnar úr íslensku rannsókninni eru skoðaðar með tilliti til aldurs má sjá að yngri aldurshóparnir voru líklegri en þeir eldri til þess að vera ánægðir með virkni lýðræðis hér á landi, þar sem að meðaltali 71,8% þátttakenda á aldrinum 18-49 ára sögðust vera annað hvort



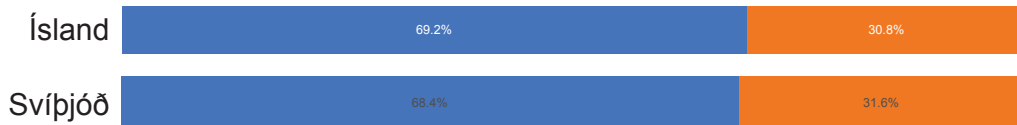
fremur eða mjög ánægðir á meðan meðaltalið var 65,9% í hópi 50 ára og eldri. Konur (73,7%) voru líklegri en karlar (65,1%) til að vera ánægðar. Þá má einnig sjá fylgni á milli menntunar og tekna og ánægju með lýðræðið, en því lægri menntun og tekjur sem þátttakendur voru með þeim mun líklegri voru þeir til að vera óánægðir með virkni lýðræðis. Jafnframt voru hægrisinnaðir líklegri til að vera ánægðir með lýðræðið heldur en vinstrisinnaðir.

## Almennt séð hversu ánægð(ur/t) eða óánægð(ur/t) ertu með hvernig lýðræðið virkar á Íslandi?



Hvar myndir þú staðsetja þig á kvarða frá 0 til 10, þar sem 0 er lengst til vinstri og 10 er lengst til hægri?

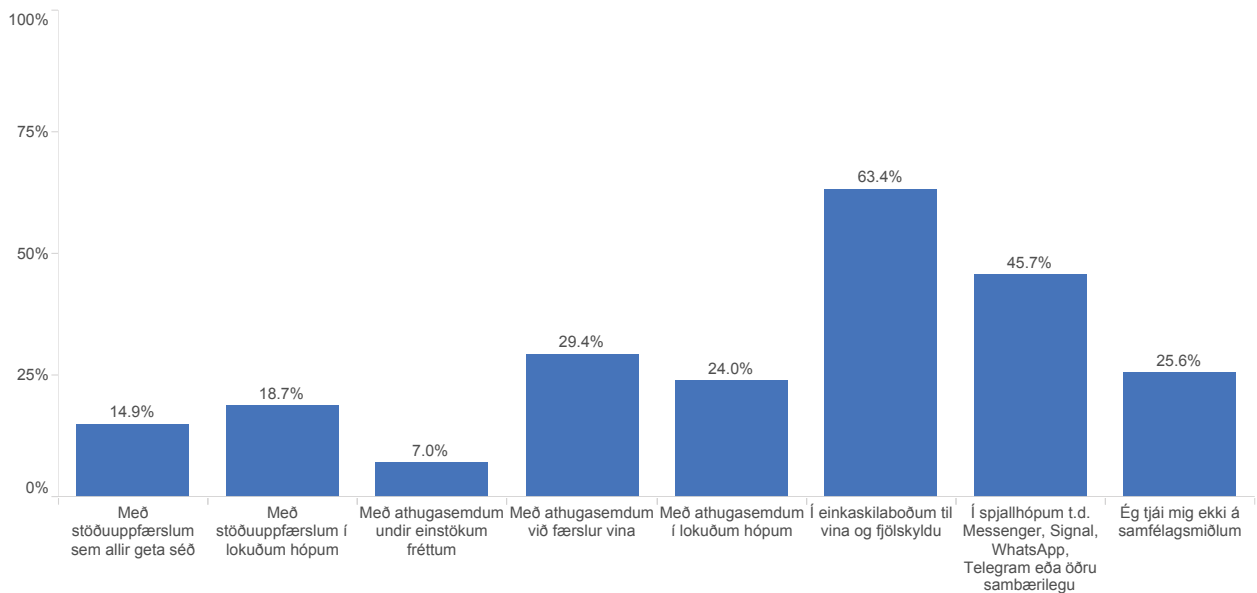
Staðsetning	Stærð	Ánægð	Óánægð
Hægri (7-10)	(238)	22.8%	77.2%
Miðja (4-6)	(429)	7.5%	92.5%
Vinstri (0-3)	(229)	7.0%	93.0%



