

**Reklamens Forskningskommitté**

Norrlandsgatan 11, Stockholm

**Konfidentiellt**

N<sup>o</sup> 6

\* vid fråga betyder att frågan skall ställas endast till vissa intervjuade.  
Svar skall ovillkorligen utmärkas genom ring kring siffran för svarsalternativet.

26.

När Ni läser en tidning eller en tidskrift, brukar Ni då också se på annonserna?

- Ja ..... 1
- Nej ..... 2
- Vet inte ..... 3

\*

Denna undersökning har till uppgift att utredna allmänhetens inställning till reklam. Med reklam menar vi i det följande annonser, broschyrer, affischer, skyltar och skyltfönster, ljusreklam, reklamfilmer och allt dant som man begagnar för att göra sina varor, tjänster och butiker kända.

27.

Antag, att två personer har startat en fabrik för tillverkning av shamponeringsmedel och hårvatten. Varorna skall säljas i vanliga butiker. Den ene vill göra reklam för att göra varorna kända bland allmänheten, men den andre tycker att det skulle vara slöseri. Tycker Ni att de skall göra reklam eller inte?

- Göra reklam ..... 1
- Inte göra reklam ..... 2
- Vet inte ..... 3

Andra svar: .....

28.

Om Ni själv skulle starta en fabrik och tillverka varor som skall säljas till den stora allmänheten, t. ex. konserver eller kläder, skulle Ni då själv annonsera och göra reklam för Edra varor?

- Annonsera ..... 1\*
- Inte annonsera ..... 2\*
- Vet inte ..... 3

Andra svar: .....

29.\*

(Till 28: 1 och 2) Varför skulle Ni annonsera/inte annonsera?

30.

Två personer hade en tandkrämsfabrik tillsammans och var överens om att göra reklam för tandkrämen. Den ene tyckte att det innebar en viss överdrift att i reklamen säga, att tänderna blev bländvita om man använde deras kräm. Men den andre tyckte, att en sådan överdrift kunde man gott tillåta sig. Anser Ni själv att de i sin reklam kan säga att tänderna blir bländvita?

- Ja ..... 1\*
- Nej ..... 2\*
- Tveksam ..... 3\*
- Vet inte ..... 4

31.\*

(Till 30: 1, 2 och 3) Varför tycker Ni så?

32.

Jag skulle vilja ställa några frågor om vad Ni anser om reklamens värde för allmänheten för olika saker. (Kort visas!)

Vilket av påståendena på kortet stämmer bäst med Er egen uppfattning om reklamen för kläder och modevaror?

- Reklamen är skadlig för allmänheten o. bör motarbetas 1
- Reklamen är ganska skadlig för allmänheten ..... 2
- Reklamen gör varken till eller från ..... 3
- Reklamen är ganska värdefull för allmänheten ..... 4
- Reklamen är värdefull för allmänheten och bör fritt få utvecklas ..... 5
- Vet inte ..... 6

33.

Är Ni intresserad av kläder och modeväxlingar?

- Ja ..... 1
- Nej ..... 2
- Vet inte ..... 3

34.

Vilket av påståendena på kortet stämmer bäst med Er egen uppfattning om reklamen för skönhetsmedel? (Markera alternativ enl. 32)

- Märke ..... 1
- Lös vikt ..... 0
- Minns ej märke ..... X
- Använder ej ..... R

36.

Och vilket av påståendena på kortet stämmer bäst med Er egen uppfattning om reklamen för vin och spritvaror? (Markera alternativ enl. 32)

37.

Använder Ni själv sprit eller vin?

- Ja ..... 1
- Nej ..... 2

38.

Vilket av de här påståendena stämmer bäst med Er egen uppfattning om reklamen för filmer och biografier? (Markera alternativ enl. 32)

39.

Hur ofta går Ni själv i regel på bio?

- Minst 1 gång i veckan ..... 1\*
- Minst 1—3 gånger i månaden 2\*
- Mera sällan ..... 3\*
- Aldrig ..... 4

40.\*

(Till 39: 1—3) Brukar Ni läsa bioannonserna innan Ni går på bio?

