

# Barn och ungas medieanvändning i Internet-världen

Olle Findahl



NORDICOM är ett nordiskt kunskapscenter för medie- och kommunikationsområdet. Med utgångspunkt i den akademiska forskningen insamlar, bearbetar och förmedlar Nordicom kunskap till olika brukargrupper i Norden, Europa och övriga världen. Arbetet syftar till att utveckla mediekunskapen och bidra till att forskningens resultat synliggörs i behandlingen av mediefrågor på olika nivåer i både offentlig och privat verksamhet. Nordicom är en institution inom Nordiska Ministerrådet. Verksamheten utmärks av tre huvudsakliga områden.

- **Medieforskningen och dess resultat i de nordiska länderna**

Nordicom utger en nordisk tidskrift, *Nordicom Information*, och en engelskspråkig, tidskrift, *Nordicom Review* (refereed), samt antologier och rapporter på flera språk. Olika forskningsdatabaser, bl a gällande litteratur och pågående forskning, uppdateras löpande och är tillgängliga via Internet. Nordicom kan sägas utgöra navet i det nordiska samarbetet vad gäller medieforskningen. Ett viktigt inslag i Nordicoms arbete är att göra nordisk medie- och kommunikationsforskning känd i andra länder samt förmedla kontakter mellan nordiska och internationella forskningsmiljöer. Verksamheten är uppbyggd kring nationella dokumentationscentraler.

- **Medieutvecklingen och medietrender i de nordiska länderna**

Nordicom utarbetar samnordisk mediestatistik och redovisar kvalificerade analyser i skriftserien *Nordic Media Trends*. Även medieägande och medielagstiftning i de nordiska länderna dokumenteras. Nordicom ger de nordiska länderna en samlad röst i flera europeiska och internationella nätverk och organisationer som utarbetar underlag i medie- och kulturpolitiska frågor. Samtidigt insamlar Nordicom relevant omvärldskunskap för vidareförmedling till olika brukargrupper. Det gäller mediepolitiska frågor inom EU, Europarådet och internationella organisationer.

- **Forskning om barn, unga och medier i världen**

Nordicom startade 1997 på uppdrag av UNESCO *The International Clearing-house on Children, Youth and Media*. Arbetet syftar till att öka kunskapen om barn, ungdomar och medier och därmed ge underlag för relevant beslutsfattande, bidra till en konstruktiv samhällsdebatt samt främja barns och ungdomars mediekunnighet och mediekompetens (media literacy). Det är också en förhoppning att Clearinghusets arbete ska stimulera vidare forskning om barn, ungdomar och medier. Verksamheten är uppbyggd kring ett globalt nätverk med 1000-talet deltagare som representerar inte bara forskarsamhället utan även t ex mediebranschen, politiken och frivilliga organisationer. En årsbok och ett nyhetsbrev utges.

# Barn och ungas medieanvändning i Internet-världen

Olle Findahl

# Barn och ungas medieanvändning i Internet-världen

Olle Findahl

©Författaren och Nordicom 2012

ISBN 978-91-86523-38-1

Nordicom  
Göteborgs universitet  
Box 713  
SE 405 30 Göteborg

Omslag: Roger Palmqvist  
Tryck: Ale Tryckteam AB, Bohus, 2012



# Innehåll

Förord	7
Sammanfattning	9
Inledning	11
Ungdomar och nya medier	1
1 Dagens situation	12
1.1 Förskolebarn	12
1.2 Skolbarn, tonåringar och unga vuxna	12
1.2.1 Hur mycket använder man medierna idag i olika åldrar?	12
1.2.2 Medieanvändning 2010: 9 till 14 år	13
1.2.3 Medieanvändning 2010: 15 till 24 år	11
1.2.4 Medieanvändning 2010: 25 till 44 år	14
1.3 Internet	14
1.3.1 Spel, bloggar och sociala nätverk	14
1.3.2 Många internetaktiviteter konkurrerar inte med traditionella medier	16
1.3.3 Alla ungdomar har inte smarta telefoner och surfplattor	17
1.3.4 Få läser digitala böcker	18
1.4 Daglig räckvidd bland ungdomar 12 till 31 år	19
1.5 Ungdomar är lika men samtidigt mycket olika	20
1.5.1 TV-tittande	21
1.5.2 Lyssnande	21
1.5.3 Läsande	22
1.5.4 Internet	24
1.6 Risker och internetberoende	24
1.6.1 Internetberoende	24
1.6.2 Risker	25
1.7 Åtta användningsmönster	26
1.7.1 Användningsmönster och traditionella medier	28
1.8 Två dagar i en sjuttonårig flickas medieliv	30
2 Det långa perspektivet	32
2.1 Jämförelser med utvecklingen i andra länder	32
2.2 Boken	33
2.3 Dagstidningen	35
2.4 Radio och inspelad musik	36
2.5 Biografen	37
2.6 Televisionen	38
2.7 Förskolebarnens minskade läsning	39
2.8 Medieanvändning över tid bland de som är 9 till 14 år	39
2.8.1 Lyssnande	40
2.8.2 Tittande	41
2.8.3 Läsande	42
2.8.4 Summering av 9 till 14-åringars medieanvändning under 30 år	42

2.9	Medieanvändning över tid bland de som är 15 till 24 år	43
2.9.1	Lyssnande	44
2.9.2	Tittande	45
2.9.3	Läsande	46
2.9.4	Summering av 15 till 24 åringars medieanvändning under 30 år	46
2.10	Jämförelser över tid	47
2.10.1	Att följa en generation	47
2.10.2	De äldre	48
2.10.3	Användarna	48
3	Det korta perspektivet. Från år 2000 och framåt	49
3.1	Vad skiljer dagens skolbarn från gårdagens?	49
3.2	Vad skiljer de äldre ungdomarna av idag från gårdagens?	50
3.3	Vad blev det av 70-, 80- och 90-talisterna	50
3.3.1	80-talister	51
3.3.2	70-talisterna	51
3.4	Panelstudie	52
3.4.1	11 år med 70-talister: 2000 till 2011	52
3.4.2	Stabilitet och förändring	54
3.5	Läsandet	55
3.5.1	Boken	55
3.5.2	Morgontidningen	57
3.5.3	Har läsandet förändrats?	58
4	Avslutning och diskussion	60
4.1	Det långa perspektivet	60
4.2	Det korta perspektivet	60
4.3	Konkurrens eller komplement?	61
	Referenser	62

## Figur- och tabellförteckning

Figur 1.1	Antal minuter en genomsnittlig dag som ungdomar i olika åldrar lyssnar, tittar och läser	12
Figur 1.2	Användningstid i minuter en genomsnittlig dag, 9-14 år	13
Figur 1.3	Andel av den totala användningstiden 226 minuter/dag, 9-14 år	13
Figur 1.4	Användningstid i minuter en genomsnittlig dag, 15-24 år	13
Figur 1.5	Andel av den totala användningstiden 383 minuter/dag, 15-24 år	13
Figur 1.6	Användningstid i minuter en genomsnittlig dag, 25-44 år	14
Figur 1.7	Andel av den totala användningstiden 372 minuter/dag, 25-44 år	14
Figur 1.8	Bloggläsande och spelande bland pojkar och flickor, 12-15 år	15
Tabell 1.1	Medieanvändning (min/dag) i fyra grupper som spelar digitala spel olika mycket	15
Tabell 1.2	Medieanvändning (min/dag) i fem grupper (9-40 år) som spelar digitala spel olika mycket	15
Tabell 1.3	Medieanvändning (min/dag) i relation till internetanvändningen (min/dag)	16
Figur 1.9	Andel som någon gång 2011 använder Spotify, fildelar och twittrar	17
Figur 1.10	Andel som dagligen 2011 använder Spotify, fildelar och twittrar	17
Figur 1.11	Andel med tillgång till mobil, smartphone och surfplatta år 2011	18
Figur 1.12	Daglig räckvidd bland ungdomar i åldern 12-31 år (80- och 90-talister)	19
Figur 1.13	Andel av åldersgruppen som 2011 tycker att mediet är viktigt eller mycket viktigt när det gäller information i allmänhet	20
Figur 1.14	Andel av åldersgruppen som 2011 tycker att mediet är viktigt eller mycket viktigt när det gäller underhållning och nöje	20
Figur 1.15	Andel av ungdomar (12-31 år) som tittar olika länge på tv (tim/vecka)	21
Figur 1.16	Andel av ungdomar (12-31 år) som lyssnar olika länge på inspelad musik (tim/vecka)	21

Figur 1.17	Andel av ungdomar (12-31 år) som lyssnar olika länge på radio (tim/vecka)	22
Figur 1.18	Andel av ungdomar (12-31 år) som läser dagstidning olika länge (tim/vecka)	22
Figur 1.19	Andel av ungdomar (12-31 år) som läser böcker olika länge (tim/vecka)	23
Figur 1.20	Bokläsning en genomsnittlig vecka bland pojkar och flickor i åldern 12 till 31 år	23
Figur 1.21	Andel av ungdomar (12-31 år) som använder internet olika länge (tim/vecka)	24
Figur 1.22	Storleken på tre användarmönster i olika åldersgrupper	27
Figur 1.23	Läsning (min/dag) av tidningar i olika internetanvändningsgrupper	28
Figur 1.24	Läsning (min/dag) av tidskrifter och böcker i olika internetanvändningsgrupper	28
Figur 1.25	Tittande på tv och lyssnande på radio och inspelad musik (min/dag) i olika internetanvändningsgrupper	29
Tabell 1.4	Användning av traditionella medier offline bland olika användargrupper	29
Figur 1.26	Utdrag från en trafikmätning	31
Figur 2.1	Bokläsandet, antal minuter en genomsnittlig dag i befolkningen	33
Figur 2.2	Andel män och kvinnor som läst en bok igår, senaste veckan eller senaste månaden	34
Figur 2.3	Dagstidningsläsandet (min/dag) i befolkningen 1950-2010	35
Figur 2.4	Lyssnandet på radio och inspelad musik i befolkningen 1950-2010 (min/dag)	36
Figur 2.5	Andel som ser på långfilm på olika plattformar en genomsnittlig dag 2010	37
Figur 2.6	Antal biobesök per person och år	38
Figur 2.7	Tittandet på TV och video i befolkningen 1950-2010	38
Figur 2.8	Medieanvändning under 30 år bland de som är 9-14 år	39
Figur 2.9	Lyssnande min/dag på radio och inspelad musik 9-14 år	40
Figur 2.10	Lyssnande på radio och musik andel av 9-14 år	40
Figur 2.11	Tittande min/dag på tv och video 9-14 år	41
Figur 2.12	Tittande på tv och video andel 9-14 år	41
Figur 2.13	Läsande min/dag av böcker och tidningar 9-14 år	42
Figur 2.14	Läsande av böcker och tidningar andel av 9-14 år	42
Figur 2.15	Medieanvändning under 30 år bland de som är 15-24 år	43
Figur 2.16	Lyssnande (min/dag) på radio och musik 15-24 år	44
Figur 2.17	Andel lyssnande på radio och inspelad musik bland 15-24 år	44
Figur 2.18	Tittande (min/dag) på tv och video 15-24 år	45
Figur 2.19	Andel 15-24 år som tittar på tv och video en genomsnittlig dag	45
Figur 2.20	Läsande (min/dag) av böcker och tidningar 15-24 år	46
Figur 2.21	Andel läsande bland 15-24-åringar en genomsnittlig dag	46
Tabell 3.1	Medieanvändning (min/dag) bland 9-14 år	49
Tabell 3.2	Medieanvändning (min/dag) bland 15-24 år	50
Tabell 3.3	Användningstid (min/dag) för olika medier bland 80-talister	51
Tabell 3.4	70-talisternas medieanvändning (min/dag) 2000/2003 och 2010/2011	51
Figur 3.1	Andel av åldersgrupperna som läser en bok en genomsnittlig dag	55
Figur 3.2	Andel av åldersgrupperna som läser en bok en genomsnittlig vecka	56
Figur 3.3	Lästid min/dag hos läsarna i de olika åldersgrupperna	56
Figur 3.4	Andel av varje åldersgrupp som läser en tryckt morgontidning 2010	57
Figur 3.5	Lästid (min/dag) som läsarna i olika åldersgrupper ägnar morgontidningen	57





# Förord

Nordicom får varje dag frågor som rör ungas medievanor och effekterna av nya kommunikationsmönster. Hur har dessa påverkat barn och unga? Vad har hänt med TV-tittandet, radiolyssnandet och tidningsläsandet? Läser de unga fortfarande böcker och tidskrifter? Och förstår de vad de läser? Vilka är de mest aktiva medieanvändarna? Vilka står utanför? Frågorna är många och inte sällan komplexa.

Det handlar oomtvistat om ett nytt kommunikationssamhälle med nya kommunikationsmönster. Inte sedan televisionens introduktion för femtio år sedan har det skett sådana genomgripande förändringar av de ungas mediekultur som under de senaste tio åren. Det är förändringar som kan ha effekter både på kort och lång sikt. Och för att kunna fatta beslut som har långsiktig bärkraft – inte minst utifrån ett demokratiperspektiv – krävs kunskap av relevans.

De frågor som ställs rör många olika ämnesområden och det finns mycken kunskap att inhämta. Men vad som saknas är en samlad bild som beskriver och analyserar förändringarna under de senaste tio åren fram till idag och som samtidigt placerar in de ungas medievanor i ett längre samhällsligt perspektiv. Bristen på helhetsperspektiv gör att resultaten många gånger riskerar att missförstås och enkla sanningar skapas. Det är därför hög tid att samla, bredda och fördjupa kunskapen genom vidare bearbetningar av redan befintliga undersökningar. Nordicoms *Mediebarometer* och *Internet och svenskarna* från World Internet Institute är exempel på sådana undersökningar.

Nordicom fick i diskussioner med företrädare för flera branschorganisationer, medieföretag och myndigheter under våren 2011 starkt stöd för en sådan studie. Genom bidrag från dessa olika intressenter kunde studien påbörjas hösten 2011. Olle Findahl med ett långt förflutet som forskare inom medieområdet har genomfört studien vars resultat nu föreligger.

Ett stort tack riktas till Sveriges Radio, Sveriges Television, Tidningsutgivarna, Sveriges Tidskrifter, Förläggareföreningen och Statens Medieråd för de bidrag som har möjliggjort detta arbete. Det är min förhoppning att rapporten skall användas inom både praktiken och forskningen – att den skall bringa ordning i kunskapen och inspirera till nya undersökningar.

Göteborg i februari 2012

Ulla Carlsson  
Nordicom



## Sammanfattning

Vad händer när allt fler ägnar allt mer tid åt internet? Vad händer med läsandet av böcker och tidningar, med lyssnandet på radio och musik och med tittandet på tv och video? Hur förändras medievänor och vardagsliv när en ny teknisk apparat öppnar helt nya möjligheter att kommunicera, att hitta underhållning och söka information?

För att kunna svara på sådana frågor krävs jämförbara data över tid. I Sverige etablerades *Mediebarometern* 1979 av publik- och programforskningsavdelningen vid Sveriges Radio och den har senare övertagits av Nordicom (1993). Samma frågor, med vissa kompletteringar, har ställts år efter år. Det gör det möjligt att följa medieutvecklingen trettio år bakåt i tiden. En annan lång tidsserie har skapats av *World Internet Institute*. Den har fokuserat på internetanvändningen och sträcker sig från år 2000 fram till idag. Utan tillgång till båda dessa tidsserier hade inte denna analys av medieanvändningens förändringar över tid kunnat genomföras.

Det som slår en vid en första anblick av medieanvändningens utveckling de senaste trettio åren är medievänornas stabilitet. Antalet minuter per dag som svenska folket ägnar sig åt olika medier utgör en nästan rät linje på samma nivå över årtiondena. Men bakom denna stabilitet har det skett förändringar, särskilt hos de unga.

De äldre har oftast hittat en medieanvändning som de tycker passar för deras behov och har utvecklat fast rotade medievänor med telefon, radio, tv och morgontidning. De yngre däremot påverkas lättare av förändringar i medieutbudet.

När televisionen kom på femtitalet och började finnas hemma hos allt fler familjer på sextiotalet skedde stora förändringar. Kvällsvanorna ändrades, vardagsrummen möblerades om och ett nytt umgängesliv tog form. Radiolyssnandet på kvällarna minskade och först efter startandet av nya radiokanaler och ändring av programtablåerna kom radiopubliken tillbaka. Melodiradiomusiken bidrog i stor utsträckning till detta särskilt för den unga publiken.

Läsningen av böcker och tidningar påverkades däremot inte. Tvärtemot alla farhågor ökade dagstidningsläsningen och bland de unga ökade bokläsandet. Det stora testet kom dock senare i slutet av 1980-talet när tv-utbudet riktat mot barn och ungdomar drastiskt ökade genom de nya kabel- och satellitkanalerna samtidigt som de flesta barnfamiljer hade skaffat sig videobandspelare. Bland förskolebarnen tredubblades videotittandet och radiolyssnandet tvådubblades. Lästiden halverades. Fram till dess hade andelen bland förskolebarnen som läste "böcker" varit större än andelen som såg på tv.

Det ökade tv-utbudet med musikvideos och utländska tv-serier påverkade däremot inte skolbarnens och de äldre ungdomarnas läsning. Däremot lyssnade de mindre på radio. Radion som under 1970-talet haft sin största publik bland ungdomarna förlorade lyssnare.

Vad har då hänt efter det att internet introducerades? Det är nu mer än femton år sedan. Till skillnad från tv som trängde sig på och blev medelpunkten i familjernas kvällsliv kom internet mer smygande. Användningstiderna var till en början begränsade och räknades i minuter i veckan snarare än om dagen. Efter hand har internet tagit mer och mer plats men passats in i vardagslivets luckor utan att rucka för mycket på invanda rutiner.

Vårt att observera till att börja med är att skolbarn och äldre ungdomar fortfarande idag använder traditionella medier mer än internet. Ungefär en fjärdedel av medietiden ägnar skolbarnen (9-14 år) åt internet och bland de äldre ungdomarna (15-24 år) är det 40 procent av medietiden som tillbringas på nätet.

Vad som hänt är att medieanvändningen har förtätats. Den totala medieanvändningen har inte ökat utan den har bland skolbarnen t.o.m. minskat något, även när man inkluderar internetanvändningen.

Det innebär att skolbarnen (9-14 år) idag ser mycket mindre på tv än vad skolbarnen gjorde tidigare. De lyssnar också mindre på radio och ser mindre på traditionell video. Mindre förändringar har skett när det gäller läsning av böcker och tidningar. Det finns dock en nedåtgående tendens under de allra sista åren.

De äldre ungdomarna (15-24 år) använder internet mer och den totala medieanvändningen ligger runt 6 timmar om dagen, som den gjorde bland äldre ungdomar redan för tio, tjugo och trettio år sedan. Radiolyssnandet har halverats. Man ser också något mindre på tv och video. De äldre ungdomarna läser också något mindre böcker idag än tidigare, mindre dagstidningar och tidskrifter. Men det är inte så enkelt som att de som spenderar mycket tid på sociala nätverk eller med digitala spel använder traditionella medier mindre. En närmare analys visar att minskningen i läsandet framför allt gäller facklitteratur och skolböcker medan nivån på läsningen för nöjes skulld inte har förändrats.

Vad kommer att hända? Kommer ungdomarna att ta med sig sina medievanor när de blir äldre, eller kommer de att tillägna sig samma vanor som sina föräldrar? I en studie av 70-talisterna, en generation som nu hunnit stadga sig, visar det sig att deras användning av traditionella medier inte förändrats på något drastiskt sätt sedan de blev internetanvändare. Ibland blev det konkurrens om tid. Men det förelåg inget direkt samband mellan internetanvändning och traditionell medieanvändning så att ju mer man använde internet desto mindre använde man traditionella medier. Det är istället motiven och intresset för medieanvändningen som styr både användningen av traditionella medier och sättet som internet används.

De som använder internet mest, *de avancerade entusiasterna*, använder också traditionella medier mest, med undantag för radio. *Traditionalisterna* som är främst intresserade av internets informativa och praktiska hjälpegenskaper använder också traditionella medier mer än genomsnittet.

De som är minst intresserade av de traditionella medierna är *modernisterna* som främst använder internet för kommunikation, underhållning och socialt nätverkande. Det är en användargrupp som är störst bland de yngsta (9-14 år) och som minskar i storlek med ökande ålder, när nya intressen gör sig gällande. Det innebär att även dagens ungdomar kommer att bli äldre och få ändrade intressen när de stadgar sig, och därmed ökar också deras intresse för de traditionella medierna, även under tidskonkurrens och plattformbyten.

# Inledning

## Ungdomar och nya medier

Det sägs ibland att den gamla grekiske filosofen Sokrates i ett tal ondgjorde sig över hur ungdomen betedde sig: "Våra ungdomar älskar lyx. De uppträder ohövligt, föraktar auktoriteter, har ingen respekt för äldre och pratar när de borde arbeta. De säger emot sina föräldrar, skryter på bjudningar, glufsar i sig efterrätten vid matbordet, lägger benen i kors och tyranniserar sina lärare."

Men det har senare visat sig svårt att hitta exakt var någonstans han skulle ha sagt detta. Det finns några uttalanden av Sokrates om hur ungdomar bör vara, enligt Platon. Men inte ovanstående konstaterande som snarare liknar en skröna. Detta är inte ovanligt. Vi behöver inte gå tillbaka till de gamla grekerna för att hitta uttalanden om hur ungdomar egentligen beter sig, men samtidigt få svårt att hitta de källor som dessa föreställningar grundar sig på.

Ungdomar beter sig ofta på ett annorlunda sätt än den vuxna befolkningen. De pratar annorlunda. De klär sig annorlunda och de använder medierna på ett annorlunda sätt än den övriga befolkningen. Frågan, som återkommer för varje generation, är om dagens ungdom alltid kommer att förbli ungdomar eller om de när de blir äldre kommer att alltmer likna äldre generationer. Vad händer när de börjar arbeta, bilda familj och få barn? Börjar de då använda medierna som deras föräldrar gjorde det?

Under tusentals år var svaret givet. De yngre kom att likna de äldre. De kom att bete sig som sina föräldrar, när de själva blev föräldrar. Men under 1900-talet hände något. Kunskaper om världen, traditioner och vanor, och hur man skall bete sig, som den äldre generationen alltid fört vidare till den yngre, var inte längre självklara. Det uppstod en ungdomskultur som i symbios med den kommersiella medieindustrin växte sig allt större (Daun 2011). Den kom att omfatta inte bara tonåringar utan allt äldre människor i takt med att de yngre blev äldre: Tjugoåringar blev trettioåringar, blev fyrtioåringar etc. Det som tidigare varit självklart, att ungdomarna skulle bli som sina föräldrar, var inte längre självklart. De yngre förde i vissa fall beteenden från sin ungdom med sig när de blev äldre.

Vi har fått allt mer av fritid. Lediga lördagar, reglerad 40-timmars dag och längre semester o.s.v. Samtidigt har allt mer av barn och ungdomars fritid blivit schemalagd med dagis för förskolebarn och fritids för skolbarn. Sportaktiviteter sker i föreningsregi liksom kulturaktiviteter som att spela musik. För femtio år sedan skedde detta spontant i egen regi: Man samlades utomhus, lekte kurragömma eller cowboys och indianer. Man spelade fotboll på någon närliggande gräsplan.

Televisionen ändrade på hur barn och ungdomar spenderade sin fria tid. En del av den tidigare oorganiserade fritiden blev medietid, medan de organiserade fritidsaktiviteterna blev i stort opåverkade. Nu är vi inne i ett skede när internet upptar en allt större del av fritiden och det sker en förtätning av medietiden. Vad händer då? Vad händer med läsandet, lyssnandet och tittandet?

# 1 Dagens situation

## 1.1 Förskolebarn

De små barnen växer upp i sina föräldrars medievärld. De omges mycket tidigt av ljud från radio, musikspelare och tv-apparat. De börjar vid några års ålder se på tv och video, och titta i böcker. Det finns inga färskare undersökningar om hur mycket och hur lång tid de yngsta barnen ägnar sig åt alla medier men tv-tittandet i befolkningen har inte minskat och detsamma gäller åldersgruppen 3 till 6 år som ser på tv 101 minuter om dagen (MMS 2011), vilket är ett tittande som inte förändrats mycket under de senaste femton åren (Filipson 1998). För tio år sedan var de dominerande medierna förutom tv, som 75 procent såg dagligen, böcker som också 75 procent läste varje dag. Förhållandet är sannolikt liknande idag även om internet nu också har blivit en naturlig del i de yngstas medievärld.

Hälften av 3-åringarna använder på något sätt internet. De dominerande aktiviteterna är att spela spel och se på video (Findahl 2011). Under förskoleåren ökar användningen och vid 6 till 7 års ålder använder 90 procent av barnen internet åtminstone ibland, 69 procent några gånger i veckan. Det dagliga användandet ligger på 25 procent. Tittandet är således mycket utbrett bland de yngsta men det dröjer fram tills de börjar skolan och kan läsa och skriva som internet blir tillgängligt för information och kommunikation.

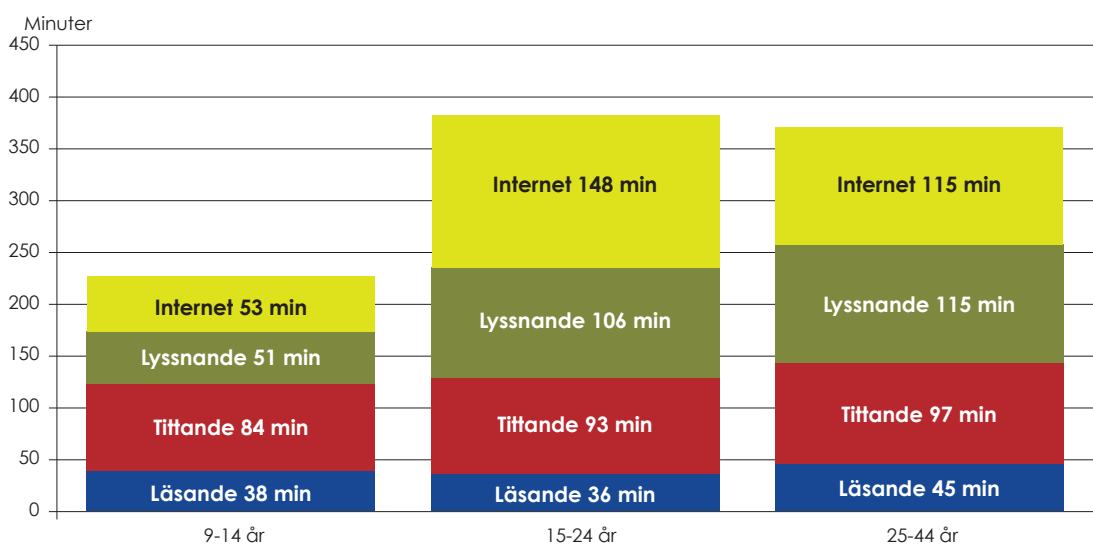
## 1.2 Skolbarn, tonåringar och unga vuxna

Skolbarnen (9-14 år) ägnar i genomsnitt 3,8 timmar om dagen åt olika medier. Lyssnandet och tittandet dominerar. Ungefär en fjärdedel av tiden är man online. Under de nästa tio åren, från de övre tonåren (15-24 år), ökar medieanvändningen för alla medier med undantag för läsandet. Tidigare skedde här, efter bokslukaråldern, en nedgång i läsandet under de sena tonåren. Men det märks inte längre. Det kan bero på att de äldre ungdomarna läser mer än tidigare. Men det kan också bero på att skolbarnen läser mindre och att slukaråldern inte är lika framträdande längre.

De äldre ungdomarna (15-24 år) ser mer på tv, de lyssnar mer på musik och framför allt tredubblas deras internettid. Den totala medietiden är 6,4 timmar en genomsnittlig dag. 40 procent av medietiden tillbringas på nätet.

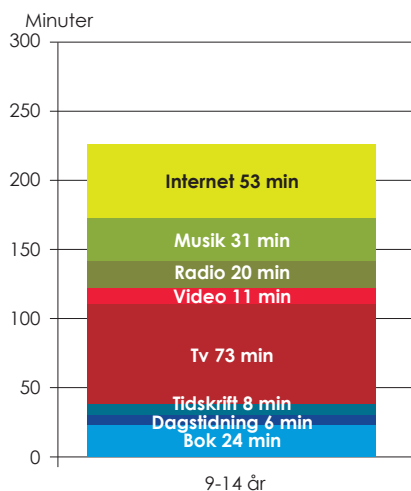
Under de nästa tio åren, 25 till 44 år, är fortfarande medietiden hög, 6,2 timmar om dagen med smärre förändringar: Lite mer läsande och lyssnande och lite mindre på internet.

### 1.2.1 Hur mycket använder man medierna idag i olika åldrar?

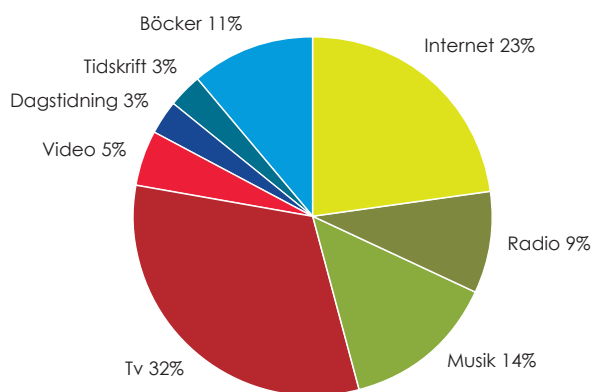


**Figur 1.1** Antal minuter en genomsnittlig dag som ungdomar i olika åldrar lyssnar, tittar och läser (Nordicoms Mediebarometer 2010)

## 1.2.2 Medieanvändning 2010: 9 till 14 år



**Figur 1.2** Användningstid i minuter en genomsnittlig dag, 9-14 år (Nordicoms Mediebarometer 2010)

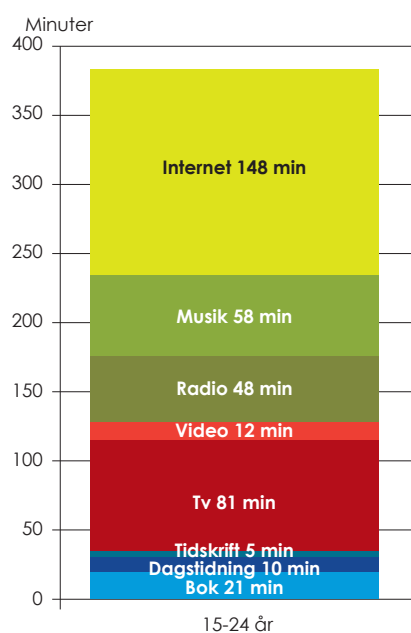


**Figur 1.3** Andel av den totala användningstiden 226 minuter/dag, 9-14 år (Nordicoms Mediebarometer 2010)

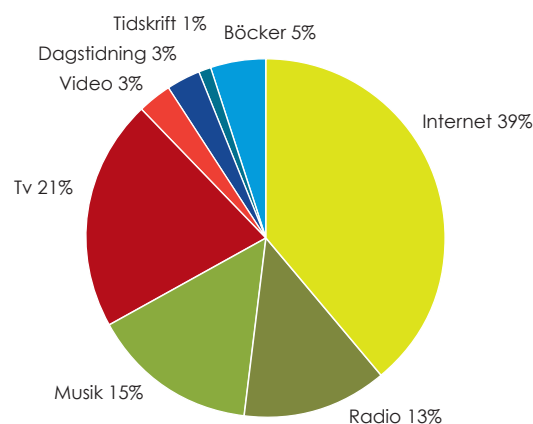
Televisionen dominerar fortfarande skolbarnens medieanvändning, men internet har kommit att uppta en allt större del av tiden. Läsandet förutom av böcker är begränsat. Internet kan användas på många sätt och kan inte direkt jämföras med ett traditionellt massmedium. De vanligaste aktiviteterna på internet i åldern 9 till 14 år är att besöka ett socialt nätverk (58% gör det en genomsnittlig dag), titta på videoklipp (54%), lyssna till musik (52%), chatta med messenger (49%), spela spel (46%) och kolla fakta (12%) (Nordicoms Mediebarometer 2010).

