

# 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 skattesänkningar förstärktes även av utvecklingen i Finland, där en sänkning av alkoholskatten medförde ökade alkoholproblem.

Tio år efter utredningsförslaget är det inte längre alkoholskattesänkningar som är politiskt aktuella.<sup>1</sup> 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.<sup>2</sup> 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.

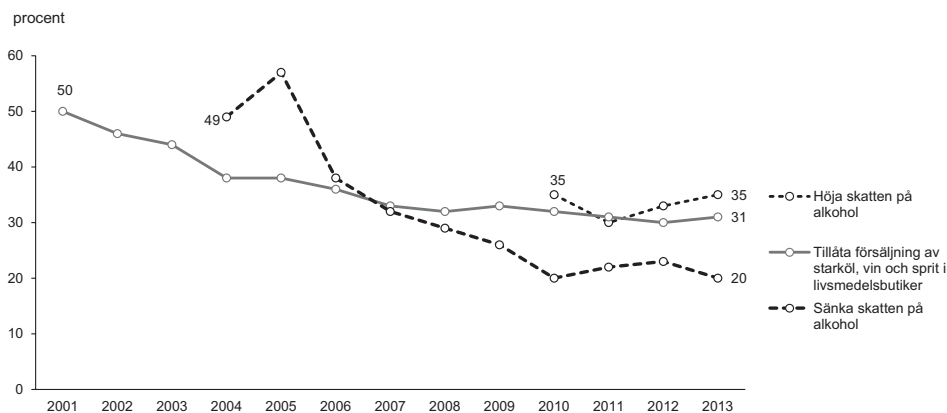
Det minskade stödet för skattesänkning motiverade att även aktualisera den motsatta ståndpunkten – *förslag att höja skatten*. En sådan fråga är ställd sedan 2010 och möjliggör en analys av i vad mån ovilja att sänka skatten kan vara mer än ett passivt avståndstagande från skattehöjningar och mer av 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.<sup>3</sup> 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 riktningssangivelse 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 försälas 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)**

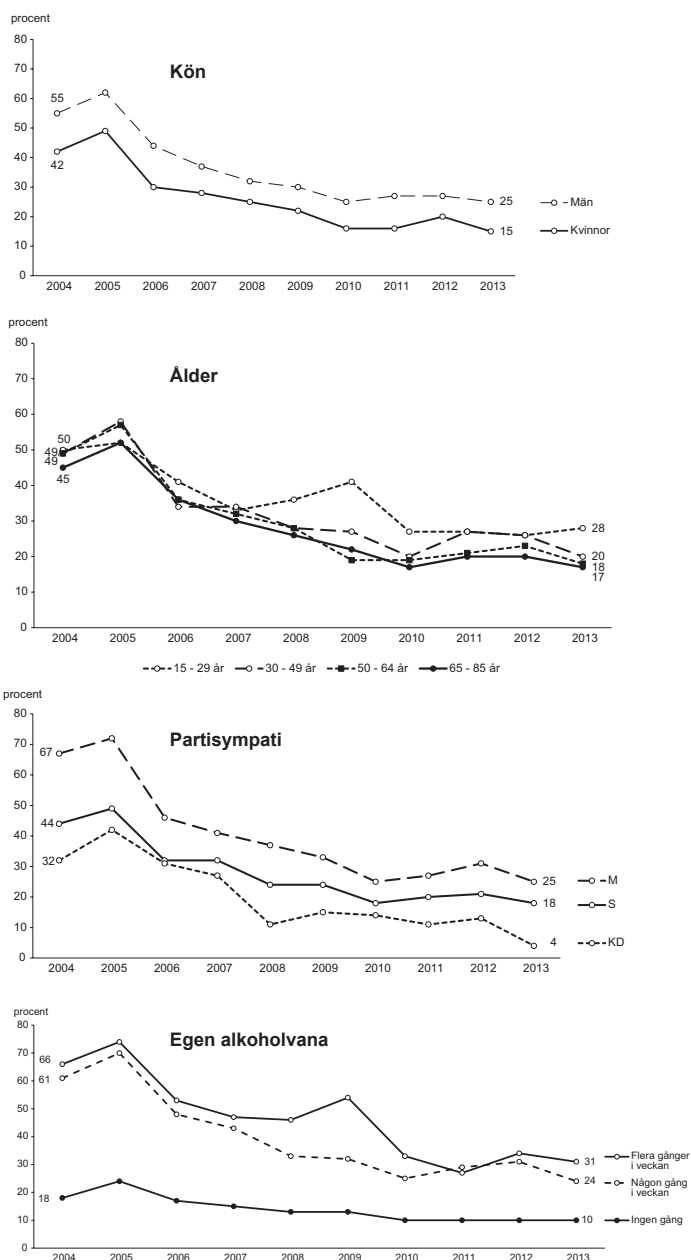
	Bra förslag			Varken eller			Dåligt förslag			Ingen uppfattning			Summa procent	Balansmätt
	09	11	13	09	11	13	09	11	13	09	11	13	09/11/13	2013
<b>Totalt</b>	33	31	31	15	20	17	50	47	50	2	2	2	100	-19
<b>Kön</b>														
Kvinnor	29	27	26	14	18	17	54	53	54	3	2	3	100	-28
Män	37	36	35	17	22	18	44	39	46	2	3	1	100	-11
<b>Ålder</b>														
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
<b>Utbildning</b>														
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
<b>Subjektiv klass</b>														
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
<b>Ideologisk vänster- högerorientering</b>														
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)