- Ja ..... 1
- Nej ..... 2
- Vet inte ..... 3

41.

Om all reklam för varor skulle upphöra här i landet, tror Ni då att det skulle bli bättre eller sämre för allmänheten eller skulle det inte ha någon inverkan?

- Bättre ..... 1\*
- Ingen inverkan ..... 2\*
- Sämre ..... 3\*
- Vet inte ..... 4

42.\*

(Till 41: 1, 2 och 3) Vad är det då Ni särskilt tänker på?

43—45.

Hur stora tror Ni att reklamkostnaderna i genomsnitt är för följande varor:

43. 1 kg. margarin som i affärerna kostar 2: 60

Vet inte ..... X

44. En vanlig tub tandkräm — Stomatol, Pepsodent eller liknande — som i affärerna kostar 1: 50

Vet inte ..... X

45. En cykel — Crescent eller liknande — som kostar ungefär 200 kr?

Vet inte ..... X

46. X

47—49.

Låt oss nu tänka på en av de varor vi just talat om, t. ex. cyklar. Antag att en av våra större cykelfabriker som annonserar mycket skulle sluta helt med att göra reklam för sina cyklar. Hur tror Ni det skulle bli efter låt oss säga tre år:

47. Tror Ni att fabriken då skulle sälja ett större eller mindre antal cyklar än den gör nu eller skulle det inte inverka?

- Större antal cyklar ..... 1
- Ingen inverkan ..... 2
- Mindre antal cyklar ..... 3
- Vet inte ..... 4

48. Tror Ni att fabriken då skulle bli billigare eller dyrare än de nu är, eller skulle det inte inverka på priset?

- Billigare ..... 1\*
- Ingen inverkan ..... 2\*
- Dyrare ..... 3\*
- Vet inte ..... 4

49.\*

(Till 48: 1, 2 och 3) Varför tror Ni att det skulle bli så med priset?



50.

Vilket av dessa påståenden stämmer bäst med Er egen uppfattning? (Visa kortet!)

- Nästan all reklam är ovederhäftig (icke trovärdig) . . . . 1
- En stor del av reklamen är ovederhäftig (icke trovärdig) 2
- Reklamen är ungefär lika ovederhäftig som vederhäftig . . 3
- En stor del av reklamen är vederhäftig (trovärdig) . . . . . 4
- Nästan all reklam är vederhäftig (trovärdig) . . . . . 5
- Vet inte . . . . . 6

Andra svar: .....

51.

Och vilket av dessa påståenden stämmer bäst med Er uppfattning om den politiska propagandan i vårt land? (Visa kortet!)

- Nästan all propaganda är ovederhäftig (icke trovärdig) . . 1
- En stor del av propagandan är ovederhäftig (icke trovärdig) 2
- Den politiska propagandan är ungefär lika ovederhäftig som vederhäftig . . . . . 3
- En stor del av propagandan är vederhäftig (trovärdig) . . . . . 4
- Nästan all propaganda är vederhäftig (trovärdig) . . . . . 5
- Vet inte . . . . . 6

Andra svar: .....

52.

Det händer, att folk säger att det borde vara förbjudet att göra reklam för varor. Tycker Ni det är riktigt?

- Ja . . . . . 1\*
- Nej . . . . . 2\*
- Vet inte . . . . . 3\*

53.\*

(Till 52: 1) Vad är Ert eget skäl härför?

54.\*

(Till 52: 2 och 3) Och vad tycker Ni själv är det starkaste skälet för att alljämt låta reklamen vara fri som nu?

55.

Om Ni väger skälen för och emot, tycker Ni då själv att reklamen skall vara fri som nu eller att den skall förbjudas?

- Förbjudas . . . . . 1
- Fri . . . . . 2
- Fri, men: . . . . .
- .....
- Vet inte . . . . . X

56. X

57—76.