9 procent använder dagligen internet för att ta del av traditionella medier (morgontidning, kvällstidning, tidsskrift, radio eller tv). Det rör sig i första hand om tv.

## 1.2.3 Medieanvändning 2010: 15 till 24 år



**Figur 1.4** Användningstid i minuter en genomsnittlig dag, 15-24 år (Nordicoms Mediebarometer 2010)

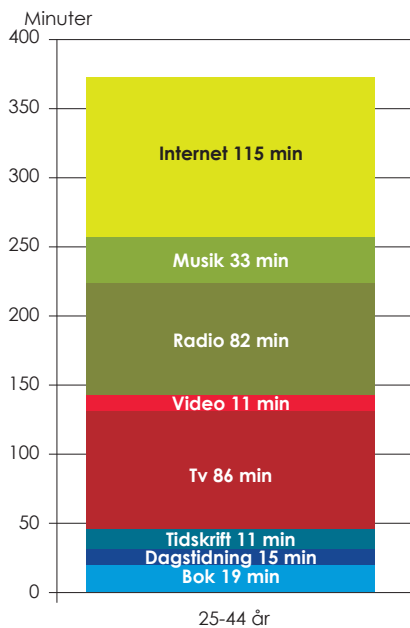


**Figur 1.5** Andel av den totala användningstiden 383 minuter/dag, 15-24 år (Nordicoms Mediebarometer 2010)

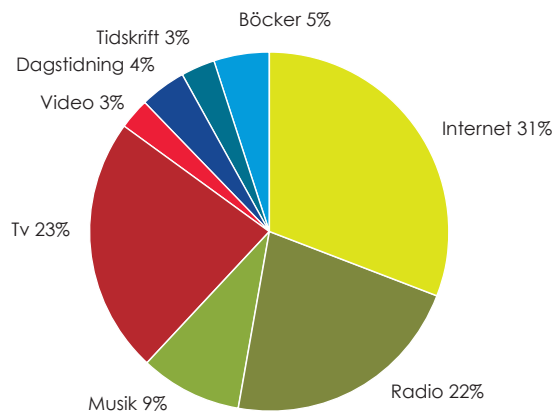
I denna ålder dominerar internet. Man ägnar mer tid åt internet och internet har blivit viktigaste källan både för information och underhållning. De vanligaste aktiviteterna på internet i åldern 15 till 24 år är att besöka ett socialt nätverk (82% gör det en genomsnittlig dag), skicka e-post (69%), lyssna till musik (60%), titta på videoklipp (52%), chatta med messenger (52%), besöka en blogg (35%), läsa en kvällstidning (27%), kolla fakta (26%) och spela spel (19%).

TV-tittandet är också omfattande liksom lyssnandet på inspelad musik som komplement till musiklyssnandet över internet. Bokläsandet har minskat något. 36 procent (44% 20-24 år) använder internet för att ta del av traditionella medier en genomsnittlig dag (morgontidning, kvällstidning, tidskrift, radio eller tv). Det rör sig i första hand om kvällstidningsläsning och tv.

### 1.2.4 Medieanvändning 2010: 25 till 44 år



**Figur 1.6** Användningstid i minuter en genomsnittlig dag, 25-44 år (Nordicoms Mediebarometer 2010)



**Figur 1.7** Andel av den totala användningstiden 372 minuter/dag, 25-44 år (Nordicoms Mediebarometer 2010)

Som ung vuxen lyssnar man mer på radio, läser lite mer tidskrifter och dagstidningar. Fortfarande är internetanvändningen och tv-tittandet högt. De vanligaste aktiviteterna på internet i åldern 25 till 44 år är att skicka e-post (79% gör det en genomsnittlig dag), besöka ett socialt nätverk (52%), läsa en kvällstidning (37%), lyssna till musik (23%), titta på videoklipp (22%), chatta med messenger (18%), besöka en blogg (18%), läsa en morgontidning (18%), kolla fakta (19%), annan fakta (21%).

42 procent av åldersgruppen använder internet för att ta del av traditionella medier en genomsnittlig dag (morgontidning, kvällstidning, tidskrift, radio eller tv). Det rör sig i första hand om läsning av kvälls- och morgontidning.

## 1.3 Internet

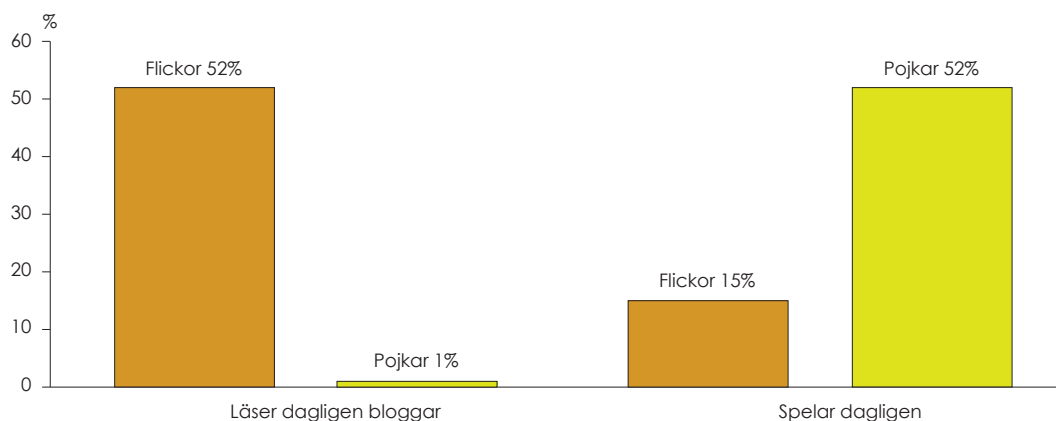
### 1.3.1 Spel, bloggar och sociala nätverk

Internet har möjliggjort personlig kommunikation mellan enskilda individer men också personlig kommunikation från en individ till många. De sociala nätverken liksom bloggarna är exempel på detta. Idag besöker 9 av 10 i åldersgruppen 12 till 31 år sociala nätverk och även om många är med i flera nätverk är alla med på Facebook. På Facebook finns inte bara enskilda individer utan också företag, medier och en mängd olika grupper. 85 procent av 80- och 90-talisterna går dit åtminstone någon gång i veckan och 69 procent gör det dagligen. Facebook har därmed fått en daglig räckvidd i paritet med traditionella medier som tv, dagstidningar och radion.



Bloggandet, sett i hela befolkningen, har inte ökat särskilt mycket under de senaste åren. 8 procent skriver idag egna bloggar. Men ser vi på de unga kvinnorna har de tagit sig an bloggandet och både skriver egna bloggar och läser framför allt andras. Här har flickorna varit med och skapat en egen ny medieform. Flera bloggar har över 100 000 läsare.

Hälften av de kvinnliga 80- och 90-talisterna håller antingen på att skriva på en egen blogg (27%) eller så har de gjort det (19%). Tre av fyra (77%) läser andras bloggar. Mest aktiva är unga flickor i åldern 12-15 år. Skillnaden mellan pojkar och flickor är här mycket stor. Istället för att blogga ägnar sig pojkarna åt spel, vilket de ofta gör tillsammans med andra (Svenskarna och Internet 2011).



**Figur 1.8** Bloggläsande och spelande bland pojkar och flickor, 12-15 år (Svenskarna och Internet 2011)

### Digitala spel

Nästan hälften (40%) av de unga 12 till 15 år spelar dagligen och det fortsätter i något minskande takt fram till 25 år (Svenskarna och Internet 2011). Hur påverkar detta användningen av andra medier? Den enda tydliga effekten är ett minskat radiolyssnande (tabell 1). Ser man dock närmare på extremgrupper som spelar mer än 3 timmar om dagen påverkas bokläsningen negativt och mp3-lyssnandet positivt (tabell 2). Det rör sig emellertid om en liten grupp, 2 procent av alla i åldern 9 till 40 år.

Rent allmänt kan man se att det är färre som läser böcker bland de flickor som använder internet extremt mycket, men de ser mer på tv och lyssnar mer till musik (Findahl 2009). Både musiklyssnande och tv-tittande är aktiviteter som många ungdomar, mer än hälften, ofta utför samtidigt som de är online på internet. Samtidigt kan vi inte säga något om orsakssambanden. Vi kan inte säga att en extrem internetanvändning tar död på bokläsningen. Det kan vara så att en del flickor som inte läser böcker har mer tid över som de använder till spelande.

Digitalt spelande	Bok	TV	Radio	Morgontidning	Mp3
Igår	21	90	45	8	44
Senaste veckan	23	84	48	8	37
Senaste månad/halvår	23	87	60	9	28
Senaste året eller aldrig	19	85	77	12	25

**Tabell 1.1** Medieanvändning (min/dag) i fyra grupper som spelar digitala spel olika mycket (Nordicoms Mediebarometer 2010)

Dagligt spelande	Bok	TV	Radio	morgontidning	Mp3
< 30 min	2	89	52	10	37
30 min-1 tim	23	85	45	10	42
1-2 tim	23	96	35	6	44
2-3 tim	20	86	52	6	57
> 3 tim	11	100	37	10	64

**Tabell 1.2** Medieanvändning (min/dag) i fem grupper (9-40 år) som spelar digitala spel olika mycket (Nordicoms Mediebarometer 2010)

## Sociala nätverk

Ett helt nytt fenomen som vuxit lavinartat under de senaste åren är de sociala nätverken. Idag har redan en tredjedel (36%) av de i åldern 9-10 år besökt ett socialt nätverk. I åldern 11 till 12 år har över hälften gjort det och en tredjedel är där dagligen. I de tidiga tonåren ingår besöken på de sociala nätverken i den dagliga rutinen för en majoritet (75%) och det fortsätter så in i 30-årsåldern (Findahl 2011). Har alla dessa ständiga besök någon påverkan på övrig medieanvändning?

På samma sätt som för de som ägnar sig åt digitala spel tycks inte den traditionella medieanvändningen påverkas särskilt mycket av deltagandet på sociala nätverk. Oberoende om man aldrig är på Facebook, är där någon gång i veckan eller flera gånger dagligen så läser man lika mycket böcker, ser lika mycket på tv. Det är snarast så att de som använder internet mycket också använder andra medier mycket, med undantag från några extrema användare.

Detta är ett resultat som har återkommit genom åren i många undersökningar av barn och ungdomars medieanvändning. När man på 1980-talet undersökte hur barns tv-tittande påverkade deras läsning fann man att de som tittade mycket på tv inte läste mindre än andra, istället läste de mer och var mer aktiva när det gällde olika fritidsaktiviteter (Filipson 1981; Johnsson-Smaragdi 1983). Läsningen bland barn och ungdomar ökade när televisionen kom. (Feilitzen 1989)

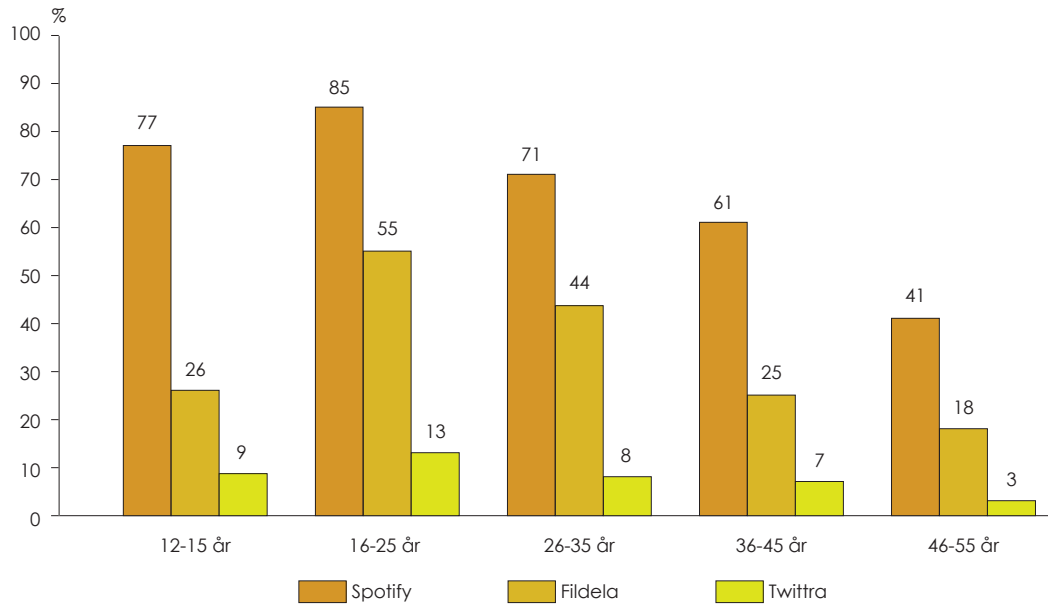
Internet minuter/dag	Bok	M-tidning	K-tidning	TV	Video	Mp3	CD	Radio
0 min	21	7	3	73	11	21	10	50
15 min	19	10	3	70	13	23	11	73
45 min	20	12	4	79	12	23	10	70
90 min	20	10	5	100	10	32	8	60
150 min	22	8	6	85	13	45	13	40
210 min	19	8	4	100	9	59	14	34
270 min	18	9	6	108	10	47	12	61
360 min	34	9	6	112	13	73	10	60

**Tabell 1.3** Medieanvändning (min/dag) i relation till internetanvändningen (min/dag) (Nordicoms Mediebarometer 2010)

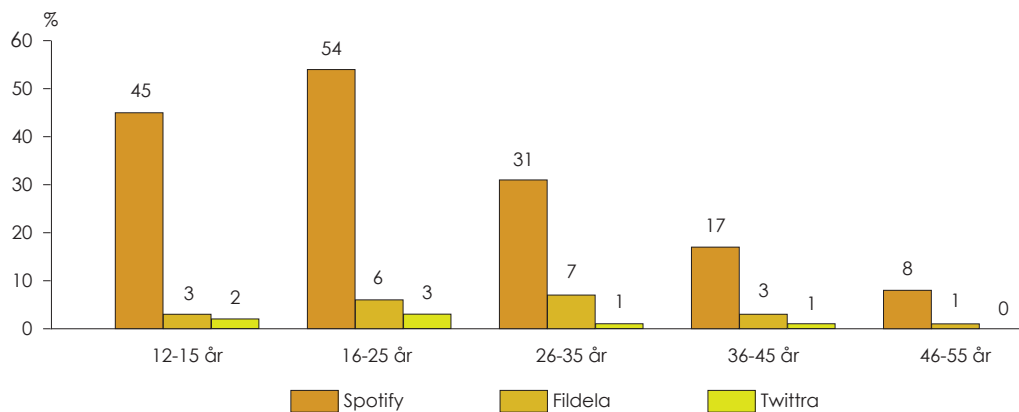
### 1.3.2 Många internetaktiviteter konkurrerar inte med traditionella medier

När nya möjligheter att använda internet blir möjliga, sprids kunskapen om detta och några provar. Allt fler kanske gör det men det krävs inte bara en stor spridning utan också mycket användningstid för att en sådan ny aktivitet skall ta plats i vardagslivet. Många internetaktiviteter är inte av det slaget men kan betraktas som mycket viktiga ändå. Det gäller t.ex. möjligheten att sköta sina bankärenden via internet. Det kanske bara görs någon eller några gånger i månaden och påverkar därmed inte den traditionella medieanvändningen.

En del andra aktiviteter på internet är också vitt spridda men används sällan t.ex. fildelning. Andra är inte så spridda och används sällan som t.ex. Twitter. Det finns också några få aktiviteter som att lyssna på Spotify som nästan alla använder och man gör det dagligen. I det dagliga livet är det bara Spotify som fått en plats. Att fildela eller twittra är inget som man gör dagligen.



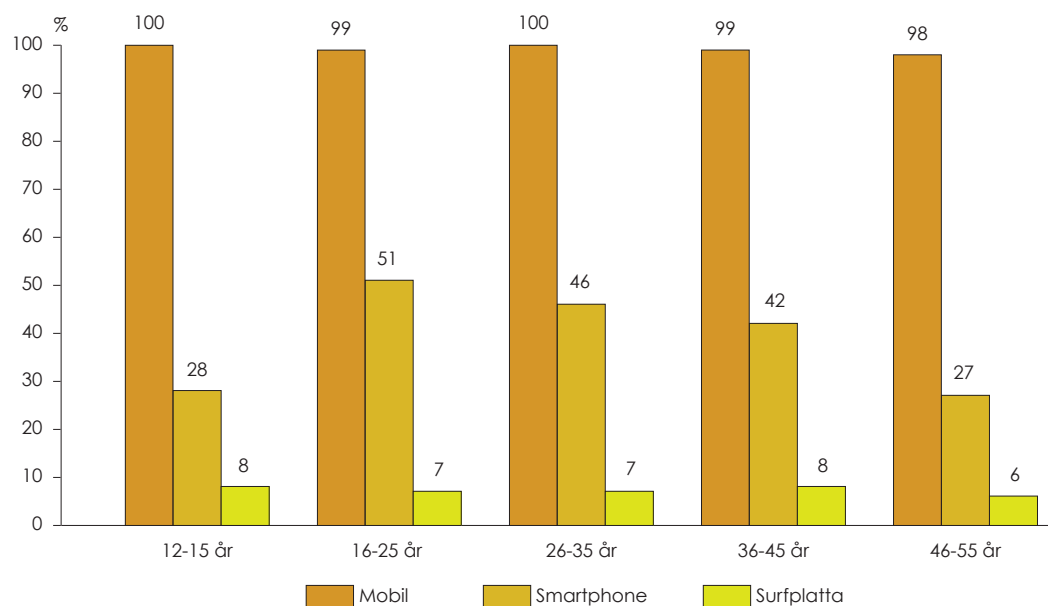
**Figur 1.9** Andel som någon gång 2011 använder Spotify, fildelar och twittrar (Svenskarna och Internet 2011)



**Figur 1.10** Andel som dagligen 2011 använder Spotify, fildelar och twittrar (Svenskarna och Internet 2011)

### 1.3.3 Alla ungdomar har inte smarta telefoner och surfplattor

Ny teknik sprids tidigt till barnfamiljer, men det krävs att tekniken fungerar och att priset är överkomligt. Det dröjde fram till 2010 innan användningen av mobilt internet sköt i höjden bland de som inte hade allt betalt från sin arbetsgivare. Nästan alla har sedan länge en mobil och många har också skaffat sig en s.k. smart mobil. 2011 var de i minoritet i alla åldersgrupper utom bland äldre ungdomar (16-25 år) där förhållandet var 50/50 (2011). Surfplattorna av typ Ipad började sprida sig 2010 till några procent av befolkningen och har fortsatt under 2011, men det är ganska få av ungdomarna (7-8%) som har tillgång till en sådan.



**Figur 1.11** Andel med tillgång till mobil, smartphone och surfplatta år 2011 (Svenskarna och Internet 2011)

### 1.3.4 Få läser digitala böcker

E-böcker och läsplattor har funnits sedan tio-tio år, men aldrig fått någon större utbredning i Sverige så att den gjort avtryck i läsarstatistiken. Den dagliga användningen av ljudböcker och mp3-böcker rör sig om 2% någon gång i veckan (Findahl 2011). Ännu svårare är det att upptäcka någon daglig användning av e-böcker på läsplatta, via datorn eller på mobilen (Nordicoms Mediebarometer 2010).

E-böcker är dock inte obekanta. Frågar man om man någon gång har läst en e-bok är det fler som svarar ja. Men det är inte frågan om någon vardagsanvändning. E-böcker är vanligare bland män än kvinnor. Det är visserligen frågan om läsning men det sker via en ny teknisk apparat (Svenskarna och Internet 2011).

Läser e-bok någon gång	12-15 år	16-25 år	26-35 år	36-45 år
Män	16%	23%	18%	16%
Kvinnor	3%	14%	11%	11%

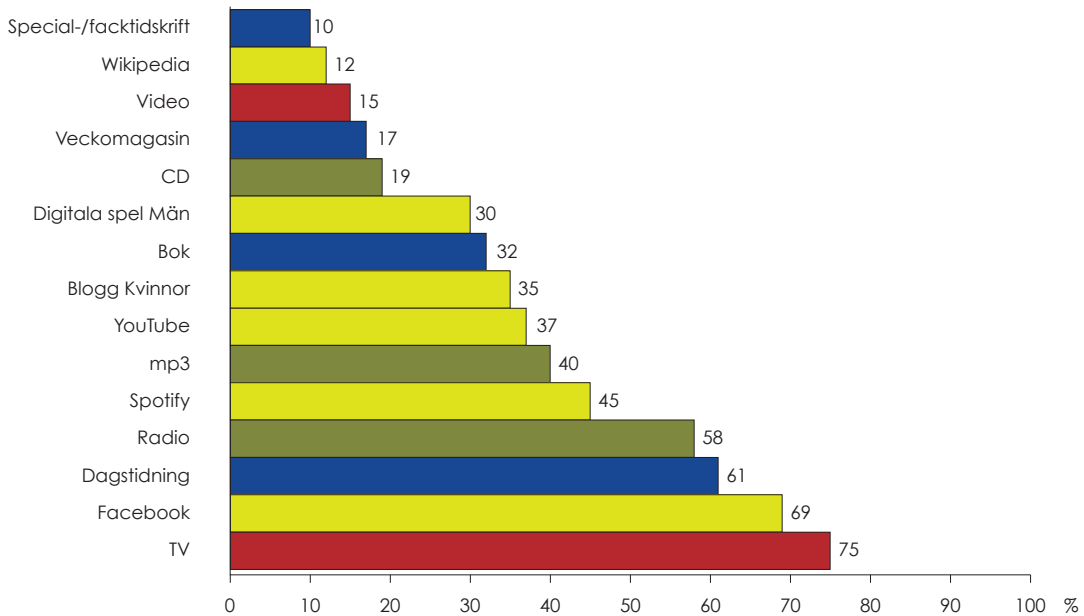
  

Har tillgång till surfplatta	12-15 år	16-25 år	26-35 år	36-45 år
Män	11%	6%	8%	7%
Kvinnor	7%	8%	5%	8%

Varför har e-boken inte lyckats i Sverige? Det är inte unikt. Det är snarare regel. E-boken har inte varit framgångsrik i många länder. Inte ens i Japan där Sony presenterade den första läsplattan redan 2003. Bättre har det gått i USA med internetbokförlaget Amazones läsplatta Kindle. Framgången beror inte bara på att texten är lättläst, vilket också texten på Sonys läsplatta var. Framgången beror på det stora urvalet böcker som erbjuds (88 000), på priset (10\$) och lättillgängligheten (one click) och en inarbetad kundkrets på 65 miljoner (Slywotzky 2011).

## 1.4 Daglig räckvidd bland ungdomar 12 till 31 år

Det är inte bara internet som sådant som kommit in i ungdomarnas vardagsliv. Där finns också webbsidor som besöks lika ofta som ungdomar använder sig av traditionella medier. Det gäller sociala nätverk som Facebook och musiktjänster som Spotify. De har blivit lika vanliga som radio och tidningar. Det gäller YouTube och Wikipedia och bland flickor bloggar och bland pojkar digitala spel.



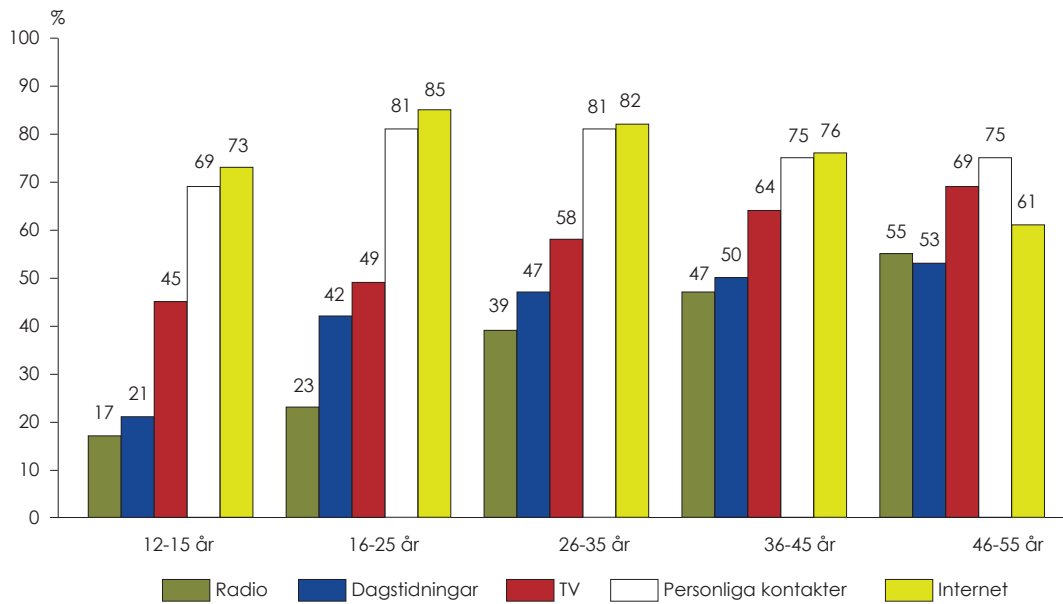
**Figur 1.12** Daglig räckvidd bland ungdomar i åldern 12-31 år (80- och 90-talister) (Svenskarna och Internet 2011)

### *Internet viktigast för information och underhållning*

Televisionen var länge den viktigaste källan till information och underhållning för unga. Den positionen intas idag med bred marginal av internet. När det gäller allmän information utgör personliga kontakter den främsta konkurrenten. Ju äldre man blir desto viktigare blir televisionen, men även andra traditionella medier som radion och dagstidningar är viktiga för de äldre.

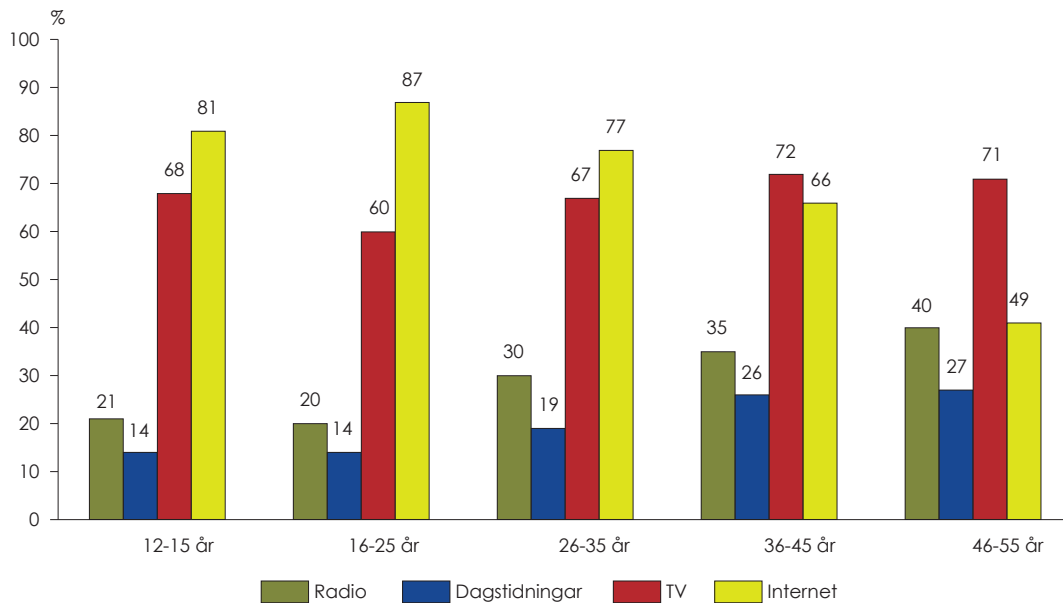
Konkurrensen mellan tv och internet är hårdare när innehållet rör underhållning och nöje. Men även här har internet skattats som viktigt eller mycket viktigt bland flest unga. Det gäller upp till 35 år. För de äldre kommer televisionen fortfarande först.

### Vilken är viktigaste källan för information?



**Figur 1.13** Andel av åldersgruppen som 2011 tycker att mediet är viktigt eller mycket viktigt när det gäller information i allmänhet (Svenskarna och Internet 2011)

### Vilken är viktigaste källan för underhållning och nöje?



**Figur 1.14** Andel av åldersgruppen som 2011 tycker att mediet är viktigt eller mycket viktigt när det gäller underhållning och nöje (Svenskarna och Internet 2011)

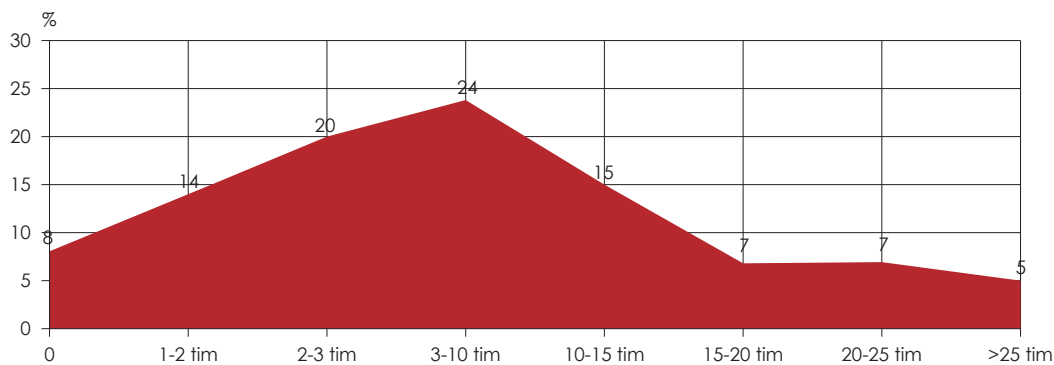
## 1.5 Ungdomar är lika men samtidigt mycket olika

På samma sätt som bland vuxna förekommer det stora skillnader inte bara mellan åldrar utan också mellan ungdomar i samma ålder. En del läser mycket böcker, andra ingenting. En del lyssnar på musik dagarna i ända, andra bara ibland. Statistik som grundar sig på medelvärden kan ge en missvisande bild av hur det verkligen ser ut. Ibland kan förenklingar, som medelvärden, emellertid vara nödvändiga för att kunna se

förändringar över tid, men ibland är det nödvändigt att studera hur variationerna ser ut. På de följande sidorna finns en genomgång av hur tittandet, lyssnandet och läsandet varierar, liksom hur vanligt det är att tillbringa tid med internet i åldrarna 12-31 år (80- och 90-talister). (Data bygger på Svenskarna och Internet 2011).