### Velja frekar að tjá sig í lokuðum hópum

Þegar spurt var um það hvernig þátttakendur tjá sig á samfélagsmiðlum svöruðu flestir því að þeir tjáðu sig í einkaskilaboðum til vina og fjölskyldu (63,4%), í spjallhópum (45,7%), með athugasemdum við færslur vina (29,4%) og með athugasemdum í lokuðum hópum (24,0%). Þá voru 18,7% sem tjáðu sig með stöðuuppfærslum í lokuðum hópum samanborið við 14,9% sem tjáðu sig með stöðuuppfærslum sem allir geta séð. Einungis 7,0% tjáðu sig með athugasemdum undir einstökum fréttum. Athygli vekur að hátt í þriðjungur þátttakenda, eða 25,6%, svöruðu því að þeir tjáðu sig ekki á samfélagsmiðlum. Hér má sjá mikið kynslóðabil þar sem yngsti aldurshópurinn (18-29 ára) sker sig úr, en aðeins 9,1% í þeim hópi sögðust ekki tjá sig á samfélagsmiðlum sem er nærri helmingi lægra hlutfall en í næsta aldursbili, 30-39 ára, þar sem 16,8% tjáði sig ekki á samfélagsmiðlum. Hlutfallið heldur síðan áfram að aukast með hækkandi aldri en í hópi 40-49 ára voru 29% sem sögðust ekki tjá sig á samfélagsmiðlum og 36% í hópi 50-59 ára. Þegar niðurstöðurnar eru skoðaðar eftir kyni kemur í ljós að karlar (30,0%) tjá sig síður á samfélagsmiðlum en konur (20,8%).

