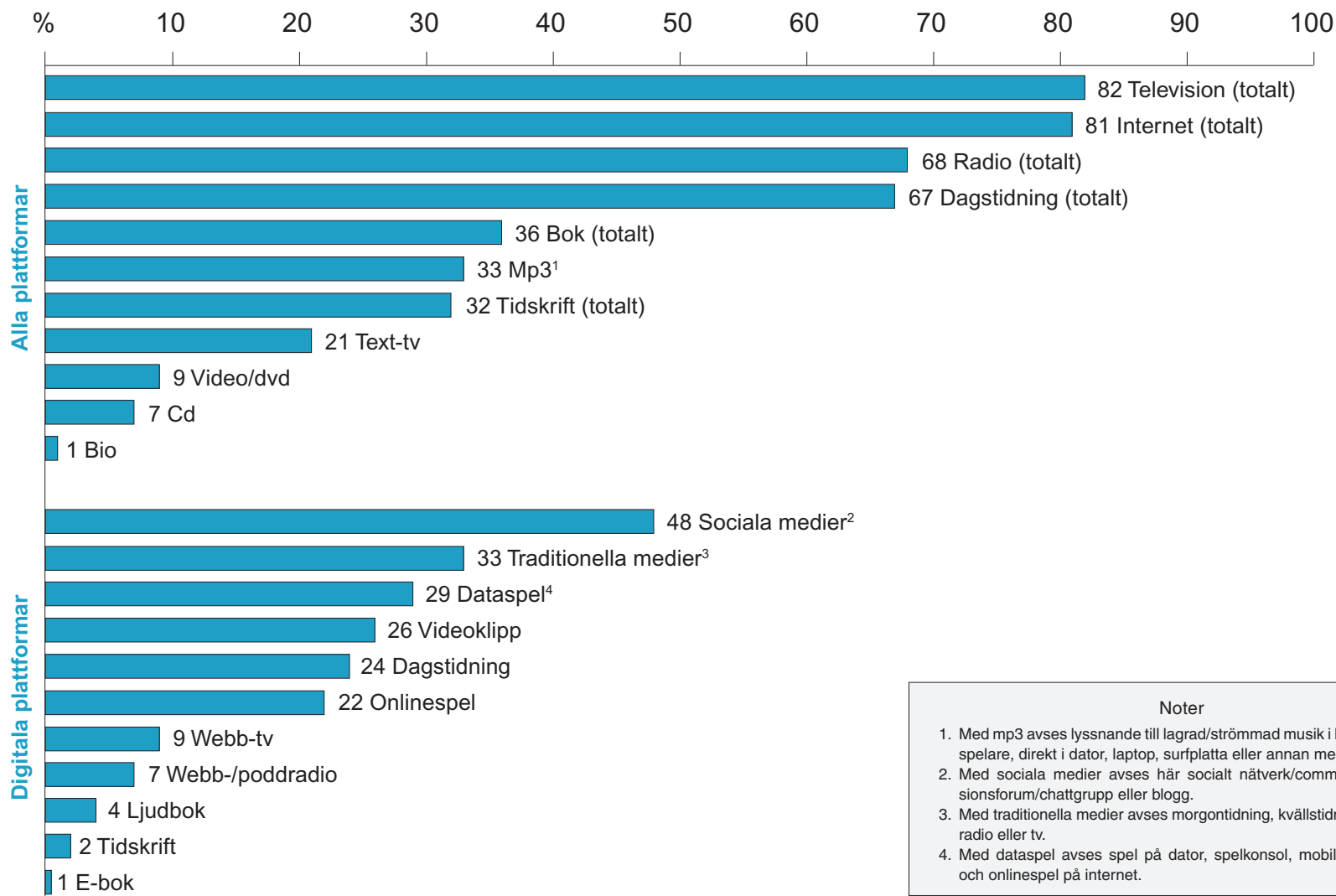


Mediedagen 2014

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika medier en genomsnittlig dag 2014 (procent)

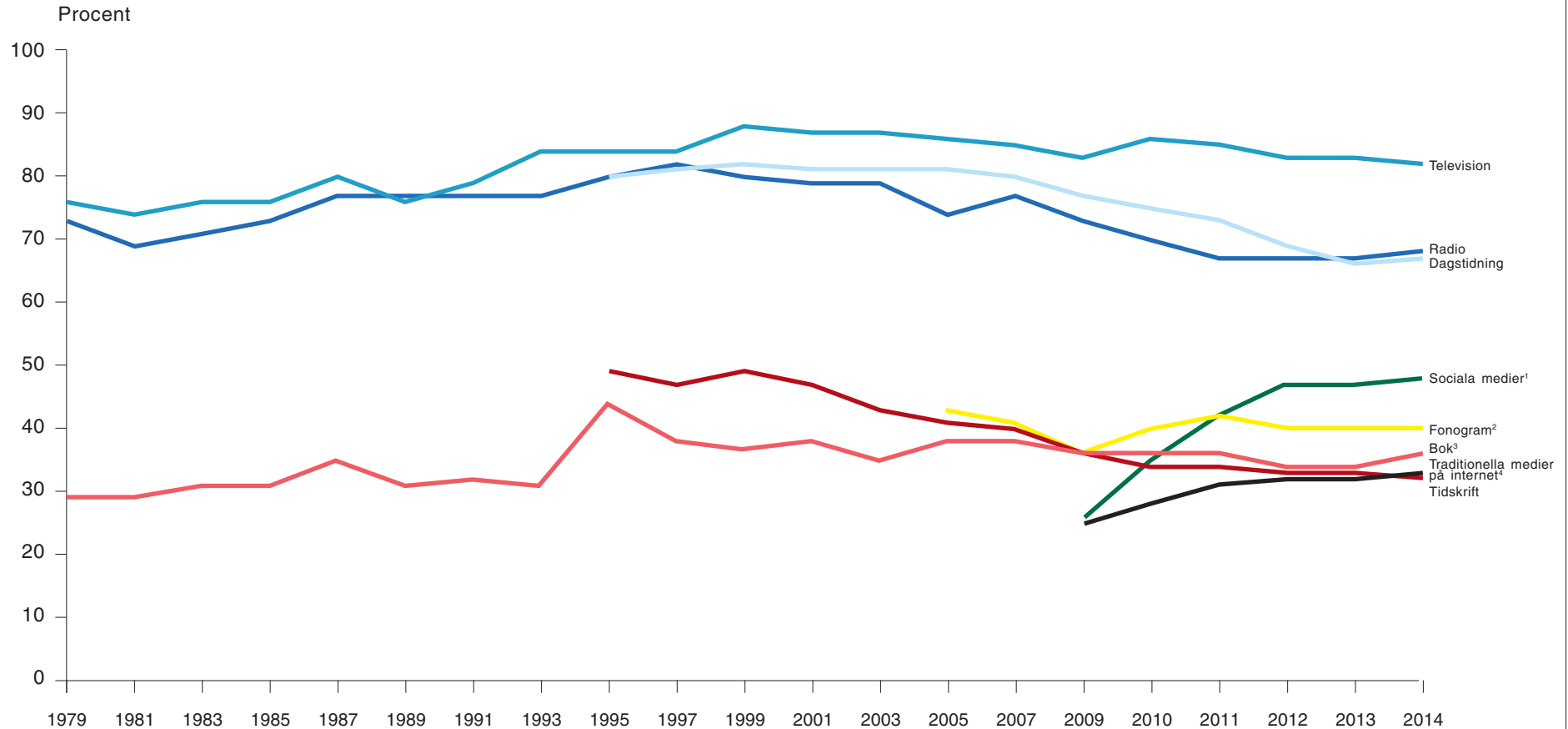


Noter

1. Med mp3 avses lyssnande till lagrad/strömmad musik i bärbar digital spelare, direkt i dator, laptop, surfplatta eller annan mediaspelare.
2. Med sociala medier avses här socialt nätverk/community/diskussionsforum/chattpgrupp eller blogg.
3. Med traditionella medier avses morgontidning, kvällstidning, tidskrift, radio eller tv.
4. Med dataspel avses spel på dator, spelkonsol, mobiltelefon, Ipod och onlinespel på internet.

