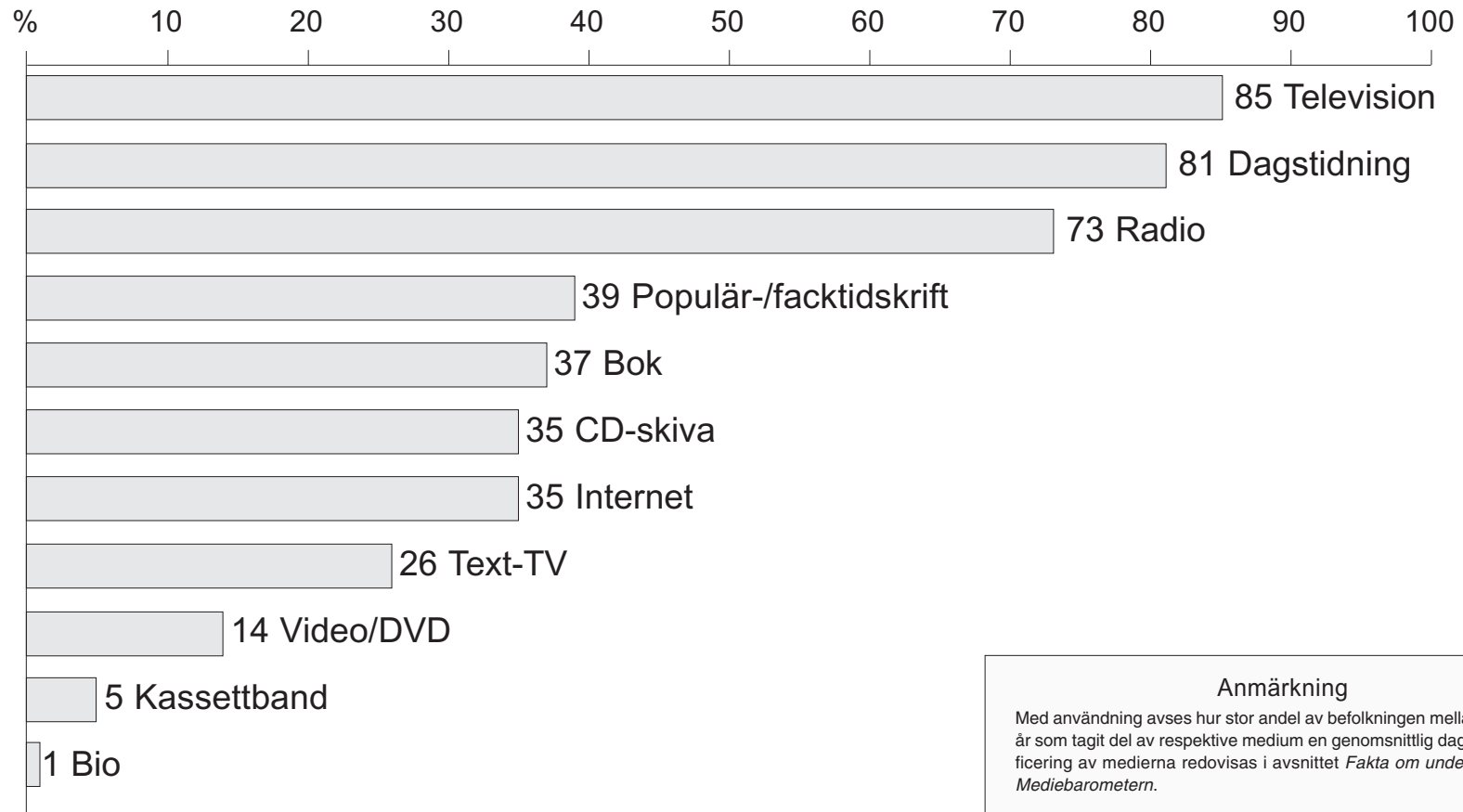


Mediedagen 2004

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika massmedier en genomsnittlig dag 2004 (%)



Anmärkning

Med användning avses hur stor andel av befolkningen mellan 9 och 79 år som tagit del av respektive medium en genomsnittlig dag. En klassificering av medierna redovisas i avsnittet *Fakta om undersökningen Mediebarometern*.

Mediedagen 2004

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika massmedier en genomsnittlig dag 2004 (%)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Television	85	87	83	93	84	81	84	90	88	84	81
Dagstidning	81	80	81	45	70	81	88	91	85	83	88
Radio	73	75	71	49	64	74	77	82	78	76	75
Populär-/facktidskrift	39	35	43	38	30	34	42	50	40	38	43
Bok	37	29	45	55	43	35	34	33	21	30	50
CD-skiva	35	34	36	40	57	44	28	14	19	39	38
Internet	35	37	33	23	48	46	35	11	14	38	48
Text-TV	26	34	18	14	30	30	23	25	23	29	27
Video/DVD	14	15	12	31	21	15	8	9	8	12	12
Kassettband	5	4	5	4	4	4	5	6	5	5	5
Bio	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	2

Mediedagen 1979-2004

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika massmedier en genomsnittlig dag 1979-2004 (%)

	1979	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Radio ¹	73	69	69	68	71	65	73	74	77	76	77	78	77	78	77	82	80	81	82	80	80	80	79	79	79	73
Kassettband	30	34	34	38	38	35	38	39	39	33	35	34	37	35	32	26	25	21	19	18	14	12	9	9	5	5
CD-/grammofonskiva ²	26	24	21	24	20	18	22	21	21	18	20	18	18	23	24	25	31	30	33	35	37	37	39	39	38	35
Television	76	79	74	78	76	75	76	75	80	76	76	79	79	80	84	85	84	84	84	86	88	88	87	85	87	85
Text-TV	21	23	25	25	28	29	31	28	28	30	26
Video/DVD	1	1	5	4	6	7	7	7	10	8	9	6	4	6	10	14	16	18	15	16	17	15	15	14	14	14
Internet	21	31	32	35	32	33	35
Dagspress	83	80	81	81	84	82	85	81	82	81	81
Morgontidning	74	74	74	74	75	74	75	75	76	76	72	74	73	71	73	73	71	71	72	75	75	74	73	74	73	71
Kvällstidning	39	40	36	36	35	35	33	34	36	38	34	32	32	30	29	30	27	28	28	27	28	28	29	28	30	31
Populär-/facktidskrift	51	49	49	47	50	49	54	47	42	43	39
Vecko-/månadstidning ³	–	23	23	22	30	24	22	21	22	18	19	20	18	19	22	30	31	29	29	31	31	33	33	29	31	28
Special-/facktidskrift	–	22	22	26	27	28	26	26	26	24	24	28	26	24	28	31	29	28	26	27	28	32	21	19	19	16
Bok ⁴	29	29	29	33	31	31	31	33	35	34	31	34	32	33	31	43	44	40	38	39	37	39	38	39	35	37
Skönlitteratur/barn och ungdomslitteratur	24	25	24	26	29	30	27
Facklitteratur/kurs- och läroböcker	16	15	14	14	11	9	7
Bio	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

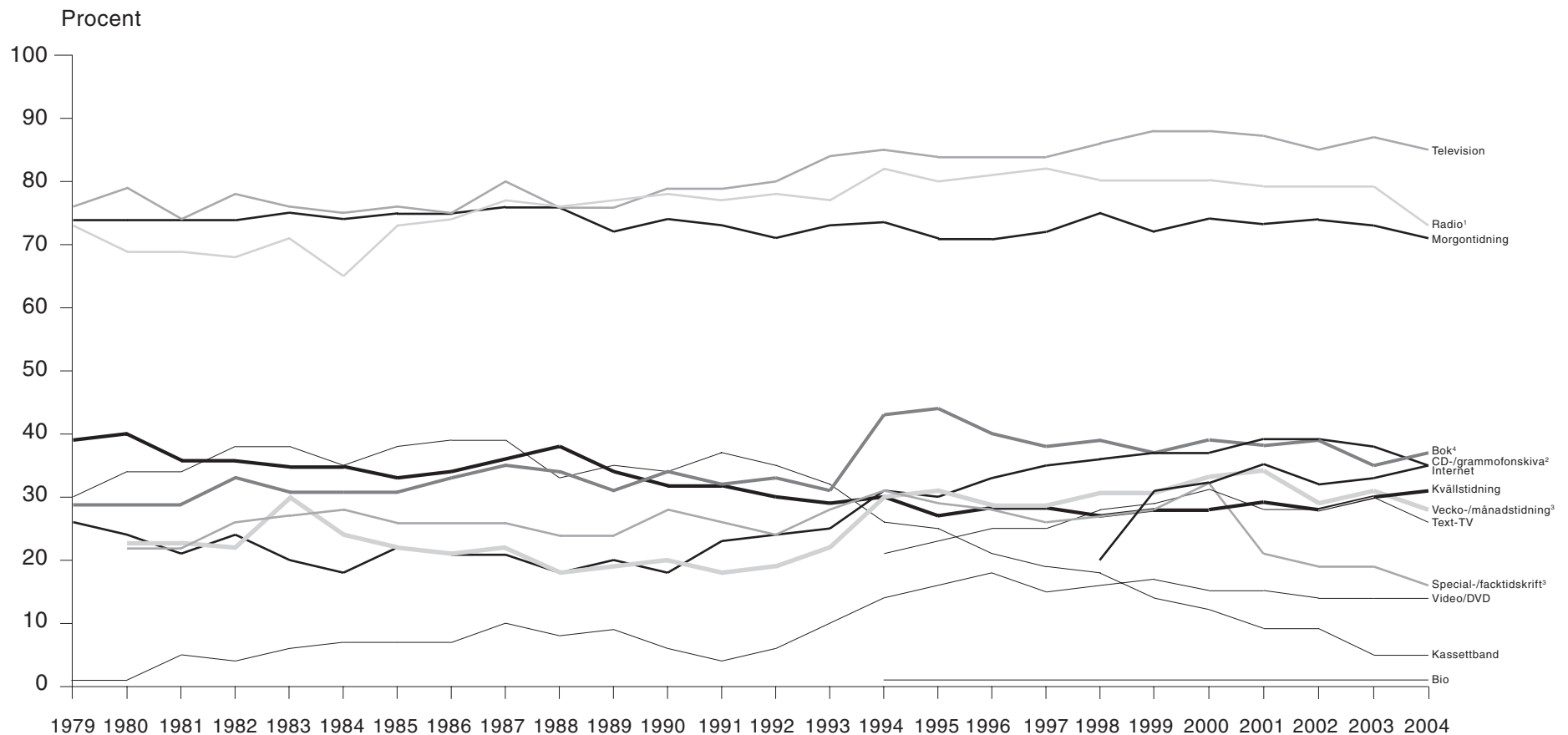
Anm: .. i tabellen innebär att någon fråga om det mediet inte ställdes det året.