## Hvað af eftirtöldu á við um það hvernig þú tjáir þig á samfélagsmiðlum?

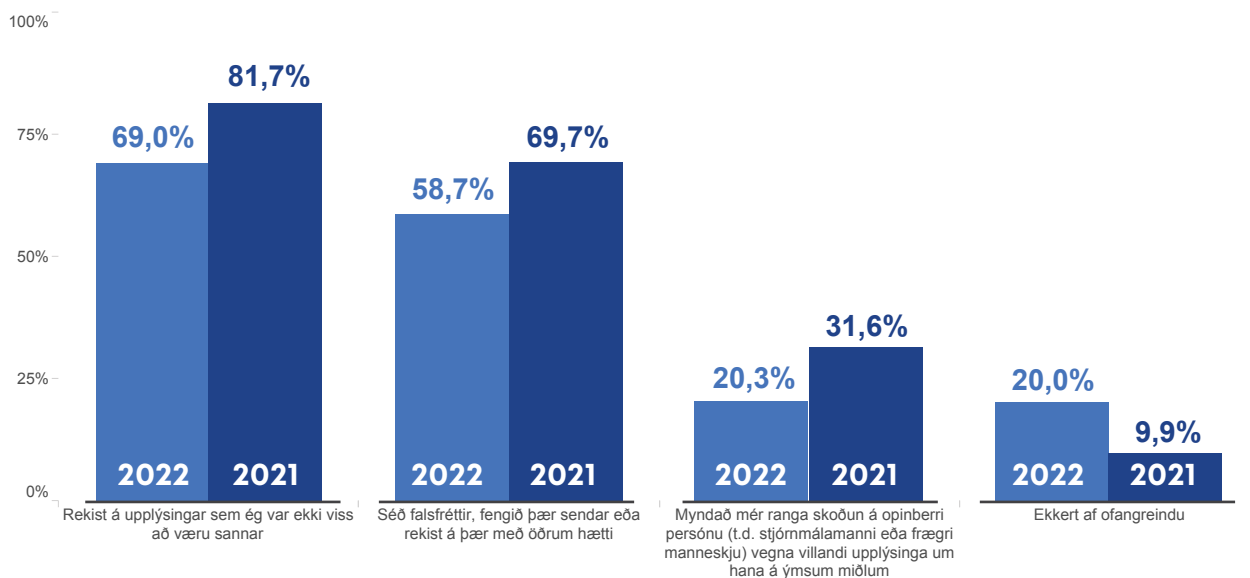


## Hvað af eftirtöldu á við um það hvernig þú tjáir þig á samfélagsmiðlum? Bakgrunnsbreytur: kyn, aldur og menntun

	Með stöðuuppfærslum sem allir geta séð	Með stöðuuppfærslum í lokuðum hópum	Með athugasemdum undir einstökum fréttum	Með athugasemdum við færslur vina	Með athugasemdum í lokuðum hópum	Í einkaskilaboðum til vina og fjölskyldu	Í spjallhópum t.d. Messenger, Signal, WhatsApp, Telegram e..	Ég tjái mig ekki á samfélagsmiðlum
<b>Heild</b> (2,237)	14.9%	18.7%	7.0%	29.4%	24.0%	63.4%	45.7%	25.6%
<b>Kyn</b>								
Karl (1,105)	15.5%	18.8%	7.7%	25.7%	23.2%	55.0%	41.9%	30.0%
Kona (1,132)	14.4%	18.6%	6.2%	33.3%	24.8%	72.4%	49.8%	20.8%
<b>Aldur</b>								
18-29 ára (548)	8.4%	12.8%	3.0%	24.4%	23.8%	82.7%	70.2%	9.1%
30-39 ára (492)	16.9%	18.4%	8.7%	33.2%	27.5%	72.7%	60.0%	16.8%
40-49 ára (409)	16.4%	26.7%	6.2%	30.9%	31.0%	59.8%	40.4%	29.0%
50-59 ára (352)	16.2%	22.3%	7.7%	31.4%	23.2%	53.1%	31.8%	36.0%
60-69 ára (270)	21.2%	14.7%	10.8%	27.8%	16.2%	49.0%	25.0%	37.0%
70 ára og eldri (166)	13.6%	19.3%	8.3%	29.7%	16.3%	39.0%	15.6%	45.9%
<b>Menntun</b>								
Grunnskólapróf (389)	8.5%	15.1%	6.8%	21.3%	18.1%	51.0%	31.1%	39.2%
Framhaldsskólapróf/Ídn.. (886)	15.4%	18.8%	8.1%	31.7%	24.8%	61.3%	47.2%	24.7%
Háskólapróf-grunnám (445)	16.7%	19.5%	6.0%	31.0%	27.2%	74.5%	52.1%	18.7%
Háskólapróf-framhaldsn.. (490)	18.7%	22.8%	5.9%	32.8%	26.6%	71.8%	54.3%	18.4%

# Falsfréttir

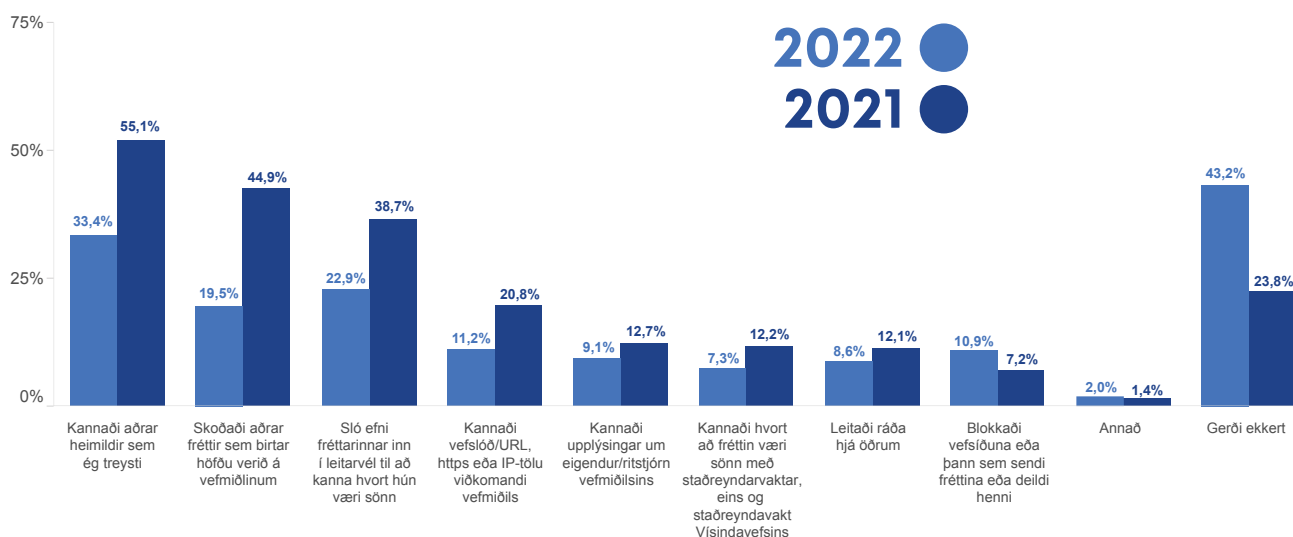
Hvað af eftirtöldu hefur þú upplifað á netinu á síðustu 12 mánuðum?