### 1.5.1 TV-tittande

#### *Hur varierar tittandet på tv?*

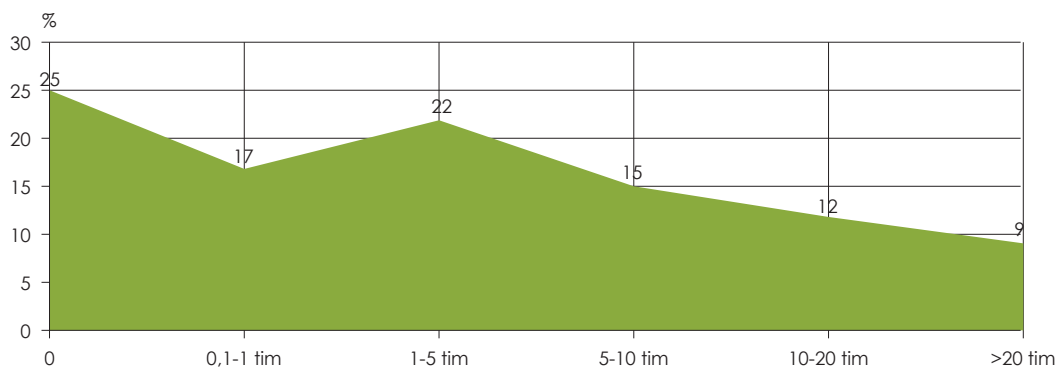


**Figur 1.15** Andel av ungdomar (12-31 år) som tittar olika länge på tv (tim/vecka)(Svenskarna och Internet 2011)

Knappt hälften (42%) av 12 till 31 åringarna ser ganska lite på tv, mindre än 3 timmar i veckan. En fjärdedel (24%) 3-10 timmar. En fjärdedel (22%) 10-20 timmar. En knapp fjärdedel (19%) ser åtminstone 15 timmar i veckan eller 3 timmar om dagen. En liten minoritet (5%) ser mer än 25 timmar i veckan dvs. 3,5 timmar om dagen

### 1.5.2 Lyssnande

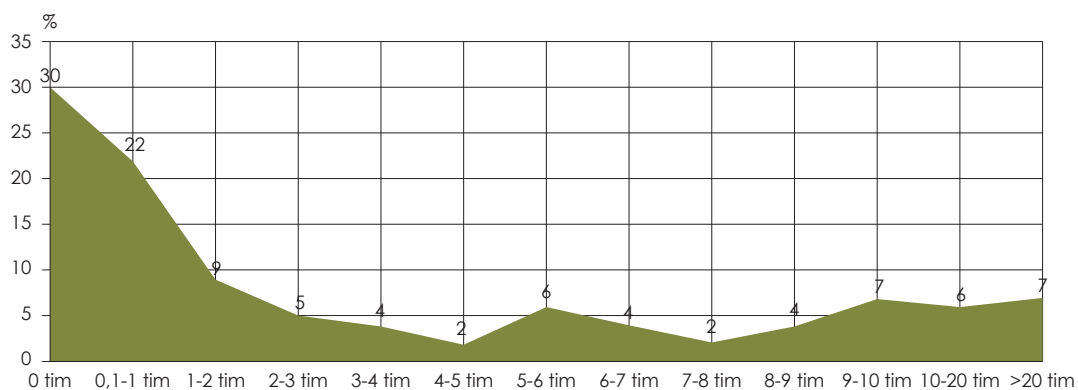
#### *Hur varierar lyssnandet på inspelad musik?*



**Figur 1.16** Andel av ungdomar (12-31 år) som lyssnar olika länge på inspelad musik (tim/vecka)(Svenskarna och Internet 2011)

Musiklyssnandet är utspritt bland ungdomarna. En del (25%) lyssnar ingenting alls och andra (9%) lyssnar mer än 20 timmar i veckan. 17% lyssnar mycket lite, vilket innebär att 42% lyssnar mycket begränsat (mindre än 1 timme i veckan) på inspelad musik. 21% lyssnar mer än 10 timmar i veckan på musik, varav 9% mer än 20 timmar

### Hur varierar lyssnandet på radio?

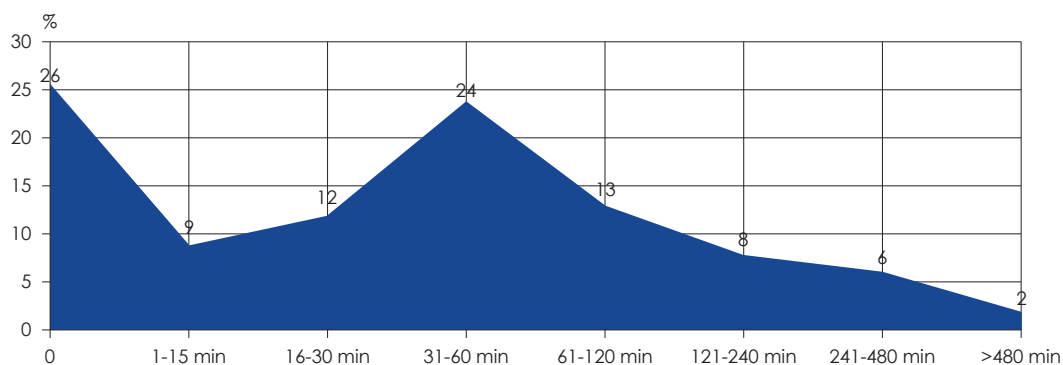


**Figur 1.17** Andel av ungdomar (12-31 år) som lyssnar olika länge på radio (tim/vecka) (Svenskarna och Internet 2011)

Hälften (52%) av ungdomarna 12 till 31 år lyssnar inget eller mycket lite på radio. En fjärdedel (30%) lyssnar 1 till 6 timmar om dagen, många (13%) flera timmar. Den återstående fjärdedelen lyssnar några timmar i veckan.

### 1.5.3 Läsande

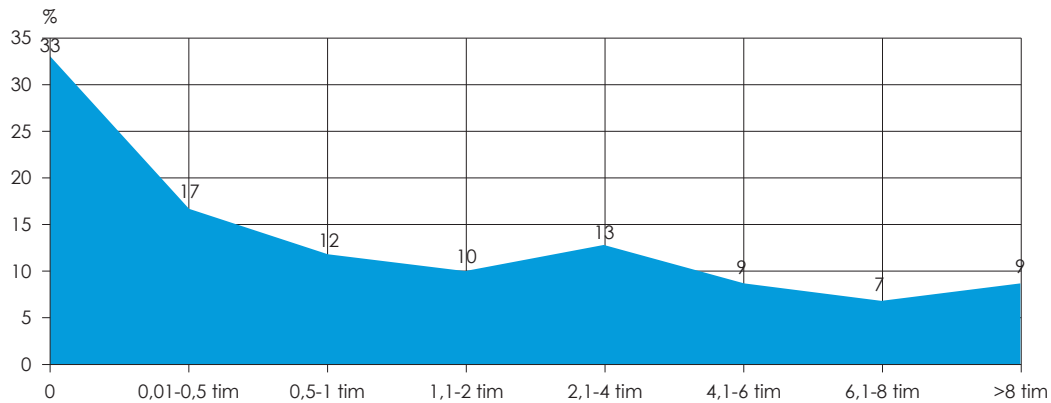
#### Hur varierar läsandet av dagstidningar?



**Figur 1.18** Andel av ungdomar (12-31 år) som läser dagstidning olika länge (tim/vecka) (Svenskarna och Internet 2011)

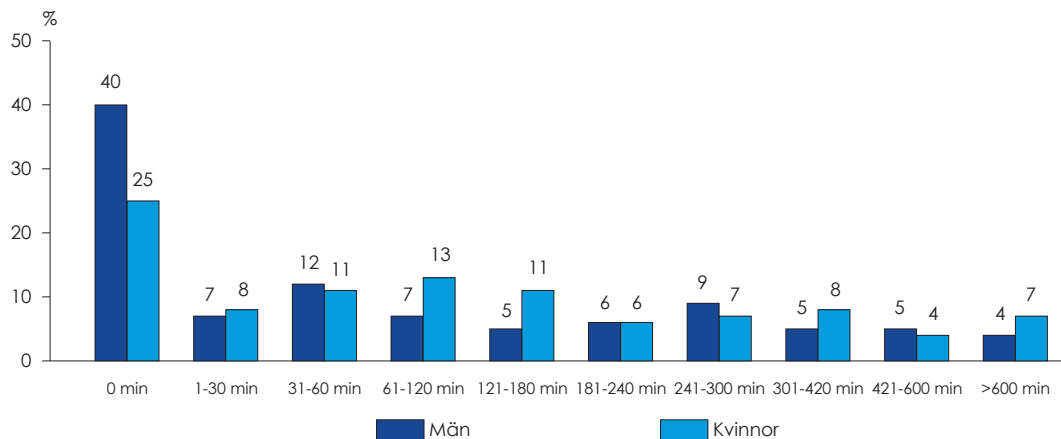
Tidningsläsarna i åldrarna 12 till 31 år samlas kring en lästid på omkring 1 timme i veckan. En fjärdedel läser inget alls. En mindre grupp på 8 procent läser mer än 4 timmar i veckan.



*Hur varierar bokläsandet?*

**Figur 1.19** Andel av ungdomar (12-31 år) som läser böcker olika länge (tim/vecka) (Svenskarna och Internet 2011)

Bokläsandet är mycket utspritt bland ungdomarna. En tredjedel läser inget. Ytterligare 29 procent läser mindre än 1 timme i veckan. 9 procent läser mer än 8 timmar i veckan.

*Bokläsning bland flickor och pojkar*

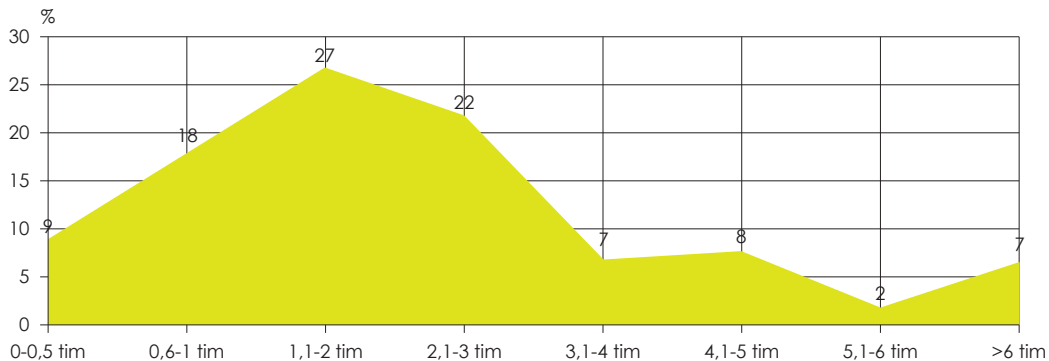
**Figur 1.20** Bokläsning en genomsnittlig vecka bland pojkar och flickor i åldern 12 till 31 år (Svenskarna och Internet 2011)

Flickor läser i genomsnitt mer än pojkar, men den stora skillnaden föreligger inte mellan pojkar och flickor som läser utan mellan de som inte läser. 40 procent av pojkarna läser inte böcker under en vecka jämfört med 25 procent av flickorna. I övrigt är skillnaderna små. Både bland pojkar och flickor finns det sådana som läser mycket och sådana som läser lite. Hela skalan återfinns hos båda könen. (Se också Azzam & Johansson 2006)

Men att det finns många som inte alls läser böcker bland de unga männen är inte unikt. Förhållandet är detsamma bland deras fäder. Genomgående upp till pensionsåldern är det nästan hälften av männen (40-45 %) som inte läser böcker under en vecka. I föräldragenerationen 36 till 45 år är det 41 procent av papporna som inte läser böcker mot 14 procent bland mammorna. Frånsett de yngsta (9-14 år) är det 20 till 30 procent av männen som aldrig läser en bok (Nordicoms Mediebarometer 2010).

## 1.5.4 Internet

### *Hur varierar användningen av internet?*



**Figur 1.21** Andel av ungdomar (12-31 år) som använder internet olika länge (tim/dag) (Svenskarna och Internet 2011)

En fjärdedel använder internet högst en timme om dagen. En fjärdedel 1-2 timmar om dagen. En dryg fjärdedel 3-4 timmar om dagen. En knapp fjärdedel mer än 3 timmar om dagen. Där ingår en extremgrupp på 7 procent som använder internet mer än 6 timmar om dagen.

## 1.6 Risker och internetberoende

Alla nya medier har gett upphov till diskussioner om dess farlighet och påverkan på barn och ungdomar. Tidigt på 1900-talet diskuterades spänningslitteraturens fördärliga påverkan på ungdomars moral när häften med detektiven Nick Carters äventyr fick stor popularitet (Boethius 1989).

Den stora diskussionen kom med biograffilmen. Det började under 1920-talet när ljudfilmen snabbt blev mycket populär och frågan gällde filmernas eventuella skadliga påverkan. En mycket stor studie – the Payne Fund Studies – genomfördes mellan 1929-1932 med intervjuer och studier av 10 000-tals barn. Och man fann att barn påverkades både positivt och negativt (Lowery & DeFleur 1995).

Därefter följde på 1930-talet debatter om radions negativa påverkan utifrån radioprogram som innehöll mycket våld. Sedan kom turen till serietidningarna och på 1950-talet riktade diskussionen in sig på televisionens negativa påverkan. Det är en diskussion som pågått och gett upphov till många undersökningar fram till idag. Senaste undersökningsområdet har gällt datorspelen och deras koppling till aggressivitet (Dahlquist 2011) och om internet ger upphov till ett sjukligt beroende.

Internetvärlden skiljer sig i många avseenden inte från den fysiska världen. Trakasserier och mobbing som förekommer i ungdomars skol- och fritidsliv, förekommer också på internet. I vissa fall kan också sådana företeelser underlättas genom de möjligheter att sprida informationen som internet erbjuder. Internet kan också i sig själv, bara genom den tid många ungdomar tillbringa framför datorn, ge upphov till problem. Frågan har väckts om man i vissa fall kan tala om ett internetberoende? Har människor som blivit så engagerade i internet att de tillbringar nästan all sin fritid framför datorn överskridit en gräns där detta inkräktar menligt på andra aktiviteter och ställer till problem i relationerna till andra människor? Kan man till och med tala om ett sjukligt beroende, en "addiction", där internet blivit som en drog. Tänkbara sådana fall skulle kunna vara personer som deltar, utan avbrott under lång tid, i online spel på internet eller uppslukas helt av livet på en community.

### 1.6.1 Internetberoende

Ser vi på den tid som ungdomarna ägnar åt internet rör det sig i de flesta fall om 10 till 15 timmar i veckan vilket motsvarar ungefär 2 timmar om dagen. Men det finns också ungdomar som sitter framför datorn 40 timmar i veckan, vilket motsvarar en hel arbetsvecka. För att undersöka konsekvenserna av detta ställdes tre frågor till alla som använder internet (Findahl 2009). Det handlade om ett överdrivet användande, en

känsla av att man blir sittande för länge framför datorn. Det handlade om att det uppstår problem i de sociala relationerna, och upplevelsen av att man börjar bli beroende av att alltid ha tillgång till internet. Det är särskilt den första frågan om tiden som många instämmer i. Det händer ofta eller mycket ofta att man upplever att man tillbringar alltför mycket tid online framför datorn. Bland de som är 15-16 år är det nästan hälften (44%) som svarar ofta eller mycket ofta. Nästan lika många (40%) är det bland de som är 17 till 18 år. Andelen var densamma vid en senare undersökning (Svenskarna och Internet 2011).

Den åldersgrupp, som upplever mest problem kring sin internetanvändning är 15-åringarna. Ser vi närmare på dessa personer som uppvisar de högsta värdena på "beroende-skalan", så är det ingen av dem som använder internet extremt mycket. Där återfinns lika många unga män som kvinnor. De har alla intressen utanför hemmet som handboll, fotboll, basket eller hundar och sport. De är medlemmar i communities som de ägnar mycket tid och flera spelar online-spel. Men om någon av dessa skulle ges diagnosen "Internet addiction" är mycket tveksamt (Findahl 2009)

Liknande resultat framkom i den omfattande europeiska undersökningen "EU-kids Online". En dryg tredjedel av barnen i Sverige, 9 till 16 år, svarade att de upplevt att internetanvändningen kunde vara problematisk. Det gällde mer allmänna frågor som om de kommit på sig själva att surfa när de inte var riktigt intresserade eller att de spenderade mindre tid än de borde med familj och vänner p.g.a. internet. Sverige låg här något över EU-genomsnittet men andelen var klart högre i flera andra länder (Feilitzen, Findahl & Dunkels 2011). Bara ett fåtal svarade "ja" på frågor som om de låtit bli att äta och sova som en följd av internetanvändningen, vilket tyder på att ett överdrivet internetanvändande som kan betecknas som problematiskt, och utgör ett verkligt beroende, är sällsynt. Det är här också frågan om ett övergående problem (Bergmark, Bergmark & Findahl 2011).

Över hela världen har det öppnats kliniker för att ta hand om ungdomar som missbrukar internet. Keith Bakker, som har haft en klinik för "gaming addicts" i Amsterdam under flera år menar emellertid att 90 procent av spelarna som söker behandling är inte "addicts". Deras problem är inte psykologiskt utan socialt. De känner sig isolerade och försummade och behöver snarast bättre relationer med sina föräldrar och lärare. (BBC 21.11.08)

### 1.6.2 Risker

Så gott som alla barn i åldrarna 9 till 16 år i Sverige använder internet. De flesta använder internet dagligen, ju längre tid desto äldre de är. Majoriteten av dessa barn har inte stött på något som oroat eller skrämmt dem under sin användning av internet. Ungefär en av fem (19%) har dock under det senaste året på något sätt blivit besvärade eller oroade av innehåll som nått dem via internet. Det varierar från 12 procent bland de yngre (9-10 år) och 23 procent bland de äldre (15-16 år). Och de som upprepade gånger känt sig besvärade eller upprörda varierar från 2 procent bland de yngre till 8 procent bland 15-16-åringarna (Feilitzen, Findahl & Dunkels 2011).

- 16 procent har mött en online-kontakt öga mot öga. 1 procent har blivit obehagligt besvärade vid ett sådant möte senaste året.
- 21 procent har sett uppenbart sexuella bilder på internet senaste året. 3 procent har blivit ganska eller mycket besvärade.
- 17 procent (11-16 år) har sett eller fått sexuella meddelanden på internet senaste året. 1 procent har blivit ganska besvärade.
- 8 procent har varit med om att någon uppträtt sårande eller elakt mot dem på internet senaste året. 5 procent har blivit ganska eller mycket upprörda. Här är det de äldre flickorna som är mest drabbade.

Det framgår tydligt i den stora internationella undersökningen 'EU Kids Online' att det är stor skillnad mellan att å ena sidan att ha stött på eller varit med om en eller flera av de konkreta *risker* som undersökts och, å den andra sidan, att ha upplevt någon "skada" (Livingstone et al. 2011). Internet utgör för de flesta inte något stort problem, med undantag för nätmobbningen, som emellertid är mer omfattande i det "verkliga livet" än på nätet.

## 1.7 Åtta användningsmönster

Som vi sett finns det stora skillnader inom samma åldersgrupper hur man använder olika medier. En del lyssnar mycket på musik, andra läser mycket böcker, några använder mycket av allt. Men det är inte bara graden av användning som skiljer människor åt utan också användningens innehåll. En del använder medierna främst för underhållning, andra för information och fakta och några både för information och underhållning. Utifrån kännedom om dessa förhållanden, innehåll och användningsgrad, går det att gruppera människor i olika kluster, som för samman människor med liknande medieanvändning. Att betrakta alla ungdomar som en homogen grupp blir därmed missvisande. Mer fruktbart är att dela in ungdomar efter inriktning på deras medieanvändning och om de använder medierna ofta eller sällan.

Detta har gjorts tidigare (Johnsson-Smaragdi et. al 1998, Elvestad & Blekesaune 2008, Meyen & Pfaff-Rüdiger 2009, Holmes 2011) men här skall vi gruppera ungdomarna efter deras internetanvändning och utifrån detta se hur de olika grupperna använder de traditionella medierna.

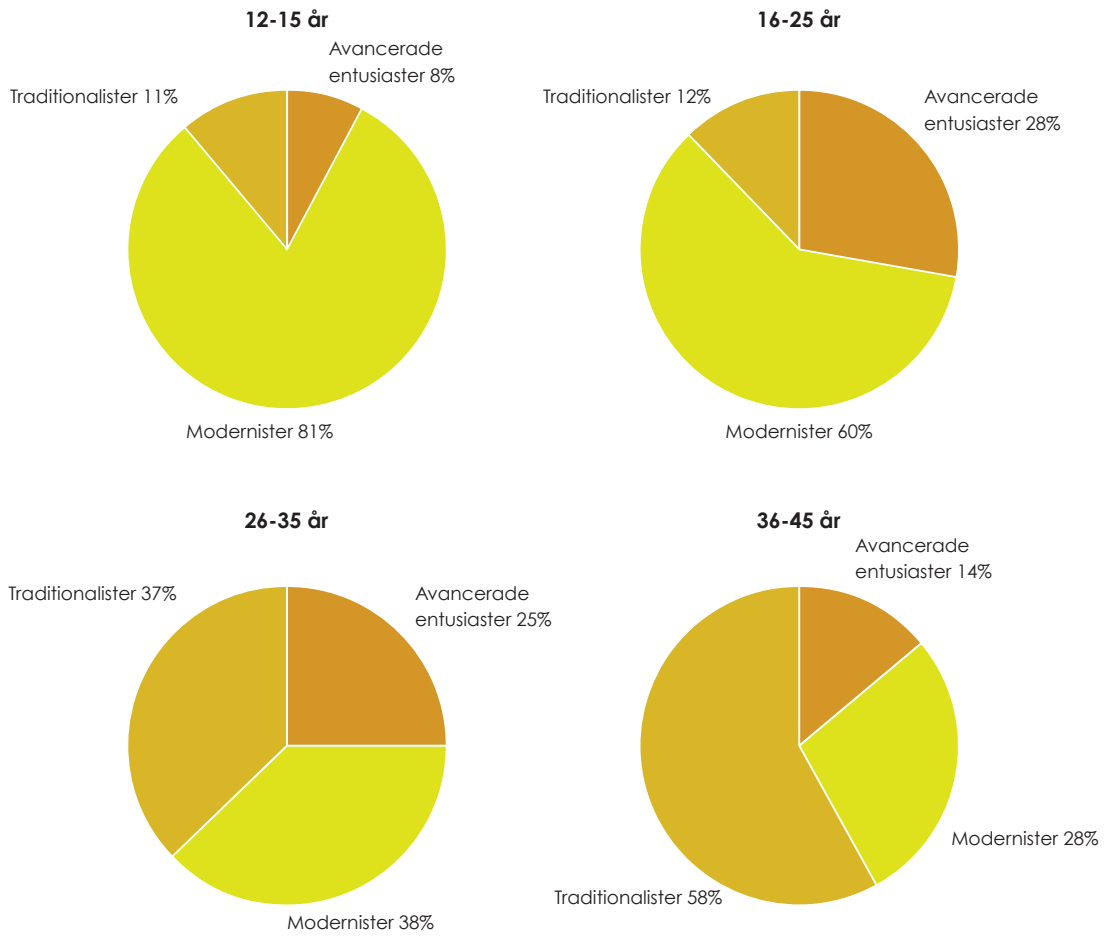
Grupperingen grundar sig på internetaktivitet inom åtta olika områden (4-5 frågor inom varje område): Sociala medier, egna bidrag och eget deltagande, underhållning, kommunikation, praktisk hjälp, söka information och kunskap, användning av traditionella medier på internet, e-handel (Se Findahl 2011 och 2007).

En sådan gruppering ger upphov till åtta olika användningsmönster.

- **De avancerade entusiasterna** uppvisar en mycket hög aktivitet inom alla områden, såväl de informativa som de sociala och kommunikativa. (22% av användarna 12-40 år)
- **De försiktiga** uppvisar genomgående en mycket låg aktivitet. De besöker inte alls sociala nätverk eller använder internet för underhållning. De skickar e-post ibland och söker någon gång efter praktisk hjälp och läser ibland tidningen på nätet. (2% av användarna 12-40 år)
- **Traditionalisterna** utgör den största gruppen av användarna i befolkningen som helhet. De utnyttjar internets möjligheter att få information, kunskap och praktisk hjälp ungefär som genomsnittet. De kommunicerar en del via e-post men utnyttjar inte alls möjligheterna till underhållning och sociala medier. (5% av användarna 12-40 år)
- **Entusiastiska traditionalister** är mycket frekventa i att använda sig av internets informativa möjligheter och de deltar också, till skillnad från traditionalisterna, ungefär som genomsnittet på de sociala medierna och söker också efter underhållning på nätet. (11% av användarna 12-40 år)
- **Underhållningssökande modernister** är en av fyra grupper av modernister som ägnar sig mer än genomsnittet åt internets sociala och underhållande sidor. Det som utmärker denna grupp är det mycket frekventa sökandet och användandet av underhållning via internet dvs. humor, musik, video, spel och fildelning. Men de utnyttjar också internets informativa sidor något mer än genomsnittet och använder internet som plattform för traditionella medier. (16% av användarna 12-40 år)
- **Sociala modernister** är mycket aktiva på sociala nätverk och sociala medier och deltar också aktivt med kommentarer och inlägg. De är inte intresserade av underhållningen på nätet och mindre intresserade än genomsnittet av information och kunskap och internet som plattform för traditionella medier. (13% av användarna 12-40 år)
- **Kommunikativa modernister** utmärks av deras mycket frekventa kommunicerande via alla kanaler. De är också aktiva på sociala medier och deltar också aktivt där. De använder, som genomsnittet, internet också för praktisk hjälp, information och kunskap. (14% av användarna 12-40 år)
- **Försiktiga modernister** använder internet sparsamt men uppvisar en förhållandevis större aktivitet, som genomsnittet, när det gäller underhållning och sociala medier. Intresset för information/kunskap, praktisk hjälp och e-handel via internet är lågt och här ligger de försiktiga modernisterna långt under genomsnittet. (10% av användarna 12-40 år)

De åtta användningsmönstren återfinns i alla åldersgrupper men andelen som passar in i de olika mönstren varierar. Hos de unga dominerar *modernisterna* som främst använder medierna för underhållning och kommunikation. Ju äldre man är desto fler är *traditionalisterna* där internet i första hand används för information, kunskap och praktisk hjälp. *Försiktiga och avancerade entusiaster* återfinns också i alla åldersgrupper.

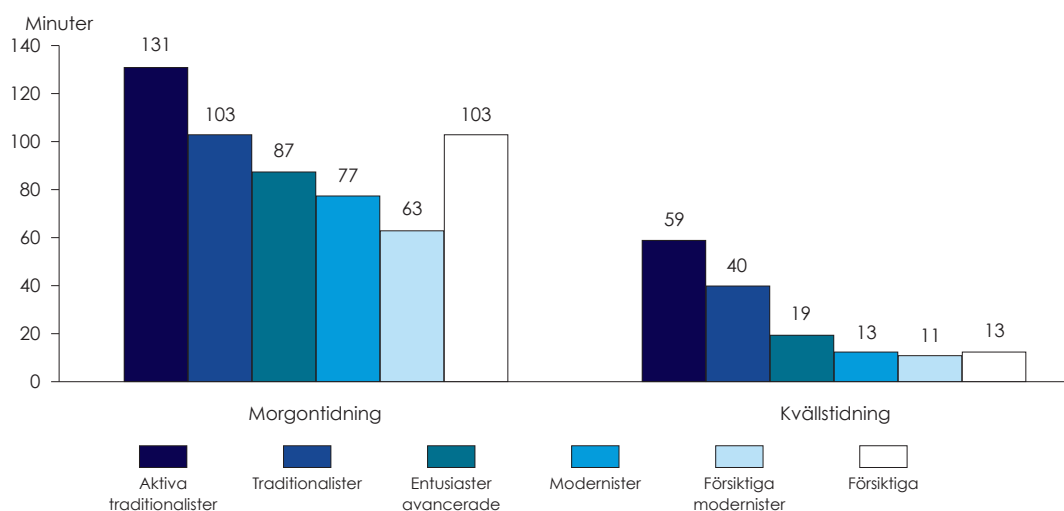
Vi har här, i figur 1.22., slagit ihop alla modernister i en grupp; traditionalister, aktiva traditionalister och de försiktiga i en grupp och de avancerade entusiasterna i en grupp. Bland de yngsta (12-15 år) dominerar modernisterna. Ju äldre man blir desto fler blir traditionalisterna.



**Figur 1.22** Storleken på tre användarmönster i olika åldersgrupper (Svenskarna och Internet 2011)

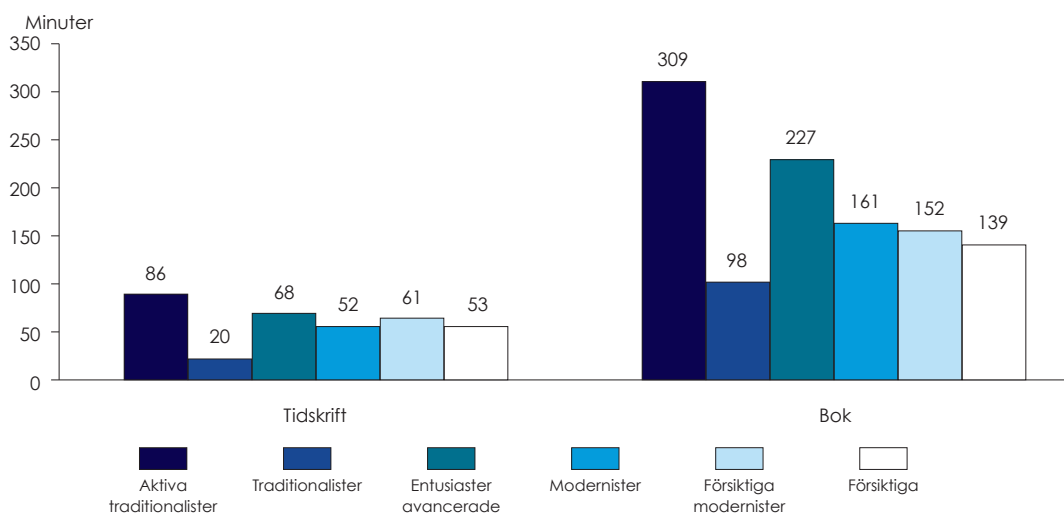
### 1.7.1 Användningsmönster och traditionella medier

*Hur mycket läser olika typer av internetanvändare dagstidningar?*



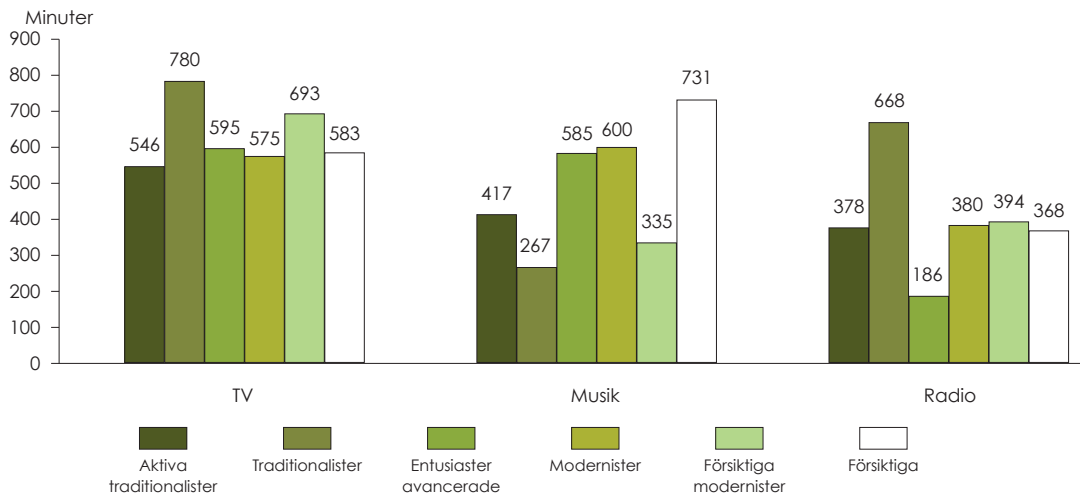
**Figur 1.23** Läsning (min/vecka) av tidningar i olika internetanvändningsgrupper (Svenskarna och Internet 2011)

*Hur mycket läser olika typer av internetanvändare böcker och tidskrifter?*



**Figur 1.24** Läsning (min/vecka) av tidskrifter och böcker i olika internetanvändningsgrupper (Svenskarna och Internet 2011)

### Hur mycket ser olika typer av internetanvändare på tv, lyssnar på radio och musik?



**Figur 1.25** Tittande på tv och lyssnande på radio och inspelad musik (min/vecka) i olika internetanvändningsgrupper (Svenskarna och Internet 2011)

Som framgår av figurerna föreligger det inte något direkt samband mellan användningen av internet och användningen av traditionella medier så att en hög internetaktivitet skulle höra ihop med en låg användning av traditionella medier. De avancerade entusiasterna, som använder internet mest av alla, använder också traditionella medier. De lyssnar dock lite på radio men läser böcker, morgontidningar och lyssnar på inspelad musik mer än genomsnittet. Traditionella tidningar läses mest av traditionalisterna som också ser på tv och lyssnar mer på radio än andra. De aktiva traditionalisterna, som använder internet mer än de vanliga traditionalisterna, är de som läser allra mest tidningar och böcker.