Mediedagen 1979-2014

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika medier en genomsnittlig dag 1979-2014 (procent)

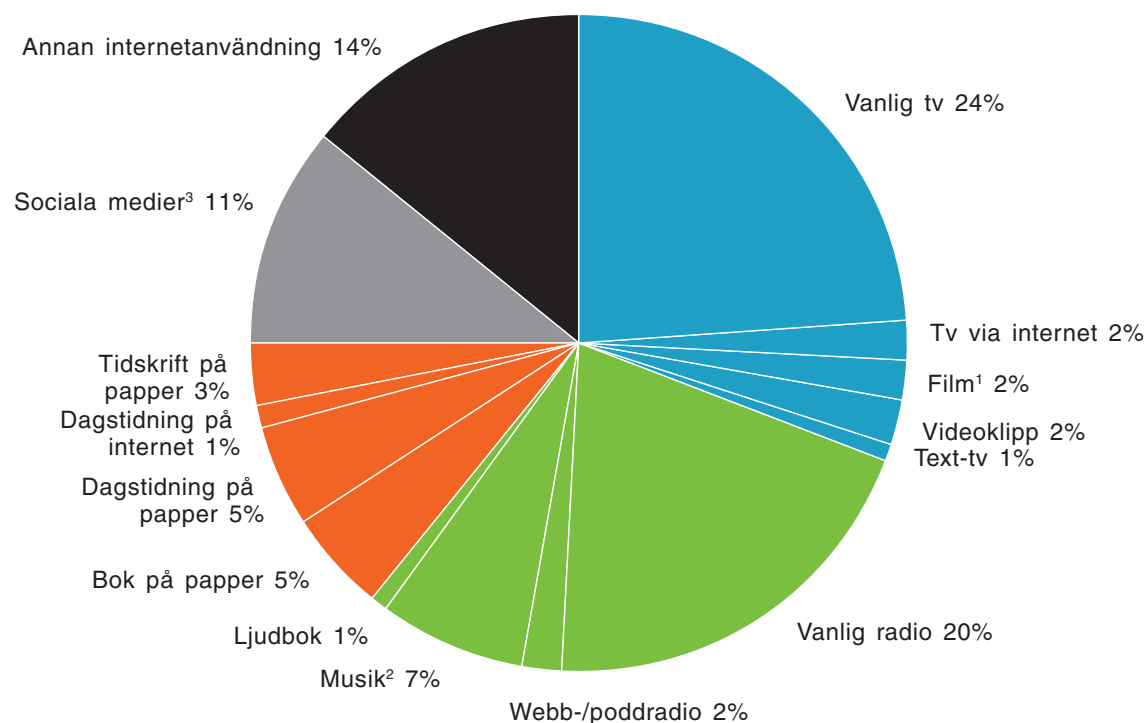


1. Med sociala medier avses här socialt nätverk/community/diskussionsforum/chatgrupp eller blogg.
 2. Fram till och med 2012 ingick även ljudböcker, från och med 2013 gäller frågan enbart musiklyssnande.

3. 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.
 4. Med traditionella medier på internet avses morgontidning, kvällstidning, tidskrift, radio eller tv.

Mediedagen 2014: Brutto 6 timmar och 20 minuter

Den bruttotid som befolkningen 9-79 år ägnar åt medier fördelad på olika medier 2014 (procent)



380 minuter

Bruttotiden för svenskarnas totala medieanvändning är 380 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, till exempel lyssna på musik medan man läser en tidning eller använder internet.

Samtidigt som tiden för medieanvändning har ökat under de senaste åren – från 353 minuter en genomsnittlig dag år 2009 till 380 minuter per dag år 2014 – har tiden för traditionella medier minskat. Sociala medier och annan internetanvändning förklarar en stor del av den ökade medietiden.

Traditionell tv och traditionell radio är dock fortfarande de enskilda medier som upptar störst andel av medietiden. Tiden för tv och radio på internet utgör vardera en mycket liten del av bruttotiden, 2 procent.

Böcker och morgontidningar är de tryckta medier som läses längst tid, deras andel av medietiden uppgår till 5 procent vardera en genomsnittlig dag.

Den internetanvändning som inte berör traditionella medier uppgår totalt till en fjärdedel av den totala tiden befolkningen lägger på medier. Sociala medier står för nästan hälften av denna tid.

Anmärkning

Den totala tid som allmänheten ägnar åt medier är en summering av den tid som avsätts för varje medium. Den totala tiden tar följaktligen inte hänsyn till att två eller flera medier kan användas samtidigt.

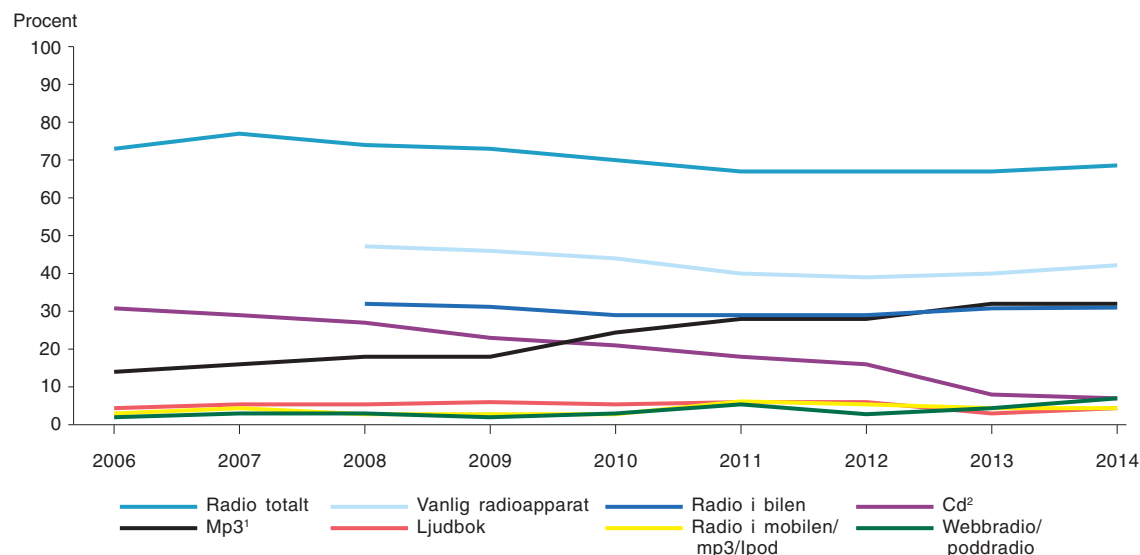
Tiden för användning av traditionella medier online redovisades till och med 2013 som en del av tiden för internet. Från och med 2014 redovisas de traditionella medierna och onlinemedierna tillsammans och redovisningen är uppdelad i medier för rörlig bild, ljudmedier, textmedier, sociala medier och annan internetanvändning.

Noter

1. Siffran avser ej film på bio eller tablålagd tv. Observera att tiden för inspelad tv ingår i tiden för television.
2. Siffran avser lagrad/strömmad musik, ej tv eller radio.
3. Siffran avser genomsnittlig tid för socialt nätverk/community/diskussionsforum/chattgrupp eller blogg.

Ljudmedier

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2006-2014 (procent)



Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2006-2014 (procent)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Radio (totalt)	73	77	74	73	70	67	67	67	68
Vanlig radioapparat	47	46	44	40	39	40	42
Radio i bilen	32	31	29	29	29	31	32
Radio i mobilen mp3/Ipod	3	4	3	3	3	6	5	4	4
Webbradio/poddradio	2	3	3	2	3	5	3	4	7
Mp3 ¹	14	16	18	18	24	28	28	33	33
Cd ²	31	29	27	23	21	18	16	8	7
Ljudbok	4	5	5	6	5	6	6	3	4

Ljudmedier

Ny teknik och nya distributionskanaler för ljudmedier har förändrat våra möjligheter till lyssnande oberoende av sändningstid och rum. Det handlar om webb-/poddradio och bärbara mottagare, till exempel radio i mobiltelefoner.

Traditionell radio, som är det största ljudmediet, har tappat lyssnare under 2000-talet. Nedgången har emellertid stagnerat och 2014 lyssnar 68 procent av befolkningen på radio en genomsnittlig dag.

