

# SMÅBARNSFÖRÄLDRARS SYN PÅ TELEVISIONENS BARNKANALER<sup>1</sup>

GABRIELLA SANDSTIG

Föräldrarnas attityder till mediernas innehåll och påverkan, snarare än statlig censur eller föräldrarnas egna medievanor, har visat sig vara den mest betydelsefulla faktorn för att motverka att barn utsätts för skadligt medieinnehåll (Warren, 2003). Framförallt handlar det om negativa attityder och att skydda barn från televisionens skadliga effekter som utvecklande av aggressivt beteende till följd av medievåld. Något som forskningen kring medieeffekter ägnade mer än halva det förra seklet åt att fastställa (Lowery and DeFleur, 1995). Nyare forskning har också visat att medierna, även om de inte är den huvudsakliga orsaken, kan påverka barnfetma, brister i barnens sociala och kognitiva utveckling och alla tänkbara aspekter av barns hälsa, detta gällande såväl äldre typer av medier som nyare (Strasburger m.fl., 2009).

Men även om det främst forskats kring mediernas negativa inflytande på barn, har man inom medieforskningen under senare år börjat uppmärksamma också mediernas positiva inverkan på barns utveckling. En anledning till det förnyade intresset och intresset för just småbarn (0-6 år) är att även de minsta till följd av ett förändrat medielandskap med nya medier och större utbud och valfrihet i större utsträckning än tidigare har möjlighet att delta som aktörer (Carlsson, 2010; Livingstone m.fl., 2009; Tuftu m.fl., 2007; von Feilitzen m.fl., 2007). Inom forskningen påtalas relevansen av att föräldrarna inte bara väljer bort sådant medieinnehåll som kan vara skadligt, utan att de främjar barnens förmåga att tolka och även kritiskt granska mediernas budskap (Funk m.fl., 2009). Något som inte minst manifesteras av den vid årsskiftet nybildade myndigheten Statens Medieråd, som i motsats till det gamla Medierådet inte bara ska arbeta med att minska riskerna för skadlig mediepåverkan när det gäller barn och unga, utan dessutom ska stärka barn och unga som medvetna medieanvändare (se även Carlsson, 2006).

I detta kapitel är det småbarnsföräldrarnas åsikter om vilken tv-kanal de tycker har de bästa barnprogrammen som är i fokus. Efter en kort inledande beskrivning av svenskarnas åsikter om den bästa barnkanalen, följer en analys av hur dessa åsikter har förändrats över tid. Kapitlet avslutas med en tvärsnittsanalys av sambandet mellan denna åsikt och småbarnsfamiljens och allmänhetens medievanor respektive allmänna intryck av dessa tv-kanaler 2010.

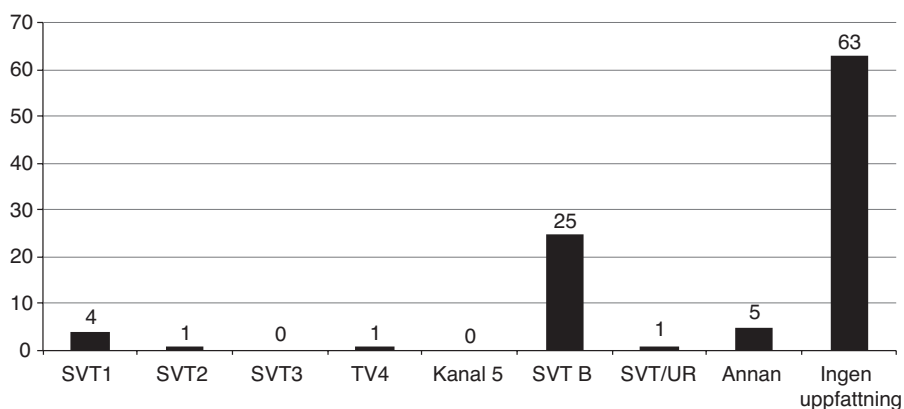
## Vilken är den bästa tv-kanalen för barn?