## Meira en helmingur hefur annað hvort séð falsfréttir, fengið þær sendar eða rekist á þær með öðrum hætti á sl. 12 mánuðum

Alls sögðust 69,0% þátttakenda hafa rekist á upplýsingar á netinu sem þeir væru ekki vissir um að væru sannar. Þá voru 58,7% sem sögðust hafa séð falsfréttir á netinu, fengið þær sendar eða rekist á þær með öðrum hætti og 20,3% sem sögðust hafa myndað sér ranga skoðun á opinberri persónu (t.d. stjórnmálamanni eða frægri manneskju) vegna villandi upplýsinga um hana á ýmsum miðlum. Fleiri karlar (70,3%) sögðust hafa rekist á upplýsingar sem þeir væru ekki vissir um að væru sannar en konur (67,6%). Að sama skapi voru fleiri karlar (67,7%) en konur (49,1%) sem sögðust hafa séð falsfréttir, fengið þær sendar eða rekist á þær með öðrum hætti. Þá má einnig sjá fylgni á milli aldurs þátttakenda og líkum á því að þeir hafi myndað sér ranga skoðun á opinberri persónu vegna villandi upplýsinga um hana á ýmsum miðlum. En 29,7% í yngsta aldurshópnum (18-29 ára) sögðust hafa gert það samanborið við 23,5% í næsta aldersbili (30-39 ára). Hlutfallið heldur síðan áfram að lækka með aldri og er lægst í hópnum 60-69 ára (12,1%). Þegar niðurstöðurnar eru skoðaðar með tilliti til menntunar kemur í ljós að því hærra menntun þátttakenda því líklegri voru þeir til að hafa rekist á upplýsingar sem þeir væru ekki vissir um að væru sannar og séð falsfréttir, fengið þær sendar eða rekist á þær með öðrum hætti. Lægst var hlutfallið hjá þeim sem voru með undir 400 þúsund kr. í tekjur og hæst hjá þeim sem voru með tekjur 1.200 þúsund kr. eða hærri.

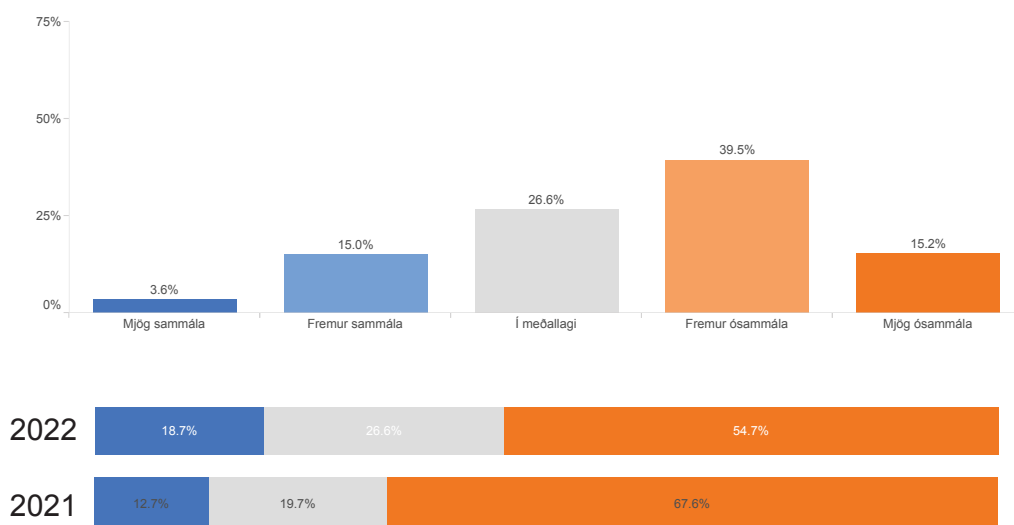
Rifjaðu upp síðasta skipti sem þú rakst á frétt á netinu og dróst þá ályktun að hún væri röng eða um falsfrétt væri að ræða. Gerðir þú eitthvað af eftirtöldu?