Till slut skulle jag vilka be Er titta på ett par annonser och på bifogade kort utvälja högst tre omdömen, som Ni tycker bäst passar ihop med Er egen åsikt:

Annonsnummer:

	1.	2.	3.	4.	5.	6.
57. Väl uppställd annons . . . . .						
58. Bra illustration . . . . .						
59. Stort uppmärksamhetsvärde . . . . .						
60. Bra text . . . . .						
61. Inbjuder till köp . . . . .						
62. Saklig . . . . .						
63. Värdefulla upplysningar . . . . .						
64. Intyget är trovärdigt . . . . .						
65. Ointressant . . . . .						
66. Illa uppställd annons . . . . .						
67. Dålig smak . . . . .						
68. Omoralisk . . . . .						
69. Överdriven . . . . .						
70. Missledande . . . . .						
71. Tvivlar på varan . . . . .						
72. Fånig . . . . .						
73. Intyget är oriktigt . . . . .						
74. Annat skäl: .....						
.....						
75. Vet inte . . . . .						
76. Har Ni eller Er familj använt den annonserade varan eller känner Ni till den? (Markera ja för resp. annons!)						

77.

Vilket politiskt parti anser Ni bäst tillvaratar Era egna intressen?

- Högern . . . . . 1
- Folkpartiet . . . . . 2
- Bondeförbundet . . . . . 3
- Socialdemokraterna . . . . . 4

- Kommunisterna . . . . . 5
- Syndikalisterna . . . . . X
- Annat parti . . . . . 6
- Inget av dem . . . . . 9
- Vet inte . . . . . 0

78. X

- 8. Män . . . . . 1
- Förvärvsarbetande kvinnor . . . . . 2
- Övriga kvinnor . . . . . 3
- 9. 22—29 år . . . . . 1
- 30—39 år . . . . . 2
- 40—49 år . . . . . 3
- 50—64 år . . . . . 4
- 65 år och äldre . . . . . 5
- 10. Jordbruk . . . . . 1
- Industri och hantverk . . . . . 2
- Handel och samfärdsel . . . . . 3
- Allm. tj. och fria yrken . . . . . 4
- Husligt arbete . . . . . 5
- Självst. yrkeslösa . . . . . 6
- 11. Företagare . . . . . 1
- Förvaltningspersonal . . . . . 2
- Arbetspersonal . . . . . 3
- 12. A-, B-, C-kommun . . . . . 1
- D-kommun . . . . . 2
- Stad . . . . . 3
- Storstad . . . . . 4
- 13. No . . . . . 1
- Gä . . . . . 2
- Mä . . . . . 3
- Sthlm . . . . . 4
- Ör . . . . . 5
- Jk . . . . . 6
- Sk . . . . . 7
- Boälv . . . . . 8

- 14. BS . . . . . 1
- M . . . . . 2
- A . . . . . 3
- 15. Ogift . . . . . 1
- Gift . . . . . 2
- Änka/änkling . . . . . 3
- Skild . . . . . 4
- Husmor . . . . . 8
- Familjeinkomst:
- 16. —1.000 kr . . . . . 1
- 1.001—2.000 kr . . . . . 2
- 2.001—3.000 kr . . . . . 3
- 3.001—4.000 kr . . . . . 4
- 4.001—6.000 kr . . . . . 5
- 6.001—8.000 kr . . . . . 6
- 8.001—10.000 kr . . . . . 7
- 10.001—12.000 kr . . . . . 8
- 12.001—15.000 kr . . . . . 9
- 15.001—20.000 kr . . . . . 0
- Över 20.000 kr . . . . . X
- Ej svar . . . . . R
- 17. Ansluten till
- LO . . . . . 1
- TCO . . . . . 2
- RLF . . . . . 3
- Ingetdera . . . . . 4
- 18. Köper livsmedel i:
- Privat affär . . . . . 1
- Konsum . . . . . 2
- Bådadera . . . . . 3
- Vet inte . . . . . 4
- 19. Vitt formulär . . . . . 1
- Gult formulär . . . . . 2

20—25. XXXXXX

Namn: .....

Bostadsadr.: .....

(gata och husnummer, gård, by, boxnummer)

Postadr.: .....

Nuv. el. senaste yrke och bransch: .....

Mannens (faderns) yrke och bransch: .....

(om gift el. f. d. gift kvinna, hemmavarandebarn)

Intervjuare: .....

Datum / 1950.