Nya tekniker har också präglat lyssnandet på inspelad musik och böcker. För tjugo år sedan lyssnade många på kassettband, en teknik som knappt är möjlig att använda i dag. Under 1990-talet flyttade lyssnandet över till cd-skivor. Under de senaste tio åren har dock cd-lyssnandet stadigt minskat. Istället sker lyssnandet på musik i dag framför allt via digitala ljudfiler och streamade tjänster som kan spelas upp i olika digitala enheter.

Anmärkning

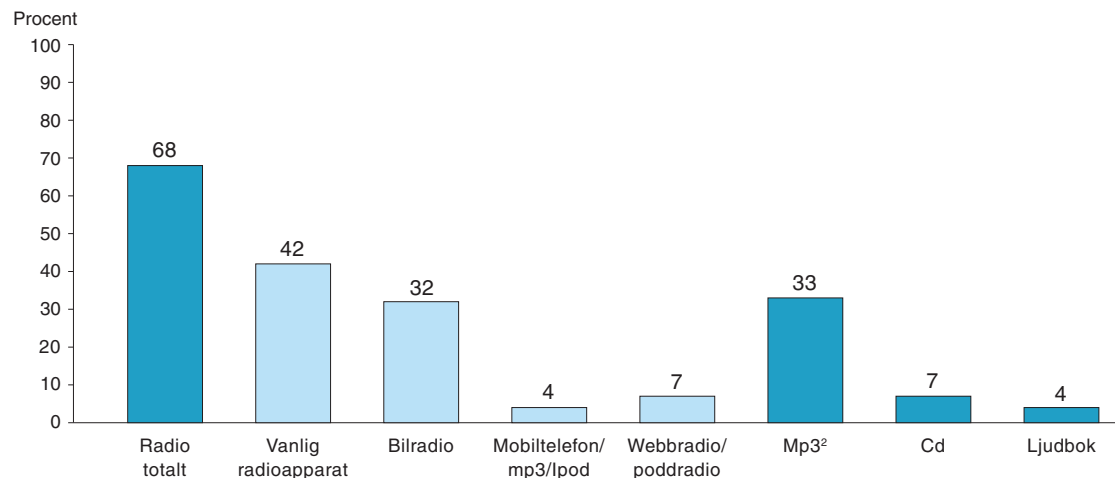
.. i tabellen innebär att jämförande siffror inte finns det året.

Noter

1. Fram till och med 2012 gällde frågan allt lyssnande på mp3, även ljudböcker, från och med 2013 avses lyssnande till lagrad/strömmad musik i bärbar digital spelare, direkt i dator, laptop, surfplatta eller annan mediaspelare.
2. 2006 till och med 2012 gällde frågan allt lyssnande på grammofon-skivor och cd, även ljudböcker. Från och med 2013 avses lyssnande till musik på cd eller vinylskiva.

Ljudmedier

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2014 (procent)



Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2014 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Radio (totalt)	68	68	68	40	53	67	75	78	73	72	71
Vanlig radioapparat	42	39	44	14	17	27	46	68	61	41	43
Radio i bilen	32	34	29	26	32	38	39	22	22	36	33
Radio i mobiltelefon/ mp3/Ipod	4	4	4	1	5	7	5	1	2	4	5
Webbradio/poddradio	7	7	6	2	9	12	7	2	3	7	8
Mp3 ¹	33	36	30	60	80	47	20	7	11	34	31
Cd ²	7	7	7	2	3	6	8	9	8	6	8
Ljudbok	4	3	5	2	3	4	4	4	3	4	4

Lyssnar på ljudmedier

Radio har den största andelen lyssnare vad gäller ljudmedierna, två tredjedelar av befolkningen lyssnar på radio en genomsnittlig dag. De flesta lyssnar på vanlig radioapparat, men många lyssnar också i bilradion.

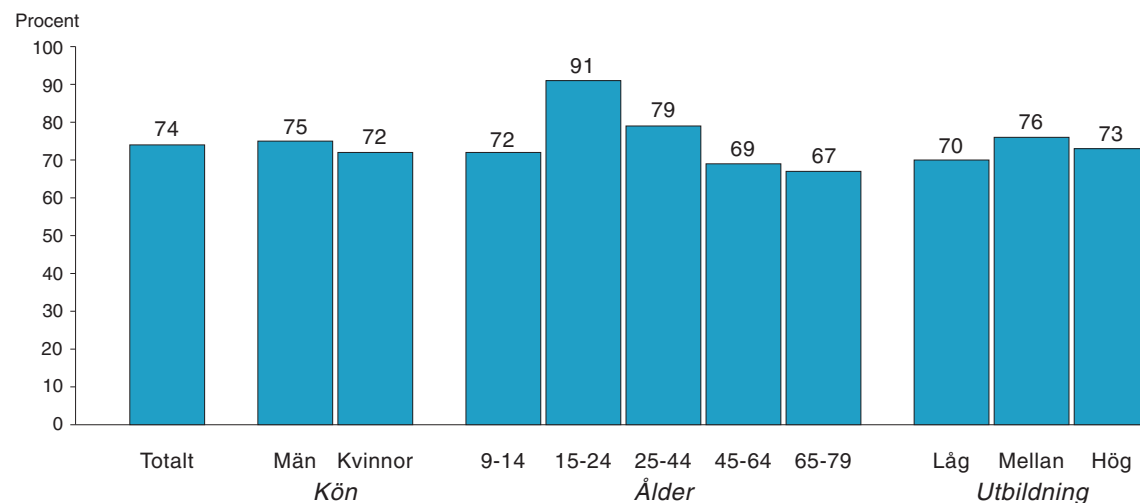
En tredjedel av befolkningen lyssnar en genomsnittlig dag på mp3 – som innefattar både digitala ljudfiler och streamade tjänster. Cd respektive ljudbok används bara av en liten del av befolkningen.

Lyssnade på radio är större ju äldre man är medan lyssnande på mp3 uppvisar motsatt mönster.

Noter

1. Med mp3 avses lyssnande till lagrad/strömmad musik i bärbar digital spelare, direkt i dator, laptop, surfplatta eller annan mediaspelare.
2. Frågan avser lyssnande till musik på cd.

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2014 (procent)



Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2014 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Musik (totalt)	74	75	72	72	91	79	69	67	70	76	73
Musik via bärbar spelare	20	20	19	38	50	30	11	2	5	20	18
Musik direkt i dator, laptop, surfplatta	18	20	15	29	46	24	11	5	7	19	17
Musik via cd	7	7	7	2	3	6	8	9	8	6	8
Musik via tv-kanal	3	2	4	1	1	2	3	5	5	3	3
Musik i radio	43	42	45	19	22	39	50	57	56	46	44

Lyssnar på musik

Det senaste decenniets digitalisering har lett till ett tekniksifte för hur musik konsumeras. Flera av de musikmedier som Mediebarometern har följt sedan 1979 har idag ersatts med nya digitala kanaler. Förändringarna i musiklandskapet har gjort att Mediebarometern från och med 2013 ställt en samlad fråga om lyssnande till medieburen musik i allmänhet, eftersom det har blivit allt svårare att följa musiklyssnandet per kanal.

Tre fjärdedelar av befolkningen har lyssnat på musik en genomsnittlig dag. Allra störst andel har lyssnat på musik i radion, därefter kommer digitalt lyssnande i bärbar spelare, dator, laptop eller surfplatta. En mindre andel har lyssnat via cd respektive tv-kanal.