Majoriteten, närmare två tredjedelar av svenskarna har ingen uppfattning om vilken som är den bästa barnkanalen. En fjärdedel av dem som har en åsikt är dock överens

om att SVT B Barnkanalen – som sedan 2002 är SVT:s barnkanal som distribueras gratis i samtliga större distributörens basutbud – har de bästa barnprogrammen. En liten minoritet, ca var tionde svensk anser också att det är någon av SVT:s övriga kanaler (SVT 1, SVT 2 eller SVT/UR) alternativt någon annan kanal än de som omnämnts som har de bästa barnprogrammen (figur 1). Skulle vi bara utgå från dem med uppfattning är det omkring två tredjedelar av svarspersonerna som anger SVT B.

Vi har inte frågat specifikt efter vilka andra tv-kanaler det är tal om, men de barnkanaler som ingår i det svenska tv-utbudet förutom SVT B är de sex betal-tv-kanaler: Disney Channel, Disney XD, Nickelodeon, Playhouse Disney Cartoon Network, Boomerang samt Nick Junior.

**Figur 1 Allmänhetens åsikt om vilka tv-kanaler som har de bästa barnprogrammen 2010 (procent)**



**Kommentar:** Frågans formulering: Vilken tv-kanal tycker du har de bästa programmen när det gäller: (Markera endast en kanal per rad.) Andelarna från det första frågealternativet: Barnprogram, redovisas i figuren ovan. Svarsalternativen var i följande ordning från vänster till höger: SVT1; SVT2; TV3; TV4; Kanal 5; SVT B Barnkanalen; SVT/UR Kunskapskanalen; Annan kanal; Ingen uppfattning. Totalt antal svarande=1582.

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2010

En troligt förklaring till SVT B Barnkanalens popularitet är att den som gratiskanal är mer spridd än övriga barnkanaler i det svenska utbudet. SVT:s egna undersökningar visar att penetrationen för SVT B bland de individer som har uppgett att de har småbarn (under 7 år) i hushållet under året 2010 uppgår till 90 procent. Detta kan jämföras med mindre än halva spridningen för Nickelodeon (47 procent) och Disney Channel (38 procent).

Ser vi närmare på skillnader i åsikten om SVT B som den bästa barnkanalen finns det inga signifikanta skillnader mellan kvinnor och män men däremot efter ålder, utbildningsnivå och hushållsinkomst. De yngre (16-29 år) och de som är i åldern då de kan antas ha barn boende hemma (30-49 år) anser i högre utsträckning än äldre att SVT B har de bästa barnprogrammen medan det omvända förhållandet gäller dem som inte har någon uppfattning. Det är också vanligare att ha en uppfattning respektive att anse att SVT B är den bästa barnkanalen ju högre utbildningsnivå eller hushållsinkomst man har. Detta är också samma grupper som generellt har ett stort förtroende för SVT. I stort saknas det signifikanta skillnader efter bedömning av subjektiv klass, om man bor i en storstad eller på landsbygden samt efter ideologisk orientering.

Med andra ord finns det utifrån en granskning av sambanden mellan åsikten om den bästa barnkanalen och demografiska indikatorer två typer av faktorer att undersöka närmare: betydelsen av ålder samt ekonomiskt och kulturellt kapital. Jag kommer i detta kapitel främst att fördjupa mig i betydelsen av ålder.

En tänkbar förklaring till de yngres positiva inställning till SVT B är att deras egen erfarenhet av att ha tittat på barnkanalen under sin egen uppväxt (när dessa program tidigare visades i SVT1) fortfarande kan antas vara aktuell. Utifrån MMS-data för året 2010 går det också att utläsa att det främst är barn i åldrarna 3-6 år, och deras föräldrar som tittar på SVT B. Den positiva inställningen bland 30-49 åringar skulle därför kunna förklaras av att det också främst är denna grupp som också har småbarn i hushållet och tillika tittar på barnkanalen tillsammans med sina småbarn.