### Rúmlega fjórðungur þátttakenda gerði ekkert þegar þeir rákust síðast á frétt á netinu og drógu þá ályktun að hún væri röng eða að um falsfrétt væri að ræða

Spurt var hvað þátttakendur gerðu þegar þeir rákust síðast á frétt á netinu og drógu þá ályktun að hún væri röng eða að um falsfrétt væri að ræða. Alls voru 33,4% sem sögðust hafa kannað aðrar heimildir sem þeir treystu, 22,9% slógu efni fréttarinnar inn í leitarvél til að kanna hvort hún væri sönn, 19,5% skoðuðu aðrar fréttir sem birtar höfðu verið á miðlinum og 11,2% könnuðu vefslóð/URL, https eða IP-tölu viðkomandi vefs. Þá voru 10,9% sem sögðust hafa blokkað vefsíðuna eða þann sem sendi fréttina eða deildi henni, 9,1% könnuðu upplýsingar um eigendur/ritstjórn vefmiðilsins, 8,6% leitaði ráða hjá öðrum og 7,3% kannaði hvort að fréttin væri sönn með aðstoð staðreyndavaktar. Þá sögðust 43,2%, þátttakenda ekki hafa gert neitt. Þegar niðurstöðurnar eru skoðaðar með tilliti til kyns þátttakenda kemur í ljós að konur (48,0%) voru líklegri til að gera ekkert heldur en karlar (38,7%). Hlutfall þeirra sem segjast ekki hafa gert neitt lækkar eftir því sem menntun er minni.

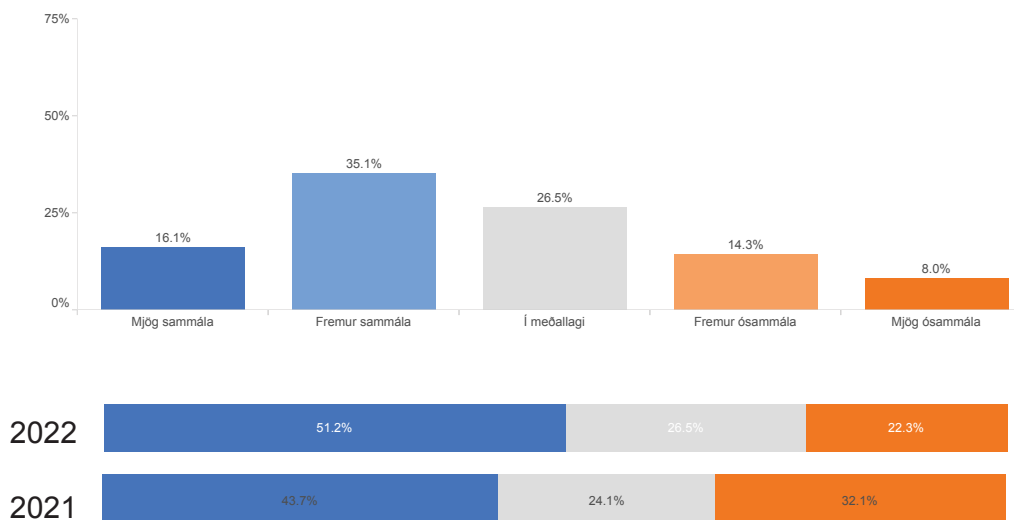
## Hversu sammála eða ósammála ertu eftirfarandi fullyrðingum? Mér finnst flókið að fylgjast með því sem er í fréttum