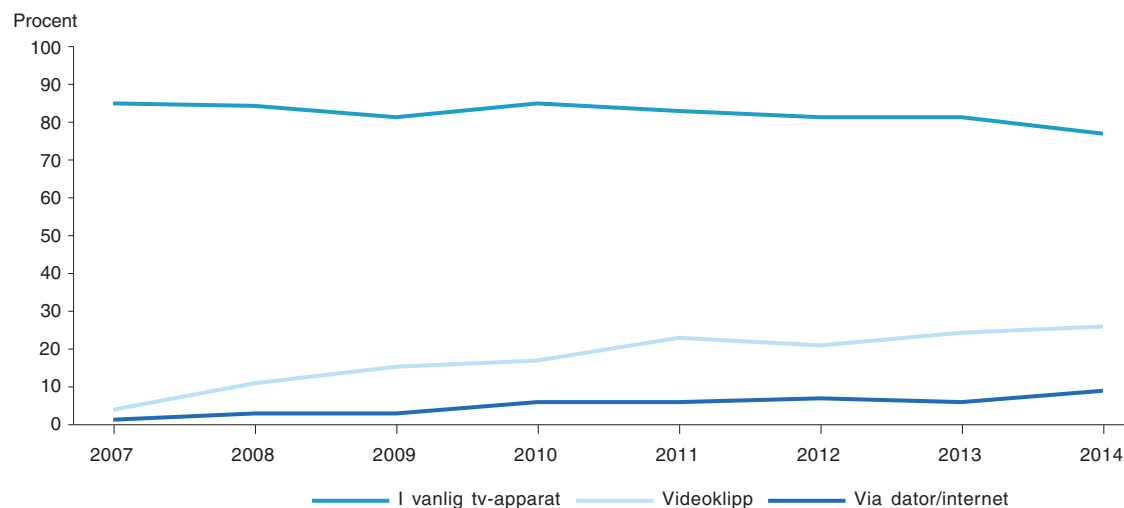
I åldersgruppen 15- till 24 år uppgår det medieburna musiklyssnandet till över 90 procent, och den digitala musiken direkt i dator eller via bärbar utgör här huvuddelen. Bland pensionärer sker huvuddelen av musiklyssnandet via radio.

Anmärkning

Med lyssnande på musik avses allt lyssnande på medieburen musik.

Rörlig bild – television och film

Tittare på tv/film 9-79 år en genomsnittlig dag 2007-2014 (procent)



Tittare på tv/film 9-79 år en genomsnittlig dag 2007-2014 (procent)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
I vanlig tv-apparat	85	84	81	85	83	81	81	77
Via dator/internet	1	3	3	6	6	7	6	9
Inspelat tv-program	4	3	3	4	3	3	1	1
<i>Långfilm en genomsnittlig dag</i>								
Film direkt i tv	16	15	14	14	13	13	17	17
Köpfilm	7	5	6	4	4	4	2	1
Hyrfilm	3	2	2	1	2	2	1	0
Nedladdad film	1	1	1	1	1	1	1	1
Streamad film	3	5
Film på bio	1	1	1	1	1	1	1	1
Videoklipp	4	11	15	17	23	21	24	26

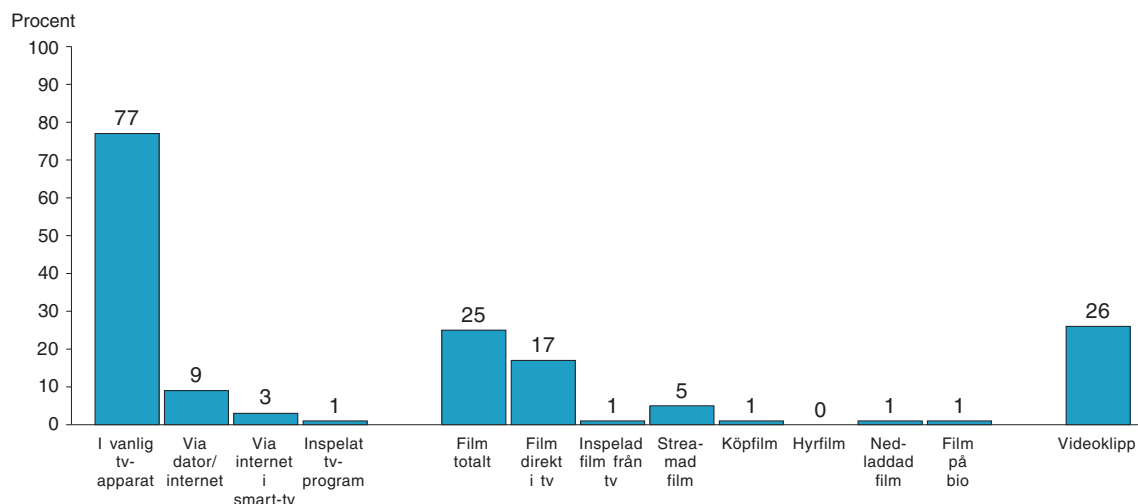
Rörlig bild

Distributionsteknikerna och kanalutbudet för rörlig bild genomgår stora förändringar, men konsumtionsmönstren ändras inte lika snabbt. Det tabblagda tv-tittandet via vanlig tv-apparat är fortfarande högt. Tre fjärdedelar av befolkningen tittar på tv på tv:n en vanlig dag och andelen som tittat på tv via internet är 9 procent. 2007 var tittande på vanlig tv 85 procent och tv via internet 1 procent.

I takt med att användningen av internet fortsatt att öka, såväl via stationära datorer som via smarta mobiler och surfplattor, har också tittandet på rörlig bild via internet ökat. Ökningen gäller främst tittande på videoklipp (till exempel Youtube). Även tittande på film streamad från internet ökar.

Rörlig bild – television och film

Tittare på tv/film 9-79 år en genomsnittlig dag 2014 (procent)



Tittar på tv/film

Tittande på rörlig bild är en självklar del av vår vardag, och allra mest via vanlig tv-apparat.

En fjärdedel av befolkningen tittar på långfilm en genomsnittlig dag. Vanligast är att göra det i tv:n. Ungefär 5 procent av befolkningen streamar film från internet en vanlig dag.

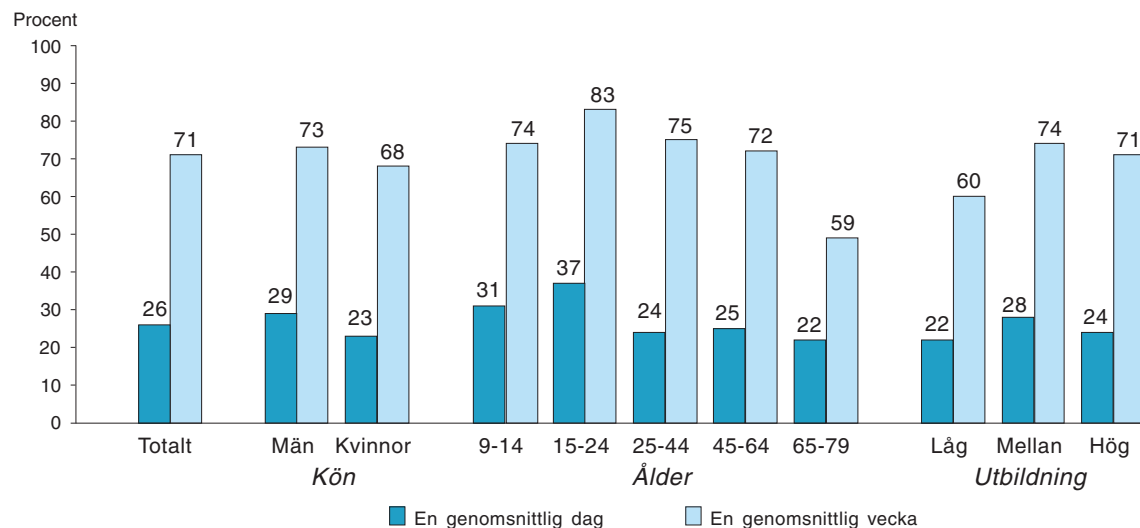
Framför allt är det ungdomar som tittar på film, och bland dem dominerar streamad film. Bland äldre är det istället film på tv som dominerar.

Bland barn och ungdomar är videoklippen populära. I åldersgruppen 9- till 14 år tittar hälften på videoklipp en genomsnittlig dag. I gruppen 15- till 24 år är motsvarande andel än högre: 60 procent.