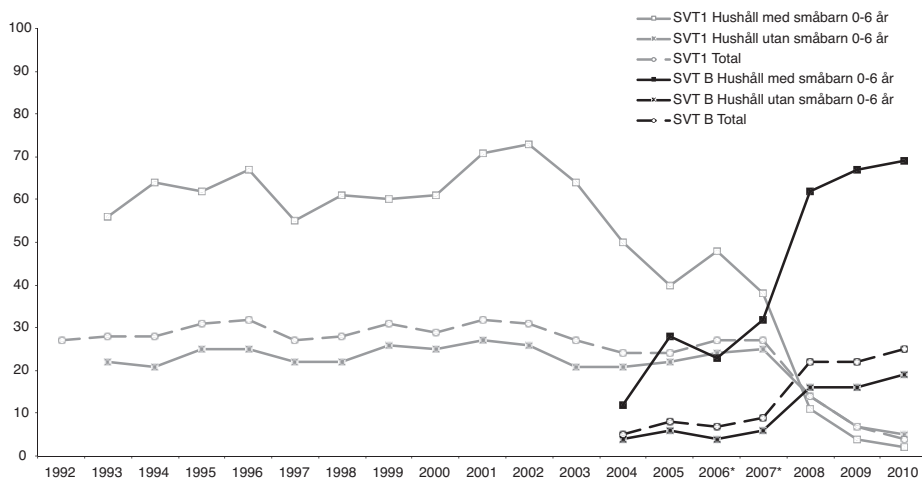
Drygt 80 procent av hushållen är flerpersonershushåll och i en sjättedel (15 procent) av dessa återfinns småbarnsfamiljer (barn i åldern 0-6 år). I dessa småbarnsfamiljehushåll saknar en tredjedel syskon medan drygt två tredjedelar av barnen har ett eller flera syskon (68 procent). Ser vi närmare på hur åsikten om den bästa barnkanalen fördelar sig i hushåll där det finns, respektive saknas småbarn ser det ut enligt följande. Drygt två tredjedelar (69 procent) av småbarnsföräldrarna (eller bland de svarande som bor i hushåll där småbarn bor regelbundet) är överens om att det är SVT B Barnkanalen som har de bästa barnprogrammen 2010. Den övervägande andelen som saknar småbarn i hushållet har ingen uppfattning i frågan, men också en sjättedel av dem som saknar småbarn i hushållet.

### **Hur har åsikterna förändrats över tid?**

Åsikten om den tv-kanal som har de bästa barnprogrammen, har sedan den började att mätas inom ramen för SOM-undersökningarna 1992, varit ganska stabil. Under större delen av 1990-talet och fram till 2002 då SVT B startade delade närmare en tredjedel av allmänheten åsikten om att SVT1 hade de bästa barnprogrammen (figur 2). Efter introduktionen av barnkanalen, fram till och med 2007 sjunker andelen som anser att SVT1 har den bästa barnkanalen med ca fem procentenheter, för att därefter sjunka mer drastiskt ner till knappt fyra procent. Motsvarande ökning

går sedan 2004 att skönja för SVT B som den bästa barnkanalen. Andelen svenskar som anser att SVT B har de bästa barnprogrammen ligger 2010 på motsvarande nivå som vad SVT1 hade före introduktionen av barnkanalen (ca 25 procent).