### Fjölgar í hópi þeirra sem þykir flókið að fylgjast með fréttum

Alls sögðust 18,7% þátttakenda vera annað hvort fremur eða mjög sammála fullyrðingunni „mér finnst erfitt að fylgjast með því sem er í fréttum“, sem er fjölgun frá árinu 2021 þegar hlutfallið var 12,7%. Sömuleiðis hefur hlutfall þeirra sem eru í meðallagi sammála hækkað á milli ára eða úr 19,7% árið 2021 upp í 26,6% árið 2022. Aðeins hefur fækkað í hópi þeirra sem eru annað hvort fremur eða mjög sammála, en árið 2022 var hlutfallið 54,7% samanborið við 67,6% árið á undan. Flestir sem voru fremur eða mjög sammála fullyrðingunni voru í yngsta aldurshópnum, eða 25,2% í hópi 18–29 ára. Til samanburðar voru að meðaltali 17,12% fremur eða mjög sammála í hópi 30 ára og eldri.

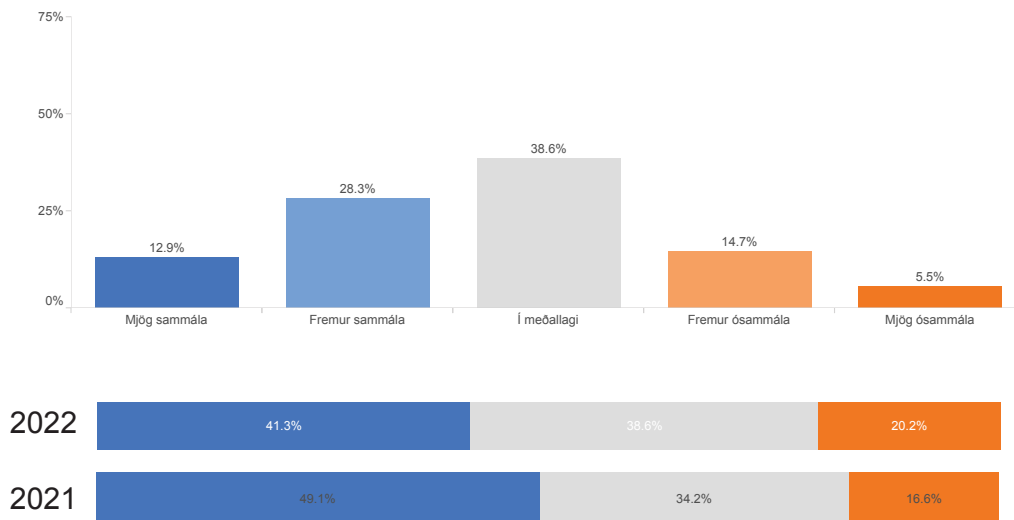
## Hversu sammála eða ósammála ertu eftirfarandi fullyrðingum? Ég held mér upplýstri/upplýstu(m) þótt ég fylgist ekki með fréttum



## Helmingur sammála um að hann haldi sér vel upplýstum án þess að fylgjast með fréttum

Þegar þátttakendur voru spurðir hversu sammála eða ósammála þeir væru fullyrðingunni „ég held mér vel upplýstri/upplýstu(m) þótt ég fylgist ekki með fréttum“ voru 51,2% annað hvort fremur eða mjög sammála sem er hækkun frá árinu 2021 þegar hlutfallið var 43,7%. Yngri aldurshópar voru heldur líklegri til þess að taka þá afstöðu, þar sem að meðaltali 57,4% þátttakenda á aldrinum 18-49 ára voru fremur eða mjög sammála fullyrðingunni samanborið við 41,2% á aldrinum 50 ára og eldri.