Modernisterna däremot, som utgör den största gruppen bland de yngsta, läser inte papperstidningar särskilt mycket, men lyssnar mycket på inspelad musik. Frågan är hur deras medieanvändning kommer att förändras när de blir äldre? Andelen modernister har hittills sjunkit med stigande ålder men många har inte blivit traditionalister utan aktiva traditionalister, vilket innebär att de utnyttjar mer av internets möjligheter att få information och praktisk hjälp samtidigt som de fortfarande är aktiva på de sociala nätverken. De använder också traditionella medier mer än genomsnittet.

	Aktiva traditionalister	Traditionalister	Avancerade entusiaster	Modernister	Försiktiga modernister	Försiktiga
Morgontidning	++	+	+		-	+
Kvällstidning	+	+				
Tidskrift	+	-	+			
Bok	++	-	+			
TV		+			+	
Inspelad musik		-	+	+	-	+
Radio		+	-			

**Tabell 1.4** Användning av traditionella medier offline bland olika användargrupper. Plus (+) visar att användningen ligger över genomsnittet och minus (-) att användningen är lägre än genomsnittet

## 1.8 Två dagar i en sjuttonårig flickas medieliv

Det finns många sätt att studera hur medierna används. Det vanligaste är att intervjua ett slumpmässigt urval människor via telefon eller enkät. Den metoden används av Nordicoms Mediebarometer och för *Svenskarna och internet*. Men det går också att låta personerna ifråga fylla i en dagbok där de skriver ner vad de gör under dygnets alla timmar. Det är också möjligt att tekniskt registrera vad som händer t.ex. i en tv-apparat, vilka kanaler som står på och vem som tittar. Så mäts tv-tittandet av MMS. Tekniskt går det också att registrera vad som går in och ut via internet. I en undersökning (Findahl, Lagerstedt & Aurelius 2011) användes alla tre metoderna och här skall vi göra ett nedslag i den undersökningen och studera vad som händer i en 17-årig flickas medieliv.

Ser vi närmare på den 17-åriga flickan, med hjälp av hennes svar på olika frågor om hennes användning, kan vi se att hennes användning av internet, år 2009, domineras av de dagliga besöken på sociala nätverk, läsning av bloggar, musiklyssnande och kommunikation med andra via instant messaging och e-post. Hon uppskattar att hon ägnar e-posten 15 minuter om dagen jämfört med 180 minuter med instant messaging. Hon är medlem av tre sociala nätverk bland dem Bilddagboken och Facebook. Varje dag lyssnar hon också på Spotify, en musiktjänst på internet. 80 procent av ungdomar 16 till 25 år gör det och 50 procent gör det dagligen (Findahl 2011).

Den sjuttonåriga flickan har en egen bärbar dator som hon är online med ungefär 20 timmar i veckan, vilket blir tre timmar om dagen. Kommunikation och underhållning dominerar hennes användning av internet. Det innebär att hon tillhör den användargrupp som kallas "entusiastiska modernister" liksom 25 procent andra i den yngre generationen (16-35 år). Denna användargrupp består i huvudsak av yngre människor, både män och kvinnor, där mobilen och internet spelar en viktig roll i deras liv. Dom är flitiga användare och väljer två huvudområden för sin användning: Kommunikation och underhållning. SMS, MMS och instant messaging tar upp en stor del av deras vardagsliv liksom bloggar och sociala nätverk. Musik och video, oavsett digital form och kanal, är viktiga för dem. De utnyttjar också internet möjligheter att få information och kolla fakta. De är mycket positiva till internets potential och möjligheter och känner att de är delaktiga i det nya informationsamhället (Findahl 2007).

Hon går i skolan och lever i en välbeställd familj med en bror (15 år) och en yngre syster (15 år). Båda föräldrarna arbetar. Alla i familjen har en egen dator och alla datorer är uppkopplade till ett trådlöst nätverk med två internetuppkopplingar (IP-nummer), en för föräldrarna och en för barnen.

Hon använder också internet för andra aktiviteter även om det inte sker lika frekvent. Några dagar i veckan går hon ut på nätet för att hitta information som är relaterat till hennes skolarbete, och till hennes hobby och specialintresse. Någon gång i veckan använder hon också internet för att se på tv och video och lyssna på radio. Hon läser tidningar på nätet flera dagar i veckan och söker efter tidtabeller, adresser etc. och hon letar också efter skämt och humoristiska berättelser. Flera gånger i veckan delar hon filer med andra och laddar ner musik och videos. Hon använder Pirate Bay eller DC++, några gånger i veckan.

Några gånger i månaden kollar hon fakta, letar efter information om produkter, om resmål och biljetter. Några gånger i månaden spelar hon online, läser om lokala nyheter, letar efter jobb och hälsoinformation. Hon använder också internet för att hitta kartor och vägbeskrivningar.

### *Söndag*

Efter midnatt, lördagnatt mot söndag, är den 17-åriga flickan hemma. Söndagen börjar och hon är fortfarande vaken. Hon är ute på internet (kl. 00.00), besöker Bilddagboken och chattar (msn) med kompisar. Hon ser på tv (00.10-01.20). Inte vanlig tv utan SVT Play. Under tiden hon ser på tv chattar hon några gånger. Efteråt (01.23) besöker hon bilddagboken och det utbryter ett intensivt chattande. Hon besöker också ett bildarkiv och en annan community. Sedan lägger hon sig och somnar.



	TV online	Social Network	msn	live.com	telia
00.00		Bilddagbok			
00.05		Bilddagbok (her own)			
00.10	ld.svt , xml.svtplay , material.svtplay , media.svt , svt				
00.12	svt , xml.svtplay , material.svtplay ,				
00.13	svt , ld.svt , svtplay , material.svtplay , media.svt ,svt				
00.14	ld.svt , material.svtplay , svtplay , svt , alpha.svt , svtplay		x x		
00.16	ld.svt , material.svtplay , alpha.svtplay , svtplay , material.svtplay , svt		x x		
00.20			x		
00.25	ld.svt , alpha.svt , svtplay , material.svtplay , svt		x		
00.30			x		
00.40					
00.53	ld.svt, alpha,svt, svtplay, material.svtplay, svt, media.svt,				
01.00					
01.01	ld.svt, svtplay, media.svt, svt, alpha.svt, svtplay, material.svtplay,				
01.05			x		
01.09	ld.svt, alpha.svt, svtplay, material.svtplay, svt,				
01.10	ld.svt, alpha.svt, svtplay, material.svtplay, alpha.svt, svt,				
01.15					
01.20	svtplay, ld.svt, svtplay, material.svtplay, alpha.svt, svtplay, svt				teliabg
01.23		Bilddagbok (images)	xxxxxxxxxxxx		
01.30			xxxx	live.com	
01.40				live.com	
01.50					

Figur 1.26 Utdrag från en trafikmätning

Söndag morgon 10.30 vaknar hon och det är dags för frukost. Hon läser en traditionell dagstidning gjord av papper. Samtidigt går hon online och "messar" sina vänner och besöker sitt sociala nätverk. Hon slår på Spotify och spelar sin musik vilket pågår under tre timmar. Under första timmen (kl. 12-13) surfar hon runt på internet och gör en mängd olika saker. Sedan (kl. 13-15) börjar hon städa och plocka ordning sina saker. Under de sista femton minuterna besöker hon Facebook.

Hon fortsätter att städa och lyssna på Spotify fram till middagen kl 18. Sedan går hon bort och kommer hem kl 22. Då sätter hon på datorn, messar, besöker Facebook och sätter på musiken från Spotify. Hon arbetar med datorn fram till kl 23 medan musiken är på. Innan hon går och lägger sig spelar hon gitarr under en halvtimme. I sängen läser hon en bok innan hon somnar 23.45.

### Måndag

Hon vaknar kl 8, äter frukost och läser den traditionella morgontidningen innan hon går till skolan. Hemma 12.30. Besöker en vän och lyssnar på radio hela eftermiddagen. Hemma igen kl 16 för en timme under det att hon besöker Bilddagboken, messar och lyssnar på musik från Spotify. Lämnar hemmet 17.30.

21.30 är hon åter hemma och slår på datorn. Besöker Facebook och messar. Hon chattar under en timme samtidigt som hon lyssnar på Spotify. Somnar 23.15.

### Kommentar

Internet intar otvivelaktigt en central plats i den 17-åriga unga kvinnans liv. Genom internet kommunicerar hon och håller kontakt med sina vänner. När hon vaknar kopplar hon upp sig. När hon kommer hem från skolan eller på kvällen kopplar hon upp sig. Men det hindrar henne inte att också träffa sina vänner i verkligheten, öga mot öga. Det hindrar henne inte heller att även använda sig av traditionella medier som dagstidningen, radion och televisionen. Men tidpunkterna när detta passar in i hennes vardagsliv är få. Samtidigt som hon äter frukost har hon tid att ögna genom morgontidningen. Tillsammans med en kompis lyssnar hon på radion samtidigt som de gör något tillsammans. TV-program ser hon via internet i sitt rum, samtidigt som hon håller kontakt via internet med andra som ser samma program hemma i sina rum. På kvällen, i sängen blir det lite tid över för att läsa en bok innan hon somnar.

*“Those who cannot remember the past are condemned to repeat it.”*

George Santayana (1905)

## 2 Det långa perspektivet

Vid förra sekelskiftet, 1900, var de tryckta medierna allena rådan. Det var via läsandet av boken, skriften, tidningen som information och kunskap fördes vidare liksom nöje och underhållning. Under 1900-hundra-talet har sedan nya tekniker introducerats som gett upphov till nya medieformer och nya spridningsvägar för både underhållning, nyheter, information och kunskaper. Frågan är här hur dessa nya tekniker och medieformer påverkat användandet av de redan existerande medierna. Har det uppstått konkurrens eller har de kompletterat varandra? Vi börjar här med att dra upp de stora linjerna utifrån hur mycket tid svenska folket i genomsnitt har ägnat olika medier under olika tidsperioder.

Vid en första blick på figurerna (2.1-2.7) som täcker in utvecklingen under de sista sextio åren slås man av stabiliteten i svenska folkets medievanor. Efter en introduktionsfas sker en normalisering av användningen och den nivån, mätt i räckvidd (hur många som dagligen använder) och tid (minuter daglig användning) håller sig stabil trots att nya tekniker och medier kommer till som konkurrerar om svenska folkets uppmärksamhet.

Trots video och internet ser man idag lika mycket på tv som när videon kom. Trots kassetter, CD, mp3-spelare och femtio år med tv, lyssnade man tills för tio år sedan lika mycket på radio. Trots åttio år med radio, femtio år med tv och 15 år med internet läser man idag ungefär lika mycket som för sextio år sedan. Är medierna bara komplement till varandra och inte konkurrenter?

Ser vi till den totala tid som befolkningen använder till olika slags medier uppgår den idag till ungefär 6 timmar (361 minuter) om dagen. Det är långt mer än innan television kom på femtio-talet, men inte så mycket mer sedan tv fick två kanaler på 1970-talet. Under de senaste trettio åren, sedan televisionen etablerade sig med flera kanaler, har den totala användningstiden för massmedier hållit sig ganska konstant. Ökningen rör sig om en halvtimmes ökning under 30 år.

Väl att märka är att det här är frågan om bruttotid, ett självuppskattat mått för användningen av enskilda medier. Redan på 1980-talet upptäckte man att i tidsbudgetstudier var tiden som ägnades enbart åt medier 2,5 timme medan mediernas bruttoanvändningstid var 5,5 timmar (Gahlin 1983). Det var såldes vanligt att medierna, framförallt musik och radiolyssnande, skedde samtidigt som man sysslade med något annat. Halva massmedietiden ägnades enbart åt medierna och under den andra hälften sysslade man också med något annat. Även tv-tittandet kombineras med andra aktiviteter, inte bara kaffedrickande och matlagning utan också tidningsläsning. Idag sker mycket användning av internet, särskilt bland de yngre, samtidigt som de gör andra saker. Alla yngre gör det ibland, och två av tre gör oftast andra saker samtidigt som de är online. TV-tittande och internet är den vanligaste kombinationen (Findahl 2011).

Ser man tillbaka på statistiken över medieanvändningen de senaste femtio åren slås man således av stabiliteten i medievanorna. Trots att nya medier och tekniska apparater har tillkommit tycks vid första anblicken bokläsandet och dagstidningsläsandet, liksom radiolyssnandet och tv-tittandet ha befunnit sig på ungefär samma nivå de senaste femtio åren. Så tycks även vara fallet efter det att internet började användas av allt fler.

De återkommande farhågorna har varit hur de redan existerande medierna skall komma att påverkas av de nya. Det gällde dagstidningarna när först radion, sedan televisionen kom. De gäller radion när televisionen kom och sedan kassettbandspelaren. Och det gäller televisionen när videon kom och nu internet.

Men radion medförde inte dagstidningarnas död. Det gjorde inte heller televisionen eller internet. Videon som människor själva kunde styra över medförde inte att människor slutade titta på tv. Kassettbandspelarna, som gjorde det möjligt att kopiera och själv bestämma över musikalet, påverkade inte radiolyssnandet. Det gjorde däremot televisionen. Även besöken på biograferna förändrades av televisionen. Det händer således att nya medier ibland påverkar gamla. Det är därför frågan om vad som händer efter internet är av stort intresse. Vilka förändringar har internet medfört?

I nedanstående figurer ser utvecklingskurvorna ut som raka linjer. De bygger på medelvärden beräknade på befolkningsgenomsnitt. I senare avsnitt skall vi se närmare under ytan på denna långsiktiga utveckling ur ett ungdomsperspektiv, och om medieanvändningens stabilitet också återfinns där under ytan?

## 2.1 Jämförelser med utvecklingen i andra länder

Det refereras ofta till medieundersökningar gjorda i andra länder, men det är många gånger problem att dra slutsatser som är tillämpbara på förhållanden i Sverige, särskilt när undersökningarna är gjorda i USA. Ekonomiska och kulturella skillnader är ofta stora. På 1980-talet såg t.ex. svenska barn och ungdomar mindre än hälften så mycket på tv som barn i USA och England. Dagstidningsläsningen började också få problem i USA efter andra världskriget och redan 1980 konstaterade Robinson (1980) att läsningen i USA började bli kortare, mer ytlig och skummande. Läsningen började bli en sekundäraktivitet. Vid den tidpunkten betraktades dagstidningen i Sverige fortfarande som den viktigaste informationskällan och läsningen låg på en mycket hög nivå, vilket den har gjort långt in på 2000-talet.

Även när det gäller internet skiljer sig Sverige från andra länder. Spridningen har gått mycket långt och från 12-årsålderna är nästan alla internetanvändare och 9 av 10 har en egen dator (Findahl 2011). Det är inte bara många svenska ungdomar som använder internet, de är också flitiga användare och i förhållande till ungdomar i de flesta andra länder använder de inte internet för bara några få aktiviteter. Deras användande är omfattande och varierat och de utnyttjar många av internets möjligheter (Feilitzen, Findahl & Dunkel 2011).

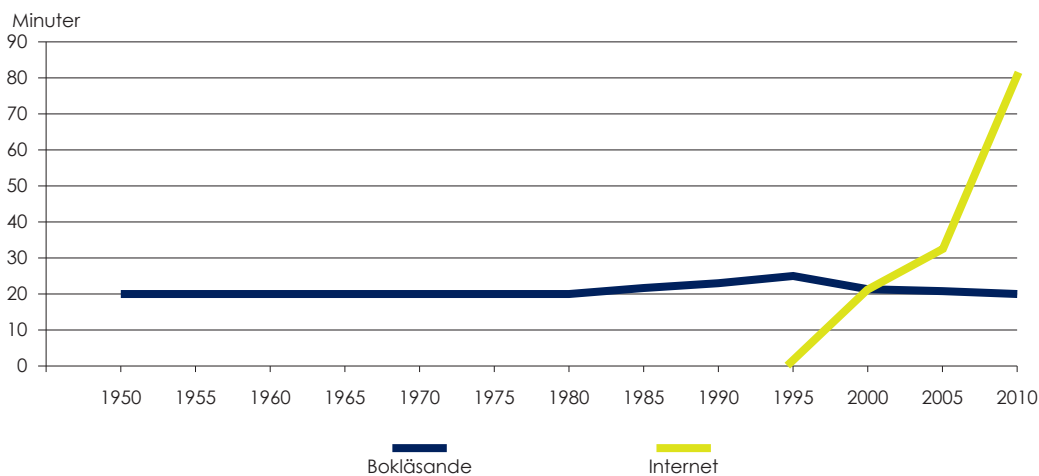
Det har också visat sig i internationella jämförelser att trots att spridningen gått längre i Sverige än i de flesta andra länder så har användningen mätt i timmar och minuter varit mer begränsad och det har funnits en skepsis och kritisk attityd, bland svenska användare, till internets förmåga att t.ex. fördjupa demokratin (Findahl 2008).

## 2.2 Boken

Kring sekelskiftet år 1900 började intresset för att läsa böcker att sprida sig till en bredare allmänhet. Folkbiblioteken fick statsanslag. Böckerna blev lättare att trycka, de blev billigare och samtidigt växte det fram en bokmarknad med spänningsfiktion i centrum. Populärkulturen etablerade sig, även om den möttes av ett visst motstånd (Boethius 1989, När Nick Carter drevs på flykten).

Ser vi på bokläsningen i det längre perspektivet kan vi utläsa en anmärkningsvärd stabilitet i läsandet, här mätt efter hur många som läser och hur lång tid man ägnar sig åt bokläsning. Efter andra världskriget i slutet av 1940-talet finns det uppgifter som säger att svenska folket ägnade sig i genomsnitt åt bokläsning 20 minuter dagligen (Lindung 1984). Man har då lagt samman all bokläsning och spridit ut den på alla, både läsare och icke läsare. Gör vi idag (2010) en liknande uträkning blir svaret att samma genomsnittliga lästid på 20 minuter återkommer. I genomsnitt 20 minuter om dagen ägnar sig svenska folket åt bokläsning idag liksom 60 år tidigare. (Findahl 1986, Carlsson et. al. 2004, Mediebarometern 2010). (Den lilla puckeln i kurvan 1995 orsakas av att frågan om bokläsning från det året också inkluderar läsning av fack-/skolböcker).

### Hur lång tid har befolkningen ägnat åt bokläsning över åren?



**Figur 2.1** Bokläsandet, antal minuter en genomsnittlig dag i befolkningen

Källor: Lindung 1984; Mediebarometern 1979-2010.

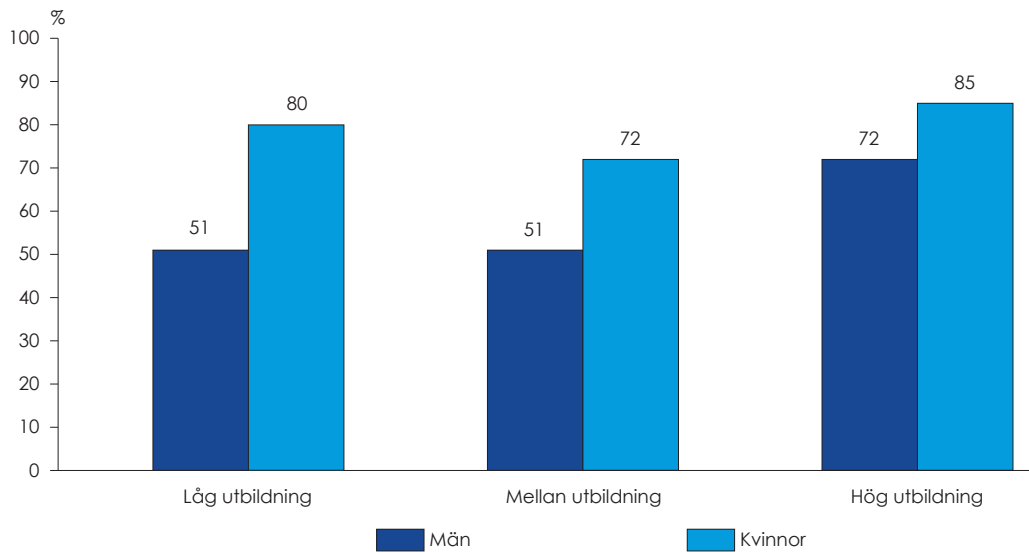
Samtidigt är det idag många fler som läser böcker än det var för 60 år sedan. Då var det 71 procent av befolkningen som kommit i kontakt med böcker under ett år. Idag är samma siffra 87 procent (Nordicoms Mediebarometer 2010). Det är inte förvånande med tanke på den ökande utbildningsnivån i befolkningen. Läger vi till detta, läsning på internet och läsning av text-remsor på tv, har läsandet fått en allt mer central roll i medievärlden.

Andelen läsare är högst bland barn och kvinnor. Kvinnor 9 till 17 år läser mest av alla.

Vilka är då de som inte läser böcker? Det är vanligare bland lågutbildade och vanligare bland män. Högutbildade kvinnor läser mest (28 min/dag) och lågutbildade män läser minst (13 min/dag).

Att skillnaderna mellan män och kvinnor är störst bland lågutbildade framgår också om man räknar ut hur många som läser en bok åtminstone under en månad eller oftare. Det gör bara hälften (51%) av de låg- och mellanutbildade männen medan 8 av 10 kvinnor gör det.

### Hur vanligt är det att män och kvinnor läser böcker?



**Figur 2.2** Andel män och kvinnor som läst en bok igår, senaste veckan eller senaste månaden (Nordicoms Mediebarometer 2010)

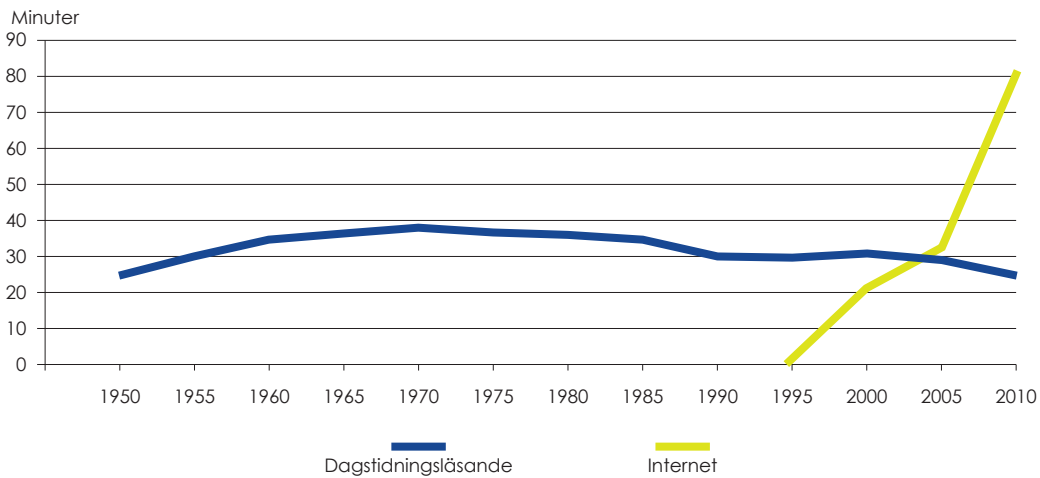
Vad är det som utmärker de som inte läser böcker? Låt oss ta ett exempel från 2003 och jämföra medieanvändningen bland bokläsare och de som inte läser böcker. Vad skiljer dem åt? I många avseenden använder de medierna på samma sätt med skillnaden att de som inte läser böcker ägnar något mer tid åt tv. Men i stort använder de som inte läser böcker medierna mindre än de som läser böcker. Skillnaden i total medietid är 73 minuter (Carlsson et. al. 2004). Skillnaden är inte de 43 minuter som läsarna ägnar åt bokläsning utan 73 minuter. Det betyder att de som inte läser böcker också använder andra medier mindre än bokläsarna.

Det är således inte så att de som inte läser böcker istället använder denna tid åt andra medier. Olika medier används ganska oberoende av varandra. Det är inte så att bara för att man inte läser böcker så använder man andra medier mycket mer.

2010 är förhållandet likartat. De som inte läser böcker använder tv och radio något mer än bokläsarna. Men den totala medieanvändningen är ändå mindre (Nordicoms Mediebarometer 2010). Det är inte frågan om något nollsummespel. Det kan vi också se i analysen av användningsmönster där de avancerade entusiasterna använder inte bara internet utan också många andra medier mer än andra, medan de försiktiga inte alls lägger ner samma tid i sin medieanvändning.

## 2.3 Dagstidningen

*Hur lång tid har befolkningen ägnat åt tidningsläsning över åren?*



**Figur 2.3** Dagstidningsläsandet (min/dag) i befolkningen 1950-2010

Källor: Weibull 1984, *Mediebarometern* 1979-2010.

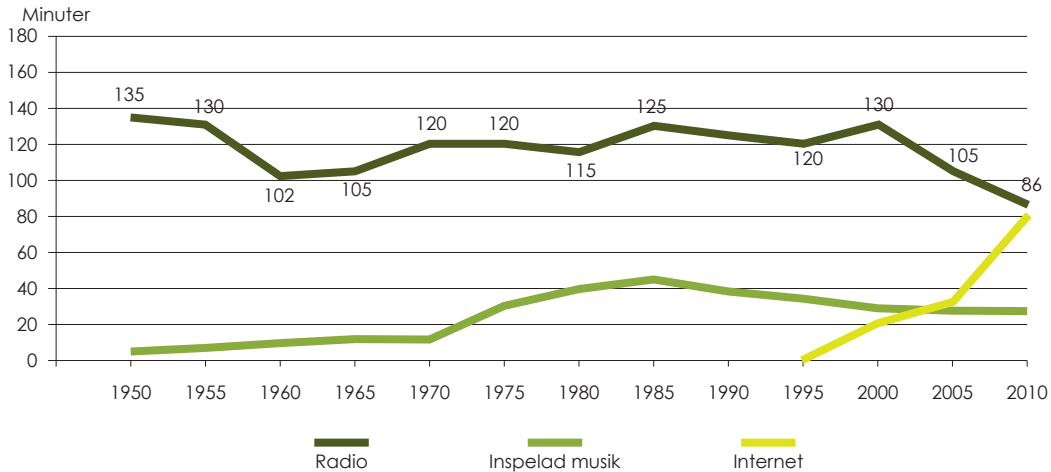
Bokläsandet och dagstidningsläsandet har legat på en stabil nivå under efterkrigstiden, trots att nya tekniker gjort det möjligt att ta del av information och nyheter via radio och television och även digitalt via internet. Tidningsläsandet ökade långsamt under 1950- och 60-talen, samtidigt som allt fler tittade på tv, allt längre. Ökningen tillföll till stor del den ökande landsortspressen. Men även kvällspressen ökade fram till 1970-talet. Ökningen var särskilt markant under 1960-talet då televisionen etablerades och blev det dominerande mediet (Weibull 1984).

Radion och televisionen har sålunda inte blivit det stora hotet mot böcker och dagspress som man befarade först under 1920-talet då radion etablerades och särskilt sedan under 1950- och 1960-talet då tv-tittandet hela tiden ökade särskilt bland barnen. Situationen för dagstidningarna under de senaste åren är mer komplicerad. Här har skett en nedgång som till största delen har drabbat den tryckta kvällstidningsläsningen. Men eftersom dagstidningarna också kan läsas på internet uppvägs minskningen i läsandet av kvällstidningar delvis av läsning på internet av webbtidningen.

## 2.4 Radio och inspelad musik

Under 1940- och 1950-talen hade radion sina glansdagar. Nästan alla hade tillgång till en radio som var det enda etermediet och det fanns bara en kanal. På lördagskvällarna mellan 18.30 och 20.30 lyssnade två tredjedelar av befolkningen på radion.

*Hur lång tid har befolkningen ägnat åt att lyssna på radio och musik över åren?*



**Figur 2.4** Lyssnandet på radio och inspelad musik i befolkningen 1950-2010 (min/dag)

Källor: Sjöden 1967, Kjellmor 1981, Wigren 1980, *Mediebarometern* 1979-2010.

I mitten av 1950-talet fick radion två kanaler, men det skulle dröja till mitten av 1960-talet (1966) innan tre mer renodlade kanaler infördes, varvid allt melodiradiolyssnande samlades i en kanal, i P<sub>3</sub>. Samtidigt med denna kanalklyvning i radion startade reguljära tv-sändningar hösten 1956.

Konkurrensen från det nya etermediet kom att helt förändra radiolyssnandet. Men det skedde inte över en dag utan det tog tio år innan televisionen hade intagit radions gamla plats som hela svenska folkets informatör och underhållare, och innan radion hade fått en ny roll i människors liv.

Sammanfattningsvis halverades radions kvällspublik och mer därtill när televisionen kom. Lyssnandet försköts delvis till tidig eftermiddag. Samtidigt medförde kanalklyvningen att många fick svårt att hitta sina gamla program och allt fler övergick till melodiradiolyssnande.

Att melodiradiolyssnandet växte under 1960-talet hade flera orsaker. Dels skedde en stor ökning av sändningstiden, men bakom det hela låg framväxten av den kommersiella popmusiken. Radio Nord började sina reklamsändningar från internationellt vatten i början på 1960-talet och transistorapparater blev allt vanligare. Trots att 1960-talet var televisionens stora uppbyggnadsperiod var det bärbara radioapparater som man sålde mest av (Sjöden 1967).

De som började lyssna på melodiradion under 1960-talet tog sedan med sig dessa lyssnarvanor när de blev medelålders, samtidigt som de som var unga på 1980-talet lyssnade på ett annat sätt. De lyssnade lika mycket på skiva och kassett som de lyssnar på radio och när de lyssnar lyssnade de på P<sub>3</sub>.

Televisionen konkurrerade således ut radion som hela svenska folkets underhållare och informations- och kunskapspridare på kvällstid. Den kommersiella musikindustrin tillsammans med transistorapparater och kassettbandspelare skapade en grund för melodiradiolyssnandet och senare för lyssnande på skivor och kassetter.

När sedan kabel-tv och de utländska satellitprogrammen kom i slutet på 1980-talet kom de åter att konkurrera med lyssnandet på radio och kassetter. I televisionen flödade populärmusiken och där spelades den senaste musiken och där visades musikvideor. En tredjedel av ungdomarna 15-18 år såg/lyssnade dagligen till denna musik via tv (Filipson 1989).