Tittare på tv/film 9-79 år en genomsnittlig dag 2014 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
I vanlig tv-apparat	77	77	77	80	59	65	80	90	87	76	74
Via dator/internet	9	9	8	11	15	15	7	3	4	8	10
Via internet i smart-tv	3	3	3	4	4	5	3	1	1	3	3
Inspelad tv-program	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1
<i>Långfilm en genomsnittlig dag</i>											
Film (totalt)	26	29	23	31	37	24	25	22	22	28	24
Film direkt i tv	17	18	15	16	12	14	19	19	18	18	16
Inspelad film från tv	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1
Streamad film	5	6	4	11	16	6	2	1	2	5	4
Köpfilm	1	1	1	2	2	1	1	0	0	2	1
Hyrfilm	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0
Nedladdad film	1	1	1	1	2	2	0	0	1	1	1
Film på bio	1	1	1	0	1	1	0	0	0	1	1
Videoklipp	26	31	21	50	60	35	17	6	10	26	23

Tittar på film 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka 2014 (procent)



Tittar på film 9-79 år en genomsnittlig dag 2014 (procent)

	Kön			Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Långfilm en genomsnittlig dag</i>											
Film (totalt)	26	29	23	31	37	24	25	22	22	28	24
Film direkt i tv	17	18	15	16	12	14	19	19	18	18	16
Inspelad film från tv	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1
Streamad film	5	6	4	11	16	6	2	1	2	5	4
Köpfilm	1	1	1	2	2	1	1	0	0	2	1
Hyrfilm	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0
Nedladdad film	1	1	1	1	2	2	0	0	1	1	1
Film på bio	1	1	1	0	1	1	0	0	0	1	1
Videoklipp	26	31	21	50	60	35	17	6	10	26	23

Tittar på film

En genomsnittlig dag tittar en fjärdedel av befolkningen på film, medan ungefär 70 procent har sett på film en genomsnittlig vecka. Att se på långfilm en genomsnittlig dag är vanligast bland barn och unga, medan skillnaden på veckobasis framför allt är att de äldsta tittar i lägre grad än andra.

De flesta ser film i tv och 5 procent har tittat på streamad film från internet. Andelen tittare via streamingtjänster är särskilt stor bland ungdomar. Bland 15- till 24-åringarna är tittandet via streamingtjänster högre än tittande via tablålagd tv.

Andelen av befolkningen som har sett på köp- eller hyrfilm är väldigt liten.

Bland barn och ungdomar är videoklippen populära. I åldersgruppen 9- till 14 år tittar hälften på videoklipp en genomsnittlig dag. I gruppen 15- till 24 år är motsvarande andel än högre: 60 procent.

Anmärkning

Med tittande på film avses allt tittande på film såväl bio som tittande via tv, internet och dvd/video ingår här. Även film via play-tv-tjänst ingår.

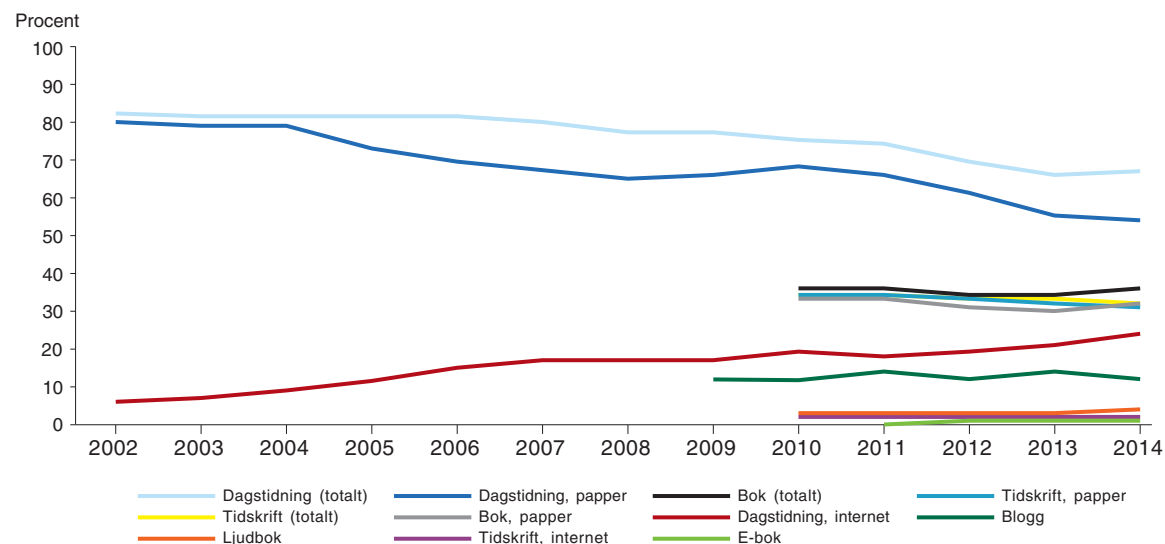
Rörlig bild – film

Andel som tittar en genomsnittlig dag 2014 (procent)

		Streamad						Streamad			
		Film	film	Bio	Videoklipp			Film	film	Bio	Videoklipp
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	26	5	1	26	Sysselsättning (16-79 år)	Anställda heltid	26	4	1	27
	Vuxna 18-79 år	25	3	1	20		Anställda deltid	25	6	1	24
	Barn/ungdom 9-17 år	35	15	1	59		Egna företagare	25	4	–	26
Kön	Män 9-79 år	29	6	1	31	Pensionärer	22	1	1	6	
	Kvinnor 9-79 år	23	4	1	21	Studering	29	9	1	54	
	Män 18-79 år	28	4	1	25	Arbetslösa	33	8	–	43	
	Kvinnor 18-79 år	22	3	0	16	Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	25	4	1	21
	Pojkar 9-17 år	34	14	0	62		Två personer (18 år och äldre)	25	5	0	24
Flickor 9-17 år	35	16	1	56	Tre eller fler (18 år och äldre)		31	8	1	40	
Ålder	9-14 år	31	11	0	50	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	29	10	1	47
	15-19 år	39	19	1	68		Äldre vuxna (45-79 år)	23	1	0	9
	20-24 år	35	12	1	53		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	29	5	1	28
	25-34 år	27	9	0	47	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	22	5	0	30	
	35-44 år	22	3	1	26	Hushåll (9-79 år)	En person	24	3	1	18
	45-54 år	27	4	0	21		Två personer	23	2	0	15
	55-64 år	23	1	0	13		Tre personer	30	8	1	36
	65-79 år	22	1	0	6		Fyra personer eller fler	28	8	1	40
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	22	2	–	8	Hemort (9-79 år)	Stockholm	28	5	1	28
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	24	3	–	14		Malmö	26	3	0	33
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	26	2	0	15		Göteborg	27	7	1	27
	Gymnasial utbildning > 2 år	28	6	1	31		Större städer	27	5	1	28
	Högskola/universitet ≤ 3 år	26	3	1	22		Pendlingskommuner	23	5	–	23
	Högskola/universitet > 3 år	23	4	1	25		Glesbygdskommuner	23	2	0	20
						Varuproducerande kommuner	23	4	0	27	
						Övriga kommuner	26	5	0	23	

Textmedier

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2002-2014 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2002-2014 (procent)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Dagstidning (totalt)	82	81	81	81	81	80	77	77	75	74	69	66	67
Dagstidning på papper	80	79	79	73	69	67	65	66	68	66	61	55	54
Dagstidning på internet	6	7	9	11	15	17	17	17	19	18	19	21	24
Tidskrift (totalt)	34	34	33	33	32
Tidskrift på papper	34	34	33	32	31
Tidskrift på internet	2	2	2	2	2
Bok (totalt)	36	36	34	34	36
Ljudbok	3	3	3	3	4
Bok på papper	33	33	31	30	32
E-bok	0	0,5	1	1	1
Blogg	12	12	14	12	14	12

Textmedier

Omkring två tredjedelar av befolkningen läser någon slags dagstidning, på papper eller nät, en genomsnittlig dag, medan ungefär en tredjedel läser en tidskrift och/eller en bok på någon plattform.

Räckvidden för tidningar på papper har minskat påtagligt under de senaste tio åren medan andelen läsare av dagstidningar på internet har ökat. Samtidigt har den minskade dagstidningsläsningen på papper inte kompensats av uppgången i läsningen av dagspress på internet. År 2014 var den totala andelen dagstidningsläsare en vanlig dag 67 procent – tio år tidigare, 2004, var motsvarande siffra 79 procent.

Den digitala utvecklingen för tidskrifter och böcker skiljer sig markant från utvecklingen för dagstidningar. Såväl böcker som tidskrifter läses i huvudsak på papper.

Ungefär en femtedel av befolkningen läser en blogg en genomsnittlig dag. Räckvidden för bloggar har varit i princip konstant sedan 2009 då de började mätas i Mediebarometern.