1. I frågorna om radio användes 1984 en delvis annan metod för datainsamlingen, vilket har inneburit att det årets siffror inte är helt jämförbara med övriga år.
2. Fram till och med 1993 gällde frågan lyssnande på enbart grammofonskivor, därefter har frågan gällt både grammofonskivor och CD-skivor.

3. Fram till och med 1993 gällde frågan veckotidningar, från och med 1994 har med tanke på tidskriftsmarknadens förändring även månadstidningar explicit angivits i frågan.
4. Fram till och med 1993 gällde frågan bokläsning i allmänhet, från och med 1994 har det i frågan angivits att även skolböcker och facklitteratur ingår.

Mediedagen 1979-2004

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika massmedier en genomsnittlig dag 1979-2004 (%)

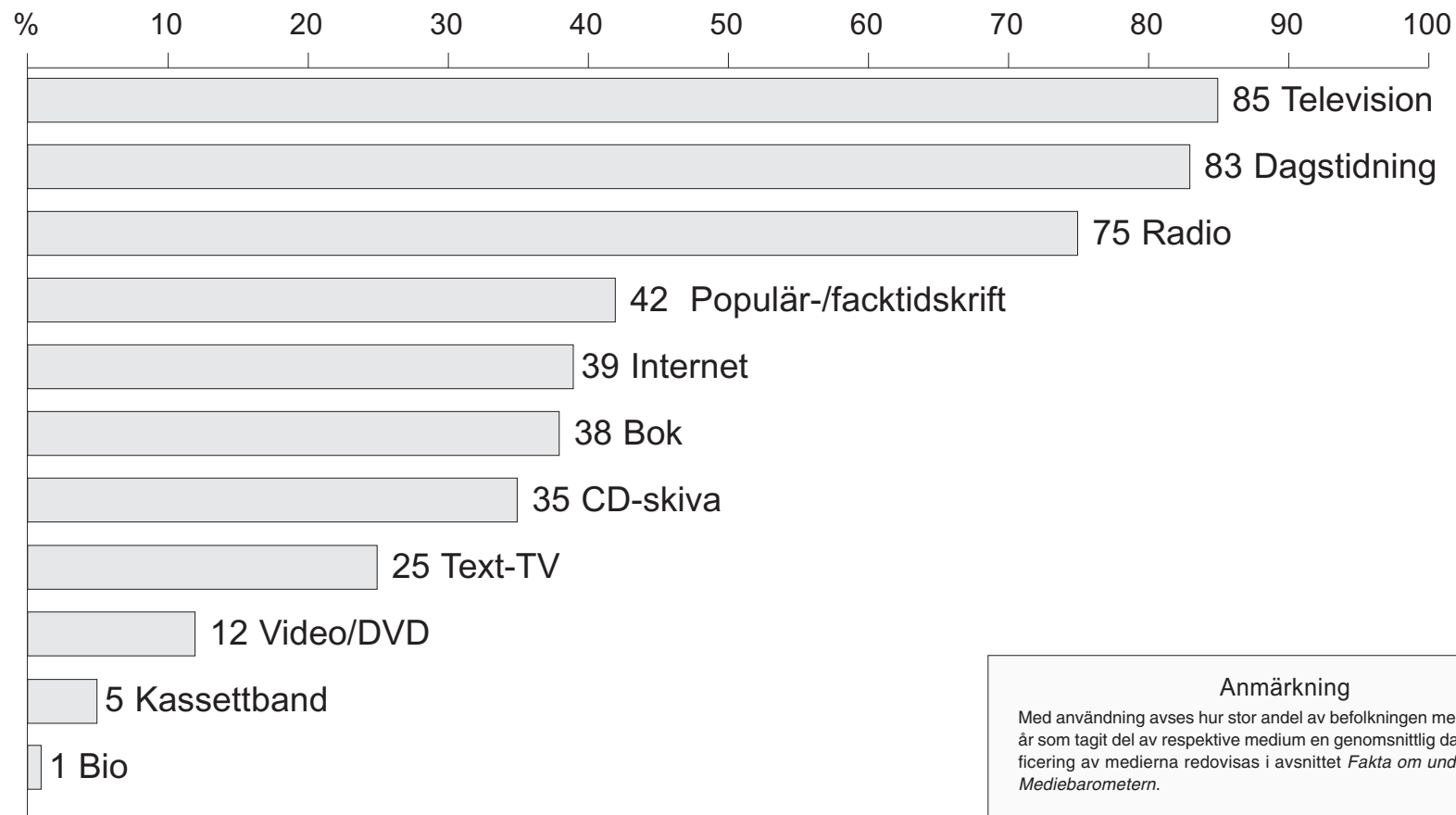


1. I frågorna om radio användes 1984 en delvis annan metod för datainsamlingen, vilket har inneburit att det årets siffror inte är helt jämförbara med övriga år.
2. Fram till och med 1993 gällde frågan lyssnande på enbart grammofonskivor, därefter har frågan gällt både grammofonskivor och CD-skivor.

3. Fram till och med 1993 gällde frågan veckotidningar, från och med 1994 har med tanke på tidskriftsmarknadens förändring även månadstidningar explicit angivits i frågan.
4. Fram till och med 1993 gällde frågan bokläsning i allmänhet, från och med 1994 har det i frågan angivits att även skolböcker och facklitteratur ingår.

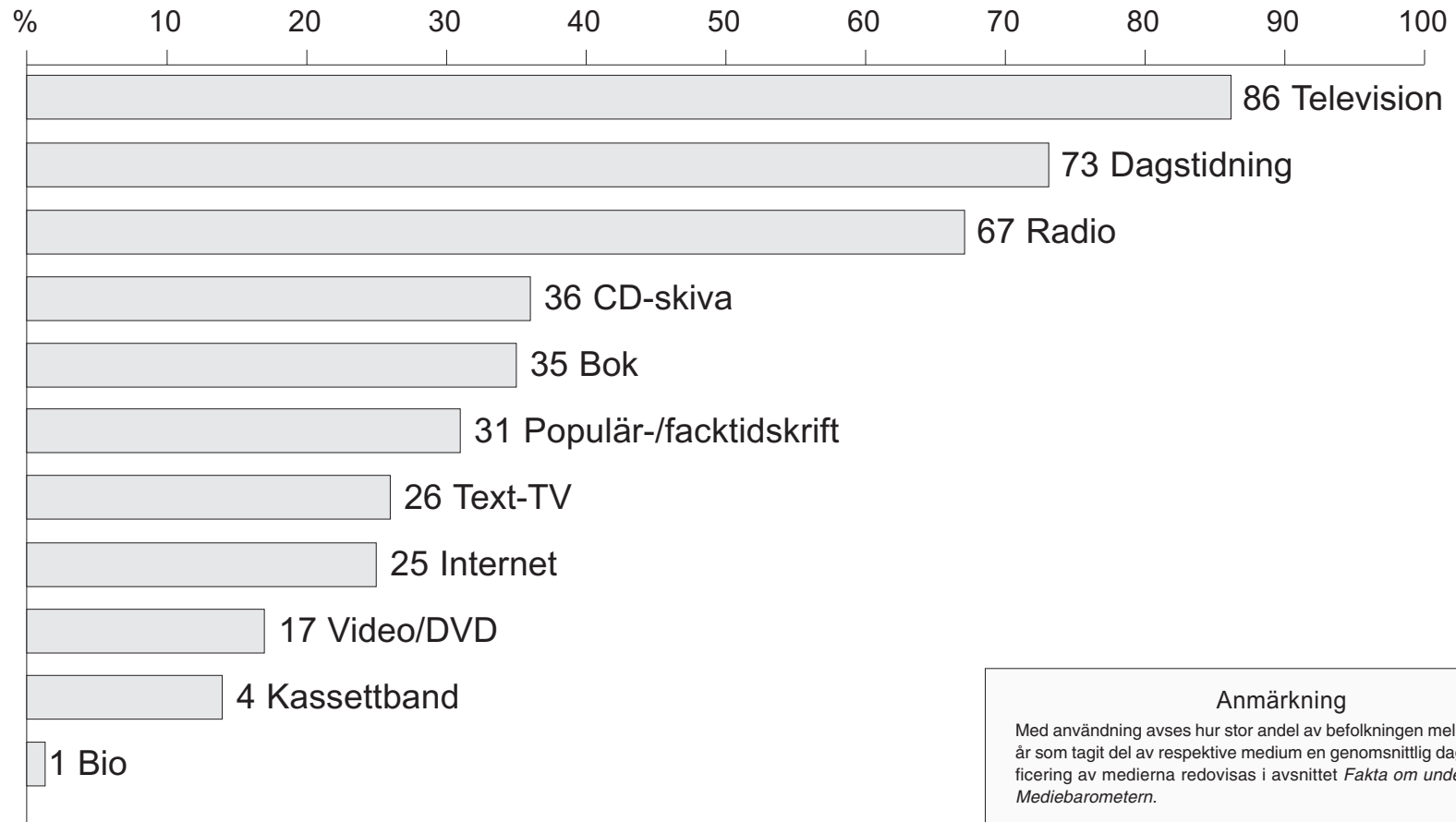
Vardagen 2004

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika massmedier en genomsnittlig vardag 2004 (%)