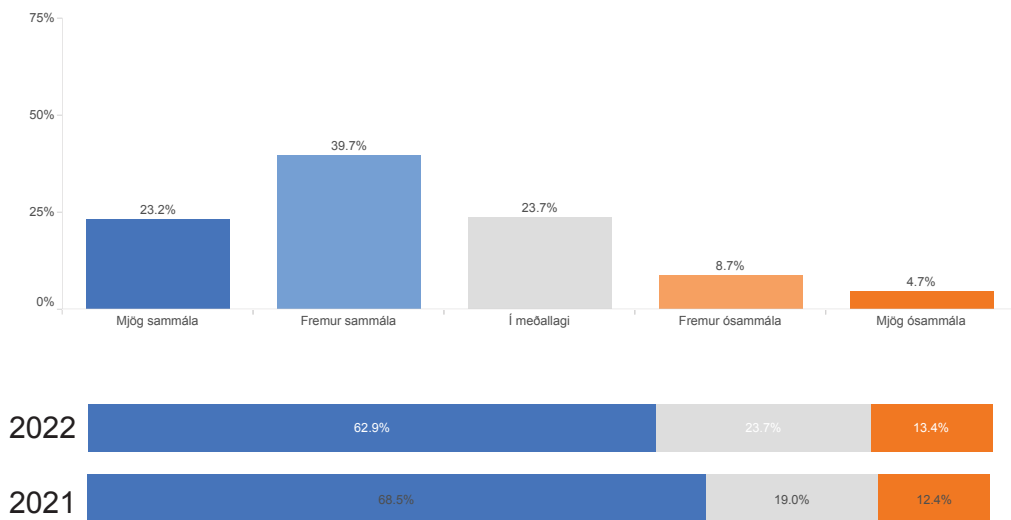
## Hversu sammála eða ósammála ertu eftirfarandi fullyrðingum? Ég skoða oft fréttamiðla sem miðla öðru sjónarhorni/gildum en því sem ég aðhyllist sjálf(ur/t)



## Færri skoða oft fréttamiðla sem miðla öðru sjónarhorni eða gildum en það sem þeir aðhyllast sjálfir

Alls sögðust 41,3% þátttakenda vera annað hvort fremur eða mjög sammála fullyrðingunni „ég skoða oft fréttamiðla sem miðla öðru sjónarhorni/gildum en því sem ég aðhyllist sjálf(ur/t)“ sem er fækkun frá árinu 2021 en þá var hlutfallið 49,1%. Þegar niðurstöðurnar eru skoðaðar með tilliti til aldurs kemur í ljós mikið kynslóðabil þar sem yngsti hópurinn (18-29 ára) sker sig úr, en 32,6% í þeim hópi sögðust annað hvort vera fremur eða mjög sammála fullyrðingunni samanborið við 40,9% í næsta aldursbili (30-39 ára). Hlutfallið heldur síðan áfram að lækka með aldri en í hópi 60-69 ára tóku 52,9% sömu afstöðu og 52% í hópi 70 ára og eldri. Þá sagðist helmingur karla (50%) vera annað hvort fremur eða mjög sammála fullyrðingunni samanborið við rúmlega þriðjung kvenna (31,8%).

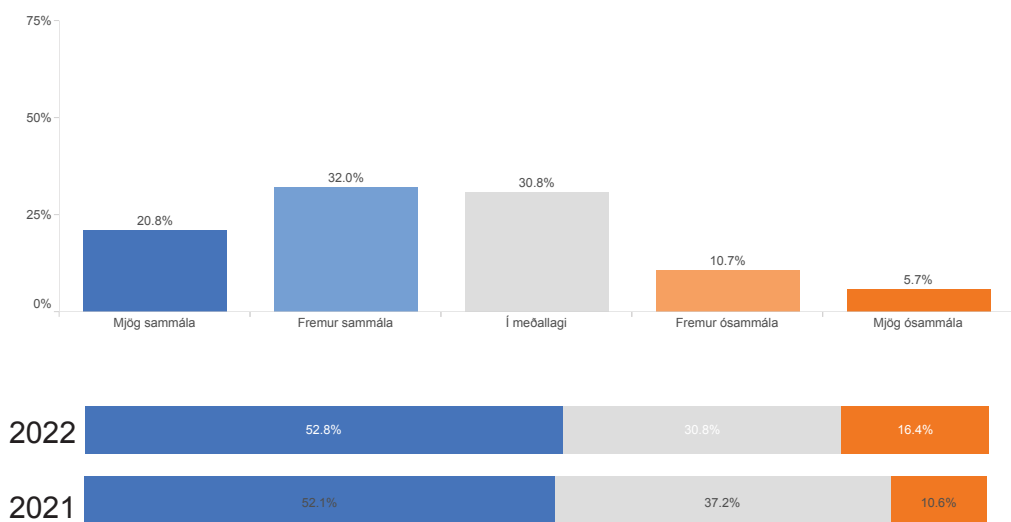
## Hversu sammála eða ósammála ertu eftirfarandi fullyrðingum? Ég skoða oft fréttir um sama umfjöllunarefni á ólíkum fréttamiðlum til að skilja það betur