Anmärkning

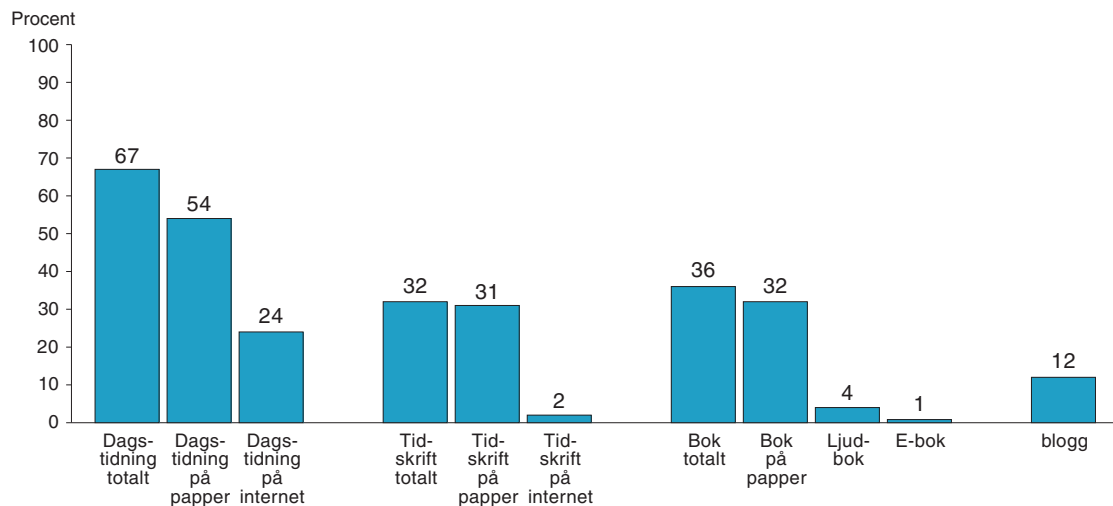
.. i tabellen innebär att jämförande siffror inte finns det året

Dagstidning är ett samlingsbegrepp för morgon- och kvällstidning. Med morgontidning avses alla morgonutgivna tidningar som utkommer minst en gång per vecka, vilket inkluderar både prenumererade storstads- och landsortstidningar, antingen i tryckt version eller från och med 2006 internetversion. Från och med 1998 redovisas också dagstidningsläsning inklusive dagliga gratistidningar. Med kvällstidning avses någon av kvällstidningarna Aftonbladet, Expressen, GT och Kvällsposten, antingen i tryckt version eller från och med 2006 internetversion.

Tidskrift innefattar vecko-/månadstidningar och special-/facktidsskrifter. Med vecko-/månadstidningar avses såväl den traditionella veckopressen och ungdomstidningar som månadsutgivna magasin. Med special-/facktidsskrifter avses tidskrifter inriktade på fack- och yrkesområden. Specialtidningar är tidskrifter inriktade på ett eller några specialintressen hos läsaren. Innefattar från och med 2008 både tryckt version och internetversion.

Textmedier

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2014 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2014 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Dagstidning (totalt)	67	66	68	25	45	62	76	84	74	66	75
Dagstidning på papper	54	51	56	18	27	37	63	79	67	53	59
Dagstidning på internet	24	26	22	9	24	37	28	15	14	24	31
<i>direkt på webben</i>	13	16	11	3	13	21	15	8	7	13	18
<i>som e-tidning/pdf</i>	2	2	1	0	1	2	2	2	2	1	2
<i>via app</i>	10	10	10	5	11	17	13	4	5	10	13
Tidskrift (totalt)	32	27	37	22	15	27	34	45	37	28	36
Tidskrift på papper	31	25	37	20	12	25	33	44	37	27	35
Tidskrift på internet	2	3	1	2	3	3	2	1	1	2	2
Bok (totalt)	36	29	43	62	37	31	35	35	23	27	41
Ljudbok	4	3	5	2	3	4	4	4	3	4	4
Bok på papper	32	26	38	59	34	26	30	31	20	24	36
E-bok	1	1	1	1	1	2	1	1	0	1	2
Blogg	12	8	17	14	27	18	9	4	4	11	14

Läsaren

Användningen av de textbaserade medierna varierar i befolkningen. Dagstidningar läses av män och kvinnor i ungefär samma utsträckning – men det är en högre andel bland kvinnor som läser tidningen på papper, medan fler män läser tidningen online. Tidskrifter, böcker och blogg läses i högre utsträckning av kvinnor än män. Att kvinnor är mer flitiga läsare än män, som i högre grad konsumerar tv, film och spel än läsmidier är ett mönster som inte har förändrats i någon betydande grad under de senaste 20 åren.

Dagstidningar på papper har sin klart största publik bland pensionärer medan nättidningarna har sin största publik i åldersgruppen 25- till 44 år. Andelen läsare av någon digital dagstidning via app i mobilen är 10 procent, och högst bland personer mellan 25 och 65 år. E-tidning har ännu inte slagit igenom; endast 2 procent av befolkningen läser e-tidning en vanlig dag.

Böcker och bloggar läses i högst utsträckning av de yngre. Bland de yngsta läser över hälften bok en genomsnittlig dag vilket bland annat förklaras av läx- och läroboksläsning. Också högutbildade läser böcker i betydligt större utsträckning än andra.

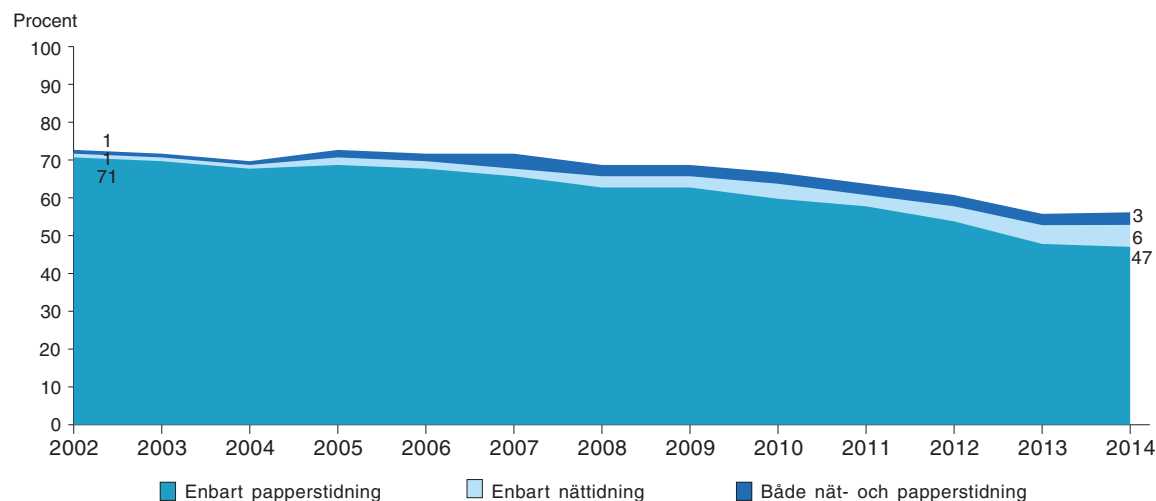
Anmärkning

Dagstidning är ett samlingsbegrepp för morgon- och kvällstidning. Med morgontidning avses alla morgonutgivna tidningar som utkommer minst en gång per vecka, vilket inkluderar både prenumererade storstads- och landsortstidningar, antingen i tryckt version eller från och med 2006 internetversion. Från och med 1998 redovisas också dagstidningsläsning inklusive dagliga gratistidningar. Med kvällstidning avses någon av kvällstidningarna Aftonbladet, Expressen, GT och Kvällsposten, antingen i tryckt version eller från och med 2006 internetversion.

Tidskrift innefattar vecko-/månadstidningar och special-/facktidsskrifter. Med vecko-/månadstidningar avses såväl den traditionella veckopressen och ungdomstidningar som månadsutgivna magasin. Med special-/facktidsskrifter avses tidskrifter inriktade på fack- och yrkesområden. Specialtidningar är tidskrifter inriktade på ett eller några specialintressen hos läsaren. Innefattar från och med 2008 både tryckt version och internetversion.

Textmedier – morgontidning

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2002-2014 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2014 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Morgontidning (totalt)	57	55	59	16	29	47	67	79	66	54	66
Enbart papperstidning	47	44	50	15	23	31	55	72	61	47	51
Enbart nättidning ¹	6	6	5	1	5	12	6	3	4	5	9
Både och	3	4	3	0	2	4	5	3	1	3	5

Läsning av morgontidning

Andelen läsare av en morgontidning på papper har minskat radikalt sedan början av 2000-talet, medan läsningen av någon morgontidning online ligger på ungefär samma nivå över tid. Andelen läsare av morgontidningar online är högst bland 25- till 44-åringar och högutbildade. En tiondel läser morgontidningen direkt på webben och ett fåtal läser morgontidning via app.

