

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

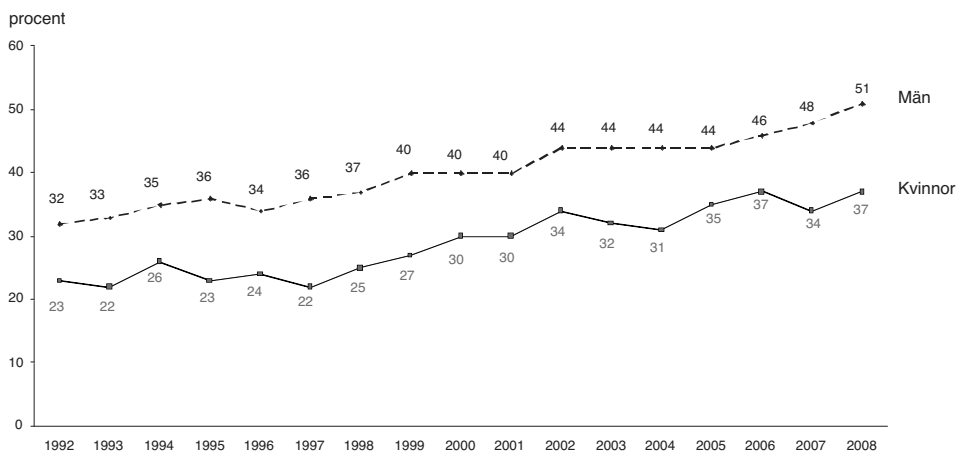
De frågor som radioprogrammet ställer pekar på att alkoholvanor och alkoholopinion alltid måste betraktas parallellt. Det är också den utgångspunkt som gäller för SOM-institutets studier av alkohol inom ramen för de nationella SOM-undersökningarna. Kalibers grundfråga om hur synen på alkoholens roll 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 pensionärgruppen 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>											
Arbetarhem	20	22	28	30	100	28	34	25	13	100	651
Tj mannahem	10	14	27	46	100	20	36	29	15	100	537
Högre tjmannahem	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

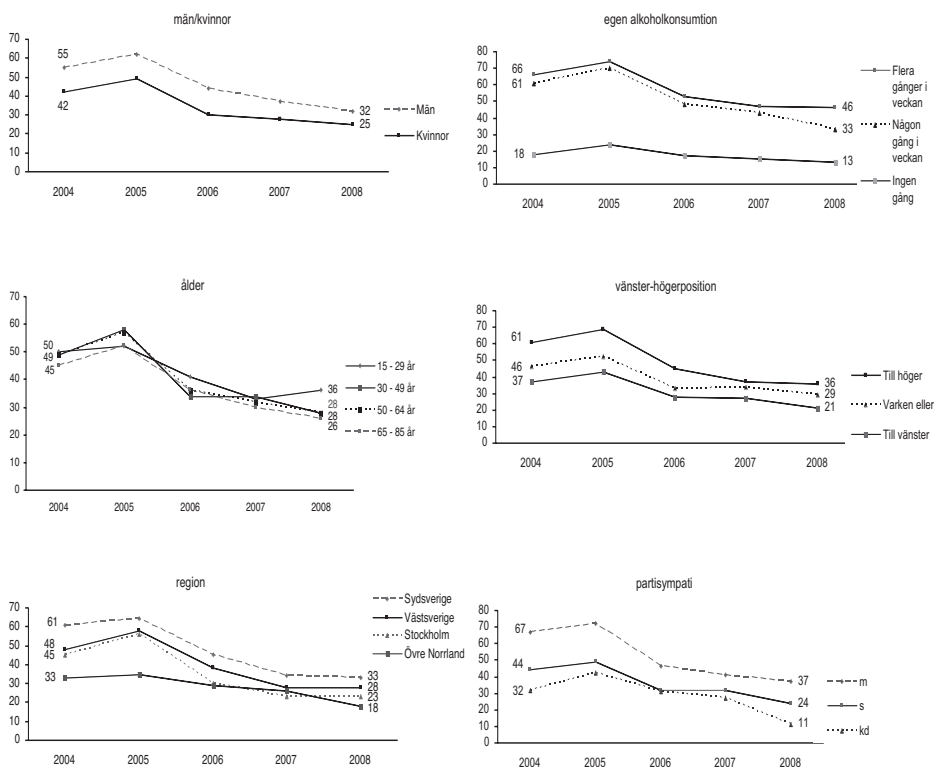
	Mycket bra förslag	Ganska bra förslag	Varken eller	Ganska dåligt förslag	Mycket dåligt förslag	Ingen uppfattning	Totalt	Antal svar
2004	14	24	18	17	24	3	100	1996
2005	15	23	15	19	26	2	100	1671
2006	12	24	16	18	28	2	100	1574
2007	10	23	15	20	30	2	100	1615
2008	10	22	16	20	30	2	100	1557

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