Samtidigt har det totala lyssnandet förändrats anmärkningsvärt lite. Från 2,5 timmar under radions glansdagar till 2 timmar, uppdelat på 86 minuter radio och 28 minuter på fonogram. Här skiljer sig olika

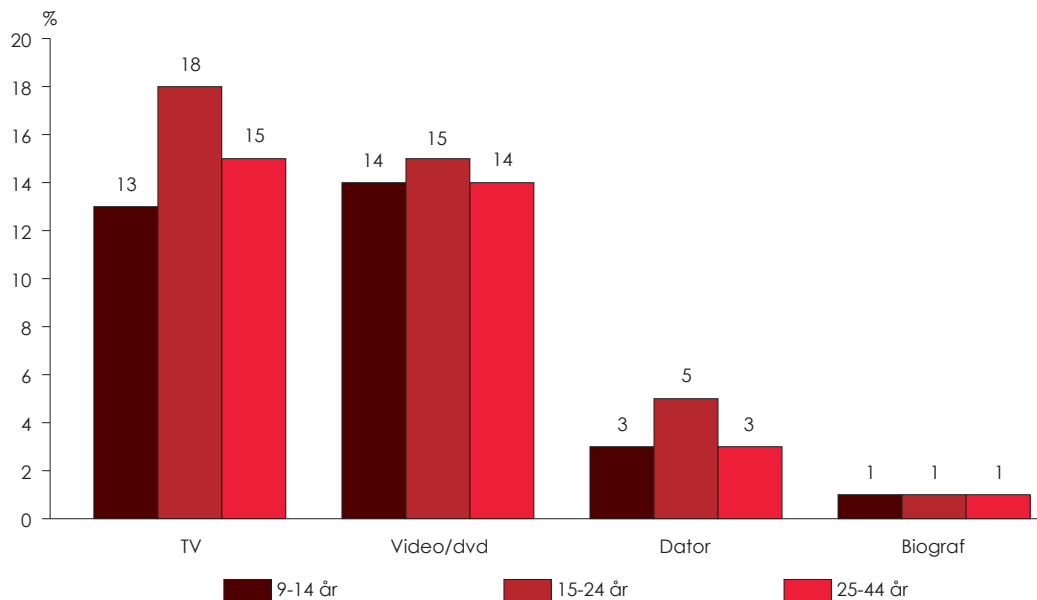
åldersgrupper åt. De äldre lyssnar omkring 2 timmar på radio, medan ungdomen lyssnar 0,75 timmar på radio och 1 timme på CD och Mp3. (Nordicoms Mediebarometer 2010).

Slutligen har lyssnandet ändrat karaktär och förpassats till tider då människor i de flesta fall ägnar sig åt andra saker. Radion får då stå på och lyssnandet får anpassa sig till andra saker som samtidigt utförs, i hemmet, i bilen, på arbetet. Under de allra sista åren har det dock skett nya förändringar i de yngres lyssnande på radio och musik. Vi återkommer till detta senare. Det händer en del saker under den till synes stabila ytan.

## 2.5 Biografen

Att se film på biograf var mycket populärt fram till 1960-talet då televisionen började etablera sig med rörliga bilder. Sedan kom video, ännu fler tv-kanaler, dvd och så internet. Under hela denna tid minskade biobesöken och nådde en botten 1995 för att sedan stabilisera sig på en förhållandevis låg nivå. Att se på "biograf-filmer" är fortfarande mycket populärt men idag sker det i första hand på en tv-apparat distribuerat via en tv-kanal, eller via video/dvd. Att se film på datorn eller annan bärbar apparat är ännu ej så vanligt.

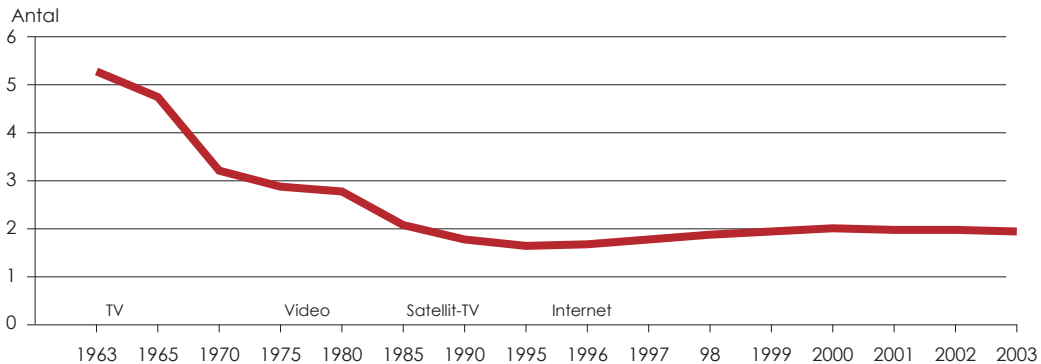
### Var ser man på långfilm?



**Figur 2.5** Andel som ser på långfilm på olika plattformar en genomsnittlig dag 2010 (Nordicoms Mediebarometer 2010)

Vi har här ett exempel på hur en ny medieform, som på ett mer tillgängligt sätt kan erbjuda samma innehåll, konkurrerar ut ett äldre medium. Men att gå på bio erbjuder en helt annan upplevelse än att se en långfilm på tv, vilket gör biobesöken unika, och biobesöken har legat på ungefär samma nivå de senaste åren. 40 procent av de unga (9-14 år) går på bio åtminstone en gång i månaden år 2010, 55 procent av de något äldre (15-24 år) och 29 procent av de äldre (25-44 år).

## Hur många filmer ser man i genomsnitt på bio under ett år?



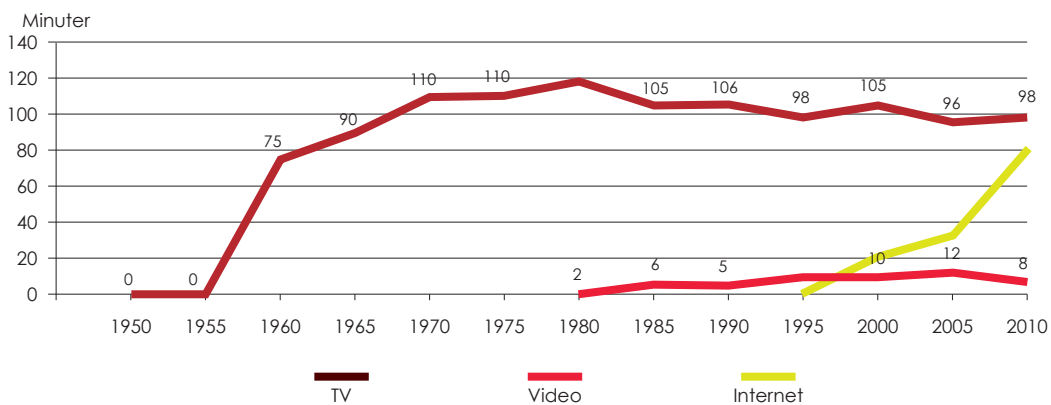
Figur 2.6 Antal biobesök per person och år

## 2.6 Televisionen

Hösten 1956 inledde Sveriges Radio sina reguljära tv-sändningar. I jämförelse med USA och andra europeiska länder var det en sen introduktion, men sedan ökade tv-ägandet snabbare än i något annat land och efter några år var Sverige det televisionstättaste landet i Europa (Törnqvist 1967).

Det var främst stadsbor som skyndade sig att skaffa tv. Det var många barnfamiljer och många kom från medelklass. Det medförde att många barn och ungdomar snabbt fick tillgång till tv och efter 15 år var siffran 93 procent, vilket innebär att så gott som alla barn hade tillgång till tv medan 15 till 20 procent av de äldsta fortfarande nöjde sig med att lyssna på radio (Findahl 1986).

## Hur lång tid har befolkningen ägnat åt att se på tv över åren?



Figur 2.7 Tittandet på TV och video i befolkningen 1950-2010

Källor: Sjödén 1967, Kanut 1975, Gahlin & Wigren 1980, Wigren & Gahlin 1981, Gahlin 1985, *Mediebarometern* 1979-2010.

Televisionsmediets dragningskraft under den första tiden var mycket stor, och det var inte bara tv-innehavarna utan även 20 till 30 procent av de som inte hade tv om såg på tv regelbundet, hos vänner och bekanta. Detta medförde som vi tidigare sett att radiolyssnandet minskade drastiskt på kvällstid och även biobesöken minskade.

När TV2 startade sina sändningar 1969 med bl.a. barnprogram, ökade de vuxna sin tittartid långsamt, medan både förskolebarn och skolbarn snabbt fördubblade sin. TV-toppen inföll i 12-års åldern och minskade därefter under tonåren. Därefter ökade tittandet igen men blev aldrig så högt som i 12-årsåldern (Feilitzen 1972). TV fick ännu fler kanaler och tittartiden ökade något men tv-tittandet i befolkningen har sedan dess legat på ungefär samma nivå trots att utbudet har ökat mångdubbelt.

Första hotet mot televisionen kom från videon i början av 1980-talet. Nu kunde publiken själva bestämma över vilka program de skulle se och de behövde inte följa tv-kanalernas fasta programtablåer.



Men det traditionella tv-tittandet minskade inte.

En konkurrent till videotittandet kom från kabel-tv och satellittittandet i slutet av 1980-talet. Men kabelpubliken minskade inte sitt tv-tittande och inte sin videotid, men minskade tittandet på hyrvideo, som till stor del ersattes av inspelade satellitprogram (Filipson 1989).

Fortfarande gäller det som Yngve Lindung skrev 1980 att:

*Världsdramatiken idag är populärberättandet och dess medium är TV- Ingenting tyder på att situationen kommer att vara annorlunda i morgon.*

## 2.7 Förskolebarnens minskade läsning

Läsningen bland förskolebarnen ökade under början av 1980-talet. Andelen dagliga bokläsare var större än andelen tv-tittare. Under slutet av 1980-talet och början av 1990-talet förändrades tv-utbudet drastiskt för barn och ungdomar. Det tidigare begränsade utbudet av barnprogram expanderade till morgon, middag och kväll i flera kanaler. Utländska kanaler med musikvideos och amerikanska tv-serier blev tillgängliga för många. Allt fler familjer skaffade sig också videobandspelare. Resultatet blev ett ökat tv- och videotittande. Samtidigt gick bokläsandet ner (1984-1996). Bokläsning innefattar här både högläsning och barnens eget läsande/bläddrande. Serietidningsläsandet som tidigare upptog en stor del av barnens "läsande" minskade också kraftigt (Filipson 1998).

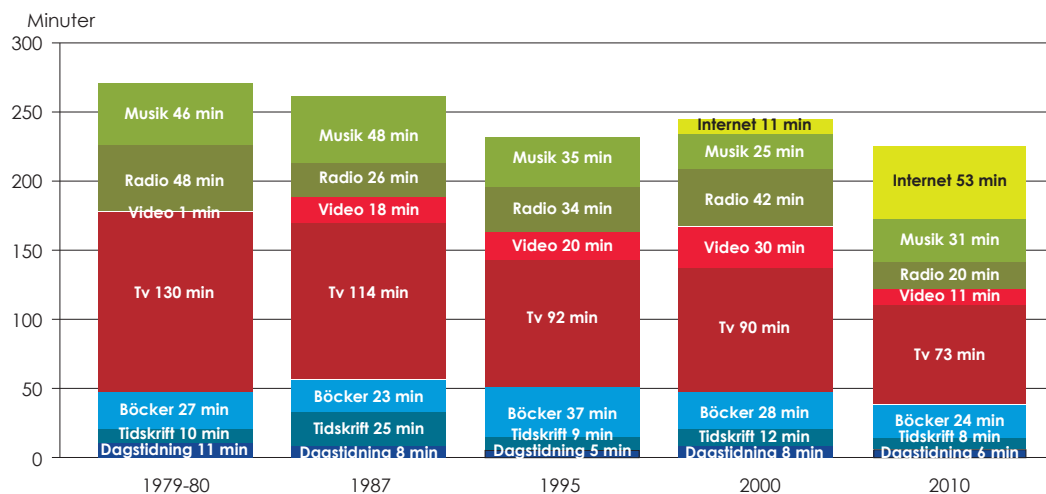
Däremot minskade inte lyssnandet. Andelen som lyssnade på radio ökade och CD-spelarna som ersatte kassetterna gav upphov till ökat musiklyssnande (Filipson 1998).

Ser vi bakom ytan av 60 år med stabilitet i bokläsningen kan vi hitta att förändringar ändå har skett. Bokläsandet hos de små barnen minskade som vi sett under perioden 1984-1996. Det var en period av ökat videotittande (tredubbling) och radiolyssnande (tvådubbling) hos barnen i åldrarna 3-8 år (Filipson 1998). Lästiden halverades. Fram till 1992 hade det varit en större andel som "läste" böcker en genomsnittlig dag än som såg på tv. Därefter kom televisionen att inta den dominerande platsen i barnens medievärld både när det gäller tittarandel och tittartid. Här, i början av 1990-talet, kan vi hitta en skärningspunkt när barnens bokläsande trängs tillbaka av ljudmediet radio och bildmedierna television och video. Fram till dess hade bokläsandet varit ganska konstant hos barnen trots det ökande tv-tittandet.

Minskningen av bokläsandet gällde i första hand förskolebarnen. Procent som läser: 98 procent (1984) vs. 73 procent (1995/96). Lästid min/dag: 34 minuter (1984) vs. 15 minuter (1995/96) (Filipson 1998). Ungdomar läser mindre idag (15min/dag) än för 25 år sedan.

## 2.8 Medieanvändning över tid bland de som är 9 till 14 år

*Hur använde de som var 9-14 år medierna under olika tidsperioder?*

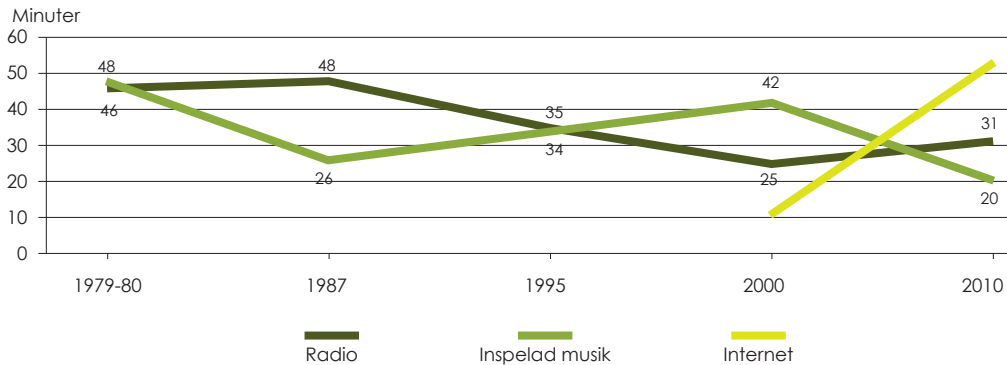


Figur 2.8 Medieanvändning under 30 år bland de som är 9-14 år (Mediebarometern 1979-2010)

Den stora förändringen bland skolbarnen är att de idag ser mycket mindre på tv än skolbarnen gjorde tidigare. De lyssnar också mindre på radio. Läsningen av böcker, dagstidningar och tidskrifter är ungefär som tidigare. Det nya är internet som de nästan ägnar lika mycket tid som televisionen. Videotittande ökade fram till år 2000. Sedan har det minskat offline men samtidigt ökat online, vilket inte framgår i ovanstående diagram. Jämfört med 30 år tillbaka lägger skolbarnen idag ner totalt mindre tid på medier (227 min/dag) än man gjorde 1980 (273 min/dag).

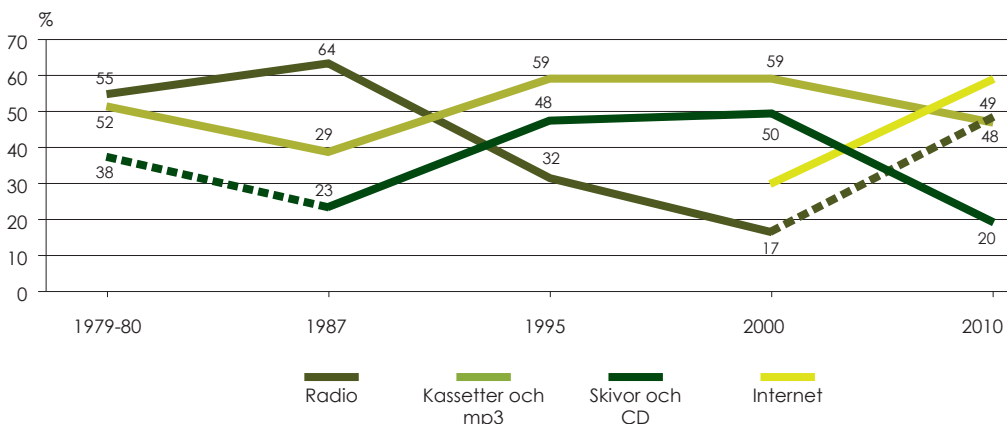
### 2.8.1 Lyssnande

Hur har lyssnartiden förändrats hos de som var 9-14 år under olika tidsperioder?



Figur 2.9 Lyssnande min/dag på radio och inspelad musik 9-14 år (Mediebarometern 1979-2010)

Hur många har lyssnat dagligen på musik och radio under olika tidsperioder?



Figur 2.10 Lyssnande på radio och musik andel av 9-14 år (Mediebarometern 1979-2010)

När kabel-tv och de utländska satellitprogrammen kom i slutet av 1980-talet visade det sig att de konkurrerade med lyssnandet på radio och kassetter. I tv spelades nu den senaste musiken och här visades musikvideor. En tredjedel av 15 till 18 åringarna såg/lyssnade dagligen till denna musik (Filipson 1989).

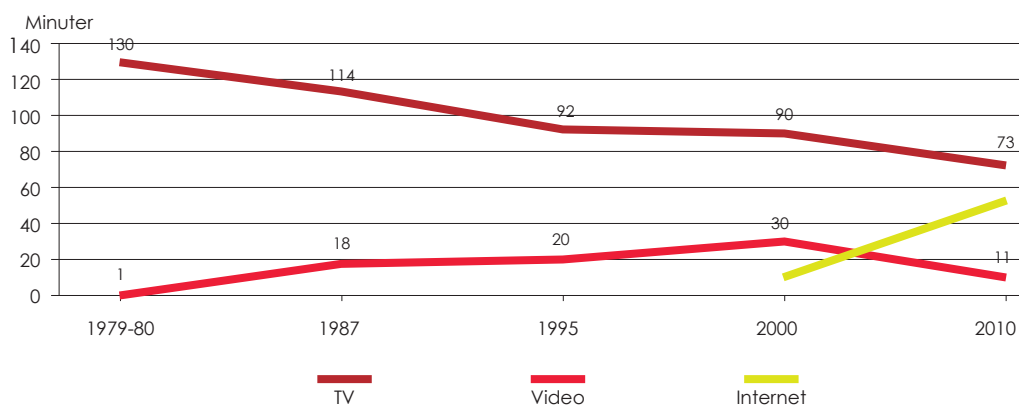
För de små barnen var radion med småbarnskvarten ett viktigt medium fram till slutet av 1960-talet. Det sändes i P1 medan den unga föräldragenerationen under 1970-talet vant sig vid att lyssna på melodiradion i P3. Därmed minskade också barnens lyssnande. Sedan kom också kassetterna.

Kassettskyssnandet var särskilt utbrett bland skolbarnen (9-14 år) och äldre ungdomar (15-24 år). Radion som under 1970-talet haft sin största publik bland ungdomarna förlorade lyssnare. 75 procent av skolbarnen och nästan 90 procent av ungdomarna spelade dagligen skivor eller kassetter i slutet av 1980-talet. Ungdomars musikintresse ökade under 1970 och 1980-talen och nästan alla gymnasieungdomar, 96 procent, kopplade av med musik när de kom hem från skolan. Hälften åt middag med musik och 60 procent läste läxor till musik.

Radiolyssnandet bland skolbarnen gick ner under 1980-talet, men sedan dess har ungefär hälften dagligen lyssnat på radio. En nedgång i andelar som lyssnar har synts de senaste åren och det har skett en kraftig minskning av den tid som skolbarnen dagligen ägnar åt radio. Samtidigt som CD-lyssnandet gått ner har mp3-lyssnandet gått upp, men det är långt ifrån den tid som ägnades åt inspelad musik under 1980-talet. Nedladdning och lyssnande till musik via internet är en vanlig aktivitet och under de senaste åren har många börjat lyssna på strömmande musik från bl.a. Spotify vilket konkurrerar med lyssnandet på inspelad musik.

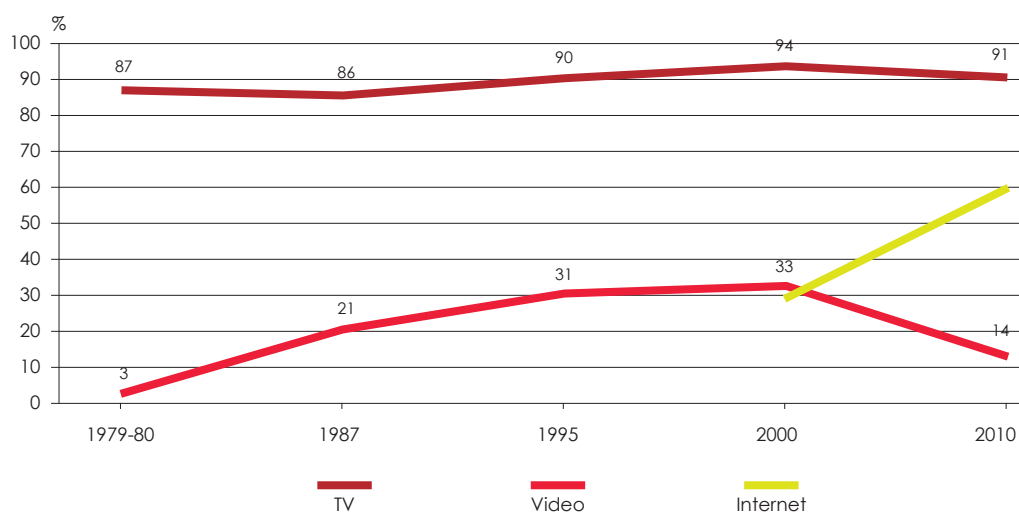
## 2.8.2 Tittande

*Hur har tittartiden förändrats hos de som var 9-14 år under olika tidsperioder?*



**Figur 2.11** Tittande min/dag på tv och video 9-14 år (Mediebarometern 1979-2010)

*Hur många har tittat dagligen på tv och video under olika tidsperioder?*



**Figur 2.12** Tittande på tv och video andel 9-14 år (Mediebarometern 1979-2010)

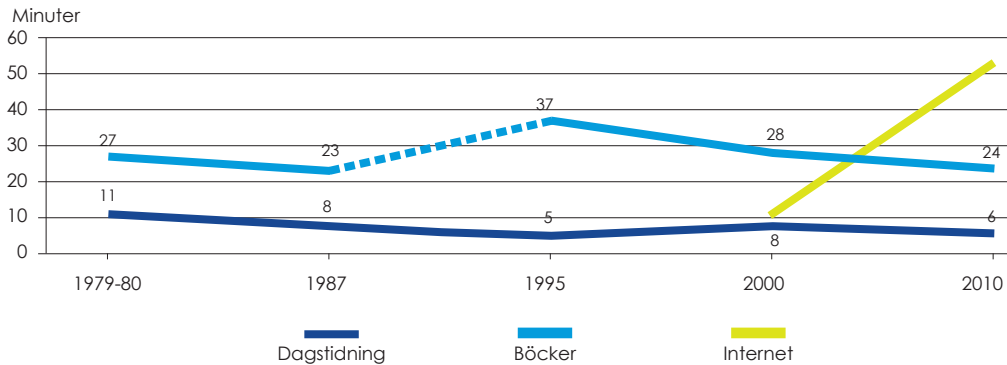
TV är fortfarande populärt bland skolbarnen, men man tittar mindre (2.11.). 90 till 95 procent tittar på tv en genomsnittlig dag, men under de senaste åren har tiden som ägnas tv minskat med 15 minuter, från 90 till 73 minuter/dag (Nordicoms Mediebarometer 2010, Svenskarna och Internet 2011). Går vi 30 år tillbaka i tiden såg skolbarnen två timmar (120 min) på tv.

När TV2 startade sina sändningar 1969 med bl.a. barnprogram, ökade de vuxna sin tittartid långsamt, medan både förskolebarn och skolbarn snabbt fördubblade sin. Sedan slutet på 1970-talet har det skett en successiv minskning av tittandet bland de yngre.

Video och dvd-tittande bland skolbarnen ökade under 1980- och 1990-talen, men har minskat de senaste åren. Det gäller både andel och tittartid. Denna minskning har sannolikt kompenseras av videotittandet på internet.

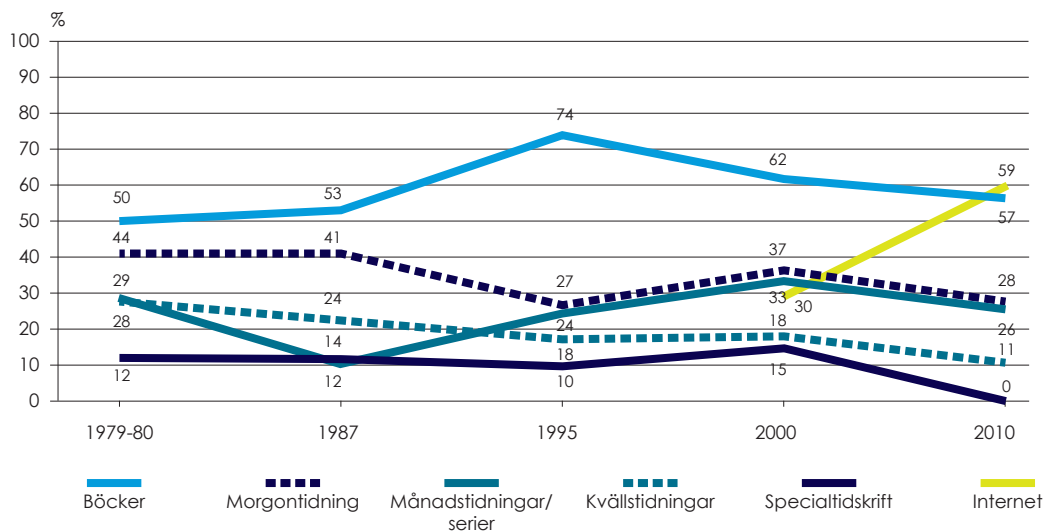
### 2.8.3 Läsande

*Hur har lästiden förändrats hos de som var 9-14 år under olika tidsperioder?*



**Figur 2.13** Läsande min/dag av böcker och tidningar 9-14 år (Mediebarometern 1979-2010). Fr.o.m 1995 ingår även fack- och skolböcker

*Hur många har läst böcker och tidningar dagligen under olika tidsperioder?*



**Figur 2.14** Läsande av böcker och tidningar andel av 9-14 år (Mediebarometern 1979-2010)

Bokläsandet bland skolbarnen har legat på samma nivå de senaste 30 åren, åtminstone när det gäller nöjesläsning. Läsning av fack-/skolböcker har dock minskat sedan de började mätas 1995 och denna nedåtgående trend har fortsatt fram till idag.

Dagstidningsläsandet är lågt bland skolbarnen och särskilt kvällstidningsläsandet har minskat de senaste åren. Detsamma har läsningen av specialtidsskrifter medan läsandet av månadstidningar har fortsatt ungefär som tidigare.

### 2.8.4 Summering av 9 till 14-åringars medieanvändning under 30 år

Skolbarnen (9-14 år) lägger idag ner mindre tid på medierna än vad skolbarnen gjorde för trettio år sedan, även när vi räknar in deras användning av internet. De ser mindre på tv, lyssnar lite mindre på radio och inspelad musik. Minst påverkad av förändringarna i tiden har läsandet varit.

Radiolyssnandet bland skolbarnen gick ner under 1980-talet, men sedan dess har ungefär hälften dagligen lyssnat på radio. En nedgång i andelar har synts de senaste åren och en kraftig nedgång i den tid som skolbarnen dagligen ägnar åt radio.

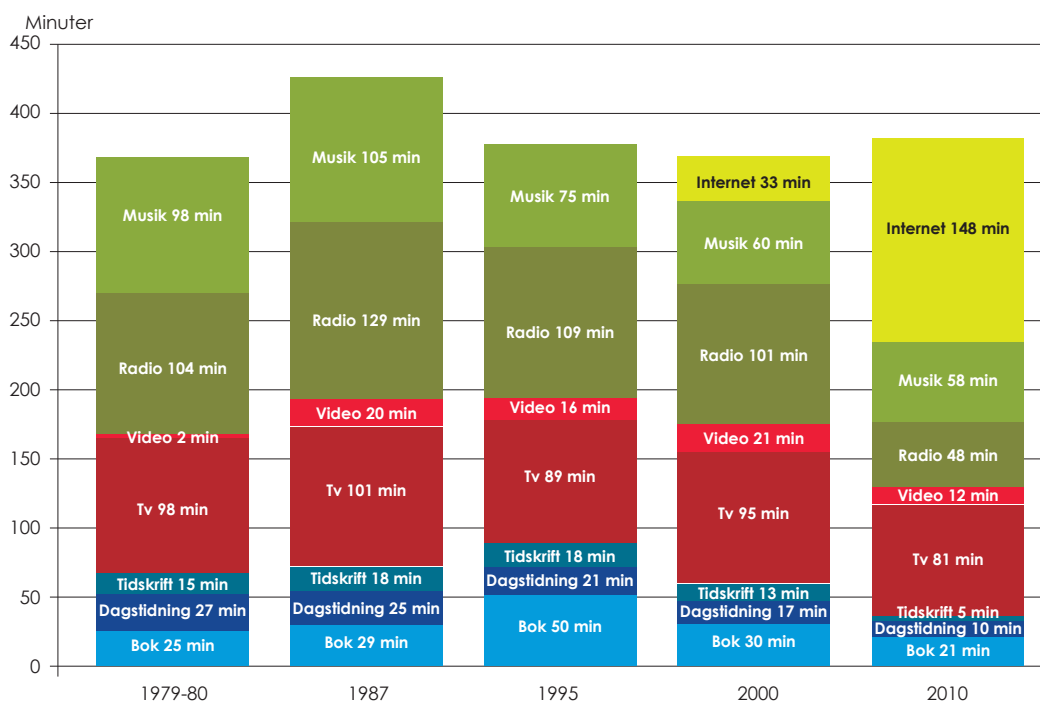
TV är fortfarande populärt bland skolbarnen, men man tittar mindre. 90 till 95 procent tittar på tv en genomsnittlig dag, men under de senaste åren har tiden som ägnas tv minskat med 15 minuter, från 90 till 73 minuter/dag (Nordicoms Mediebarometer 2010, Svenskarna och Internet 2011). Går vi 30 år tillbaka i tiden såg skolbarnen två timmar (120 min) på tv.

Video och dvd-tittande bland skolbarnen ökade under 1980- och 1990-talen, men har minskat de senaste åren. Det gäller både andel och tittartid. Denna minskning har sannolikt kompenseras av video-tittandet på internet.

Läsningen har legat på ungefär samma nivå sedan 1980-talet, men under de senaste åren finns en nedåtgående tendens.

Värt att notera är vad som hände i slutet på 1980-talet då musikvideos började sändas i televisionens nya musikkanaler. Skolbarnens radiolyssnande minskade. Något liknande har hänt under de senaste åren.