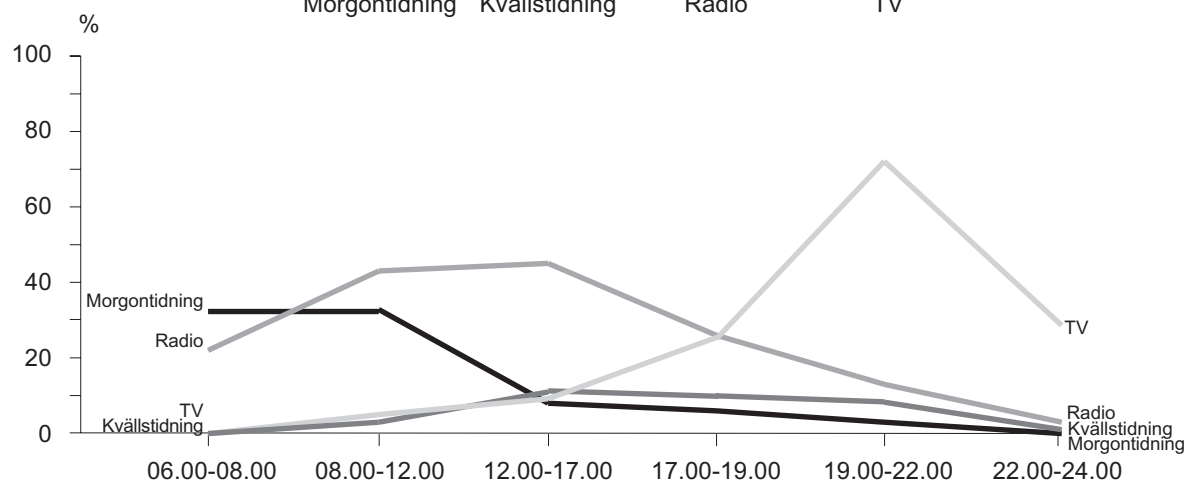
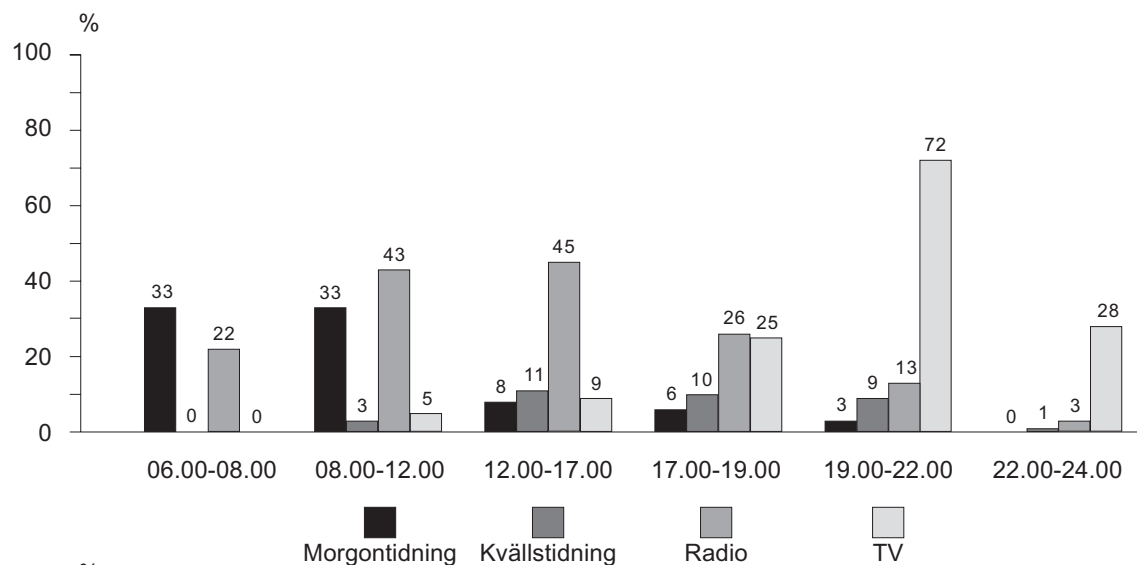
Veckoslut 2004

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika massmedier en genomsnittlig *lördag/söndag* 2004 (%)



Dagliga medier och tidpunkter för användning 2004

Användning av massmedier i hela befolkningen 9-79 år vid olika tidpunkter en genomsnittlig dag 2004 (%)



Tidpunkter för användning

Dygnsrytmen i medieanvändning sammanfaller i stort sett med den förvärvsarbetande befolkningens.

Figuren säger att 33 procent av befolkningen har läst något i en morgontidning före kl 8 och 22 procent har lyssnat på radio. Mellan kl 19 och 22 är televisionen som väntat det helt dominerande mediet då drygt 70 procent sett minst något på TV, morgontidningen läses i första hand fram till kl 12, radion har sin relativt sett starkaste period mellan kl 8 och 17, samt kvällspressen mellan kl 17 och 19.

Män och kvinnor har i huvudsak samma medieanvändningsmönster över dagen. Män har dock något tidigare morgontidningsvanor och något senare TV-vanor än kvinnor.

Pensionärer har en större medieanvändning än ungdomar och medelålders under flertalet tidsintervall under dagen. Förmiddagens radiolyssnande och den sena eftermiddagens TV-tittande är det som framför allt skiljer ut pensionärsgruppen. Ungdomsgruppen utmärks däremot av en mindre omfattande medieanvändning på morgonen och förmiddagen. Fördelningen av användningen av olika medier över dagen är dock densamma i alla åldrar.

Mönstret är sedan några år relativt stabilt. Mellan 2003 och 2004 finns endast marginella skillnader.

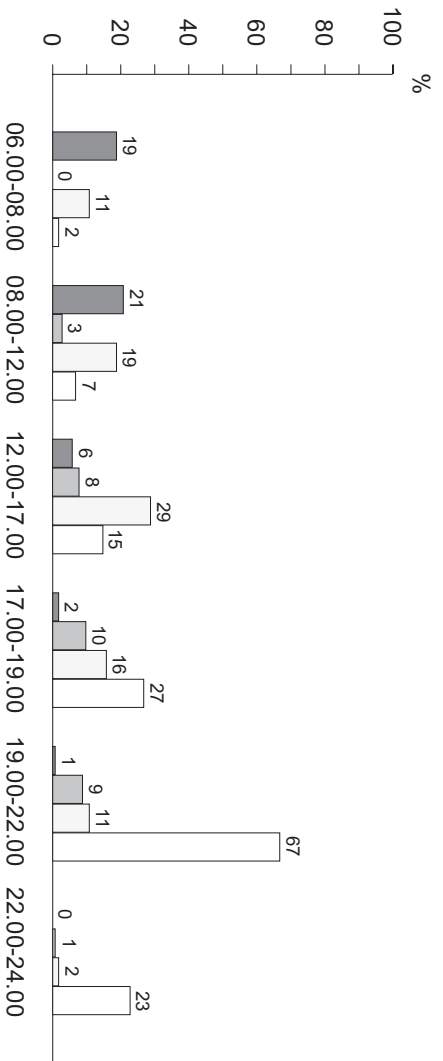
Anmärkning

Med dagliga medier avses här morgontidning, kvällstidning, radio samt TV.

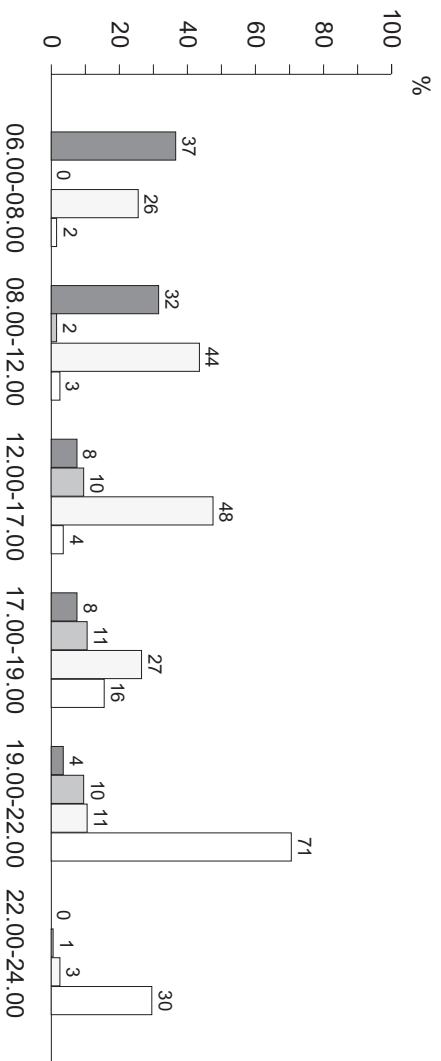
Kurvdiagrammet bygger på samma uppgifter som stapeldiagrammet och illustrerar därmed andelen lyssnare i på förhand uppgivna intervall.

