

Mediebarometern 2019 är en frågeundersökning riktad till ett slumpmässigt urval av den svenska befolkningen. Mediebarometern har genomförts årligen sedan 1979. Till skillnad från tidigare års undersökningar bygger resultaten i Mediebarometern 2019 på svar insamlade via en kombinerad webb- och telefonundersökning. Till och med 2018 genomfördes Mediebarometern som en renodlad telefonundersökning.

### Population och urval

Mediebarometern är en urvalsundersökning som syftar till att beskriva den svenska befolkningens medievanor. Med befolkningen, eller populationen, avses här samtliga personer i åldern 9 till 79 år som är skrivna i Sverige, oavsett medborgarskap. Urvalet i undersökningen har dragits ur det svenska befolkningsregistret (SPAR) och omfattar totalt 25 000 slumpmässigt utvalda personer.

Olika delar av befolkningen är olika benägna att svara på frågeundersökningar. Skillnaden i svarsbenägenhet mellan olika grupper har ökat tid. För att säkerställa att svarspersonerna i Mediebarometern 2019 speglar befolkningen på ett rättvisande sätt har ett kvoturval använts. Det innebär att urvalsstorleken på vissa undergrupper av befolkningen har skalats upp, medan andra har skalats ner. De bakgrundsfaktorer som har beaktats i utformningen av kvoturvalet är ålder, kön och län.

### Undersökningens genomförande

Datainsamlingen till 2019 års Mediebarometer har genomförts av Origo Group på uppdrag av Nordicom. Till skillnad från många andra medievaneundersökningar har Mediebarometern som ambition att spegla medieanvändningen under hela året och under samtliga sju veckodagar. Insamlingsperioden för Mediebarometern 2019 pågick under februari till juni och augusti till december. Datainsamlingsarbetet har utformats för att ge ett jämnt inflöde av svar under hela insamlingsperioden.

Till de personer som med slumpens hjälp valts ut att delta i undersökningen har skickats ett brev med information om Mediebarometern och en inbjudan att besvara undersökningen via en webbenkät. Brevet har innehållit personliga inloggningsuppgifter till enkäten. Det har också varit möjligt att logga in på webbenkäten via QR-kod. Till de personer som vid urvalsdragningen inte fyllt 15 år adresserades informationsbrevet och påminnelserna till vårdnadshavare.

De personer som efter en vecka inte hade svarat på enkäten fick ett nytt brev med en påminnelse och inloggningsuppgifter. Till personer med tillgängliga mobilnummer skickades också två påminnelser samt länk till enkäten via SMS. De personer som efter dessa påminnelseinsatser ännu inte hörts av kontaktades därefter via telefon, med en möjlighet att besvara enkäten muntligt. Totalt gjordes upp till tio sådana kontaktförsök.

66 procent av de svarande valde att delta i undersökningen via webben och 34 procent via telefon. Det fanns här ett tydligt samband mellan ålder och benägenheten att besvara undersökningen på webben respektive via telefon. Högst andel webbsvar (92 procent) återfanns i åldersgruppen 9 till 14 år. Lägst (51 procent) var andelen i åldersgruppen 65 till 79 år.

Deltagandet i Mediebarometern bygger på anonymitet, vilket innebär att svaren hanteras på ett sådant sätt att de inte kan kopplas till en enskild individ. Inför undersökningen har ett särskilt personuppgiftsbiträdesavtal upprättats mellan Nordicom och Origo Group och samtliga personuppgifter har hanterats i enlighet med tillämplig dataskyddslagstiftning. När datainsamlingsarbetet var genomfört raderades samtliga personuppgifter från datamängden innan den skickades vidare till Nordicom.

### Frågeformuläret

Frågeformuläret till Mediebarometern 2019 har arbetats fram av Nordicom med utgångspunkt i tidigare års formulär. Övergången till en blandad insamlingsmetod föregicks av en större översyn av frågeformuläret. Frågorna och svarsalternativen justerades i vissa fall för att passa såväl till en webbenkät som till en telefonintervju.

Formuläret bestod av 54 mediefrågor fördelade på fyra frågeområden: 1) Tillgång till olika medier och medietekniker, 2) Användning av olika medier och medieinnehåll under gårdagen (alt. senaste veckan/månaden), 3) Användningstid för olika medier, samt 4) Konsumtion av nyheter i olika medier. Formuläret avslutades med åtta frågor om svarspersonens bakgrund och boendesituation. Ett antal av dessa frågor ställdes bara till personer som var äldre än 17 år under undersökningsåret. Det gällde frågor om sysselsättning, inkomst och utbildningsnivå. Samtliga frågor i formuläret hade fasta svarsalternativ.