## 2.9 Medieanvändning över tid bland de som är 15 till 24 år

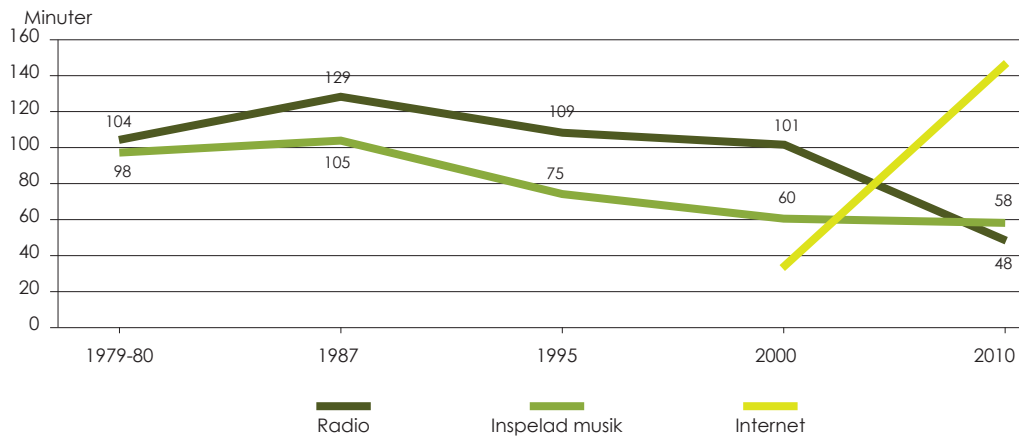


Figur 2.15 Medieanvändning under 30 år bland de som är 15-24 år (Mediebarometern 1979-2010)

Den totala medieanvändningen (minuter/dag) har under de trettio åren hållit sig kring 375 minuter eller drygt 6 timmar om dagen. Under tiden 1980 till 2000 skedde små förändringar, t.ex. har videotittandet kommit till. Från och med år 2000 har de i åldern 15 till 24 år ägnat allt mer tid åt internet. Med bibehållen tidsram för den totala medieanvändningen har detta pressat ihop och förtätat användningen av de traditionella medierna. De som är 15 till 24 år idag läser mindre än vad ungdomar i samma ålder gjorde för 15, 20 och 30 år sedan. Man ser mindre på tv. Man lyssnar mindre på radio. Samtidigt använder man internet som man inte gjorde tidigare och en del av läsandet, tittandet och lyssnandet gör man idag via internet.

### 2.9.1 Lyssnande

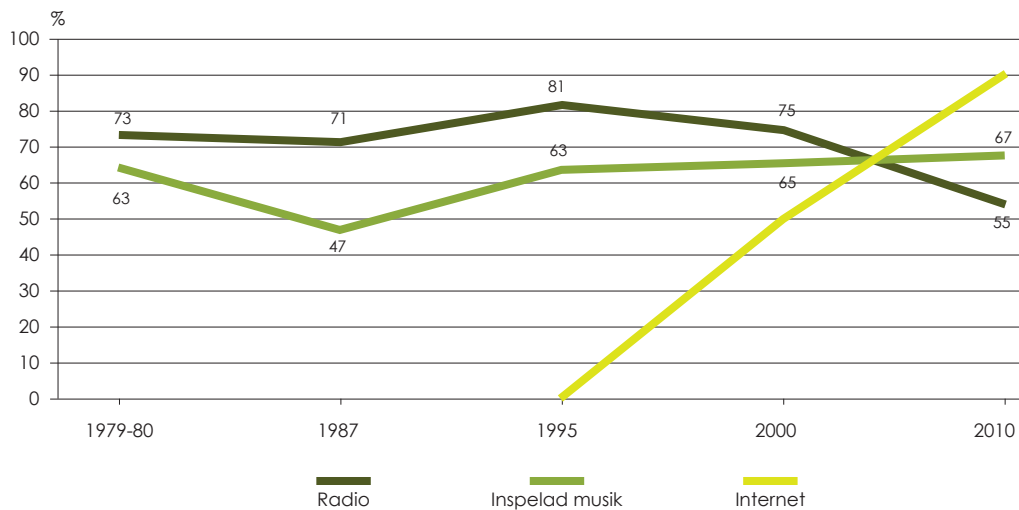
*Hur har lyssnartiden förändrats hos de som var 15 till 24 år under olika tidsperioder?*



**Figur 2.16** Lyssnade (min/dag) på radio och musik 15-24 år (Mediebarometern 1979-2010)

Radiolyssnandet bland äldre ungdomar (15-24 år) har varit omfattande fram till år 2000 men har minskat kraftigt under de senaste tio åren. Det gäller både andelen som lyssnar och hur länge de lyssnar. Andelen som lyssnar dagligen på inspelad musik har inte ändrat sig medan däremot tiden som ägnas åt att lyssna på inspelad musik har minskat. Lika många lyssnar på CD och mp3 men de lyssnar mindre. Färre lyssnar på radio. Detta kan tillskrivas internet där musik finns lätt tillgänglig i många olika former. I åldern 15-24 år lyssnar nästan 9 av 10 (86%) på Spotify och hälften (55%) lyssnar dagligen (Svenskarna och Internet 2011).

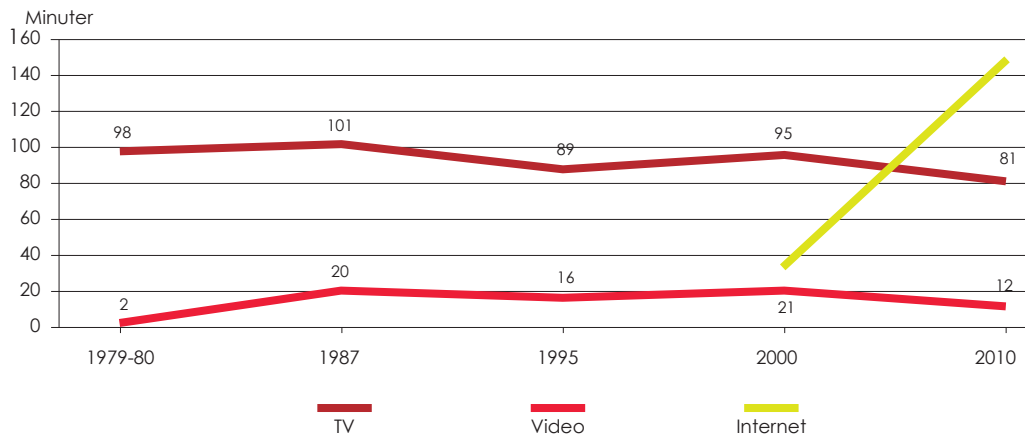
*Hur många har lyssnat dagligen på musik och radio under olika tidsperioder?*



**Figur 2.17** Andel lyssnande på radio och inspelad musik bland 15-24 år (Mediebarometern 1979-2010)

## 2.9.2 Tittande

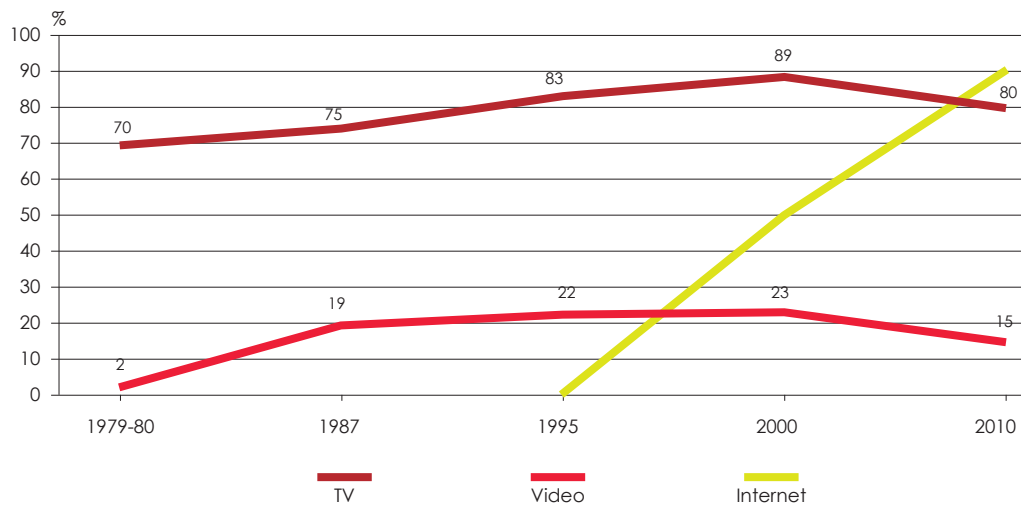
*Hur har tittartiden förändrats hos de som var 15 till 24 år under olika tidsperioder?*



**Figur 2.18** Tittande (min/dag) på tv och video 15-24 år (Mediebarometern 1979-2010)

TV blev allt populärare bland äldre ungdomar fram till år 2000. TV är populärt även idag, men den dagliga tittartiden har minskat något de senaste åren. En liknande minskande tendens utmärker tittandet på video.

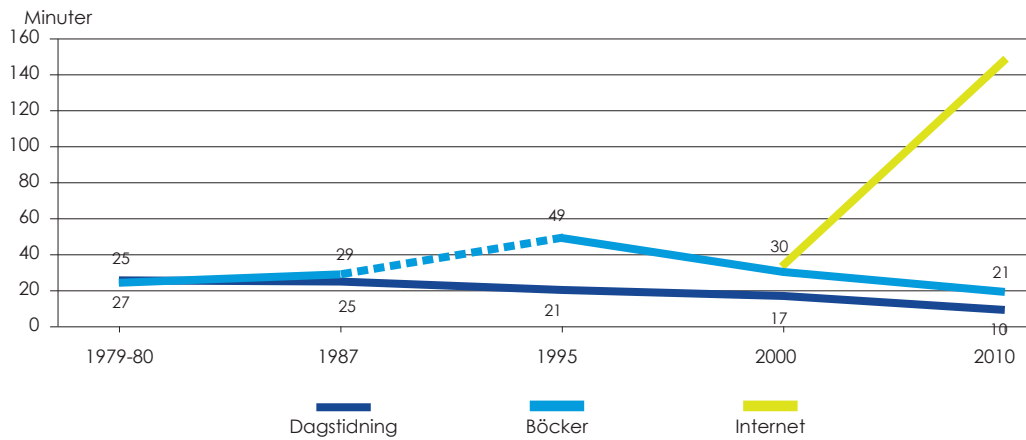
*Hur många har dagligen tittat på tv och video under olika tidsperioder?*



**Figur 2.19** Andel 15-24 år som tittar på tv och video en genomsnittlig dag (Mediebarometern 1979-2010)

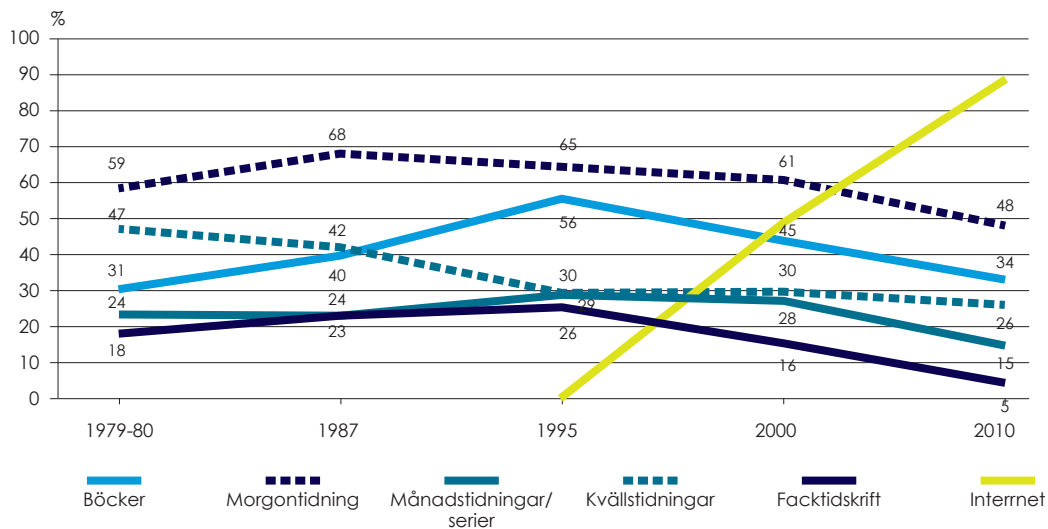
### 2.9.3 Läsande

*Hur har läsartiden förändrats hos de som var 15 till 24 år under olika tidsperioder?*



**Figur 2.20** Läsande (min/dag) av böcker och tidningar 15-24 år (Mediebarometern 1979-2010). Fr.o.m 1995 ingår även fack- och skolböcker

*Hur många har dagligen läst böcker och tidningar under olika tidsperioder?*



**Figur 2.21** Andel läsande bland 15-24-åringar en genomsnittlig dag (Mediebarometern 1979-2010)

Läsandet bland äldre ungdomar (15-24 år) har hållit sig ganska stabilt under tjugo år från 1980 till 2000. Under de sista åren har dock något hänt. Läsandet av morgon- och kvällstidningar har minskat, liksom läsande av facktidsskrifter och månadstidningar. Bokläsandet har också minskat, men en närmare granskning visar att det i första hand gäller fack- och läroböcker. Nöjesläsningen har visat sig mer stabil.

### 2.9.4 Summering av 15 till 24-åringars medieanvändning under 30 år

Fram till år 2000 har de äldre ungdomarnas (15-24 år) medievanor uppvisat ett stabilt mönster. Musiklyssnandet har visserligen minskat efter en topp på 1980-talet, men annars har medieanvändningen varit stabil. Efter år 2000 har internet fått en allt centralare roll i de äldre ungdomarnas liv. Varje dag är de nu online 2,5 timmar i genomsnitt. Samtidigt har alla andra medieaktiviteter påverkats. Det är färre som läser böcker, tidningar och tidskrifter. Det är färre som ser på tv och video. Det är färre som lyssnar på radio. Det är dock inte frågan om några drastiska minskningar, men ändå tydliga minskningar. Det



enda som är oförändrat bland de som är 15 till 24 år är lyssnandet på inspelad musik. Det befinner sig på samma nivå som tidigare.

En del av dessa förändringar som visar på en minskad användning är säkerligen skenbara. Det är frågan om medieaktiviteter som har bytt plattform. Det gäller musiklyssnande, tittande på video och tv och i viss mån tidningsläsning. I åldern 15 till 24 år lyssnar t.ex. nästan 9 av 10 (86%) på Spotify och hälften (55%) lyssnar dagligen (Svenskarna och Internet 2011).

## 2.10 Jämförelser över tid

Det finns tre sätt att studera förändringar över tid. Det enklaste, som framgår av de tidigare diagrammen, är att jämföra motsvarande åldersgrupper vid olika tidpunkter. Hur använde tonåringarna medierna 1980 jämfört med tonåringarna idag. Läste man böcker och hur mycket såg man på tv? En jämförelse av samma åldersintervall men vid olika tidpunkter. Hur mycket lyssnade tonåringarna på radio 1965 jämfört med tonåringarna 2005?

Ett annat sätt är att följa samma åldersgrupp över tid. Utgångspunkten är då t.ex. de som var födda på 1980-talet. Hur använde 80-talisterna medierna på 1990-talet, tio år senare och tjugo år senare? Hur förändrades deras medieanvändning? Det handlar om att följa medieanvändningens utveckling hos en generation. Vi gör ett stickprov bland 80-talisterna på 1990-talet, ytterligare ett stickprov när de är tio år äldre och sedan ytterligare ett stickprov.

Slutligen kan vi följa samma personer över tid för att se hur deras medieanvändning förändras. Förutsättningen är att dessa personer ingår i en panel i en longitudinell studie där de vid olika tidpunkter har fått svara på samma frågor. Det är då möjligt att se hur enskilda personer använder medierna vid olika skeenden i sina liv. Vi skall här använda oss av alla tre sätten att göra jämförelser över tid.

### 2.10.1 Att följa en generation

Samtidigt som det finns förhållanden som binder ihop alla generationer finns det också saker som skiljer dem åt. Alla genomgår samma livscykel från födelse till död: barndom, ungdom, skola, arbete, parrelationer, föräldraskap, pensionering etc. Men även om alla generationer har gått genom barn- och ungdomsåra så har de vuxit upp under olika sociala och kulturella förhållanden. De som växte upp under 1940-talet växte upp under andra förhållanden än de som växte upp på 1970-talet eller 1990-talet. Föräldragenerationen var annorlunda och mediasituationen var annorlunda. Framför allt är det viktigt att inte glömma bort föräldragenerationens roll. Även om det går att göra uppror mot sina föräldrar är det ändå de som sätter sin prägel på sina barn. 70-talisternas föräldrar var födda under eller strax efter andra världskriget och 40-talisternas föräldrar var födda före första världskriget.

I USA talar man om "the Baby Boomers", de som var födda omkring 1943 till 1960. Det var en tid efter det andra världskriget då det föddes ovanligt många barn. Hit hör 1968-generationen som gjorde uppror mot samhället och sina föräldrar.

Efter dem, när födelsetalen gick ner, kom "Generation X", födda tidigt 1960-tal till tidigt 1980-tal. De beskrevs först som en generation utan identitet och utan framtidsmål som var på väg in i en osäker framtid. Men det visade sig att när de blev äldre, skaffade familj och arbete, var de aktiva, lyckliga, mer välutbildade än andra generationer med en stark familjekänsla. (Longitudinal Study of American Youth)

Generation Y, eller millennium-generationen, är födda 1982 eller senare. Åldersindelningarna varierar men de som utgör millennium-generationen var 18 år eller yngre vid millenniumskiftet. (Howe & Struass 2000). Det intressanta med dem är att de i många avseenden när det gäller värderingar mer liknar sina far- och morföräldrars generation, G.I. generationen, än sina föräldrar (Winograd & Hais 2009).

Begreppet generation täcker i detta sammanhang en period på omkring tjugo år, från födelse till att man blir vuxen. Utmärkande för de som ingår är att de delar en upplevd tillhörighet till samma generation, de delar gemensamma värderingar och beteenden och de har en gemensam plats i historien (Howe & Strauss 2000).

Födelseår	Generation
1883-1900	<i>Lost generation</i>
1901-1924	<i>G.I. generation</i>
1925-1942	<i>Silent generation</i>
1943-1960	<i>Boom generation</i>
1961-1981	<i>X generation</i>
1982-2002	<i>Millennial generation</i>

I den fortsatta analysen kommer vi att för enkelhetens skull att tala om 70-talister, 80-talister och 90-talister. 70-talisterna hör otvivelaktigt till X-generationen, och 80-talister och 90-talister ingår i millennium-generationen. Men de är för unga för att kunna studeras i det långa perspektivet. Därför måste vi börja med de äldre som nu har pensionerat sig eller står i stånd att göra det: 20-talister, 30-talister och 40-talister. I nästa avsnitt, där vi tar upp det korta perspektivet, skall också 70-talisternas medieanvändning granskas.

### 2.10.2 De äldre

De flesta människor som nått pensionsåldern har hittat den medieanvändning som de tycker passar för information, kunskap och underhållning. De har utvecklat fast rotade medievanor med telefon, radio, tv och morgontidning. Det krävs därför ganska mycket för att de skall frångå sina vanor och byta ut något välkänt och uppskattat mot något obekant.

Dessa fasta medievanor återspeglas också i de äldres tillgång till olika apparater och medier. Det är t.ex. betydligt fler av de äldre, jämfört med andra, som prenumererar på en dagstidning. Pensionärerna tillhör de som tillbringar mest tid med olika medier. Sex timmar och 30 minuter om dagen tillbringas de med att läsa tidningen, lyssna på radio och se på tv (Nordicoms Mediebarometer 2010). Även i andra åldersgrupper tillbringas man över sex timmar om dagen med medier. Men det som främst skiljer pensionärerna från andra är att de ägnar så mycket tid med de traditionella medierna. De läser mest tidningar av alla (47 min/dag), lyssnar mest på radio (2 tim/dag) och ser mest på tv (2 tim/dag). Däremot, om vi ser till alla pensionärer som en helhet, ägnar de ganska lite tid åt internet (27 min/dag).

Det är de traditionella medierna som spelar den viktiga rollen i de äldres liv (Östlund 2010). Användningen – från dagstidningen på morgonen, radion under dagen och tv:n på kvällen – hjälper till att strukturera deras vardag. Och så har det varit under många år. De medievanor man växer upp med och lever med under sitt vuxna liv tenderar att bestå.

När internet kom i mitten på 1990-talet var det få av de äldre som intresserade sig för detta fenomen. Tjänstemännen och de välutbildade 40- och 50-talisterna var snabba att ta till sig den nya tekniken, medan det gick långsammare för 30-talisterna. Efter de första sju-åtta åren började spridningstakten att mattas av.

### 2.10.3 Användarna

Utmärkande för de äldre internetanvändarna är den stora spridningen mellan mycket erfarna pionjärer som var med att bygga upp internet och helt oerfarna nybörjare som aldrig tidigare använt en dator. Både innovatörer å ena sidan och personer som tillhör den sena minoriteten å andra sidan är överrepresenterade bland de äldre. Här återfinns annars, precis som i övriga befolkningen, alla användningsmönster från de avancerade entusiasterna till traditionalister och försiktiga användare, med ett undantag som gäller modernisterna främst inriktade på bloggar och sociala nätverk. Det användarmönstret återfinns endast hos de som är yngre.

### 3 Det korta perspektivet. Från år 2000 och framåt

Den stora förändringen i medievärlden har kommit under de sista fem åren. Visserligen började internet bli tillgängligt 1995 men det dröjde 10 år innan internet blev en del i vardagslivet. Det var först 2005 som allt fler fick tillgång till bredband. Under några år fördubblades och tredubblades tiden som användarna tillbringade online. Vi skall här se närmare på vad som hände med ungdomarnas medieanvändning under dessa år. Vad hände med bok- och tidningsläsningen, med lyssnandet på radio och musik? Vad hände med tittandet på tv och video?

När det gäller förskolebarnen vet vi en hel del om deras användning av internet. Det handlar om spel och video (Findahl 2011). Men även om hälften av treåringarna har använt sig av internet är det dagliga användandet fortfarande begränsat. Hur det har påverkat lyssnandet och läsandet finns det få uppgifter om.

En majoritet av skolbarnen och de äldre ungdomarna har däremot blivit dagliga användare: 52 procent (9-11 år); 89 procent (12-15 år); 94 procent (16-24 år); 91 procent (25-36 år). 23 procent av skolbarnens totala medietid upptas av internet medan internets andel har ökat till 38 procent av den totala medietiden hos de äldre ungdomarna.

#### 3.1 Vad skiljer dagens skolbarn från gårdagens?

I nedanstående tabeller är det möjligt att jämföra den använda medietiden tio år tillbaka. För skolungdomarna (9-14 år) har det inte skett några stora förändringar. Radiolyssnandet och videotittandet var större för tio år sedan. Bokläsningen har minskat något liksom annan läsning. Andelen som tittar på tv är oförändrad men tittartiden har minskat.

*Vad skiljer de som var 9-14 år år 2000 från de som var 9-14 år 2010?*

	2000 9-14 år			2010 9-14 år	
	%	Min/dag		%	Min/dag
Bokläsning	66	28	Viss minskning	57	24
Kvällstidning	18	3	Viss minskning	11	2
Morgontidning	37	5	Viss minskning	28	5
Specialtidskrift	15	3	Minskning	4	2
Vecko-/månadstidn	33	9	Viss minskning	25	7
Radio	60	42	Minskning	48	20
Inspelad musik	59	25	Oförändrat	60	32
TV	94	90	Oförändrat	91	73
Video	37	30	Minskat	14	11
Internet	26	11	Ökat	59	53
Totalt min/dag		246 min			229 min

**Tabell 3.1** Medieanvändning (min/dag) bland 9-14 år (Nordicoms Mediebarometer 2000-2010)

### 3.2 Vad skiljer de äldre ungdomarna av idag från gårdagens?

*Vad skiljer de som var 15-24 år 2000 från de som var 15-24 år 2010?*

	2000 15-24 år			2010 15-24 år	
	%	Min/dag		%	Min/dag
Bokläsning	44	30	Minskning	34	21
Kvällstidning	27	5	Oförändrat	26	2
Morgontidning	61	12	Minskning	48	8
Specialtidskrift	22	5	Minskning	4	1
Vecko-/månstidn	28	8	Minskning	15	4
Radio	76	101	Minskning	55	48
Inspelad musik	75	60	Oförändrat	67	58
TV	87	95	Viss minskning	80	81
Video	26	21	Minskning	15	12
Internet	48	33	Ökning	89	148
<b>Totalt min/dag</b>	<b>370 min</b>			<b>383 min</b>	

**Tabell 3.2** Medieanvändning (min/dag) bland 15-24 år (Nordicoms Mediebarometer 2000-2010)

Läsandet är mindre idag bland de äldre ungdomarna, utom vad gäller kvällstidningar när läsning på webben är inkluderad. Denna minskning är större än för de yngre skolorngdomarna. Traditionellt lyssnande på radio är också mindre. Däremot är TV-tittandet och lyssnandet på musik i stort oförändrat trots en mycket kraftig ökning av användningen av internet.

### 3.3 Vad blev det av 70-, 80- och 90-talisterna

Övergången mellan ungdom och vuxenhet har i dagens samhälle blivit allt svårare att fastställa. Det är inte längre så att man är vuxen när man lämnar tonåren. Ungdomstiden har sträckts ut och omfattar 20- och 30-åringar. Vuxenblivandet tar tid och handlar i hög grad om en strävan efter identitet, självständighet och en plats i samhället (Kåks 2007).

Successivt dyker vuxenheten upp med arbete, barn, familj och ett stadgat inrutat liv (Arnett 2000). I Sverige är idag giftasåldern för kvinnor 32 år och för män 35. Hur påverkar denna gradvisa utsträckta övergång medieanvändningen?

90-talisterna befinner sig fortfarande i tonåren och under de senaste fyra åren har få förändringar skett. Det gäller lyssnandet och tittandet och bokläsandet. Däremot läser färre traditionella morgon- och kvällstidningar. Nivån på läsningen var dock redan tidigare låg.

80-talisterna var år 2000 mellan 10 och 20 år. Idag har de lämnat tonåren och de är mellan 20 och 30 år. Även här har läsandet minskat något, vilket i första hand får tillskrivas den minskade läsningen av fack-/kursböcker. Morgontidningsläsandet och tidskriftläsandet håller samma nivå som tidigare.

Lyssnandet på radio och inspelad musik har sjunkit. För radio rör det sig om en halvtimme från 96 min/dag till 60 min och för inspelad musik lika mycket. Intresset för musik har knappast minskat utan det har skett ett byte av plattform till internet. Idag sker mycket av musiklyssnandet där. TV-tittandet håller sig på samma nivå som för tio år sedan.

### 3.3.1 80-talister

#### *Hur förändrades 80-talisternas medietid under tio år?*

Ålder 2000	2000	2003	Ålder 2010	2010	2011
11-20 år			21-30 år		
Dagstidning	15	16	Oförändrat	14	12
Kvällstidning	11	7	Minskning	4	3
Bok	54	37	Viss minskning	33	29
Tidskrift	16	9	Minskning	4	9
Radio	135	86	Minskning	60	61
Inspelad musik	143	87	Minskning	78	65
TV	105	105	Oförändrat	111	89

**Tabell 3.3** Användningstid (min/dag) för olika medier bland 80-talister (Svenskarna och Internet 2000-2010)

### 3.3.2 70-talisterna

70-talisterna växte upp som den första tv-generationen. År 2000 befann de sig i åldersspannet 20 till 30 år. Idag är de tio år äldre och mellan 30 och 40 år. Många har bildat familj, fått barn och de flesta yrkesarbetar, både män och kvinnor. Hur har deras medieanvändning förändrats under de senaste tio åren?

Det är ungefär lika många som läser morgontidningar, något fler läser kvällstidningar om även webbtidningsläsandet räknas in. Tiden som ägnas dagstidningsläsande är dock kortare idag än för tio år sedan. Andelen som prenumererar har också sjunkit något. Detsamma gäller tiden som ägnas åt bokläsning. Det är främst läsningen av fack- och speciallitteratur som minskat medan skönlitteraturen håller ställningarna. Däremot läser man lika mycket tidskrifter som tidigare.

Lyssnandet har också minskat. 70-talisterna var år 2000 mycket aktiva lyssnare på inspelad musik men de lyssnar idag mindre på inspelad musik och radio än de gjorde för tio år sedan. TV-tittandet är lika omfattande som tidigare. Den stora ökningen tillfaller internet där det inryms både musiklyssnande och videotittande.

#### *70-talisternas medieanvändning under 10 år*

Ålder 2000	2003	Ålder 2010	2010	2011
21-30 år		31-40 år		
Dagstidning	21	Oförändrat	16	18
Kvällstidning	7	Oförändrat	5	4
Bok	38	Minskning	24	21
Tidskrift	9	Oförändrat	9	11
Radio	97	Minskning	76	73
Inspelad musik	87	Minskning	78	65
TV	99	Oförändrat	106	92

**Tabell 3.4** 70-talisternas medieanvändning (min/dag) 2000/2003 och 2010/2011 (Svenskarna och Internet 2000-2011)

### 3.4 Panelstudie

Förutom att jämföra samma åldersgrupp vid olika tidpunkter och att följa stickprov av samma åldersgrupp över tiden är det också möjligt att följa samma individer över tiden. En sådan möjlighet erbjuder den databas som World Internet Institute etablerade år 2000. Vi skall här följa en grupp 70-talister under 11 år. De är grupperade efter hur de använder internet. De intressantaste grupperna är de avancerade entusiasterna som använder internet mer än alla andra och modernisterna som utgör den största gruppen av de yngsta och som främst är intresserade av internets kommunikativa, sociala och underhållande möjligheter.

#### 3.4.1 11 år med 70-talister: 2000 till 2011

##### *Avancerad entusiast (A)*

Han som nu 2011 är 32 år, arbetar med datasupport i en helpdesk och använder internet på arbetet 40 timmar i veckan och 10 timmar hemma. Dagligen lyssnar han på Spotify och besöker Facebook. Han har en egen blogg och kommenterar vad andra skriver. För e-post, Facebook, nyheter, tv och Spotify använder han delvis sin mobil, som han använder dagligen. På internet lyssnar han dagligen på musik, fildelar, spelar, ser på video och lyssnar på radio. Läser en webbtidning ibland. Han är gift och har två barn. Började som tjuugoåring använda internet hemma 1999 för musik, skolarbete och tidningsläsning och var en tid arbetslös 2007. Intresserad av spel och rollspel.

Läste inte som 20-åring någon dagstidning 2000, men 2007 och 2011 prenumererar han och läser 2 tim/vecka. Läste tidskrifter 2000 och 2007 men inte 2011. Läste inte böcker 2000 men 2007 (3,5 tim/v) och 2011 (4 tim/v). Lyssnade inte på radio 2000, men 2007 och 2011 (7 tim/v). Lyssnade inte på fonogram 2000 men väl 2007 (40 tim/v) men inte 2011. Såg på tv 2000, 2007 och 2011 (14 tim/v).

*Vad har hänt under de elva åren?* Han läser mindre tidskrifter, lyssnar inte på fonogram, men läser mer dagstidning och böcker och lyssnar fortfarande på radio och ser på tv. Lyssnandet på CD har ersatts av musik på internet med Spotify och digital musik, och tidskriftsläsningen, som var begränsad, har kanske ersatts med nyheter, fakta och information om rollspel, tillgängligt via internet?