Dagliga medier och tidpunkter för användning 2004

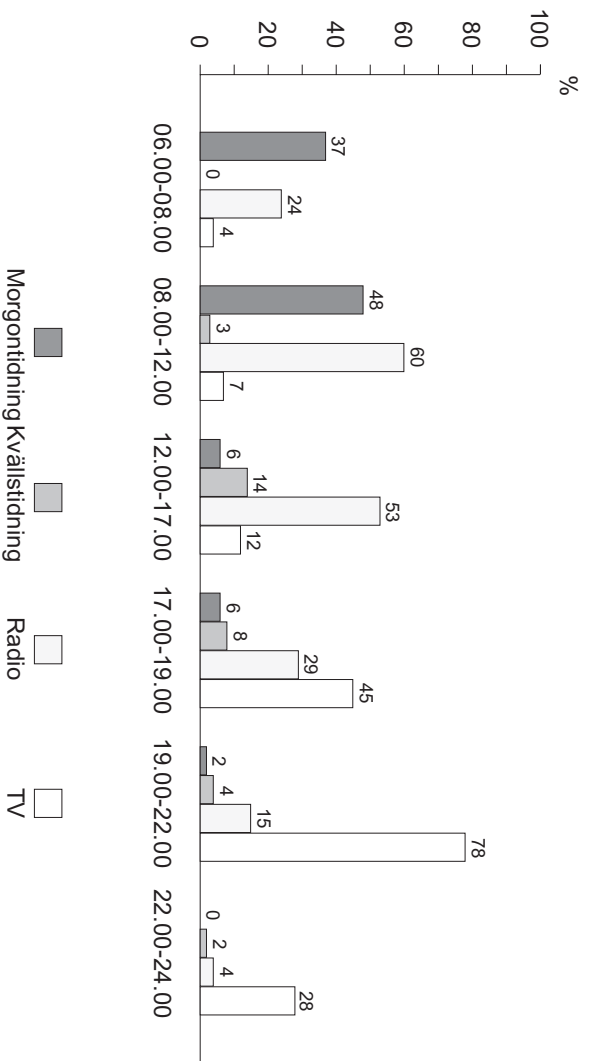
Användning av massmedier bland ungdomar, 9-24 år, vid olika tidpunkter
en genomsnittlig dag 2004 (%)



Användning av massmedier bland medelålders, 35-54 år, vid olika tidpunkter
en genomsnittlig dag 2004 (%)

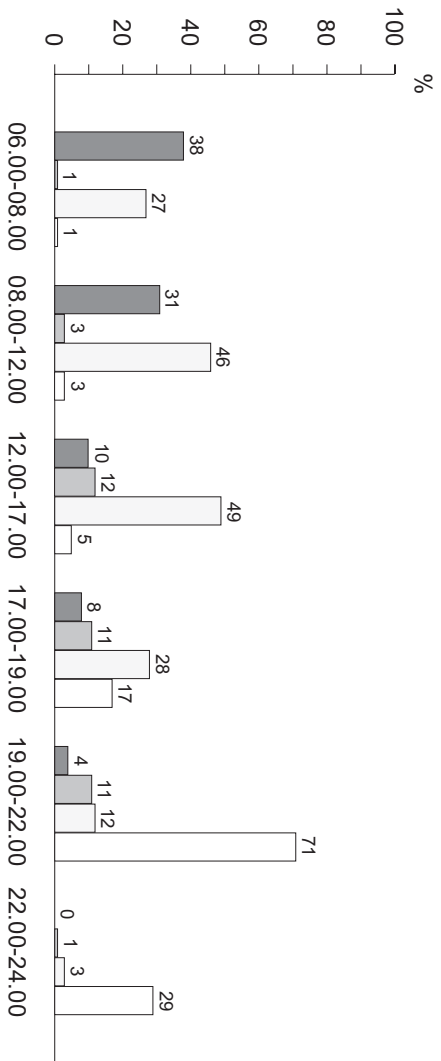


Användning av massmedier bland äldre, 65-79 år, vid olika tidpunkter
en genomsnittlig dag 2004 (%)

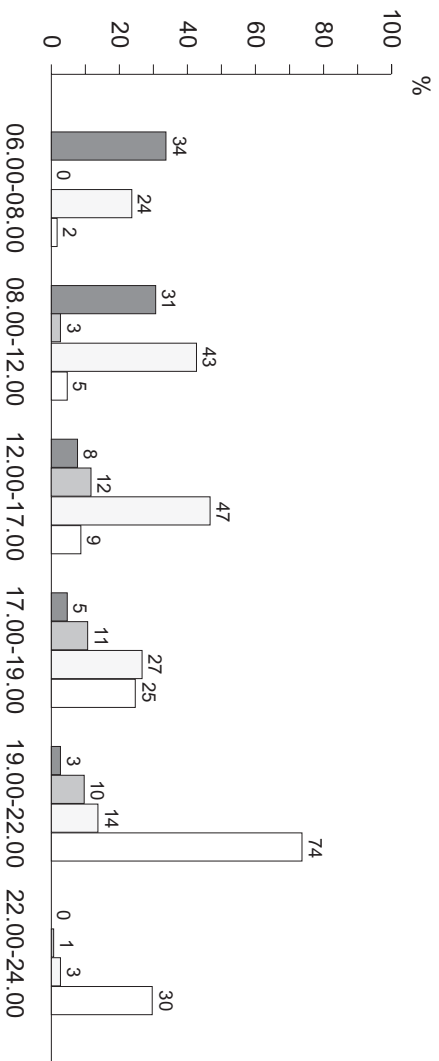


Dagliga medier och tidpunkter för användning 2004

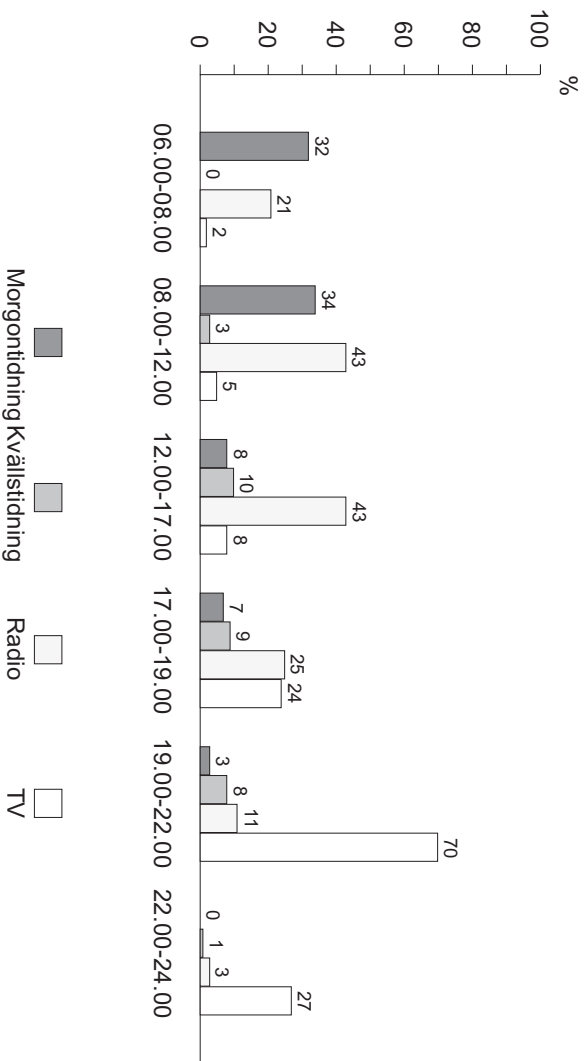
Användning av massmedier bland förvärvsarbetande, 16-79 år, vid olika tidpunkter en genomsnittlig dag 2004 (%)



Användning av massmedier bland män, 9-79 år, vid olika tidpunkter en genomsnittlig dag 2004 (%)



Användning av massmedier bland kvinnor, 9-79 år, vid olika tidpunkter en genomsnittlig dag 2004 (%)



Tidpunkter för användning

Användning av olika massmedier vid skilda tidpunkter under dagen i befolkningen 9-79 år 2004 (%)

	Totalt	Kön		Ålder				
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79
06.00- 08.00								
Enbart morgontidning	19	19	20	11	16	16	24	21
Enbart kvällstidning	0	0	0	–	–	0	0	0
Enbart radio	9	10	9	4	7	12	10	9
Enbart TV	1	1	1	2	1	1	1	1
Både radio och morgontidning	13	14	11	3	5	12	18	15
08.00-12.00								
Enbart morgontidning	16	16	16	8	17	15	17	18
Enbart kvällstidning	1	1	1	1	1	1	1	0
Enbart radio	25	27	24	7	14	29	30	29
Enbart TV	2	2	2	7	2	2	1	2
Både radio och morgontidning	15	14	16	3	8	15	15	28
12.00-17.00								
Enbart morgontidning	3	3	3	2	3	4	3	2
Enbart kvällstidning	4	5	3	4	4	4	4	5
Enbart radio	33	35	31	12	25	36	37	37
Enbart TV	4	5	4	13	7	2	2	5
Både radio och TV	4	4	3	6	3	3	3	5
17.00-19.00								
Enbart morgontidning	3	2	4	0	2	4	4	3
Enbart kvällstidning	5	5	5	4	6	6	6	2
Enbart radio	16	17	15	5	14	19	19	13
Enbart TV	16	16	15	31	13	10	12	27
Både radio och TV	7	5	7	4	4	3	8	14
19.00-22.00								
Enbart morgontidning	1	0	1	0	1	1	1	0
Enbart kvällstidning	2	2	2	1	4	2	1	0
Enbart radio	3	4	3	1	3	3	4	3
Enbart TV	57	57	57	58	51	54	57	64
Både radio och TV	9	10	8	6	9	7	9	11
22.00-24.00								
Enbart morgontidning	0	0	0	–	0	0	–	0
Enbart kvällstidning	1	1	1	–	1	1	0	1
Enbart radio	2	2	2	1	2	2	3	2
Enbart TV	27	29	25	11	30	29	28	26
Både radio och TV	1	1	1	–	1	1	1	2