**Figur 2 Småbarnsföräldrarnas åsikt om de tv-kanaler som har de bästa barnprogrammen 1993-2010 (procent)**



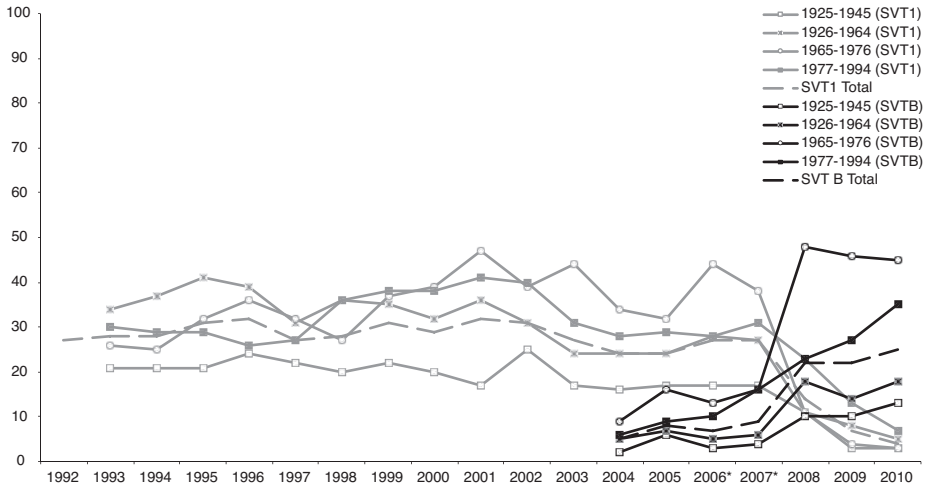
**Kommentar:** Frågans formulering (se figur 1) har varit i stort sett likadan sedan den först ställdes 1992. Dock har de tillgängliga svarsalternativen sett något annorlunda ut genom åren. SVT B Barnkanalen tillkom först 2004 och \*) svarsalternativen på frågan om vilken tv-kanal som man ansåg hade de bästa barnprogrammen skiljde 2006 och 2007 inte på SVT och SVT2.

**Källor:** De nationella SOM-undersökningarna 1992–2010.

Småbarnsfamiljerna ligger klart högre än familjerna utan barn, men följer fluktuationerna i allmänhetens åsikt om den bästa barn-tv-kanalen. Andelen som anser att SVT1 och vidare SVT B, ligger generellt sett mycket högre (figur 2). För att det ska gå att tala om en livscykeffekt i åsikten om den bästa barn-tv-kanalen bör åsikten generellt sett ligga på en konstant högre nivå över tid. Något också åsikten, med undantag av kanalbytena under mitten av 2000-talet, också har gjort.

Åsikten har också som visats ovan ett samband med ålder, där man tenderar att tycka SVT B har de bästa barnprogrammen om man är ung eller är i en ålder när man förväntas ha småbarn. Men det kan också vara relevant att undersöka sambandet med generationstillhörighet då det också är tänkbart att åsikten om den bästa barn-tv-kanalen är ett resultat av att man ”växt upp” med denna. Om det är tal om generationseffekter ska åsikten om bästa barnkanalen ”följa med” generationens åsikt från det tillfälle när generationen så att säga växte upp med mediet eller kanalen.

**Figur 3** Fyra generationers åsikt om de tv-kanaler som har de bästa barnprogrammen 1993-2010 (procent)



**Kommentar:** Generationstillhörigheten är baserad på frågan om när man är född och är baserad på en indelning i generationer efter Zukin (2006).

**Källor:** De nationella SOM-undersökningarna 1992–2010.

Som vi kan se finns det klara generationseffekter fram till och med kanalbytet 2004. Bland de två första generationerna (födda 1925-1945 och 1946-1964) som etablerat medievänor utifrån monopoltidens barnprogrammen i en enda tv-kanal går det att skönja en ganska stabil, om än svagt nedåtlutande trend (figur 3). I de två senare generationerna (födda 1965-1976 och 1977-1994) som antingen växt upp med den stora satsningen på pedagogiska barnprogram på 1970-talet eller den nya konkurrensutsatta marknaden, har trenden också varit ganska stabil, om än svagt uppåtgående. Vad vi ser fram till och med kanalbytet är alltså förutom generationseffekter också inslag av samhällseffekter, där så att säga främst de yngre generationerna anpassar sig det förändrade medielandskapet. Det märks inte minst tydligt efter kanalombytet där generationseffekterna är mycket svagare och samhällseffekterna drar ifrån.