##### *Avancerad entusiast (B)*

38-årig försäljningschef, gift och har två barn. Han använder internet flera gånger dagligen både hemma (30 tim/v), på arbetet (20 tim/v) och via mobilen (25 tim/v). Dagligen söker han nyheter, fakta, kartor, läser tidning och e-postar, statusuppdaterar och besöker Facebook. Dagligen använder han också internet för spel, video, tv, musik, radio och dagligen besöker han YouTube och lyssnar på Spotify. Det händer att han använder Twitter och fildelar.

1999 hade han börjat använda internet hemma och år 2000 när han var 27 år med ett barn, använde han internet 3 tim/v i huvudsak för nyheter, hobby, kultur, politik, nöje och e-post. 2007 hade användandet av internet ökat till 7 tim/v hemma och 10 tim/v på arbetet. I det dagliga användandet ingick nyheter, tidningar, fakta, tidtabeller, hälsa, hobby, men även radio, musik och spel. Han var med i en hobbyinriktad community.

2000 läste han dagstidningar 1 tim/v för att 2007 prenumerera och läsa 2 tim/v. Han prenumererar fortfarande år 2011 men läser mindre, 20 min/v. Kvällstidningar läste han ibland 2000 men inte senare. Tidskrifter har han läst hela tiden varierande mellan 0,5 till 1 tim/v. Böcker läste han inte 2000, men 2007 (3 tim/v) och idag (2 tim/v). Radio lyssnar han fortfarande på men betydligt mindre (2000: 40 tim/v; 2007 och 2011: 5 tim/v.). Inspelad musik från CD, kassett eller mp3 lyssnade han på 2000 och 2007 (2 tim/v.) men inte längre. TV-tittandet har ökat till 25 tim/v från 8 tim/v (2007) resp. 12 tim/v (2000).

*Vad har hänt under de elva åren* under vilka han mångdubblat sin internetanvändning från några timmar i veckan till att internet upptar en stor del av hans vakna tid? Han prenumererar och läser fortfarande en dagstidning, men ägnar den mindre tid än förut. Ingen kvällstidning men fortfarande tidskrifter och läser böcker mer än för elva år sedan. Lyssnandet till traditionell radio har minskat liksom lyssnandet på inspelad musik. Istället använder han internet för radio och musiklyssnande främst via Spotify, även via mobilen. TV-tittandet har ökat.

### *Försiktig (C)*

Hon är 36 år och arbetar som tjänsteman med begränsad användning av internet, 3 tim/v på arbetet och 2 tim/v hemma, med e-post, tidningsläsning, slå upp ord o.dyl. och ibland musik. Hon är sambo och har två barn vilket hon hade redan år 2000. År 2000 när hon var 25 år använde hon inte internet, men började 2003. 2007 hade hon bredband och använde internet främst för information och fakta 7 tim/v hemma och 4 tim/v på arbetet. Idag är hennes användning av internet mer begränsad till 2 tim/v i hemmet.

År 2000 läste hon ingen dagstidning men började prenumerera 2007 och gör så än idag. Som tidningsläsare har hon blivit mer aktiv och läser idag 15 tim/v mot 4 tim/v 2007. Kvällstidningar läste hon sporadiskt 2000 men gör inte det längre. Tidskrifter ägnar hon mer tid än tidigare liksom böcker: 15 tim/v åt böcker och 10 tim/v åt tidskrifter. Radiolyssnandet har också ökat efter en nedgång 2007. 60 tim/v lyssnar hon idag på radio. Musik via CD och mp3 lyssnar hon också mer än tidigare 10 tim/v. och tv-tittandet har också ökat till 12 tim/v.

*Vad har hänt under de elva åren?* Tiden hon ägnar de traditionella medierna har överlag ökat. Det gäller all läsning utom kvällstidningar, som hon aldrig läst särskilt ofta. Det gäller tittande på tv och lyssnande på radio och musik.

### *Aktiv traditionalist (D)*

Hon är 40 år, gift och har tre barn och arbetar som sjuksköterska. 17 tim/v använder hon internet hemma och 6 tim/v på arbetet. Internetanvändningen är i först hand riktad mot internets informativa möjligheter. Hon läser tidningar, söker nyheter, kartor, fakta, om hälsa och resor och använder internet för skolarbete och distansutbildning. Men hon är också med på Facebook som hon besöker dagligen. För elva år sedan hade hon två barn och använde internet mycket begränsat (30 min/v), framförallt för e-post, söka jobb och läsa tidning. 2007 var hon hemma med barn och internetanvändningen hade ökat till 8 tim/v fortfarande inriktat mot det informativa innehållet men också e-post, instant messaging, IP-telefoni och fildelning.

År 2000 läste hon dagstidningar 6 tim/v och har gjort så sedan dess. 2007 prenumererade hon liksom idag. Kvällstidningar har hon aldrig läst. Några tidskrifter läste hon inte 2000 men gjorde så 2007 och 2011 (2 tim/v). Läsa böcker har hon alltid gjort (7 tim/v), liksom lyssnat på radio. Periodvis har hon lyssnat mer, 2007 20 tim/v, nu något mindre (10 tim/v). Musik lyssnar hon via CD (5 tim/v), internet har inte varit något alternativ. TV-tittandet har ökat sedan 2000 men legat på samma nivå sedan 2007 (20 tim/v).

*Vad har hänt under de elva senaste åren?* Hon läser minst lika mycket som för elva år sedan. Lyssnar lika mycket på radio och musik och ser mer på tv. Samtidigt har hennes användning av internet ökat från 30 minuter till 17 timmar i veckan.

### *Modernist (E)*

Hon är 40 år, gift och har tre barn och arbetar som socionom. 17,5 tim/v använder hon internet hemma och dagligen också på arbetet. Internetanvändningen utgörs i första hand av statusuppdateringar och besök på Facebook. Hon kommenterar vad andra skriver, söker också jobb, läser tidningar, kollar ord och söker information om sin hobby.

För elva år sedan använde hon internet mycket sparsamt. Det var främst barnen som satt framför datorn. 2007 använde hon internet mer (5 tim/v hemma och 1,5 tim/v på arbetet) framförallt för fakta och information, resor, räkningar, hobby och jobbsökningar. Idag har hon tredubblat sin användning av internet och besöker Facebook flera gånger om dagen.

År 2000 läste hon dagstidningar 7 tim/v för att 2007 prenumerera. Idag varken prenumererar hon eller läser traditionella dagstidningar, men läser på nätet några gånger i veckan. Kvällstidningar läser hon mycket sällan. Däremot läser hon mycket böcker 25 timmar i veckan (21 tim/v 2007). Hon lyssnar inte på inspelad musik, men har börjat lyssna på radio (3 tim/v). TV-tittandet har ökat från 0,5 tim/v år 2000 till 25 tim/v 2007 och 30 tim/v 2011.

*Vad har hänt under de elva senaste åren?* Hon läser minst lika mycket böcker som för elva år sedan, men mindre av papperstidningar. Hon lyssnade inte på musik eller radio men lyssnar nu ibland på radio. Hon tittar mer på tv. Samtidigt har hennes användning av internet ökat från 0,2 minuter till 17,5 timmar i veckan.

### *Försiktig modernist (F)*

Hon är 45 år, sjuksköterska, gift och har ett barn. Internet använder hon 7 timmar i veckan för e-post och musik. Hon ser på tv (SVT Play), video (YouTube), lyssnar på radio och musik. Hon besöker dagligen Facebook och lyssnar dagligen på Spotify. För 11 år sedan använde hon inte internet. 2007 var användningen fortfarande begränsad. Nu använder hon internet för musik och rörliga bilder, men användartiden är fortfarande försiktigt begränsad. Hon använder också sin mobil för e-post, sociala nätverk och tv.

År 2000 läste hon dagstidningar 7 tim/veckan. Det gör hon fortfarande och har prenumererat sedan 2007. Kvällstidningar läste hon 2007 men varken förr eller senare. Tidskrifter läste hon inte 2000, men väl 2007 och 2011 (2 tim/v). Böcker har hon alltid läst 10 (2000), 8 (2007) och 12 tim/v (2011). Idag lyssnar hon mer på radio än tidigare (25 tim/v). Lyssnar som tidigare, 2 tim/v, på inspelad musik. Däremot ser hon inte längre på traditionell tv vilket hon gjorde både år 2000 (12 tim/v) och 2007 (8 tim/v).

*Vad har hänt under de elva senaste åren?* Hon har upptäckt internets möjligheter att erbjuda kontakter via sociala nätverk, se på tv och video och lyssna till musik. Det har dock inte påverkat hennes läsning av böcker och dagstidningar. Inte hennes radiolyssning och lyssnande på inspelad musik. Däremot ser hon inte längre på traditionell tv utan väljer sina tv-program från SVT Play.

### 3.4.2 Stabilitet och förändring

70-talisternas 11-åriga mediehistoria, som vi här har följt spåren av, kan inplaceras i två skeenden. Det ena har att göra med den personliga utvecklingsprocessen som det innebär att bli äldre och lämna ungdomen och bli vuxen, med familj, arbetsliv och en mer inrutad tillvaro. Med det kommer också fastare medievänor, som av tradition hittills inneburit ökat tv-tittande och radiolyssnande, prenumeration och läsning av en morgontidning. 70-talisterna skiljer sig från tidigare generationer på det sättet att övergången från ungdom till vuxen blivit en mer långdragen historia.

Det andra skeendet är avhängigt internets spridning. De flesta 70-talister var år 2000 ganska oerfarna internetanvändare. Några var ännu nybörjare. Nu 11 år senare har de alla lärt känna en del av internets möjligheter och passat in internet i sina dagliga liv. Några som de avancerade entusiasterna använder internet 7 till 8 timmar om dagen, medan andra föredrar en mer begränsad användning på någon timme om dagen, eller mindre, anpassad efter egna intressen och behov.

Vad vi kan se är att det inte inträffat några drastiska förändringar i 70-talisternas användning av traditionella medier under de elva åren. Det blir ibland konkurrens om tiden. De flesta ser lika mycket på tv men lyssnar lite mindre på radio när de har blivit lite äldre. Det är inte alltid de får lika mycket tid som förr till bokläsning. Samtidigt ägnar de flera timmar om dagen till internet. Det är timmar som de inte har tagit från den traditionella medieanvändningen. Det är timmar som de för elva år sedan ägnade åt något helt annat. Här tycks inte finnas något konkurrensförhållande.

Detta är bara delvis sant. I ett fall med en avancerad entusiast förelåg det tidskonkurrens. Han lyssnade fortfarande på radio, men inte lika mycket som förr. Han prenumererade på en morgontidning men läste mindre än vad han gjorde tidigare. I ett fall med en försiktig modernist skedde en övergång från traditionell tv till tv via internet. Hon brukade varken använda internet särskilt mycket eller se mycket på tv, men för de få program hon ville se passade det bättre med SVT Play. Här skedde ett plattformbyte. Samma innehåll men från en annan lämpligare plattform.

Det vanligaste plattformbytet gäller annars musiken. Här erbjuder nu Spotify och andra musiktjänster ett lättillgängligt och för många attraktivt alternativ till traditionellt lyssnande till inspelad musik. Båda de avancerade entusiasterna som tillbringade många timmar på internet hade övergått till internet och Spotify för sin musiklyssning.

Mer komplicerat är förhållandet mellan den tryckta prenumererade papperstidningen och webbtidningen på nätet. De flesta 70-talister i panelen prenumererade eller började prenumerera på en morgontidning i takt med att de blev äldre. Så gott som alla läste också, åtminstone ibland, dagstidningar på nätet. Och de läste också den tryckta morgontidningen. I ett fall med den avancerade entusiasten var lästiden mycket kortare än tidigare och i ett annat fall med en modernist som tillbringade mycket tid på Facebook var det frågan om ett plattformbyte. Hon hade hon sagt upp sin prenumeration och läser istället dagstidningen på nätet några gånger i veckan.



### 3.5 Läsandet

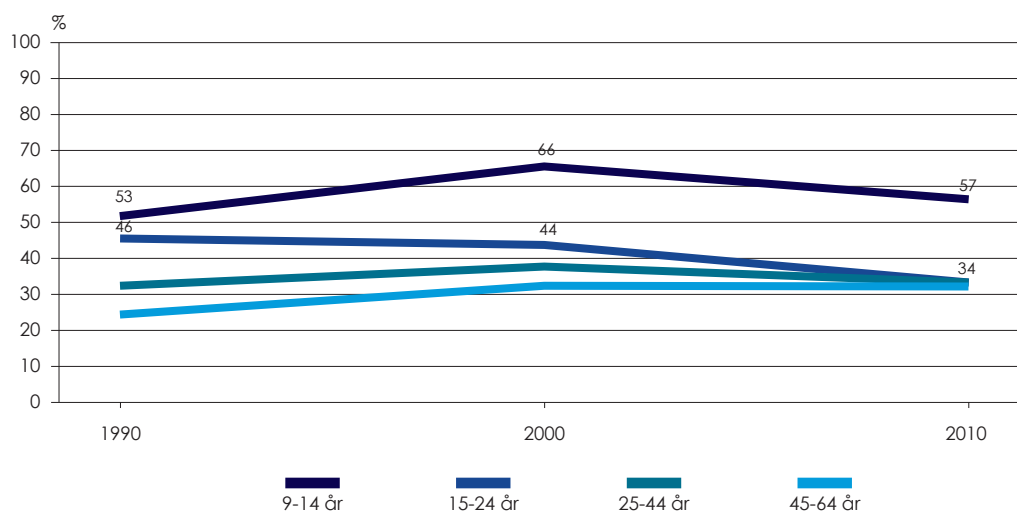
Statistiken över läsandets förändringar i takt med en ökad användning av internet är inte entydig. I en del undersökningar visar statistiken att läsandet är oförändrat (SOM 2010) i andra att den minskar bland ungdomen och ökar bland de äldre (SCB). Måtten varierar vilket gör jämförelser svåra. Uppskattningarna är också osäkra eftersom läsandet för många inte är någon daglig aktivitet. Här nedan görs ett försök att studera denna fråga mer i detalj.

Alla läsundersökningar visar att 80-90 procent läser en bok åtminstone under ett år. Det är mer än hur situationen var för femtio år sedan. I åldern 16-24 år har år 2009, 87 procent läst en bok under senaste 12 månaderna, jämfört med 88 procent år 1990 (Kulturrådet 2010). 33 procent har läst en bok minst varje vecka under de senaste tolv månaderna. 30 procent var det 1990. Således visar dessa siffror på ett mycket stabilt läge för läsandet bland de äldre ungdomarna. Mediebarometerns statistik som mäter läsandet en genomsnittlig dag eller vecka pekar mot en mer komplicerad situation.

#### 3.5.1 Boken

Det klassiska mönstret för läsande i olika åldrar, sedan femtio år, har varit en start med ett flitigt, läsande/blivit läst för, i småbarnsåldern. Sedan har läsandet minskat för att åter öka i skolåldern med en topp vid 12 till 14 år. Efter denna bokslukarålder har läsandet sjunkit för att sedan sakta öka ju äldre man blir. Existerar detta mönster fortfarande? Och på vilken nivå befinner sig de unga idag? Är det lika många som läser och läser man lika mycket, eller har läsandet minskat? Vi gör en jämförelse tjugo bakåt i tiden, innan internet hade börjat sprida sig.

#### Har andelen dagliga läsare minskat under de senaste 20 åren?



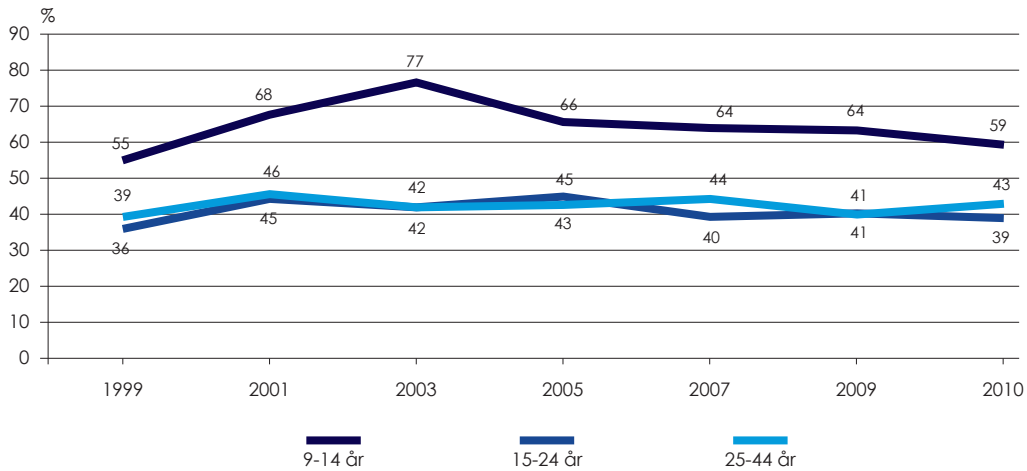
**Figur 3.1** Andel av åldersgrupperna som läser en bok en genomsnittlig dag (Nordicoms Mediebarometer 2010)

Tendensen är att läsandet är mest utbrett bland de yngsta för att sedan minska. I åldern 9 till 14 år är det idag lika många (57%) som läser som för tjugo år sedan (53%) men mindre än för tio år sedan (66%). Bland äldre ungdomar (15-24 år) är andelen läsare idag (34%), tio procent mindre än för tio och för tjugo år sedan (44%). I åldrarna däröver är skillnaderna små. Sett över den senaste tioårsperioden har således andelen läsare minskat med tio procent bland skolbarn och äldre ungdomar. Särskilt bland de äldre ungdomarna har andelen läsare minskat. Men hur stämmer detta om vi använder oss av mer detaljerade data och istället för andelen som läst en genomsnittlig dag ändrar måttet till att ha läst en bok en genomsnittlig vecka? (Figur 3.2.)

Skillnaderna består. Det är fler av skolbarnen som läser än av de äldre ungdomarna. Men har läsandet ökat eller minskat? Det finns visserligen en topp bland skolbarnen 2003, men frånsett detta har inte andelen bokläsare ändrat sig särskilt mycket varken bland de som är 9 till 14 eller 15 till 24. Annan statistik (Nordicoms Mediebarometer 2010) visar att bakom dessa siffror finns en minskad andel som läser fack-/läroböcker och en något ökad andel som läser skön-/barn-, ungdomslitteratur. Det innebär att andelen som

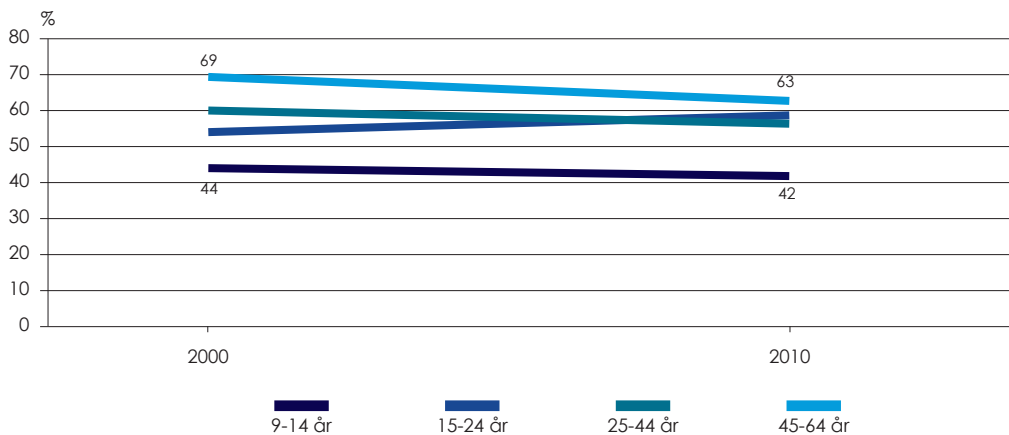
läser böcker för nöjes skull idag är minst lika stor som tidigare år. En slutsats av dessa olika beräkningar är att det ofta är nödvändigt att vrida och vända på statistiken och inte nöja sig med en uträkning när verkligheten och måtten är problematiska. Hur är det då med lästiden bland de som läser, har den förändrats?

### Har andelen vecko-läsare minskat under de senaste 20 åren?



**Figur 3.2** Andel av åldersgrupperna som läser en bok en genomsnittlig vecka (Nordicoms Mediebarometer 2010)

### Har lästiden minskat bland läsarna?



**Figur 3.3** Lästid min/dag hos läsarna i de olika åldersgrupperna (Nordicoms Mediebarometer 2000-2010)

Även om andelen läsare är större bland skolbarnen är det de äldre ungdomarna 15-24 år som läser mest. 69 minuter om dagen läste de år 2000 och 63 minuter tio år senare. En beskedlig minskning under en period då deras internetanvändning mångdubblats. Inga större förändringar i lästiden har heller inträffat för de i åldern 9-14 år. Detsamma gäller lästiden i befolkningen som helhet. Ett litet orosmoment är siffrorna för bokläsningen 2011 (Svenskarna och Internet 2011). Där föreligger en viss nedgång, men det är ännu bara ett enskilt år.

Statistiken över bokläsandet är sålunda problematiskt då värdena varierar mycket år från år och frågorna har formulerats om flera gånger. Det kan också vara svårt för de som skall uppskatta tiden för sitt eget läsande om läsandet sker sporadiskt. Det föreligger därmed en viss osäkerhet kring uppskattningarna av lästiden.

Men i stort har således boken behållit sin plats i barn och ungdomars medievärld. Det finns dock tecken som tyder på ett minskat läsande av fack-/läroböcker. Frågan inställer sig om en del av detta läsande har bytt plattform och flyttat över till internet? Vi vet att internet av skolbarn och äldre ungdomar bedöms, utan konkurrens, vara deras viktigaste källa till information, och att t.ex. Wikipedia besöks åtminstone någon gång i veckan av hälften av ungdomarna i åldern 12-25 år (Svenskarna och Internet 2011).

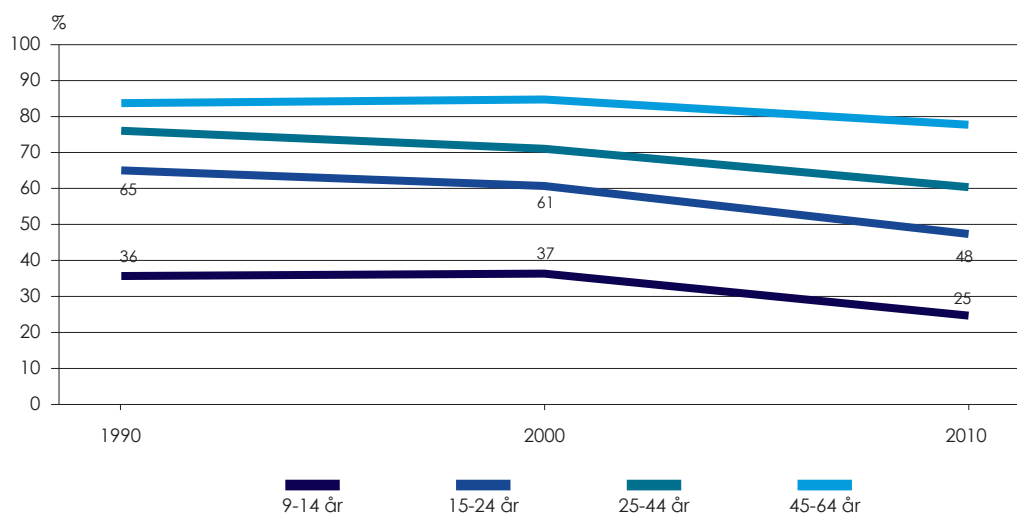
### 3.5.2 Morgontidningen

Att läsa en morgontidning har för många vuxna svenskar varit en del av den dagliga rutinen. Så har det varit under många år. Till skillnad från i USA, där tidningsläsandet började minska redan på 1960-talet, har tidningsläsandet hållit sig ganska stabilt i Sverige liksom i andra länder som Norge, Finland och Japan där det sedan lång tid tillbaka funnits en stark tidningstradition (Findahl 2009). Men även i dessa länder sker det förändringar i svallvågorna av ett ökat användande av internet.

En fjärdedel av ungdomarna idag (9-14 år) läser en morgontidning. Jämfört med tio eller tjugo år tillbaka i tiden är andelen unga läsare idag omkring 10 procent lägre. Det gäller även för de äldre ungdomarna och i viss mån för de ännu äldre. Det finns således något färre tidningsläsare bland de unga idag, men lästiden bland läsarna är densamma som tidigare. Det visar också data hämtade från Svenskarna och Internet 2011.

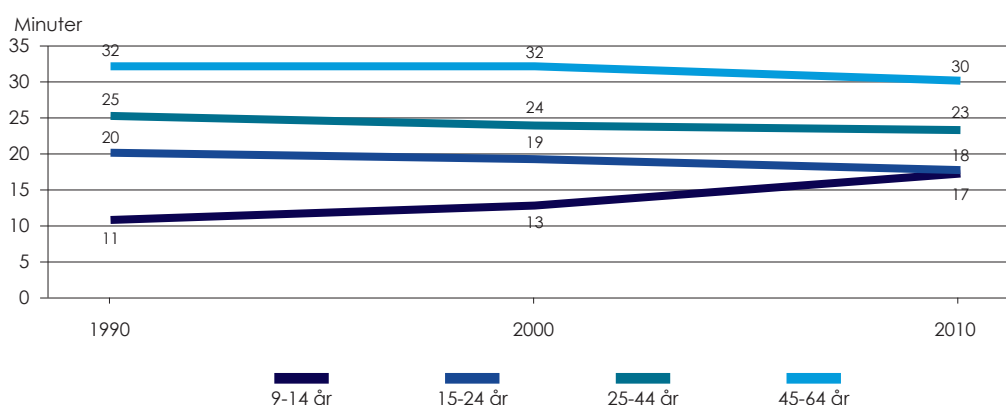
Kanske kan den minskade andelen unga läsare av den tryckta tidningen kompenseras av en stor andel läsare av morgontidningarnas internetupplagor? Ja, till en del. Skillnaden på 10 procent halveras om vi inkluderar de som läser morgontidningen online.

#### Hur stor andel i varje åldersgrupp läser morgontidningen?



**Figur 3.4** Andel av varje åldersgrupp som läser en tryckt morgontidning 2010 (Nordicoms Mediebarometer 2010)

#### Hur länge läser man morgontidningen?



**Figur 3.5** Lästid (min/dag) som läsarna i olika åldersgrupper ägnar morgontidningen (Nordicoms Mediebarometer 2010)

Om det dagliga läsandet av morgontidningen helt domineras av den tryckta tidningen, förhåller det sig tvärtom för kvällstidningsläsarna. Här är det bland de unga (9-40 år) 62 procent som läser tidningen online medan 30 procent läser den tryckta versionen och 5 procent läser båda (Nordicoms Mediebarometer 2010).

### 3.5.3 Har läsandet förändrats?

Sverige har i historien varit ett föregångsland när det gäller läskunnighet i befolkningen. Men under de senaste tio åren har det i internationella tester (PISA) visat sig att svenska skolbarn idag (2009) presterar sämre än tidigare (2001). Från en topposition befinner sig svenska femtonåringar nu på ett europeiskt genomsnitt, i likhet med Norge och Danmark. Samtidigt är spridningen i läsförståelse mellan de bra och dåliga läsarna större i Sverige än i de flesta andra europeiska länder. Var femte 15-åring (17,4%) befinner sig under nivå 2, vilket innebär att de har problem att inhämta kunskap via läsning (Eurydice 2011).

Sedan år 2000 har skillnaderna mellan hög- och lågpresterande elever ökat samtidigt som skillnaderna mellan skolor har ökat. Dessutom har betydelsen av den socioekonomiska bakgrunden förstärkts både på individ- och skolnivå. Den sociala bakgrunden har kommit att allt tydligare påverka resultaten. (Skolverket 2010).

Med läsförståelse menas, enligt PISA, "förmåga att förstå, använda, reflektera över och engagera sig i texter för att uppnå sina egna mål, utveckla sina kunskaper och sin potential och för att delta i samhället".

Bättre resultat i läsning visar de som går i fjärde klass och som också har deltagit i ett annat internationellt lästest (PIRL). Visserligen sänktes resultatet även här jämfört med tidigare (2006 vs. 2001) men Sverige befinner sig trots det fortfarande i första ledet.

Ovanstående lästester handlar om traditionell läsförståelse vilket inte bara inbegriper avkodning av orden utan också att förstå och dra slutsatser av det skrivna. Man läser en tryckt text på papper och skriver ner ett svar på papper. I PISA-studien 2009 kompletterade man den traditionella läsningen med test av digital läsning där man läser en text på datorn och skriver ner sitt svar på datorn. Det ingår att också kunna läsa menyer och navigera sig fram. De svenska ungdomarna presterade bättre på det digitala testet än det traditionella, och även om Sverige inte hamnade först i den internationella jämförelsen, hamnade Sverige här på delad fjärdeplats. Skillnaderna mellan flickor och pojkar blev också betydligt mindre i digital läsförståelse än i den traditionella läsförståelsen (Skolverket 2011).

Ett förslag till förklaring till den försämrade läsförmågan hos svenska skolbarn sedan 2003 har varit det ökade datoranvändandet (Rosén 2011). Hypotesen är att mer tid till datoranvändning leder till mindre tid till läsning. Det finns en viss trovärdighet i det, men som vi sett tidigare finns det inget negativt samband mellan internetanvändning och läsning så att ökad internettid har ett samband med minskad läsning, och som vi också tidigare sett är de som läser mest, de avancerade entusiasterna, de som ägnar mest tid åt internet.

Ser vi på de länder som uppvisar de bästa resultaten i de internationella testerna (PISA 2006) så finner vi där Korea, Finland, Hongkong, Kanada och Nya Zeeland. De tillhör alla de länder i världen där internetanvändandet bland barn och ungdomar är som störst.

I Finland som ligger i topp i de internationella lästesterna (PISA) och där spridningen mellan bra och dåliga läsare är liten menar man att detta beror på att man har ett väl utbyggt system att ta hand om svagare elever med bl.a. speciallärare (PISA 06 Finland).

Varje gång ett nytt medium etableras uppstår en diskussion om hur ungdomars läsning och skriftliga språkförmåga påverkas. Intensivast var den på 1970- och 1980-talet när televisionen var det nya mediet och ungdomarna satt i timmar varje dag stirrande på en flimrande bildskärm. Då talades det om dumburken.

Televisionen var det stora hotet mot skriftkulturen (Postman 1986). Hypotesen var att det medium som dominerar under ens uppväxt skapar en värld av kognitiva bilder som påverkar ens framtida förhållande till omvärlden (McLuhan 1964). Om det var televisionen som var barndomens viktigaste medium skulle man aldrig riktigt bli införlivad i skriftkulturen. Detta resonemang fick en viss trovärdighet när det visade sig att läsandet i befolkningen och särskilt bland de unga minskade. Så var fallet i USA där tidningsläsningen sjönk från 85 procent dagliga läsare 1957 till 63 procent 1977 (Robinson 1980). En liknande utveckling skedde i Frankrike och även i Holland (Knulst & Kraaykamp 1997). Lästiden minskade med hälften, mest 1955-1975.

I Sverige hände inte detta. Tidningsläsningen har hållit en stabil hög nivå under årtiondena liksom bokläsningen. Och undersökningar som gjordes på 1970-talet visade att omfattningen och inriktningen på

barns läsning inte hade förändrats. Innehållet man intresserade sig för vid ett visst åldersstadium tycktes vara desamma som 25 år tidigare, med skillnaden att man började läsa vuxenlitteratur tidigare. Snarare var slutsatsen i slutet av 1980-talet att läsandet i alla åldrar ökade. (Feilitzen et.al. 1989).