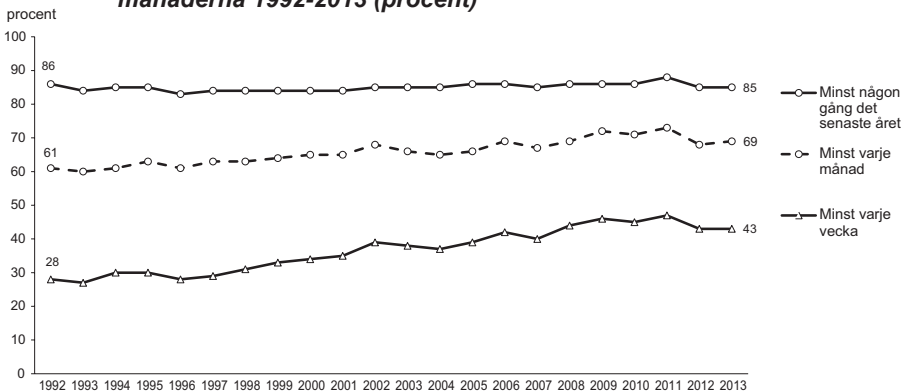
**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2004-2013.

## 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. Volymmåttet används i officiell alkoholstatistik och redovisas som den genomsnittliga mängden konsumerad ren alkohol per invånare. Valet av ett sådant sammanfattade volymmått har sin bakgrund i att det är det samlade alkoholintaget som är relaterat till folkhälsan (Leissner, 2012). Syftet med frekvensmåttet 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 frekvensmåttet som sedan 1992 används i de årliga SOM-undersökningarna (Holmberg och Weibull, 2012).<sup>4</sup> Givetvis finns det ett samband mellan de två sätten att mäta alkoholkonsumtionen även om mönstren i svaren varierar något.<sup>5</sup> I det följande är det frekvensmåttet 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.<sup>6</sup> 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.<sup>7</sup> 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
<b>Totalt</b>	45	44	43	11	10	11	30	31	33	18	18	21	15	13	14
<b>Kön</b>															
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
<b>Ålder</b>															
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
<b>Utbildning</b>															
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
<b>Familjeklass</b>															
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.<sup>8</sup>

Även om frågan om oron för ökad alkoholkonsumtion har fungerat analytiskt är svagheten 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**

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

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

- <sup>3</sup> 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.
- <sup>4</sup> Underlaget för den långsiktiga analysen framgår av kommentaren till figur 3.
- <sup>5</sup> 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.
- <sup>6</sup> 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 Kühllhorn, 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