Anmärkning

Med morgontidning avses alla morgonutgivna tidningar som utkommer minst en gång per vecka, vilket inkluderar både prenumererade storstads- och landsortstidningar, antingen i tryckt version eller från och med 2006 internetversion. Från och med 1998 redovisas också dagstidningsläsning inklusive dagliga gratistidningar.

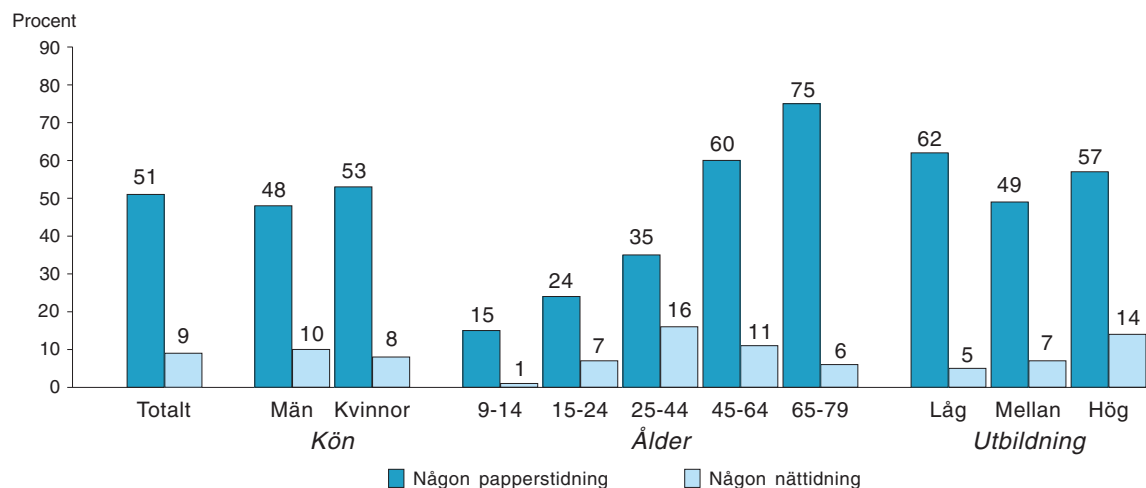
Frågan om läsning under gårdagen ställs alla veckodagar trots att ungefär hälften av morgontidningarna utkommer mindre än sex dagar i veckan.

Not

1. Nättidning inkluderar även tidning via app.

Textmedier – morgontidning

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2014 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2014 (procent)

	Kön			Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Morgontidning (totalt)	57	55	59	16	29	47	67	79	66	54	66
Någon papperstidning	51	48	53	15	24	35	60	75	62	49	57
Någon nättidning ¹	9	10	8	1	7	16	11	6	5	7	14
direkt på webben	5	6	4	–	4	10	6	3	3	4	8
som e-tidning/pdf	1	1	1	0	1	1	1	2	1	1	2
via app	3	3	3	–	2	5	4	2	1	2	5

Anmärkning

Med morgontidning avses alla morgonutgivna tidningar som utkommer minst en gång per vecka, vilket inkluderar både prenumererade storstads- och landsortstidningar, antingen i tryckt version eller från och med 2006 internetversion. Från och med 1998 redovisas också dagstidningsläsning inklusive dagliga gratistidningar.

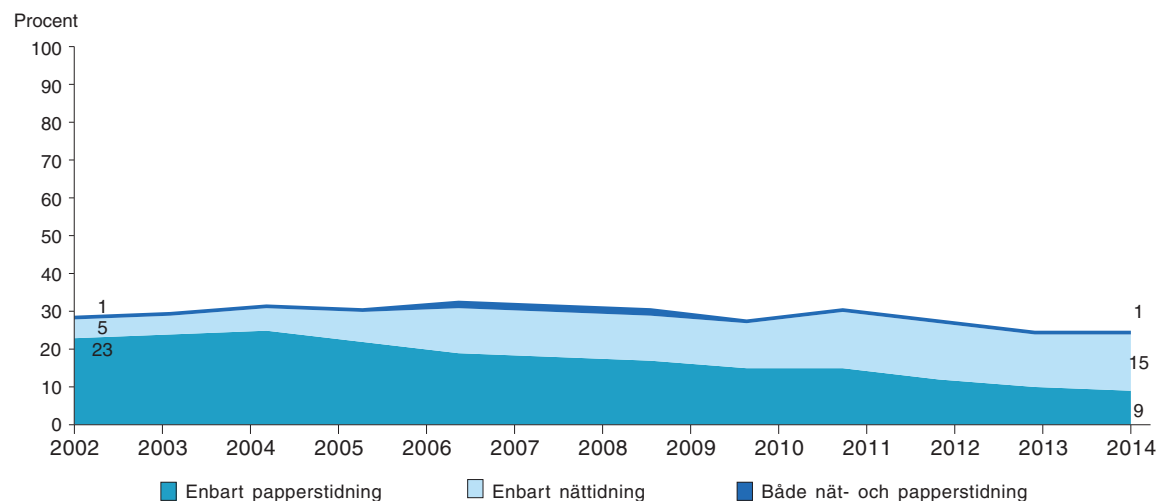
Frågan om läsning under gårdagen ställs alla veckodagar trots att ungefär hälften av morgontidningarna utkommer mindre än sex dagar i veckan.

Not

1. Nättidning inkluderar även tidning via app.

Textmedier – kvällstidning

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2002-2014 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2014 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Kvällstidning (totalt)	26	28	25	11	23	33	29	25	24	30	29
Enbart papperstidning	8	8	8	3	3	3	8	14	14	9	6
Enbart nättidning ¹	18	19	16	8	20	29	20	9	10	19	22
Både och	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1

Läsning av kvällstidning

Internet spelar en avgörande roll för kvällstidningarnas räckvidd. Sedan 2010 är det en större andel som läser kvällstidning på internet än på papper. En genomsnittlig dag läser en fjärdedel av befolkningen någon kvällstidning, 9 procent tar del av en papperstidning och 19 procent tar del av onlineversionen. En majoritet av kvällstidningsläsarna läser tidningen enbart i elektronisk form.

2014 läser 8 procent kvällstidningen via app – andelen läsare är högst i åldersgruppen 25- till 44 år, 13 procent.

Anmärkning

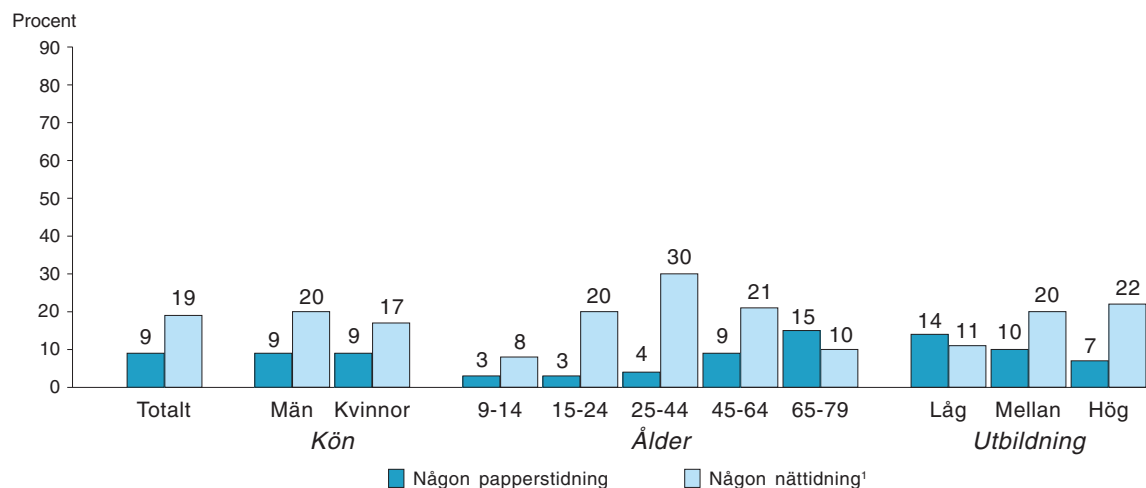
Med kvällstidning avses någon av kvällstidningarna Aftonbladet, Expressen, GT och Kvällsposten, tryckt version eller internetversion.