Det är i detta sammanhang viktigt att tänka på att ungdomar idag kommunicerar i stor utsträckning skriftligt med varandra, vilket innebär att de inte bara läser utan också själva skriver. Det gäller inte bara bloggar, kommentarer och statusuppdateringar på de sociala nätverken, utan också via mobilen. En genomsnittlig dag talar t.ex. 64% av de unga (9-14 år) i mobilen och 80 procent skickar SMS. Hos de något äldre (15-24 år) är förhållandet 80 procent prat och 93 procent SMS. (Nordicoms Mediebarometer 2010).

Närmare studier av gymnasieungdomars skriftliga kommunikation visar att de besitter en bred språklig repertoar och förmår växla mellan olika stilar (Bellander 2010).

## 4 Avslutning och diskussion

Man kan lätt få uppfattningen att medierna lägger beslag på allt mer av människors fria tid. Nu finns det inte bara radio, tv, böcker och tidningar utan också datorer och internet. Men sett i ett längre perspektiv är barn och ungdomars totala medietid inte längre idag än den var för 10, 20 eller 30 år sedan. För skolbarnen (9-14 år) är den till och med kortare.

Det nya är internets tillkomst som trängt sig in mellan alla de gamla traditionella medierna. Konsekvensen har blivit en mer förtätad medieanvändning. För skolbarnen (9-14 år) har det inneburit ett minskat tv-tittande och radiolyssnande. Musiklyssnandet och videotittandet har till en del flyttat in på internet. Läsandet har inte påverkats särskilt mycket, men minskat något. Hos de äldre ungdomarna (15-24 år) har internet skapat sig en dominerande plats. Internet har trängt tillbaka alla andra traditionella medier.

### 4.1 Det långa perspektivet

I det långa perspektivet kunde vi se hur dagstidningsläsandet inte påverkades av radion när den kom på tjugotalet och inte heller av televisionen på 1960-talet. Istället ökade dagstidningsläsandet. Men radiolyssnandet påverkades av televisionen och inte bara radion utan hela svenska folkets samvaro, fritid och kvällsaktiviteter och t.o.m. möblering av vardagsrummen. Televisionen hade på så sett en genomgripande inverkan på människors vardagsaktiviteter. Televisionens attraktivitetskraft var så stor att grannar och vänner sökte sig till de som redan skaffat sig en tv-apparat. 20 till 30 procent av publiken bestod under många år, särskilt lördagskvällar av personer som inte hade någon egen tv.

Radiolyssnandet minskade och man ändrade om i programtablåer, införde nya radiokanaler. Här var det fråga om konkurrens både i innehåll och tid. Televisionen var ett mycket uppmärksamhetskrävande medium och all annan verksamhet stannade av. Med hjälp av musiken kunde radion sedan återta många lyssnare under andra delar av dagen.

Tv-tittandet påverkade inte till en början barns läsande. Tvärtom ökade det under televisionens första skede. Men när satellitkanaler och kabel-tv tillkom i slutet av 1980-talet mångdubblades utbudet av barnprogram, tv-serier och musikvideos. Barns läsande halverades, och ungdomars radiolyssnande minskade kraftigt.

Medan de äldre oftast hittat en medieanvändning som passar deras behov och dagliga liv med inrutade medievänor är de yngre mer öppna och lättare påverkade av förändringar i medieutbudet. När TV2 startade sina sändningar med bl.a. barnprogram ökade de vuxna sin tittartid långsamt medan förskolebarn och skolbarn snabbt fördubblade sin.

### 4.2 Det korta perspektivet

De som är 9 till 14 år 2010 har ett annat utgångsläge för sin medieanvändning än de som var 9 till 14 år tio eller tjuugo år tillbaka. Startpunkten för den traditionella medieanvändningen idag ligger hos skolbarnen på en betydligt lägre nivå än tidigare. De som nu är 9 till 14 år idag använder traditionella medier mindre än de som var 9 till 14 år för tio år sedan. De läser något mindre, lyssnar mindre på radio och ser mindre på video. En stor del av tittandet och lyssnandet har flyttat över till internet. Majoriteten är olika slags *modernister* som främst är intresserade av de sociala nätverken och internets underhållande och kommunikativa möjligheter. Men det är inte frågan om ett plattformsbyte eftersom internet för den yngsta generationen alltid har varit deras basplattform. De är uppvuxna med internet. Där har de musiken, filmerna och videoklippen. Och så kommer det att förbli. Vi kan förvänta oss att de kommer att lyssna på musik och titta på tv och video lika mycket som tidigare, men de kommer att använda alla plattformar och alla medieformer och välja det som är mest lättillgängligt och användarvänligt.

För de äldre ungdomarna (16-24 år) är situationen annorlunda. Här är intresseområdena mer varierade och en dryg fjärdedel tillhör gruppen *avancerade entusiaster* med ett brett intresse även för traditionella medier. Men totalt jämfört med äldre ungdomar tio år tillbaks i tiden, har läsandet minskat vad gäller facklitteratur och skolböcker, och det har blivit mindre av video och radio. Lyssnandet till inspelad musik finns kvar men avlyssnas också på internet där också videon finns. En svårighet med dessa uppskattningar är att det är svårt att veta hur mycket av de traditionella medierna som används via internet. Vi vet att detta är vanligt bland många men inte riktigt hur mycket av medietiden det tar.

Mer problematiskt är det med läsandet. När det gäller musik och rörlig bild existerar samma innehåll på olika plattformar. De är bara lagrade på olika sätt och kan spelas upp på olika skärmar och i olika högtalare. Lättillgängligheten, användbarheten och kvalitén faller avgörandet. Svårare är det med boken och den tryckta tidningen. Här är skillnaden till det digitala formatet större.

### 4.3 Konkurrens eller komplement?

Det finns två sätt att konkurrera med ett traditionellt massmedium. Det ena är med innehåll och det andra är med tid. I första fallet är det frågan om att kunna på en annan plattform erbjuda ett liknande innehåll som fyller samma funktioner hos användaren. Avgörande blir då urvalet, lättillgängligheten, användbarheten, kostnaden och kvalitativa upplevelseaspekter. Så konkurrerar t.ex. Spotify med radio och inspelad musik på CD eller mp3.

Det andra sättet är att lägga beslag på tiden. Tiden för medieanvändning är begränsad och om ett medium är attraktivt och upptar mycket av en individs tid kan det bli mindre kvar för andra medier att dela på.

Men internet är inte ett dominerande medium som tv var. TV krävde plats och uppmärksamhet från hela familjen. Internet är mer individualiserat och har lyckats smyga sig in i människors dagliga liv på ett helt annat sätt. Internetanvändningen har inte heller medfört några drastiska förändringar av annan medieanvändning. Det digitala formatet och möjligheten att kopiera en fil, av bild, ljud eller text, hur många gånger som helst utan att påverka originalet har gett internet många fördelar vad gäller lagring och distribution. Frågan då blir inte så mycket läsning, lyssning eller tittande utan mer vilken plattform som är bäst lämpad för det innehåll man är intresserad av.

Den tryckta pappersboken har hittills visat sig överlägsen e-boken, liksom papperstidningen i vissa avseenden webbtidningen. Det dagliga tv-tittandet avnjuts av många bäst i soffan eller fåtöljen framför tv-apparaten medan musiken kan avlyssnas på många plattformar. Här är det urvalet och lättillgängligheten som faller avgörandet.

Men samtidigt har de som läser en tryckt papperstidning inga problem att också ibland läsa tidningar på webben och de som ser på vanlig tv söker ibland upp internet för att se på ett program de missat eller gärna vill se en gång till.

Som vi tidigare sett är det inte så enkelt att ett ökat internetanvändande tränger tillbaka de traditionella medierna. Det finns ingen direkt negativ relation mellan ett flitigt användande av internet och minskat användande av traditionella medier. Oberoende om man är på Facebook eller inte, om man är där någon gång i veckan eller dagligen så läser man lika mycket böcker, ser lika mycket på tv. Sett ur ett individperspektiv utgör internet ett komplement till de traditionella medierna och den flexibla, inte tidsbundna användningen, gör internetanvändningen mycket anpassningsbar. På så sätt skiljer sig situationen idag från den konkurrens som utspelade sig mellan radion och televisionen på 1950 och 1960-talen.

Vi har sett att de avancerade entusiasterna som använder internet mest också i hög utsträckning använder traditionella medier. Det framkom i analysen av olika användningsmönster. Det framkom också i panelundersökningen där 70-talisterna deltog.

Det finns inte heller något negativt samband mellan tiden för internetanvändning och tiden för läsning av böcker eller tidningar. Det är snarare frågan om att många ungdomar ha ett bristande intresse för innehållet i de traditionella medierna. Som unga är många främst intresserade av den underhållning, kommunikation och de sociala kontakter som internet erbjuder. Det var det intresset som utmärker *modernisterna*, den största användargruppen bland de unga. När de blir äldre och mer "vuxna" gör sig andra intressen påmind och gruppen *aktiva traditionalister* ökar. Då ökar också intresset för de traditionella medierna, för boken, dagstidningen och radion. Vad som har hänt är att gruppen *modernister* bland de yngsta har blivit mer dominerande än tidigare. Internet har gjort underhållningen och de sociala kontakterna mer lättillgängliga och lockande. Det är således mindre fråga om tidskonkurrens än plattformbyte, mer frågan om vad de traditionella medierna har att erbjuda.

Det innebär att även dagens ungdomar kommer att bli äldre och få ändrade intressen när de städgar sig, och därmed ökar också deras intresse för de traditionella medierna, även under tidskonkurrens och plattformbyten. Det är istället motiven och intresset för medieanvändningen som styr både användningen av traditionella medier och sättet som internet används. Men det kommer att tid innan de blir "vuxna". Tiden mellan ungdom och vuxenhet tycks bli längre för varje generation.

## Referenser

- Abrahamson, D. (2000) *Reflecting and Shaping American Culture: Magazines Since World War II*. History of the Book, Volume 5 – Magazines (Chapter 7).
- Arnett, J. (2000) 'Emerging Adulthood. A Theory of Development from the Late Teens Through the Twenties', *American Psychologist*, 55: 5, 469-480.
- Azzam, C. & Johansson, M. (2006) *Skilnader i pojkars och flickors läsvanor i slukaråldern*. Göteborgs universitet: Lärarutbildningen (Rapport nr HT06\_1080\_005).
- Boethius, U. (1989) *När Nick Carter drevs på flykten. Kampen mot smutslitteraturen i Sverige 1908-1909*. Stockholm: Gidlunds.
- Carlsson, U., Facht, U. & Hellingwerf, K. (2004) *Bokläsning i den digitala tidsåldern. Resultat från Mediebarometern 1979-2003*. Göteborg: Nordicom.
- Dahlquist, U. (2011) *Våldsamma datorspel och aggression – en översikt av forskningen 2000-2011*. Stockholm: Medierådet.
- Daun, Å. (2011) *Dömd till konsumtion av sinnestryck. Bidrag till modernitetens historia*. Stockholm: Stockholms Universitets förlag.
- Elvestad, E. & Blekesaune, A. (2008) 'Newspaper Readers in Europe. A Multilevel Study of Individual and National Differences', *European Journal of Communication*. 23(4): 425-447.
- Eurydice (2011) *Teaching Reading in Europe: Contexts, Policies and Practices*. Brussels: Education, Audiovisual and Culture Executive Agency.
- von Feilitzen, C. (1972) 'Om etermediernas funktioner', i von Feilitzen, C.: *Radio och tv möter publiken. En bok från programforskningsavdelningen vid Sveriges radio*. Stockholm: Sveriges Radio, Publik- och programforskning.
- von Feilitzen, C. (1972) *Radio och tv möter publiken. En bok från programforskningsavdelningen vid Sveriges radio*. Stockholm: Sveriges Radio, Publik- och programforskning.
- von Feilitzen, C.; Filipson, L. & Schyller, I. (1977) *Blunda inte för barnens tittande. Om barn, tv och radion nu och i framtiden*. Stockholm: Sveriges Radios förlag.
- von Feilitzen, C. (1989) 'Mediernas kamp om fritiden', i von Feilitzen, C.; Filipson, L.; Rydin, I. & Schyller, I. (1989) *Barn och unga i medieåldern. Fakta i ord och siffror*. Stockholm: Raben & Sjögren.
- von Feilitzen, C.; Filipson, L.; Rydin, I. & Schyller, I. (1989) *Barn och unga i medieåldern. Fakta i ord och siffror*. Stockholm: Raben & Sjögren.
- von Feilitzen, C., Filipson, L., Rydin, I. & Schyller, I. (1990) 'Barnen i mediasamhället', i Höijer, B. & Nowak, L. (red.) *I publikens intresse. Om radio och tv i människors liv*. Stockholm: Raben & Sjögren.
- von Feilitzen, C.; Findahl, O. & Dunkels E. (2011) *Hur farligt är Internet? Resultat från den europeiska undersökningen EU Kids Online*. Göteborg: Nordicom.
- Filipson, L. (1980) *Skolbarn och etermedier. En studie av radions och tv:s betydelse för barn i åldern 7-12 år*. Stockholm: Sveriges Radio (Publik- och Programforskning; 20).
- Filipson, L. (1981) "Ty de vore så förklokade alla.". Om hög- och lågkonsumenter bland barn', i *PUB 81. Forskning om radio och tv*. Stockholm: Sveriges Radio.
- Filipson, L. (1997) *Barnbarometern 95/96. 3-8 åringars kultur, och medievanor*. Stockholm: MMS – Mediamätning i Skandinavien.
- Filipson, L. (1998) 'Småbarn och medierna. Ökat tittande och minskat läsande', i *Barn och ungdomar i det nya medielandskapet*, *MedieNotiser*, 2, Göteborg: Nordicom.
- Findahl, O. (1986) *Svensken – En världsmedborgare i framtidens massmedievärld? Om etermedierna i går, i dag och i morgon*. Stockholm, Sveriges Radio, Program och publikforskning.
- Findahl, O. (1993) *Sveriges elfte TV-val. Valprogrammets publik, deras kunskaper, åsikter och viktigaste frågor under valrörelsen 1991*. Umeå universitet (Medier & kommunikation, 1104-067x ; 1).
- Findahl, O. (2001) *Svenskarna och Internet 2000*. Hudiksvall: World Internet Institute.
- Findahl, O. (2007) *Svenskarna och Internet 2007*. Hudiksvall: World Internet Institute.
- Findahl, O. (2008) *Internet 15 år. Visionerna möter vardagsverkligheten – om hur svenskarna blev internetanvändare*. Stockholm: .SE – stiftelsen för internetinfrastruktur.
- Findahl, O. (2008) 'The Importance of Equality and Cultural Values during the Secondary Phase of the Diffusion of the Internet. The Case of Sweden'. Stockholm, International Association of Media and Communication Researchers / IAMCR Conference, Stockholm, July 2008 (paper).
- Findahl, O. (2008) 'The Role of Internet in a Changing Mediascape – Competitor or Complement?', *Observatorio (OBS\*) Journal*, 6 (2008), 209-221.
- Findahl, O. (2009) 'Is the Internet a Competitor or a Complement to the Traditional Media. An International Comparison', in Cardoso, G.; Cheong, A. & Cole, J. (eds.) *World Wide Internet: Changing Societies, Economies and Cultures*. University of Macao (July 2009).
- Findahl, O. (2010) 'Preschoolers and the Internet in Sweden', in Souza, M. & Cabello, P. (eds.) *The Emerging Media Toddlers*. Göteborg: Nordicom, The International Clearinghouse on Children.
- Findahl, O. (2010) *Unga svenskar och Internet 2009*. Stockholm: Stiftelsen för internetinfrastruktur / .SE.
- Findahl, O. (2011) *Svenskarna och Internet 2011*. Stockholm: Stiftelsen för internetinfrastruktur / .SE.
- Findahl, O. & Sheila, Z. (2008) *Unga svenskar och Internet 2008*. Hudiksvall: World Internet Institute.



- Findahl, O.; Lagerstedt, C. & Aurelius, A. (forthcoming) Triangulation as a Way to Validate and Deepen the Knowledge about User Behaviour. A Comparison between Questionnaires, Diaries and Traffic Measurements.
- Gahlin, A. (1983) *Dagliga aktiviteter*. Stockholm: Sveriges Radio: Publik- och programforskning (Levnadsvanor i Sverige; 1983:10).
- Gahlin, A. (1984) *Levnadsvanor i Sverige: barn och ungdomar*. Stockholm: Sveriges Radio, Publik- och programforskning (Levnadsvanor i Sverige; 1984:7).
- Gahlin, A. (1990) 'TV:s framväxt och tittarnas val', i Höijer, B. & Nowak, L. (red.) *I publikens intresse. Om radio och tv i människors liv*. Stockholm: Raben & Sjögren.
- Gahlin, A. & Wigren, G. (1981) 'Publiken under 70-talet', i *PUB 80. Forskning om radio och tv*. Stockholm: Sveriges Radio.
- Holmes, J. (2011) 'Cyberkids or Divided Generations? Characterising Young People's Internet Use in the UK with Generic, Continuum or Typological Models', *New Media & Society*, published online 13 April 2011.
- Howe, N. & Struass, W. (2000) *Millennials Rising. The Next Great Generation*. New York: Vintage Books, Random House.
- Höijer, B. & Nowak, L. (1990) *I publikens intresse. Om radio och tv i människors liv*. Stockholm: Raben & Sjögren.
- Johnson-Smaragdi, U. (1983) *TV Use and Social Interaction in Adolescence. A Longitudinal Study*. Stockholm: Almqvist & Wiksell International.
- Johnsson-Smaragdi, U. (2001) Media Use Styles among the Young. In S. Livingstone & M. Bovill (eds.) *Children and their Changing Media Environment: A European Comparative Study*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Johnsson-Smaragdi, U.; d'Haenens, L.; Krotz, F. & Hasebrink, U. (1998) 'Patterns of Old and New Media Use among Young People in Flanders, Germany and Sweden', *European Journal of Communication* 13: 479-501 (December).
- Kjellmor, S. (1981) *Lyssnandet under tre år – en jämförelse mellan 1978/79, 1979/80, 1980/81*. Stockholm: Sveriges Radio (PUB rapport; 23).
- Kleberg, M. (1972) 'Den potentiella publiken', i von Feiliizen, C.: *Radio och tv möter publiken. En bok från programforskningsavdelningen vid Sveriges radio*. Stockholm: Sveriges Radio, Publik- och programforskning.
- Knulst, W. & Kraaykamp, G. (1997) 'The Decline of Reading. Leisure Reading Trends in the Netherlands (1955-1995)', *Netherlands Journal of Social Sciences*, pp. 130-150.
- Kåks, H. (2007) *Mellan erfarenhet och förväntan. Betydelser av att bli vuxen i ungdomars livsberättelser*. Linköping: Linköpings universitet, Institutionen för samhällsutveckling och kultur.
- Livingstone, S., Haddon, L., Görzig, A. & Ólafsson, K. with members of the EU Kids Online network (2011) *Risks and Safety on the Internet: The Perspective of European Children. Full Findings and Policy Implications from the EU Kids Online survey of 9-16 Year Olds and their Parents in 25 Countries*. London: The London School of Economics and Political Science – LSE.
- Lindung, Y. (1981) 'Dramatik över gränserna. Om spänningsfiktion i tv', i *PUB 80. Forskning om radio och tv*. Stockholm: Sveriges Radio.
- Lindung, Y. (1984) *Vår fiktionskultur i förvandling. TV, biografier, teater, video och skönlitteratur – en jämförelse av utbud, konsumtion och publik*. Stockholm: Sveriges Radio (PUB rapport 1984:5).
- Lowery, S. & DeFleur, M. (1995) *Milestones in Mass Communication Research: Media Effects*. (3<sup>rd</sup> ed.) New York: Longman.
- Lund, A. (2003) *Barnbarometern 2002/2003. 3-8-åringars kultur och medievanor*. Stockholm: MMS – Mediamätning i Skandinavien.
- McLuhan, M. (1964) *Understanding Media. The Extension of Man*. London: Sphere
- Meyen, M. & Pfaff-Rüdiger, S. (eds.) (2009) *Internet IM Alltag. Qualitative Studien zum praktischen Sinn von Onlineangeboten*. Münster: Lit.
- MMS – Mediamätning i Skandinavien (2011) Webb-TV rapport, oktober 2011.
- MMS – Mediamätning i Skandinavien (2012) Årsrapport 2011.
- Nilsson, Å. (2010) *Kulturvanor i Sverige 1987-2009. En rapport framtagen för Kulturrådet av SOM-institutet vid Göteborgs universitet*. Stockholm: Statens kulturråd; Göteborg: SOM-institutet (SOM-rapport nr 2011:23).
- Nordberg, J. (1990) 'Radio och tv i jämförelse med andra massmedier och kulturaktiviteter', i Höijer, B., & Nowak, L. (red.) *I publikens intresse. Om radio och tv i människors liv*. Stockholm: Raben & Sjögren.
- Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2010 (2011) *MedieNotiser nr 1*, Göteborg: Nordicom.
- Nordström, B. (1986) *Mediebarometern 1986*. Stockholm: Sveriges Radio (SR/PUB: 21).
- Nordström, B. (1990) 'Generationers radiolyssnande', i Höijer, B. & Nowak, L. (red.) *I publikens intresse. Om radio och tv i människors liv*. Stockholm: Raben & Sjögren.
- PISA 06 Finland. *Analyses, Reflections and Explanations* (2008) Helsinki: Ministry of Education, 2008: 44.
- Rosen, M. (2011) *Förändringar i läskompetens under 30 år: En internationell jämförelse (FIL)*. Göteborgs universitet: Institutionen för pedagogik och didaktik.
- Rydin, I. (1981) *Fakta om barn i Sverige*. Stockholm: Rädda Barnen.
- Rönnerberg, M. (1997) *TV är bra för barn*. Stockholm: Ekerlids.
- Rönnerberg, M. (2008) *Blöjbarnsteve. Om hur barn under 3 år upplever tv och leker med fjärrkontroll*. Uppsala: Filmförlaget.
- Santayana, G. (1905) *The Life of Reason. The Phases of Human Progress. Vol. 1*. New York: Dover Publications.
- SCB (2004) *Fritid 1976-2002*. Stockholm: Statistiska centralbyrån (Levnadsförhållanden; Rapport 103).
- SCB (2009) *Barns fritid*. Stockholm: Statistiska centralbyrån (Levnadsförhållanden; Rapport 116).
- Schudson, M. (2009) 'The Enduring Book in a Multimedia Age', in *A History of the Book in America. The Enduring book. Print Culture in Postwar America*. Chapel Hill: The UNC Press.

- Schyller, I., Rydin, I., Filipson, L. & von Feilitzen, C. (1985) *Children and Massmedia in Sweden*. Stockholm: Sveriges Radio, Publik- och programforskning.
- Sjödén, R. (1967) *Etermediernas publik. En analys av Sveriges Radios publikundersökningar 1943-1966*. Stockholm: Sveriges Radio.
- Skolverket (2010) *Rustad att möta framtiden? PISA 2009: Om 15-åringars läsförståelse och kunskaper i matematik och naturvetenskap*. Stockholm: Skolverket (Rapport 352).
- Skolverket (2011) *Eleverna och nätet. PISA 2009 om 15-åringars förmåga att söka, läsa och värdera digital information*. Stockholm: Skolverket (Rapport 361).
- Slywotzky, A. (2011) *Demand: Creating What People Love Before They Know They Want It*. New York: Crown Business.
- Statens kulturråd (2008) *Nya kulturvanor. Svenska kulturen i ett 30-årsperspektiv: 1976-2006*. Stockholm: Statens kulturråd (Kulturen i siffror 2008:6).
- Tvåkanalsystemet i TV. KANUT – Sveriges Radios utvärdering av tv 1969-1974*. Stockholm: Sveriges Radio.
- University of Michigan: Longitudinal Study of American Youth. *Writing the History and Monitoring the Future of Generation X*, <http://www.lsay.org/>
- Van den Bulck, J. (2004) 'Television Viewing, Computer Game Playing, and Internet Use and Self-Reported Time to Bed and Time out of Bed in Secondary-School Children', *SLEEP*, (27)1.
- Wachtmeister, A-M. (1972) 'Televisionens publik', i von Feilitzen, C.: *Radio och tv möter publiken. En bok från programforskningsavdelningen vid Sveriges radio*. Stockholm: Sveriges Radio, Publik- och programforskning.
- Weibull, L. (1983) *Tidningsläsning i Sverige*. Stockholm: Liber.
- Weibull, L. (1984) 'Hur klarar sig dagspressen i förhållande till andra medier?', i *Pressens Årbog*, 1. Köpenhamn: Presssehistorisk Selskab.
- Wigren, G. (1980) *Så tittade vi publikåret 1979/80*. Stockholm: Sveriges Radio (PUB rapport; 24).
- Winograd, M. & Hais, M. (2009) *Millennial Makeover. MySpace, YouTube, & the Future of American Politics*. London: Rutgers University Press.
- Wolff, U. (2005) *Characteristics and Varieties of Poor Readers*. Göteborg: Acta Universitatis Gothoburgensis.
- Östlund, B. (2010) 'Watching Television in Later Life', *Scandinavian Journal of Caring Sciences*, (24)2: 233-243.



## Ledning och administration

Institutionschef:  
Ulla Carlsson  
Telefon: +46 31 786 12 19  
Fax: +46 31 786 46 55  
ulla.carlsson@nordicom.gu.se

Administratör (beställningar m m):  
Anne Claesson  
Telefon: +46 31 786 12 16  
Fax: +46 31 786 46 55  
anne.claesson@nordicom.gu.se

Teknisk redigering och webbansvarig:  
Per Nilsson  
Telefon: +46 31 786 46 54  
Fax: +46 31 786 46 55  
per.nilsson@nordicom.gu.se

## Verksamhetsområden

### Medie- och kommunikationsforskning

#### Publikationsverksamhet

Redaktör: Ulla Carlsson  
Telefon: +46 31 786 12 19  
Fax: +46 31 786 46 55  
ulla.carlsson@nordicom.gu.se

#### Forskningsdokumentation

Nordisk koordinator:  
Claus Kragh Hansen  
Statsbiblioteket  
Victor Albecks Vej 1  
DK-8000 Aarhus C

Telefon: +45 89 46 20 69  
Fax: +45 89 46 20 50  
ckh@statsbiblioteket.dk

### Medieutveckling och mediestatistik

#### Nordic Media Trends

Nordisk koordinator:  
Eva Harrie  
Telefon: +46 31 786 46 58  
Fax: +46 31 786 46 55  
eva.harrie@nordicom.gu.se

#### Medier i Norden

Redaktör: Terje Flisen  
terjef@nordicmedia.info

#### Outlook Europe

Redaktör: Anna Celsing  
anna.celsing@skynet.be

### The International Clearinghouse on Children, Youth and Media

Vetenskaplig koordinator:  
Cecilia von Feilitzen  
Telefon: +46 8 608 48 58  
Fax: +46 8 608 46 00  
cecilia.von.feilitzen@sh.se

Forskningsinformatör:  
Catharina Bucht  
Telefon: +46 31 786 49 53  
Fax: +46 31 786 46 55  
catharina.bucht@nordicom.gu.se

## Nationella centraler

### Nordicom-Danmark

Statsbiblioteket  
Victor Albecks Vej 1  
DK-8000 Aarhus C

### Medie- och kommunikationsforskning

Maria Hvid Stenalt  
Telefon: +45 89 46 21 67  
Fax: +45 89 46 20 50  
mhs@statsbiblioteket.dk

### Nordicom-Finland

Fakulteten för kommunikation,  
medier och teater  
FIN-33014 Tammerfors uni-  
versitet

### Medie- och kommunikationsforskning

Päivi Lukin  
Telefon: +358 3 3551 7045  
Fax: +358 3 3551 6248  
paivi.lukin@uta.fi

### Nordicom-Island

Háskóli Íslands,  
Félagsvísindadeild  
IS-101 Reykjavík

### Medie- och kommunikationsforskning

Guðbjörg Hildur Kolbeins  
Telefon: +354 525 42 29  
Fax: +354 552 68 06  
kolbeins@hi.is

### Nordicom-Norge

Institutt for informasjons-  
og medievitenskap  
Universitetet i Bergen  
Postboks 7800  
N-5020 Bergen

### Medie- och kommunikationsforskning

Ragnhild Mølster  
Telefon: +47 55 58 91 40  
Fax: +47 55 58 91 49  
ragnhild.molster@infomedia.  
uib.no

### Medieutveckling och mediestatistik

#### medienorge

Nina Bjørnstad  
Telefon: +47 55 58 91 26  
Fax: +47 55 58 91 49  
nina.bjornstad@infomedia.  
uib.no

### Nordicom-Sverige

Göteborgs universitet  
Box 713  
SE 405 30 Göteborg

Fax: +46 31 786 46 55

### Medie- och kommunikationsforskning

Maria Edström  
Telefon: +46 31 786 66 40  
maria.edstrom@nordicom.gu.se

Roger Palmqvist  
Telefon: +46 31 786 12 20  
roger.palmqvist@nordicom.gu.se

Karin Poulsen  
Telefon: +46 31 786 44 19  
karin.poulsen@nordicom.gu.se

### Medieutveckling och mediestatistik

#### MedieSverige

Ulrika Facht  
Telefon: +46 31 786 13 06  
ulrika.facht@nordicom.gu.se

Karin Hellingwerf  
Telefon: +46 31 786 19 92  
karin.hellingwerf@nordicom.gu.se

Staffan Sundin  
Telefon: +46 36 16 45 82  
+46 911 786 47  
staffan.sundin@nordicom.gu.se

#### Ledning och administration:

#### NORDICOM

Göteborgs universitet  
Box 713  
SE-405 30 Göteborg  
Sverige

Telefon: +46 31 786 00 00  
Fax: +46 31 786 46 55  
info@nordicom.gu.se

Nordicom får varje dag frågor som rör ungas medievanor och effekterna av nya kommunikationsmönster. Hur har dessa påverkat barn och unga? Vad har hänt med TV-tittandet, radiolyssnandet och tidningsläsandet? Läser de unga fortfarande böcker och tidskrifter? Och förstår de vad de läser? Vilka är de mest aktiva medieanvändarna? Vilka står utanför? Frågorna är många och inte sällan komplexa.

Det handlar oomtvistat om ett nytt kommunikationssamhälle med nya kommunikationsmönster. Inte sedan televisionens introduktion för femtio år sedan har det skett sådana genomgripande förändringar av de ungas mediekultur som under de senaste tio åren. Undersökningar som Nordicoms *Mediebarometer* och *Internet och svenskarna* från World Internet Institute ger möjligheter till en fördjupad kunskap på området.

I rapporten *Barn och unga i Internet-världen* redovisar professor Olle Findahl resultat från bearbetningar av dessa undersökningar. Han beskriver och analyserar förändringarna under de senaste tio åren fram till idag och placerar även in de ungas medievanor i ett längre samhällsligt perspektiv.

Olle Findahl är professor i medie- och kommunikationsvetenskap och forskningsledare vid World Internet Institute.

# NORDICOM

Nordiskt Informationscenter för Medie- och Kommunikationsforskning

Göteborgs universitet

Box 713, SE 405 30 Göteborg, Sverige

Telefon: +46 31 786 00 00 • Fax: +46 31 786 46 55

E-post: [info@nordicom.gu.se](mailto:info@nordicom.gu.se)

[www.nordicom.gu.se](http://www.nordicom.gu.se)

ISBN 978-91-86523-38-1



GÖTEBORGS UNIVERSITET