Tidpunkter och mediekombinationer

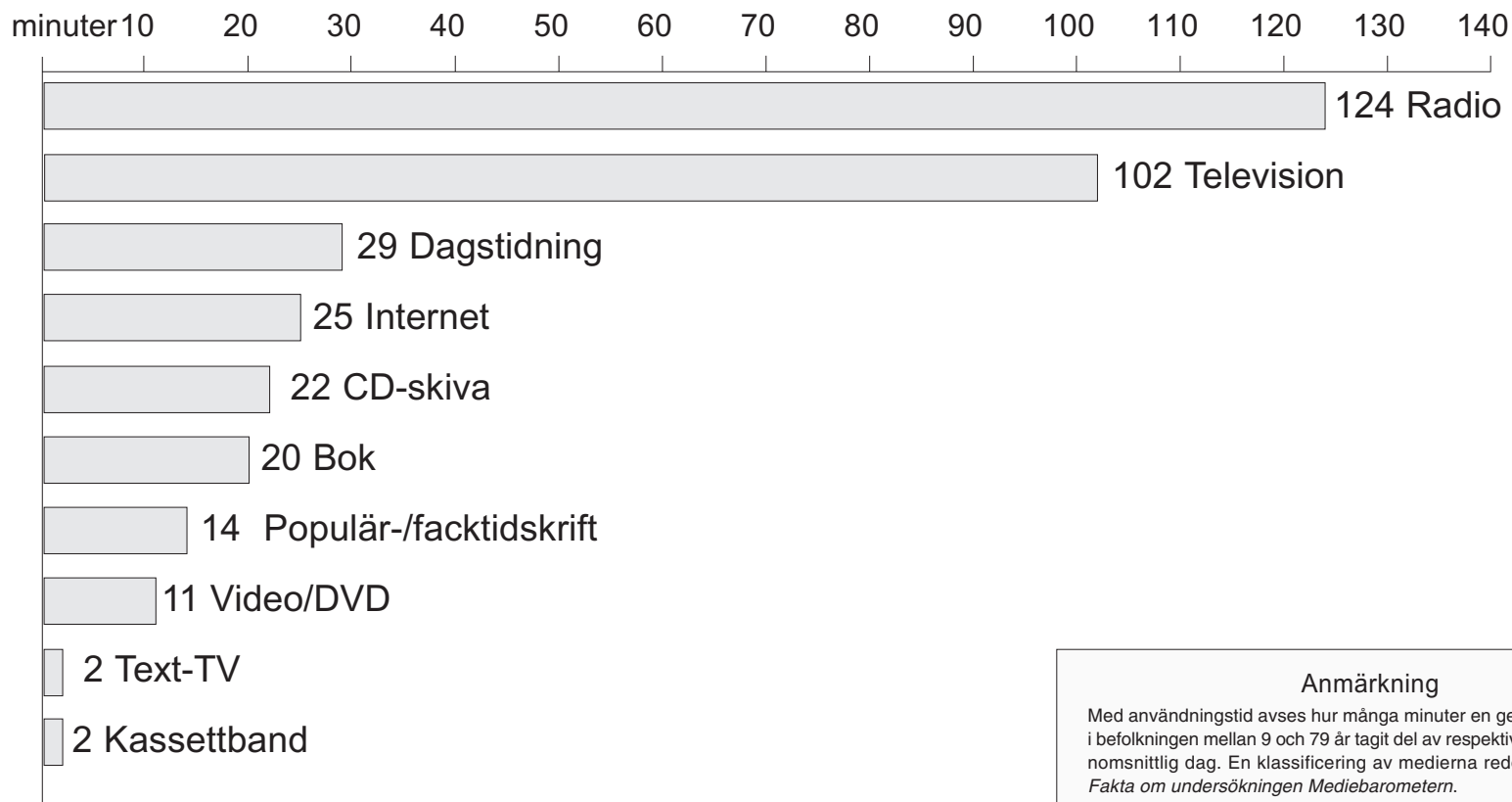
Främst morgontidningen men också radion är de dominerande medierna under morgonen och förmiddagen. Drygt en av tio svenskar kombinerar dessa medier mellan kl 6 och 8, medan de som enbart lyssnar på radio ökar mellan kl 8 och 12. Särskilt mitt på dagen är radion det enskilda medium som når flest, en tredjedel av befolkningen tar del av enbart radio mellan kl 12 och 17. På kvällen mellan kl 19 och 22 tar över hälften av svenskarna del av TV utan att ägna sig åt något annat medium.

Skillnaderna mellan olika grupper är relativt små. Exempelvis är enbart morgontidning det vanligaste före kl 8 i alla åldrar. Med stigande ålder blir dock medieanvändningen bredare genom att fler av de angivna medierna kombineras. Bland pensionärer märks dessutom att TV-tittandet börjar tidigare på dagen jämfört med andra grupper.

Även här är mönstret över tid mycket stabilt och det finns inga större skillnader mellan 2003 och 2004.

Mediedagen 2004

Användningstid för massmedier i hela befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2004 (minuter)



Anmärkning

Med användningstid avses hur många minuter en genomsnittsperson i befolkningen mellan 9 och 79 år tagit del av respektive medium en genomsnittlig dag. En klassificering av medierna redovisas i avsnittet *Fakta om undersökningen Mediebarometern*.

Mediedagen 1979-2004

Användningstid för massmedier i hela befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 1979-2004 (minuter)

	1979	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Radio ^{1, 2}	121	115	111	107	124	–	131	133	129	125	134	126	112	121	111	112	114	131	132	133	133	129	127	124	117	124
Kassettband	21	25	25	25	27	23	28	29	27	24	25	22	23	18	16	13	12	10	9	8	7	5	4	4	2	2
CD-/grammofonskiva	16	16	15	16	14	13	17	15	16	13	13	14	20	15	19	21	20	21	22	25	23	24	26	25	25	22
Television ¹	109	118	95	120	104	104	105	100	120	102	104	106	113	121	104	98	98	97	94	98	98	105	102	102	106	102
Text-TV	3	3	3	3	4	3	3	3	2
Video/DVD ¹	0	1	4	4	4	6	6	7	9	7	8	5	4	5	7	9	10	12	10	11	11	10	10	11	11	11
Internet	10	19	21	23	19	23	25
Morgontidning	24	24	24	23	24	24	23	24	24	23	22	22	22	19	21	22	22	21	21	22	21	23	21	21	22	21
Kvällstidning	12	12	11	10	10	11	11	10	10	11	9	9	9	7	8	8	7	7	8	7	7	8	8	7	8	8
Vecko-/månadstidning	..	8	9	8	10	8	8	7	8	5	7	5	6	5	5	10	10	10	9	11	10	11	12	10	10	10
Special-/facktidskrift	..	7	7	8	8	9	8	8	8	7	6	8	7	5	8	9	8	8	8	8	8	9	5	4	5	4
Bok	18	19	19	21	20	22	21	22	23	22	19	20	17	18	18	27	28	22	23	23	20	23	23	21	19	20
Totalt¹	321	345	320	342	345	220	361	355	374	339	347	337	333	334	317	329	329	342	339	359	360	372	364	351	351	351

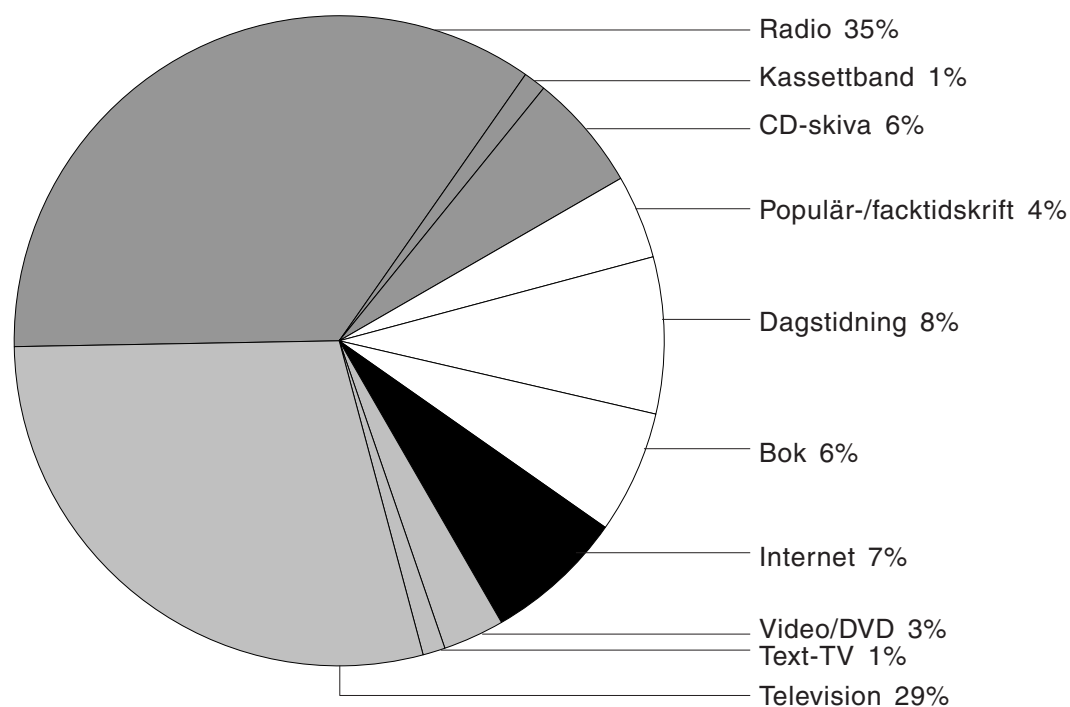
Anm: .. i tabellen innebär att någon fråga om det mediet inte ställdes det året.

1. Vid jämförelser över tid bör noteras att beräkningen av, tittar- och lyssnartiden före 1993 byggde på frågor där svarspersonerna fick ange mellan vilka tidpunkter de tittat på TV, video eller lyssnat på radio, därefter har svarspersonerna själva fått uppskatta sin användningstid.

2. För att bättre kunna uppskatta andelen som lyssnar på radio under lång tid har radiofrågan utökats med ett alternativ fr o m 1996.