### Vad bestämmer attityden till SVT B?

Vi vet sedan tidigare studier att det finns ett generellt samband mellan medietityder och medievänor (se Bergström och Weibull, 2008). Åsikten om den bästa barnkanalen har också samband med i vilken utsträckning man regelbundet tittar på motsvarande tv-kanaler. Det finns också ett generellt samband mellan allmänhetens

skattningar av den bästa barnkanalen (bland dem som har en uppfattning), och hur ofta de brukar titta på olika tv-kanaler. De starkaste sambanden finns mellan åsikten om den bästa barnkanalen och tittandet på någon av SVT:s kanaler, särskilt SVT B (Pearsons  $r=0,28$ ) och SVT1 (Pearsons  $r=0,24$ ), medan sambanden mellan åsikten och tittandet på de övriga kanalerna i det svenska utbudet är svagare (Pearsons  $r \leq 0,12$ ). Nedan följer en vidare tvärsnittsanalys av sambandet mellan åsikten om den bästa barnkanalen och själva vanan av att titta på tv samt betydelsen av det allmänna intrycket av SVT B.

**Tabell 1 Andel som anser att SVT B har de bästa barnprogrammen efter hur ofta man tittar på tv-kanaler i det svenska utbudet (procent)**

	SVT1	SVT2	TV3	TV4	Kanal 5	SVT B Barn- Kanalen	SVT/UR Kunskaps- kanalen
Minst 5dgr/veckan	26	26	31	27	32	82 <sup>1</sup>	36 <sup>1</sup>
1-4 dgr/veckan	28	27	27	27	29	68	31
Mer sällan/aldrig	22	23	18	12	16	17	23

**Kommentar:** Frågans formulering: Hur ofta brukar du titta på program i följande tv-kanaler? Svartalternativen var i följande ordning, från vänster till höger: Har ej tillgång; Dagligen; 5-6 dgr/veckan; 3-4 dgr/veckan; 1-2 dgr/veckan; Mer sällan; Aldrig. Andelarna i tabellen avser dem som har tillgång till kanalen och de som har uttryckt en åsikt. Antal respondenter som svarat minst 5dgr/veckan; 1-4 dgr/veckan; Mer sällan/aldrig; är i följande ordning: SVT1: 977, 403, 247; SVT2: 875, 438, 315; TV3: 464, 541, 510; TV4: 917, 520, 186; Kanal 5: 390, 516, 608; SVTB: 88, 145, 1337; SVT/UR: 95, 373, 1122. <sup>1</sup> Observera att antalet respondenter är lågt.

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2010.

De som minst en gång i veckan eller oftare tittar på SVT B gör föga oväntat en mycket positiv av bedömning av barnprogrammen i SVT B. Av dem som tittar minst fem dagar i veckan, anser drygt 80 procent att SVT B har de bästa barnprogrammen och motsvarande andel bland dem som tittar en till fyra dagar i veckan uppgår till en dryg tredjedel (68 procent) (tabell 1). I övrigt är det små skillnader i åsikten om att SVT B har de bästa barnprogrammen efter vilken tv-kanal man tittar på. En dryg fjärdedel av dem som minst fem gånger i veckan tittar på någon av de resterande kanalerna i det svenska utbudet anser att SVT B är den bästa barnkanalen.

Vanan av att konsumera medier har i flera studier också visat sig ha ett starkt positivt samband med förtroendet för motsvarande medier (jfr Lennart Weibulls kapitel om medieförtroende i denna volym). Nu är förtroendefrågan inte ställd specifikt att gälla förtroendet för SVT B, men det finns ett svagt samband mellan åsikten om den bästa barnkanalen (bland dem som har en uppfattning) och förtroende för SVT (Pearsons  $r=0,10$ ). Det finns också ett generellt samband mellan allmänhetens skattningar av den bästa barnkanalen (bland dem som har en uppfattning), och

deras allmänna intryck av de svenska tv-kanaler, men med undantag för sambandet med intrycket av SVT B (Pearsons  $r=0,30$ ), är sambanden svaga (Pearsons  $r>=0,14$ ).