### Færri skoða fréttir um sama umfjöllunarefni á mismunandi miðlum

Þrjú af hverjum fimm (62,9%) voru annað hvort fremur eða mjög sammála fullyrðingunni „ég skoða oft fréttir um sama umfjöllunarefni á ólíkum miðlum til að skilja það betur“ sem er fækkun frá árinu 2021 þegar hlutfallið var 68,5%. Flestir sem voru annað hvort fremur eða mjög sammála fullyrðingunni voru í aldurshópnum 30-39 ára (67,2%) og 40-49 ára (65,8%). Til samanburðar voru 54,7% fremur eða mjög sammála í hópi 70 ára og eldri. Þá voru karlar líklegri en konur til að vera sammála fullyrðingunni, þar sem 66,3% karla voru annað hvort fremur eða mjög sammála fullyrðingunni samanborið við 59,2% kvenna.

## Hversu sammála eða ósammála ertu eftirfarandi fullyrðingum? Ég kanna alltaf sannleiksgildi fréttanna áður en ég deili þeim með öðrum



## **52,8% skoða alltaf sannleiksgildi fréttanna áður en þeim er deilt með öðrum**

Þegar þátttakendur voru spurðir hversu sammála þeir væru fullyrðingunni „ég kanna alltaf sannleiksgildi fréttanna áður en ég deili þeim með öðrum“ sagðist rúmlega helmingur þátttakenda, eða 52,8%, vera annað hvort fremur eða mjög sammála, sem er svipað hlutfall og tók sömu afstöðu árið 2021 (52,1%). Þá sögðust 30,8% í meðallagi sammála fullyrðingunni árið 2022 samanborið við 37,2% árið á undan. Alls sögðust 16,4% vera annað hvort fremur eða mjög ósammála sem er hækkun frá árinu 2021 þegar hlutfall þeirra þátttakenda sem tóku sömu afstöðu var 10,6%. Þegar niðurstöðurnar eru skoðaðar með hliðsjón af menntun sést að þeir sem eru með hærri menntun eru líklegri til að vera annað hvort fremur eða mjög sammála fullyrðingunni. Munurinn er hlutfallslega mestur á milli þeirra þátttakenda sem voru með grunnskólapróf (45,1%) og þeirra sem voru með framhaldspróf á háskólastigi (55,9%). Þá er einnig hlutfallslegur munur eftir kyni þátttakenda, þar sem 58% karla sögðust annað hvort vera fremur eða mjög sammála fullyrðingunni samanborið við 47,2% kvenna.



# Framkvæmd

Könnunin var lögð fyrir Þjóðgátt Maskínu, sem er þjóðhópur fólks (e. panel) sem dreginn er með tilviljun úr Þjóðskrá. Könnunin fór fram á netinu. **Svarendur eru af öllu landinu og á aldrinum 18 ára og eldri.** Við úrvinnslu voru gögnin vegin til samræmis við tölur Hagstofunnar þannig að hópurinn sem svarar endurspeglar þjóðina út frá kyni, aldri og búsetu. Við vigtun gagna getur birst örlítið misræmi í fjöldatölum og hlutföllum sem orsakast af námundun.

Gagnaöflun fór fram dagana **4. – 11. nóvember 2022** og voru svarendur **983** talsins.