Mediedagen 2004: Brutto 5 timmar och 51 minuter

Den bruttotid som befolkningen 9-79 år ägnar åt massmedier fördelad på olika medier 2004 (%)



351 minuter

Bruttotiden för svenskarnas medieanvändning är 5 timmar och 51 minuter. Med bruttotid menas summan av den självuppskattade tiden för användning av enskilda medier och måttet tar inte hänsyn till att man kan använda olika medier samtidigt, t ex lyssna på musik medan man läser en tidning eller använder Internet. Svenskarnas bruttotid för medieanvändning har varit förhållandevis stabil sedan mitten av 1980-talet. Bruttotiden för medier har dock minskat med ca 15 minuter sedan 2000, men är fr o m 2002 stabil på samma nivå.

Radio och TV dominerar den tid som ägnas massmedier. Radiolyssnandet uppgår till 35 procent av den totala medietiden medan motsvarande andel för TV-tittande ligger på 29 procent.

Ljudmedierna står tillsammans för 42 procent av den tid befolkningen ägnar åt medier under en genomsnittlig dag. De tryckta medierna upptar ungefär en femtedel, medan en tredjedel av den totala medietiden avser medier för rörliga bilder. Böcker och morgontidningar är de tryckta medier som läses längst tid.

Internetanvändningen upptar 7 procent av bruttotiden.

Anmärkning

Den totala tid som allmänheten ägnar åt massmedier är en summering av den tid som avsättes för varje medium. Den totala tiden tar följaktligen inte hänsyn till att två medier kan ha använts samtidigt. Det innebär att både tiden för läsning av morgonpress och tiden för radiolyssnande räknats in även om läsningen av morgontidningen skett samtidigt som radiolyssnandet. Läses morgontidningen i 30 minuter vid frukost och radion samtidigt står på betyder det följaktligen 30 minuters radiolyssnande och 30 minuters morgonpressläsning, vilket summeras till 60 minuter. Den tid som allmänheten avsätter för bio ingår inte i diagrammet.

Mediedagen 2004: Befolkningens medietid

Användningstid för olika massmedier i hela befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2004 (minuter)

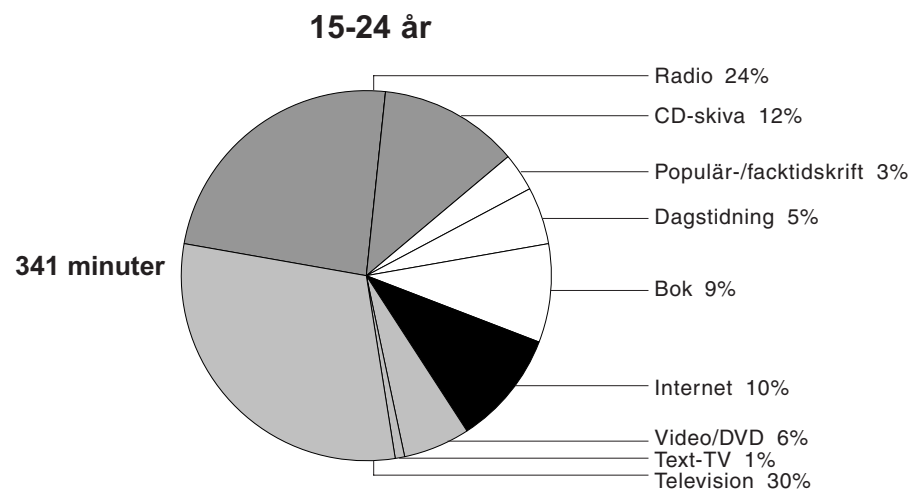
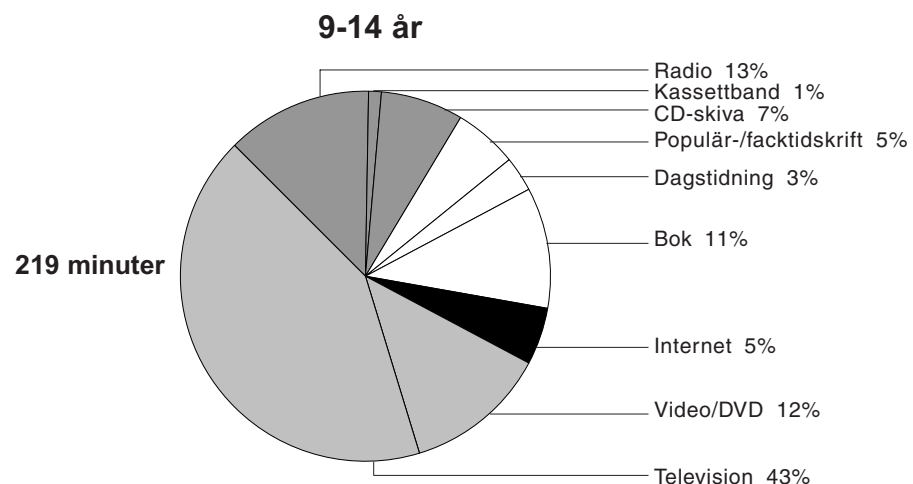
	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Radio	124	126	122	28	81	132	143	153	171	155	96
Kassettband	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2
CD-skiva	22	22	22	16	41	30	16	8	11	25	27
Television	102	105	99	92	102	93	99	127	122	104	86
Text-TV	2	3	1	1	3	3	2	3	2	3	2
Video/DVD	11	12	10	27	20	11	6	6	6	9	9
Internet	25	29	21	11	36	36	23	6	9	28	34
Dagstidning	29	30	28	7	17	25	35	47	38	30	32
Populär-/facktidskrift	14	12	15	12	11	11	15	20	16	13	15
Bok	20	15	25	23	29	19	18	20	13	16	27
Totalt	351	356	345	219	341	362	359	392	390	385	330

Anm: Tabellen ovan visar hur mycket tid befolkningen mellan 9 och 79 år avsätter för medier en genomsnittlig dag, vilket betyder att även de som inte använder ett medium är inräknade. De som

inte tittat på TV räknas följaktligen i tabellen ovan som om de har tittat på TV *noll* minuter. De som inte har tittat på TV drar alltså ner den genomsnittliga tittartiden i jämförelse med tittartiden bland tittarna, vilket redovisas i avsnittet *Television*.

Mediedagen 2004: Barn och ungdom

Den bruttotid som barn/ungdom ägnar åt massmedier fördelad på olika medier 2004 (%)



Bruttotid och ålder

Den samlade bruttotiden för medier ökar i huvudsak med ålder. Bland barn mellan 9 och 14 år är den samlade tiden drygt 3,5 timmar en genomsnittlig dag, bland ålderspensionärerna 6,5 timmar.

Medier för rörliga bilder utgör något över hälften av 9 till 14-åringars medietid. Andelen tid som ägnas åt dessa medier är lägst i åldrarna 25 till 64 år med cirka 30 procent av bruttotiden. Andelen ökar till omkring 35 procent bland ungdomarna och pensionärerna. Tendensen är särskilt tydlig för TV, medan videon har en högre andel bland de yngre.

Ljudmedierna har sina högsta andelar i åldersgrupper där medier för rörliga bilder ägnas mindre tid. Personer mellan 25 och 64 år ägnar ljudmedier högst andel av sin tid: användning av radio, ljudkassetter och CD-skivor utgör närmare 45 procent av bruttotiden.

Den andel av bruttotiden som avsätts för läsning är lägst, ca 15 procent, bland personer mellan 15 och 44 år. Bland de yngsta och bland personer över 45 år är den omkring 20 procent eller högre. Bland de yngre rör det sig huvudsakligen om böcker, bland de äldsta om tidningar.

Internet ägnas mest tid bland personer mellan 15 och 44 år och upptar ca 10 procent av tiden. Lägst ligger användningen bland ålderspensionärer.

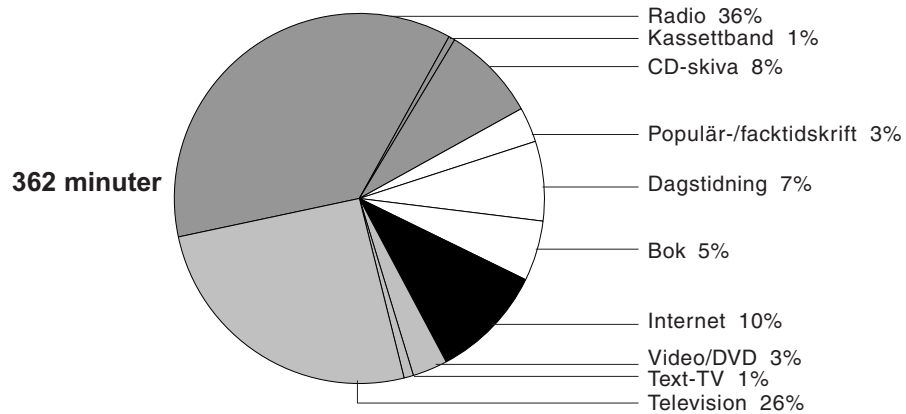
Anmärkning

Den totala tid som allmänheten ägnar åt massmedier är en summering av den tid som avsättes för varje medium. Den totala tiden tar följaktligen inte hänsyn till att två medier kan ha använts samtidigt. Det innebär att både tiden för läsning av morgonpress och tiden för radiolyssnande räknats in även om läsningen av morgontidningen skett samtidigt som radiolyssnandet. Läses morgontidningen i 30 minuter vid frukost och radion samtidigt står på betyder det följaktligen 30 minuters radiolyssnande och 30 minuters morgonpressläsning, vilket summeras till 60 minuter. Den tid som allmänheten avsätter för bio ingår inte i diagrammet.