## Konsekvenser av metodskiftet

Införandet av ny insamlingsmetod i Mediebarometern 2019 innebär ett brott mot tidigare års undersökningar. Bakgrunden till skiftet var att det över tid blivit allt svårare att få representativa resultat i renodlade telefonundersökningar. Genom att erbjuda möjligheten att delta i undersökningen via webben var förhoppningen att öka svarsbenägenheten hos grupper som det är svårt att nå via telefon. Det gäller inte minst unga människor.

För att på ett systematiskt sätt kartlägga konsekvenserna av den nya insamlingsmetoden, genomförde Origo Group under våren 2019 på uppdrag av Nordicom en parallell kontrollundersökning enligt den gamla insamlingsmetoden, dvs. enbart telefonintervjuer. Antalet svarspersoner uppgick till 2 000. Analyserna av skillnaderna mellan de båda undersökningarna gjordes av SOM-institutet vid Göteborgs universitet. Utfallet av analysen visar att den kombinerade insamlingsmetoden ger en bättre representativitet än den renodlade telefonundersökningen. Det innebär samtidigt att jämförbarheten med föregående undersökningsår försvåras.

## Representativitet

Representativiteten bland de svarande i Mediebarometern 2019 är i relation till befolkningen huvudsakligen god. Jämförelsen med SCB:s befolkningsstatistik i tabellen nedan visar att de svarande i undersökningen uppvisar en liknande fördelning med avseende på kön, ålder och boendeort som befolkningen i sin helhet.

Svarsgruppens sammansättning i relation till SCB:s befolkningsstatistik (procent)

		Mediebarometern 2019	SCB
Kön	Kvinnor (9–79 år)	50	49
	Män (9–79 år)	50	51
Ålder	9–14 år	6	8
	15–24 år	14	13
	25–44 år	31	31
	45–64 år	29	29
	65–79 år	19	18
Utbildningsnivå	Ej högskola (25–74 år)	48	58
	Högskola (25–74 år)	52	42
Boendeort	Storstad (9–79 år)	37	38
	Större städer (9–79 år)	39	38
	Övriga Sverige (9–79 år)	24	25

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet); Statistiska centralbyrån (SCB).

Dock finns det i svarsgruppen en högre andel personer med högskoleutbildning än vad det gör i befolkningen i stort. Till detta kommer att Mediebarometern enbart genomförs på svenska. Det betyder att personer som inte är svensktalande kan betraktas som kraftigt underrepresenterade i undersökningen. Svarsfrekvensen (brutto) i Mediebarometern 2019 var 24 procent.

## Antal svarande i olika undergrupper

Mediebarometern 2019 bygger på svar från totalt 6 011 personer. Det höga svarstalet ger ett robust statistiskt underlag för skattningar av medieanvändningen i befolkningen 9 till 79 år. Vid sidan av svarsutfallet i svarsgruppen som helhet görs i rapporten nedbrytningar av resultaten i olika undergrupper. De gruppindelningar som görs avser ålder, kön, utbildningsnivå och boendeort. I tabellen nedan redovisas antalet svarspersoner i respektive undergrupp.

### Antal svarande i olika undergrupper

	9–79 år	9–14 år	15–24 år	25–44 år	45–64 år	65–79 år
Totalt	6 011	389	860	1 838	1 757	1 167
Kvinna	2 940	182	441	876	869	572
Man	3 053	201	417	954	888	593
9–14 år	389	389				
15–19 år	482		482			
20–24 år	378		378			
25–34 år	914			914		
35–44 år	924			924		
45–54 år	881				881	
55–64 år	876				876	
65–74 år	814					814
75–79 år	353					353
Ej högskola (25–79 år)	2 250			640	900	710
Högskola (25–79 år)	2 304			1 026	857	457
Storstad	2 019	124	253	785	571	286
Stad	2 340	96	290	498	444	370
Landsbygd	2 294	169	317	555	742	511

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet);

Ju mindre antal svar som ett resultat baseras på, desto större är den statistiska osäkerheten kring hur rättvisande resultatet är. I Mediebarometern 2019 utgörs den minsta svarsgruppen av personer i åldern 9 till 14 år. Resultaten för den här gruppen ska tolkas med försiktighet, i synnerhet när det rör sig om nedbrytningar utifrån kön och boendeort. I övriga åldersgrupper är svarsgrupperna väsentligt större, vilket gör att resultaten statistiskt sett är mer pålitliga.