Bland dem som har en positiv inställning till SVT B är det 70 procent som anser att SVT är den bästa barnkanalen (tabell 2). Men också bland dem som inte anser att de har något positivt eller negativt intryck av SVT B, anser drygt en tredjedel att SVT B har de bästa barnprogrammen. Med undantag för dem som har ett positivt intryck av SVT/UR, är det en dryg fjärdedel bland dem som har ett positivt intryck av resterande kanaler i utbudet som också anser att SVT B är den bästa barnkanalen.

**Tabell 2 Hur stor andel som anser att SVT B har de bästa barnprogrammen efter det allmänna intrycket av de svenska tv-kanalerna (procent)**

	SVT1	SVT2	TV3	TV4	Kanal 5	SVT B Barn- Kanalen	SVT/UR Kunskaps- kanalen
Positiv	26	27	33	29	32	70	36
Varken eller	31	30	23	24	26	34	36
Negativ	24 <sup>1</sup>	28 <sup>1</sup>	28	23	29	16 <sup>1</sup>	29 <sup>1</sup>
Ingen uppfattning	3	3	14	3	13	4	11

**Kommentar.** Frågans formulering: Vilket är ditt allmänna intryck av de svenska tv-kanalerna? Svartalternativen var i följande ordning, från vänster till höger: Mycket positivt; Ganska positivt; Varken positivt eller negativt; Ganska negativt; Mycket negativt; Ingen uppfattning. Andelarna i tabellen avser dem som har svarat på frågan. Antal respondenter som svarat Mycket eller ganska positivt; Varken positivt eller negativt; ganska eller mycket negativt; är i följande ordning: SVT1:1191, 259, 68, 127; SVT2: 1070, 335, 88, 152; TV3: 565, 459, 270, 352; TV4:1059, 311, 122, 153; Kanal 5:569, 445, 206, 427; SVTB:410, 254, 38, 944; SVT/UR: 593, 324, 52, 678.<sup>1</sup> Observera att antalet respondenter är lågt.

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2010

Nedan granskar jag med hjälp av en regressionsanalys den självständiga effekten på åsikten om den bästa barnkanalen efter de indikatorer som visat sig vara mest betydelsefulla: tittandet på SVT B respektive SVT1, ålder, om man har småbarn i hushållet, utbildning och hushållsinkomst. Även om det allmänna intrycket av SVT B uppenbarligen är betydelsefullt för åsikten om den bästa barnkanalen, ligger den för nära åsikten om den bästa barnkanalen för att ingå nedanstående regression.

Utifrån ett tvärsnitt 2010 förklarar modellen som helhet (tabell 3) närmare en sjättedel av allmänhetens åsikt om den bästa barnkanalen. Tv-tittandet på SVT 1 men även SVT B förklarar mest. Däremot är den självständiga effekten av de demografiska faktorerna: att ha småbarn i hushållet, åldern (att vara ung, medelung), utbildning (högre) och hushållsinkomsten (högre) på åsikten om den bästa barnkanalen mycket låg. Resultaten talar för en djupare granskning av hur dessa faktorer kan ha samspelat över tid.

**Tabell 3 Effekten av tittande på SVT B respektive SVT1, ålder, hushålls-kontext, utbildning och hushållsinkomst på åsikten om den bästa barnkanalen 2010 (standardiserad regressionskoefficient, b-värde samt signifikans, p-värde)**

	Bivariat effekt (stand. B-värde)	Multivariat effekt (stand. B-värden)
Tittande på SVT B	0,28 ***	0,24 ***
Tittande på SVT1	0,24 ***	0,22 ***
Utbildning, fyrdelad	0,12 ***	0,07
Småbarnshushåll, tvådelad	0,14 ***	0,05
Ålder, fyrdelad	-0,11 ***	-0,04
Hushållsinkomst, tredelad	0,03 ***	-0,03
R2 (%)		0,13
Antal svarspersoner		530

**Kommentar.** \* p< .05; \*\* p< .01; \*\*\*p< .001. Den beroende variabeln, åsikten om den bästa barnkanalen, är i tabellen ovan en omarbetad variabel som bygger på resultaten vars formulering och svarsalternativ framgår av figur 1. Den omarbetade variabeln har fått värde efter i vilken utsträckning de som har haft en uppfattning i frågan ansett att respektive tv-kanal har de bästa barnprogrammen enligt följande (ju populärare, desto högre värde): 3=SVT B; 2=SVT1, SVT2, SVT/UR;1=Annan kanal; 0=TV3, TV4, Kanal 5.