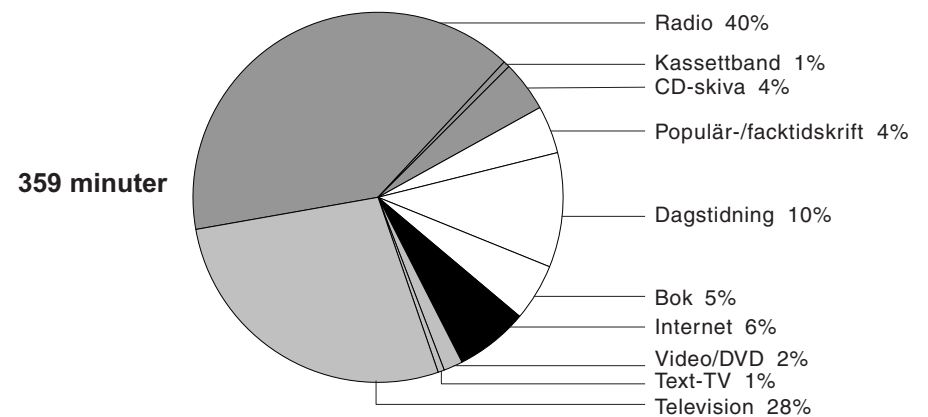
Mediedagen 2004: Vuxna

Den bruttotid som vuxna i olika åldrar ägnar åt massmedier fördelad på olika medier 2004 (%)

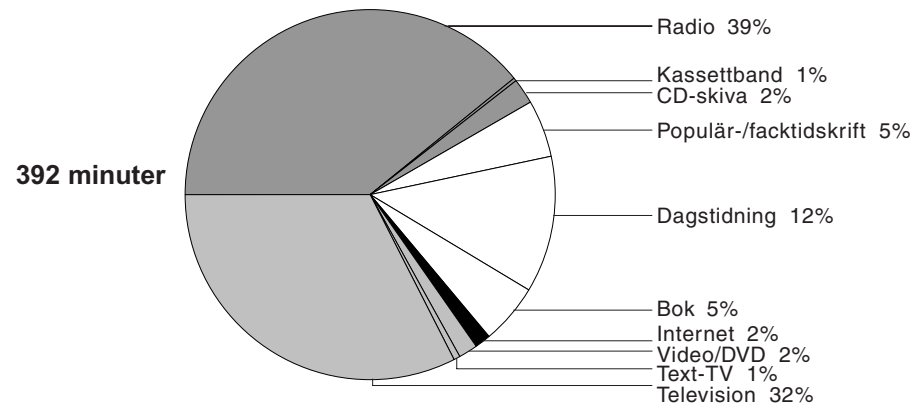
25-44 år



45-64 år

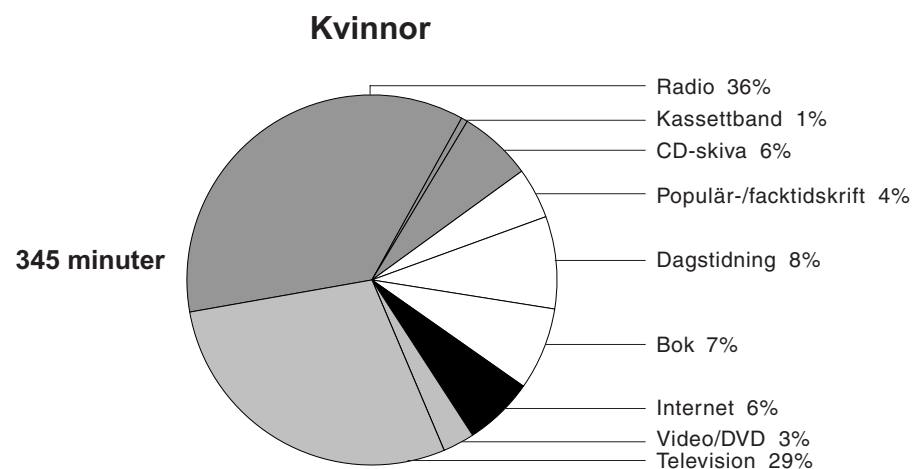
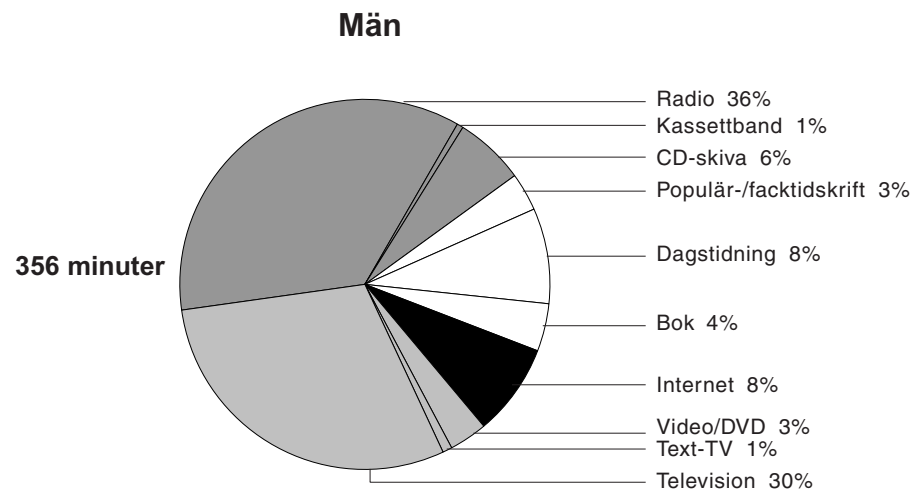


65-79 år



Mediedagen 2004: Män och kvinnor

Den bruttotid som män/kvinnor 9-79 år ägnar åt massmedier fördelad på olika medier 2004 (%)



Män och kvinnor

Den bruttotid som ägnas åt medier skiljer sig mycket lite åt mellan män och kvinnor. Män ägnar dock sammantaget något mer tid åt medier än kvinnor.

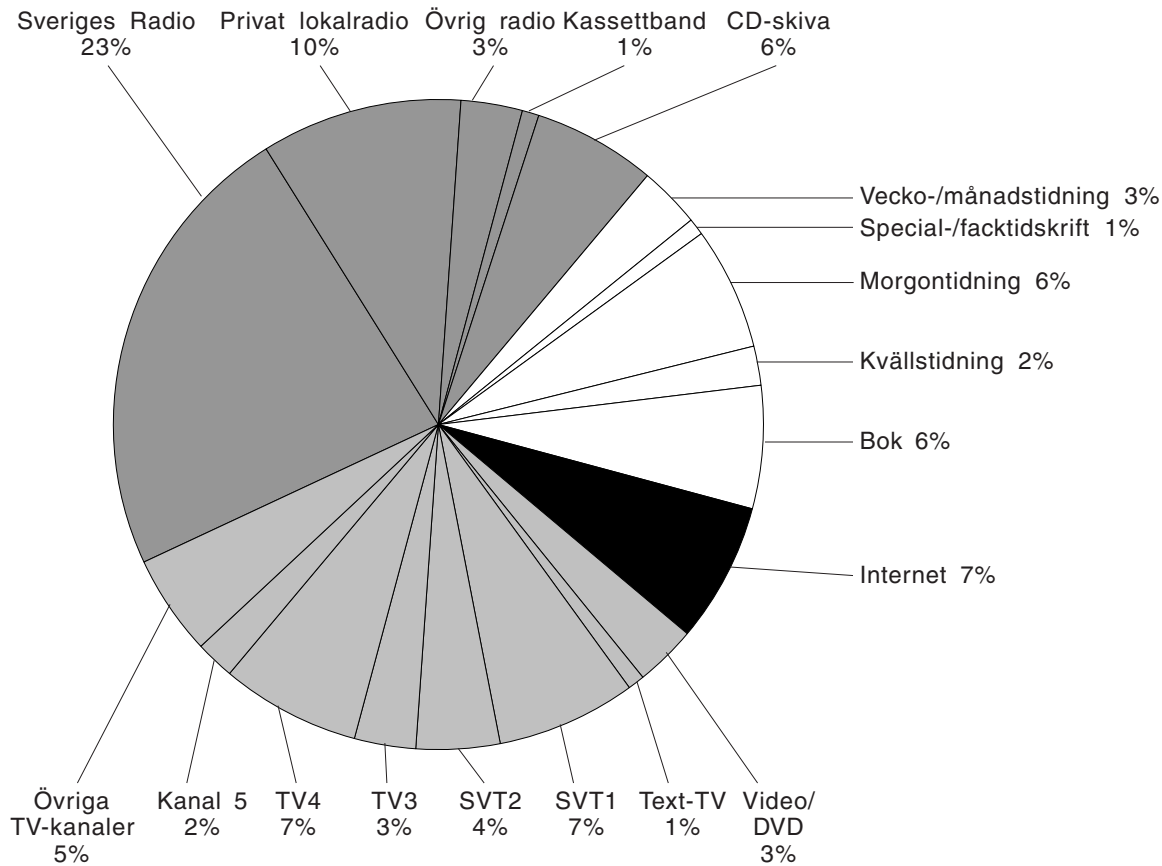
Förhållandet mellan hur stor andel av tiden som ägnas olika medier är dock i stort detsamma mellan könen. Bok får en något mindre andel av männens än kvinnornas tid, medan männen ägnar något mer tid åt Internet än kvinnorna, ett mönster som är tämligen stabilt över tid.

Anmärkning

Den totala tid som allmänheten ägnar åt massmedier är en summering av den tid som avsättes för varje medium. Den totala tiden tar följaktligen inte hänsyn till att två medier kan ha använts samtidigt. Det innebär att både tiden för läsning av morgonpress och tiden för radiolyssnande räknats in även om läsningen av morgontidningen skett samtidigt som radiolyssnandet. Läses morgontidningen i 30 minuter vid frukost och radion samtidigt står på betyder det följaktligen 30 minuters radiolyssnande och 30 minuters morgonpressläsning, vilket summeras till 60 minuter. Den tid som allmänheten avsätter för bio ingår inte i diagrammet.

