

Pressmeddelande 2013-06-12

Mediebarometern 2012

Lätt att vara välinformerad, lätt att vara oinformerad – en utmaning för demokratin

Nordicom vid Göteborgs universitet genomför varje år en studie av svenskarnas medieanvändning, Mediebarometern. Nu redovisas resultaten från undersökningen 2012.

Ett demokratiskt samhälle vilar på välinformerade medborgare med ett kritiskt förhållningssätt och medierna intar en särställning som informationskälla - trovärdiga medier med en kvalificerad nyhetsjournalistik. Det har varit en given utgångspunkt under många år.

- Dagens kommunikationssamhälle med enorma möjligheter till utbyte av information och att göra sin röst hörd är något som inger förhoppningar vad gäller den demokratiska utvecklingen. Men det finns också en risk för ökade klyftor vad gäller såväl kunskap som uppfattningar om verkligheten. Det har aldrig varit så enkelt att hitta kvalificerad information som nu för de som är politiskt intresserade. Men även motsatsen gäller: Är man inte intresserad av samhällsfrågor har det aldrig varit lika enkelt att välja bort sådan information, säger Ulla Carlsson, professor och ansvarig för undersökningen.

Det är i en sådan kontext *Mediebarometerns* resultat från undersökningen 2012 vad gäller sjunkande siffror för morgontidningsläsande och tittande på TV-nyheter skall ses. På fem år har den totala andelen morgontidningsläsare minskat med 11 procentenheter (läsning både på papper och internet) andelen var 72 procent år 2007 och är 61 procent år 2012.

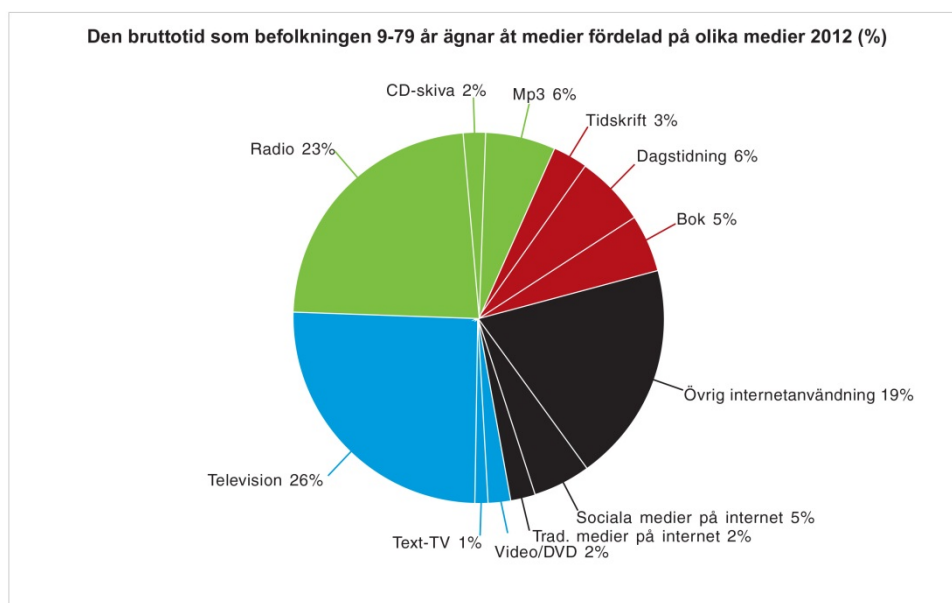
I början av 2000-talet tittade drygt hälften, 55 procent, av befolkningen på TVs nyhetsprogram en genomsnittlig dag. 2012 är motsvarande siffra 38. Under den senaste tioårs-perioden har tittandet på TV-nyheter sjunkit bland ungdomar från 30 procent till 12 procent och bland högutbildade från 60 procent till 43 procent i den senaste undersökningen. Nedgången kompenseras inte av ökad användning av nyheter på nätet.

Ändrade kommunikationsmönster gör sig gällande i alla grupper – oavsett ålder, kön och socialgrupp. Men det är i ungdomsgruppen de största förändringarna kan avläsas. Många unga skapar idag sina flöden efter egna intressen och ställer sig utanför andra flöden. Detta är något som politiken har att förhålla sig till. Som så ofta handlar det om politikens och medieindustrins *ovanifrånperspektiv* som kolliderar med *nätverkskulturens* underifrånperspektiv. Häri ligger en utmaning för demokratin.