### SVT viktigare än barnen?

Även om den inledande översikten ger intrycket av att ålder och småbarn i hushållet har ett starkt samband med åsikten om den bästa barnkanalen, är den självständiga effekten av ålder och barn liten, och även om själva vanan i sig, att se på SVT B är betydelsefull är också tv-tittandet på svenska kanaler i allmänhet och SVT1 i synnerhet avgörande.

Den fas i livet som småbarnsföräldrarna befinner sig i förklarar således en del av synen på SVT1 sedermera SVT B som den kanal som har de bästa tv-programmen. Men regressionsanalysen visar att det i nästan lika stor utsträckning är vanan av att se på svensk tv som kan förklara åsikten om SVT B som den bästa barnkanalen. En åsikt som fram till och med början på 2000-talet visat sig vara präglad av den mediegeneration som allmänheten växt upp med, men som visar sig vara på väg att luckras upp till att snarare spegla förändringar i medielandskapet.

## Not

- <sup>1</sup> Ett särskilt tack till Bengt Nordström, SVT publik- & utbudsanalys, för möjligheten att analysera Sveriges Televisions specialfrågor inom den nationella SOM-undersökningen 2010. Ett stort tack går också till projektet *Globaliseringsinitiativet, hälsa och välfärd* finansierat av Nordiska Ministerrådet och projektledaren för delprojekt 4, professor Karin Ringsberg vid Nordiska högskolan för folkhälsovetenskap för välkommandet och möjligheten att delta i delprojektet med syfte att främja 3-5 åriga nordiska barns hälsosamma livsstil. Delprojektet har förutom inspiration gett mig tillfälle att tillsammans med professor Bengt Johansson, utforska varför det är relevant att undersöka småbarnsföräldrars attityder till medierna.

## Referenser

- Bergström, A. och Weibull, L. (2008) "Papper och webb- två sidor av samma mynt?" i *Regionen och flernivådemokratien*. s. 167-174. Göteborg: SOM-institutet.
- Carlsson, U. 2010, *Children and Youth in the Digital Media Culture*. Gothenburg, Nordicom, University of Gothenburg.
- Carlsson, U. (2006). "What is media and information literacy?" *In the Service of Young People? Studies and Reflections on Media in the Digital Age*. s. 307-312. Göteborg: Göteborg University.
- Lowery, S. A. och M. L. DeFleur (1995) *Milestones in Mass Communication Research, 3rd edn*. New York: Longman.
- von Feilitzen, C. och Carlsson, U. (eds.) 2007, *In Service of Young People?* Gothenburg. Nordicom, University of Gothenburg.
- Funk, J.B., Brouwer, J., Curtiss, K. & McBroom, E. (2009) "Parents of Preschoolers: Expert Media Recommendations and Ratings Knowledge, Media-Effects Beliefs, and Monitoring Practices", *Pediatrics*, vol. 123, no. 3, s. 981-988.
- Livingstone, S. och Haddon, L. (2009) *Young People in the European Digital Media Landscape*. Gothenburg: Nordicom, University of Gothenburg.
- Strasburger, V.C., Wilson, B.J. & Jordan, A.B. (2009) *Children, Adolescents, and the Media. 2nd ed*. Thousand Oaks, CA: Sage: 2009.
- Tufte, B. och Ekström, K.M. (eds.) (2007) *Children, Media and Consumption*. Gothenburg. Nordicom, University of Gothenburg.
- Warren, R. (2003) "Parental mediation of preschool children's television viewing", *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, vol. 47, no. 3, s. 394-417.