Mediedagen 2004: Medier och kanaler

Beräknad medieanvändning i tid fördelad på olika medier och kanaler¹ i befolkningen 9-79 år 2004 (%)



En fragmenterad mediepublik

De medieområden som redovisas i figuren består i själva verket av många olika kanaler. De tryckta medierna är i Mediebarometern indelade i fem typer som i sin tur skiljer sig åt. Det finns fyra kvällstidningar, ett femtiotal populärtidskrifter, ett åttiotal morgontidningar och flera hundra facktidningar o s v, som delar på publikens intresse.

Medan det av tradition varit vanligt att dela upp de tryckta medierna har radio respektive TV oftast betraktats som helheter. Med hjälp av uppgifter från andra studier (se not) illustreras i figuren hur dessa medier också är fragmentiserade. TV-tiden fördelas inte bara på Sveriges Television, TV4 och andra svenska kanaler utan också på ett stort antal utländska kanaler som tas emot via satellit. Ljudradion består vid sidan av Sveriges Radios fyra kanaler av ca 80 lokala privatradiostationer.

Figuren avser att illustrera hur tiden för mediekonsumtion fördelas på allt fler kanaler. Fragmentiseringen har förstärkts av att många nya kanaler har tillkommit under särskilt de senaste tio åren samtidigt som den totala tiden för medieanvändning förblivit relativt stabil.

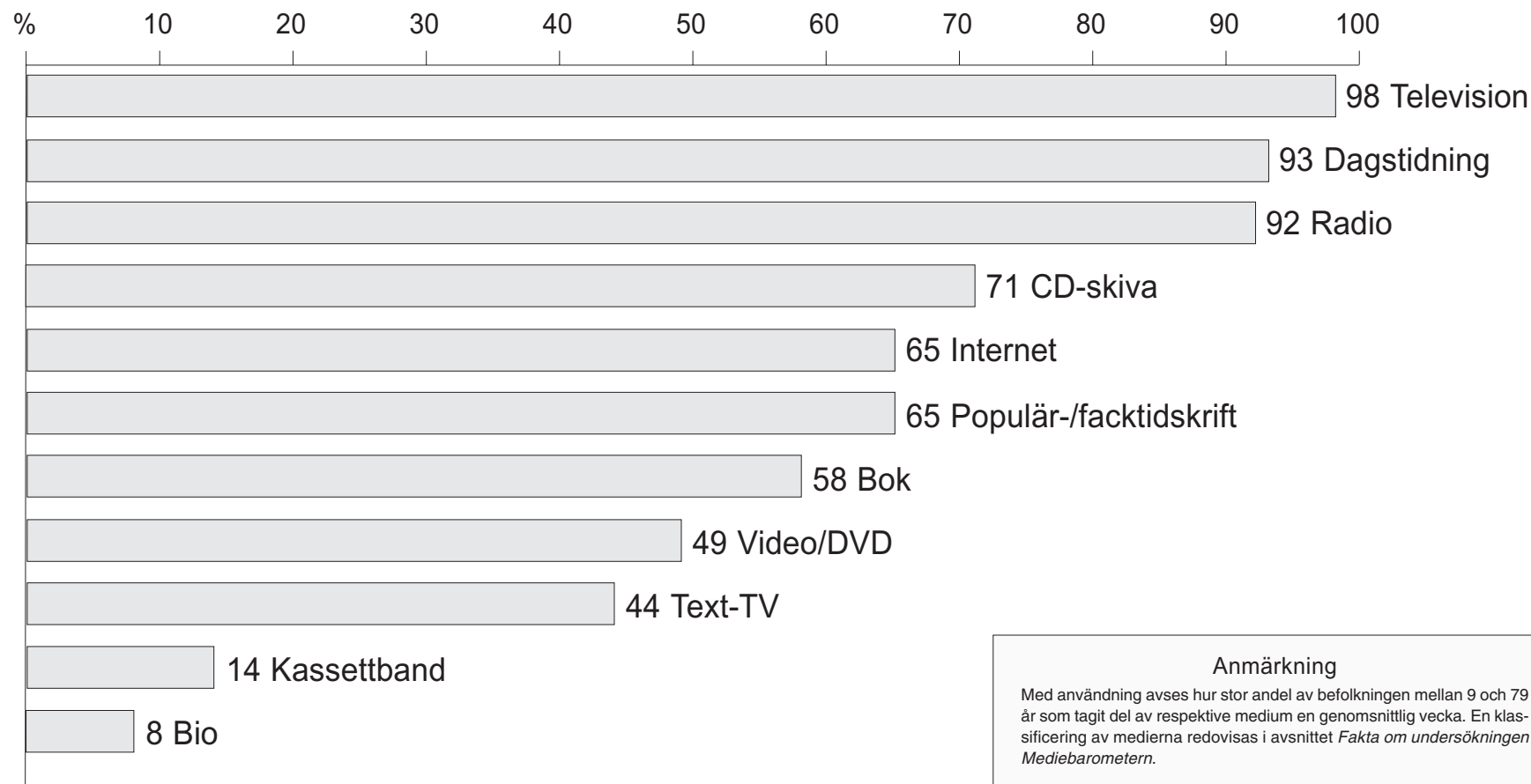
Not

1. Figuren är en *beräkning* där Mediebarometerens bruttotid för radio och TV fördelats på grundval av uppgifter från räckviddsstudier för respektive medium 2004.

Källor: RUAB (radio), MMS (TV).

Medieveckan 2004

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika massmedier en genomsnittlig vecka 2004 (%)



Medieveckan 1991-2004

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika massmedier en genomsnittlig vecka 1991-2004 (%)

	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Radio	95	95	94	96	96	96	97	95	95	96	95	95	95	92
Kassettband	65	62	60	59	56	51	47	44	40	32	28	24	16	14
CD-skiva ¹	41	44	48	61	63	67	69	71	72	73	74	73	74	71
Television	97	97	98	99	99	99	98	99	99	99	98	95	98	98
Text-TV	50	52	52	50	57	53	58	52	51	52	44
Video/DVD	40	43	46	48	51	54	54	55	54	54	52	49	50	49
Dagspress	95	96	95	94	95	96	95	94	93
Morgontidning	90	90	89	92	90	90	89	91	88	90	91	89	88	86
Kvällstidning	62	59	58	63	64	64	62	61	61	62	64	60	60	60
Populär-/facktidskrift	83	81	81	80	83	76	70	70	65
Vecko-/månadstidning ^{2,3}	48	46	51	65	64	61	61	62	61	61	61	53	55	51
Special-/facktidskrift	52	53	58	60	58	55	54	54	53	58	44	39	37	31
Bok ⁴	55	54	54	63	63	59	59	59	58	59	60	59	56	58
Skönlitteratur/barn och ungdomslitteratur	37	38	39	38	40	45	46	45	46
Facklitteratur/kurs- och läroböcker	24	25	22	22	21	18	14	11	12
Bio	7	7	8	7	8	7	8	9	8	8	8
Internet	16	39	45	57	60	64	65

Anm: .. i tabellen innebär att någon fråga om det mediet inte ställdes det året.

1. Fram till och med 1993 gällde frågan lyssnande på enbart grammofonskivor, därefter har frågan gällt både grammofonskivor och CD-skivor

2. Fram till och med 1993 gällde frågan veckotidningar, från och med 1994 har med tanke på tidskriftsmarknadens förändring även månadstidningar explicit angivits i frågan.

3. I frågeformuleringen från och med 2001 har det ingått förtydliganden när det gäller typ av tidning/tidskrift vilket sannolikt har bidragit till en uppgiven minskad användning av special/facktidskrifter.

4. Fram till och med 1993 gällde frågan bokläsning i allmänhet. Från och med 1994 har det gjorts ett förtydligande om att även skolböcker och facklitteratur ingår.

Medieinnehav 1995-2004

Andel av befolkningen 9-79 år som har tillgång till olika medier i hemmet 1995-2004 (%)

Har tillgång i hemmet till	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Prenumeration på dagstidning	..	74	75	74	71	72	73	72	73	72
enbart en	..	68	68	67	64	64	66	66	68	67
två eller fler	..	6	7	7	7	8	6	6	5	4
Radio	99	98	98	98
TV-apparat	98	97	97	97	98	97
enbart en	37	33	34	37	33	32
två	39	40	39	36	36	38
tre eller fler	20	24	24	24	29	27
Text-TV	75	80	82	85	85	88	88	88	91	90
Multikanal-TV ¹	55	58	56	60	58	59	59	60	60	65
via kabel ²	35	35	33	37	37	38	37	37	38	31
via parabol ²	20	23	23	23	23	23	24	22	22	21
Digital-TV	2	5	12	20	22	35
Video	75	81	80	83	85	85	86	83	87	86
enbart en	68	70	69	65	63	69	73	74
två eller fler	13	13	16	20	22	15	15	12
DVD-spelare	7	12	22	37	53
Persondator totalt	27	38	42	50	63	64	69	73	79	82
enbart en	33	41	45	44	48	47	47	48
två eller fler	9	9	18	20	21	26	32	34
med CD-brännare	20	31	42	45
med tillgång till Internet	3	8	17	31	47	52	60	66	71	71
Portabel dator	9	9	9	13	20	21	24
Handdator	4	4	5	6
MP3-spelare	21
Mobiltelefon	38	50	54	64	73	80	85	87	90	92
enbart en	40	42	41	36	32	32	25	22
två eller fler	14	22	32	44	53	53	65	70
Fax	10	14	19	18	22	21	21	22	22	21

1. Med multikanal-TV avses TV med fler kanaler än de tre markkanalerna SVT1, SVT2 och TV4.
2. Fr o m 2004 bygger uppgiften på en sammanställning av vilka leverantörer som svars-personerna angivit för digital-TV samt en fråga om satellit-TV via kabel eller hushållsparabol.

Tidigare fick svarspersonerna själva ange om deras digital-TV utrustning var för kabel, parabol eller marksänd TV med egen antenn.