Andra resultat från *Mediebarometern 2012*:

- ***Svenskarnas medieanvändning*** är drygt 6 timmar. *TV-tittandet* upptar fortsatt störst del av tidskakan i alla grupper oavsett ålder, kön och socialgrupp – 26 procent. Tiden för traditionella medier (dagstidning, tidskrift, television) online utgör två procent av bruttotiden medan motsvarande siffra för sociala medier är fem procent.

Mediedagen 2012: Brutto 6 timmar och 5 minuter



- **Ungdomarna** tillbringar avsevärt mer tid på nätet än andra. Drygt 40 procent lägger mer än tre timmar på nätet en genomsnittlig dag och 20 procent mer än fem timmar. Förutom besök och kommunikation i sociala nätverk som Facebook (87%) använder de nätet främst för att lyssna på musik (65%), titta på videoklipp (60%) och läsa blogg (33%). Men ungdomarna ägnar mer tid en vanlig dag åt att titta på TV (70 minuter) än de ägnar åt sociala medier (44 minuter) en vanlig dag och de är flitigaste användarna av Play-TV och TV i smarta telefoner.
- **Bokläsningen** ligger relativt stabil – drygt en tredjedel av befolkningen läser böcker en genomsnittlig dag. Läsning för nöjes skull ökar – på 15 år handlar det om 13 procentenheter. Men läsning för skola och arbete minskar – med 17 procentenheter under motsvarande period. Könsskillnaderna är markanta - 41 procent av kvinnorna läser böcker en vanlig dag medan motsvarande andel bland männen är 27 procent. Utbildningsnivån har också stor betydelse för bokläsningen. Högutbildade är flitigare bokläsare, 40 procent, än de med lägre utbildning, 20 procent. Flertalet läser tryckt bok – e-boken har ännu inte fått något genomslag i Sverige.
- **Datorspelens räckvidd** fortsätter att öka. Den största ökningen sker bland kvinnor. Sedan 2010 har kvinnor som spelar ökat från 10 procent till 25 procent. Både bland flickor och vuxna kvinnor är det till exempel fler som spelar i mobiltelefonen än bland männen i dessa åldersgrupper. Det finns en tydlig uppdelning i vilken typ av spel kvinnor och män ägnar sig åt. Kvinnor ägnar sig oftast åt underhållningsspel, pusselspel och kunskapsspel medan män oftare väljer actionspel, äventyrsspel och sportspel.
- **Innehav av smarta telefoner** har på två år ökat från 14 procent 2010 till 54 procent 2012. Drygt 80 procent av ungdomarna (15 till 24 år) har en smartphone och de använder den en vanlig dag främst för, förutom vanliga telefonsamtal och sms, att kommunicera via Facebook (62%), lyssna på musik (39%), spela spel (20%), och titta på videoklipp (19%). Lika många ungdomar som läser och skriver bloggar läser också kvällstidning i mobilen (13%).

Om undersökningen *Mediebarometern*

Mediebarometern är en årlig räckviddsundersökning, som avser att belysa hur stor andel av den svenska befolkningen som en genomsnittlig dag under respektive år har tagit del av ett antal enskilda medier: radio, TV, text-TV, video/dvd, bio, CD, mp3, datorspel, morgontidning, kvällstidning, vecko-månadstidning/tidskrift, reklam samt medieanvändning på Internet och i mobiltelefonen. Syftet är att beskriva tendenser och förändringar i människors användning av massmedier. Undersökningen bygger på telefonintervjuer till ett slumpmässigt urval av befolkningen mellan 9-79 år. 2012 har närmare 4 800 personer intervjuats. *Mediebarometern* genomfördes första gången 1979 och har sedan genomförts varje år.

För ytterligare information:

Ulrika Facht tel 031 786 13 06
Karin Hellingwerf tel 031 786 19 92

ulrika.facht@nordicom.gu.se
karin.hellingwerf@nordicom.gu.se

Mediebarometern 2012 kan beställas via Nordicoms hemsida www.nordicom.gu.se eller anne.claesson@nordicom.gu.se