I rapporten redovisas på flera ställen den uppskattade användningstiden i minuter bland användare av olika medier. I några av dessa redovisningar är antalet svarspersoner mycket lågt (<50) och användningstiden redovisas därför inte alls. I tabeller där antalet svarspersoner i enskilda grupper ligger mellan 50 och 99 anges resultatet i parentes och ska tolkas med försiktighet.

# Definitioner och bakgrundsvariabler

## Definitioner

**Bok:** Avser alla typer av böcker, inkl. skönlitteratur, facklitteratur, barnböcker, skolböcker, kokböcker, och fotoböcker, oavsett format (tryckt bok, ljudbok eller e-bok).

**Dagstidning:** Avser kvälls- och morgontidningar (se nedan), på papper eller digitalt.

**Dataspel:** Avser spel i dator, spelkonsol, mobiltelefon, surfplatta eller annan apparat, samt dataspel över internet.

**Direktsänd radio:** Avser direktsänd radio via traditionell radioapparat, i bilen och över internet (webbradio).

**Kvällstidning:** Avser Aftonbladet och Expressen/GT/Kvällsposten, på papper eller digitalt.

**Morgontidning:** Avser (om inget annat anges) både prenumererade och gratisutdelade nyhetstidningar (men ej kvällstidningar), på papper eller digitalt.

**Podcast/radio i efterhand:** Avser program gjorda av Sveriges Radio, kommersiella radiokanaler, privatpersoner eller organisationer tillgängliggjorda via internet.

**Radio:** Avser radio i traditionell radioapparat, bilradio, direktsänd radio över internet, webbradio och podcast/radio i efterhand (se ovan).

**Räckvidd:** Avser andelen av befolkningen (i procent) som angett att de tog del av ett specifikt medium eller medieinnehåll under gårdagen (alternativt senaste veckan/månaden). Eftersom Mediebarometern genomförs under hela året är det den genomsnittliga räckvidden under hela 2019 som avses. I rapporten används ”en vanlig dag” och ”en genomsnittlig dag” synonymt i redovisningen av den dagliga räckvidden.

**Rörlig bild:** Avser alla typer av rörligt innehåll, inkl. tablålagd tv, webb-tv, strömmad tv/video-on-demand, nedladdad film, dvd och videoklipp.

**Sociala nätverkstjänster:** Avser alla typer av sociala nätverkstjänster på internet, inkl. t.ex. Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter, LinkedIn, bloggar/videobloggar och diskussionsforum.

**Text-tv:** Avser text-tv via både traditionell tv-apparat och internet.

**Tidskrift:** Avser alla typer av tidskrifter, inkl. veckotidningar, serietidningar, specialmagasin (t.ex. inom mode, dataspel, hem & inredning, sport, historia, teknik, hälsa, familj, nöje), yrkes- och branschtidningar samt medlems- och kundtidningar, på papper eller digitalt.

**Tv:** Avser både tablålagd tv och strömmad tv/video-on-demand, inkl. t.ex. SVT play och Netflix.

## Bakgrundsvariabler

**Ålder:** Resultaten i rapporten avser befolkningen 9 till 79 år. I rapporten används omväxlande en fem- respektive niodelad åldersindelning.

**Kön:** I rapporten används en tvådelad könsvariabel: Flicka/Kvinna och Pojke/Man.

**Boendeort:** I rapporten används en tredelad boendeortsvariabel: Storstad, Stad och Landsbygd. Variabeln bygger på en formulärfråga om svarspersonernas boendeort med svarsalternativen: Storstad: centralt, Storstad: ytterområde/förort (=Storstad); Stad: centralt, Stad: ytterområde/förort (=Stad); Större tätort, Mindre tätort, Ren landsbygd (=Landsbygd).

**Utbildningsnivå:** I rapporten används en tvådelad utbildningsindelning: Ej högskola och Högskola. Variabeln bygger på en formulärfråga om svarspersonernas utbildningsbakgrund med svarsalternativen: Förgymnasial utbildning kortare än 9 år, Förgymnasial utbildning 9–10 år, Gymnasial utbildning högst 2 år, Gymnasial utbildning längre än 2 år Eftergymnasial utbildning/ej utbildning vid högskola/universitet (=Ej högskola); Utbildning vid högskola/universitet högst 3 år, Utbildning vid högskola/universitet längre än 3 år (=Högskola). I resultaten avseende utbildningsnivå ingår endast svarspersoner i åldern 25 till 79 år.