Not

1. Nättidning inkluderar även tidning via app.

Textmedier – kvällstidning

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2014 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2014 (procent)

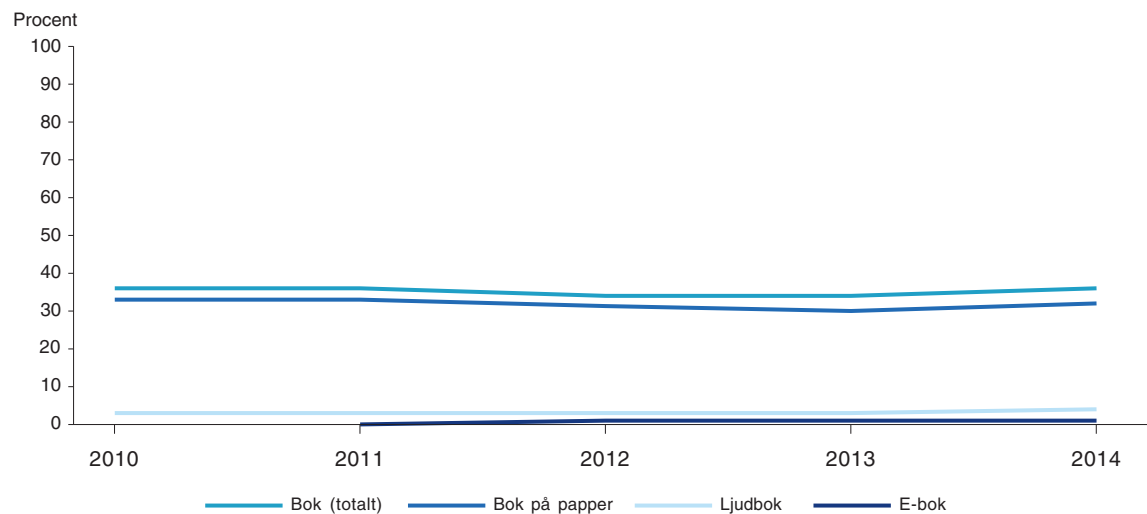
	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Kvällstidning (totalt)	26	28	25	11	23	33	29	25	24	30	29
Någon papperstidning	9	9	9	3	3	4	9	15	14	10	7
Någon nättidning ¹	19	20	17	8	20	30	21	10	11	20	22
direkt på webben	10	12	8	3	11	16	12	6	6	11	13
som e-tidning/pdf	1	1	0	–	1	1	1	1	0	1	1
via app	8	8	8	5	10	13	9	3	4	9	9

Not

1. Nättidning inkluderar även tidning via app.

Textmedier – bok

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2004-2014 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2010-2014 (procent)

	2010	2011	2012	2013	2014
Bok (totalt)	36	36	34	34	36
Bok på papper	33	33	31	30	32
Ljudbok	3	3	3	3	4
E-bok	0	0,5	1	1	1

Bok

En tredjedel av befolkningen läser en bok en genomsnittlig dag. Trots en ökad tillgång till läs- och surfplattor samt mp3-spelare är läsning av tryckt bok fortfarande det i särklass vanligaste sättet att ta del av böcker på.

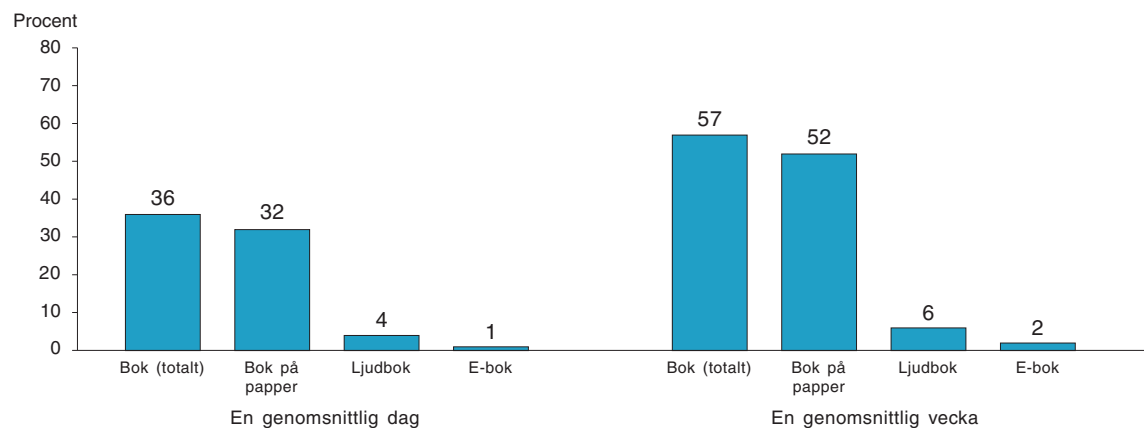
Alternativa plattformar uppvisar fortfarande en mycket låg andel användare en genomsnittlig dag. Andelen som lyssnar på ljudbok en genomsnittlig dag är 4 procent och andelen som läser en e-bok är 1 procent. En genomsnittlig vecka lyssnar 6 procent till en ljudbok och 2 procent läser en e-bok.

Anmärkning

Med böcker avses såväl skön- och facklitteratur som barn-/ungdoms- och läroböcker; tryckt bok, ljudbok och e-bok.

Textmedier – bok

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka 2014 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka 2014 (procent)

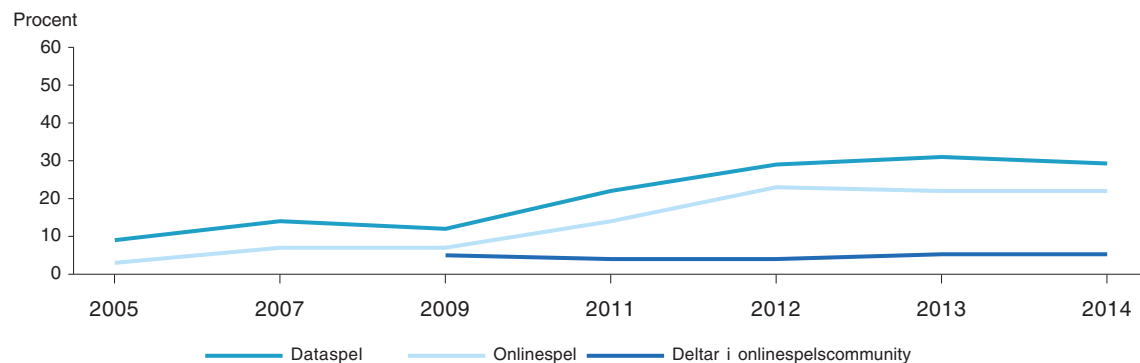
	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Genomsnittlig dag</i>											
Bok (totalt)	36	29	43	62	37	31	35	35	23	27	41
Bok på papper	32	26	38	59	34	26	30	31	20	24	36
Ljudbok	4	3	5	2	3	4	4	4	3	4	4
E-bok	1	1	1	1	1	2	1	1	0	1	2
<i>Genomsnittlig vecka</i>											
Bok (totalt)	57	48	66	86	61	54	54	53	36	47	65
Bok på papper	52	43	59	84	58	47	46	47	31	42	58
Ljudbok	6	6	7	2	4	8	8	6	5	7	7
E-bok	2	2	2	1	2	3	2	2	0	2	3

Anmärkning

Med böcker avses såväl skön- och facklitteratur som barn-/ungdoms- och läroböcker, tryckt bok eller från och med 2006 ljudbok och e-bok.

Dataspel

Användning av dataspel i befolkningen 9-79 år
en genomsnittlig dag 2005-2014 (procent)



Användning av dataspel i befolkningen 9-79 år
en genomsnittlig dag 2005-2014 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Dataspel	29	32	27	69	50	33	23	13	16	29	25
<i>Spelade i</i>											
stationär dator/konsol	13	18	9	36	30	11	6	8	10	13	8
mobiltelefon	15	13	16	41	22	18	12	4	5	14	13
surfplatta	4	3	4	12	2	3	4	2	1	3	4
<i>Spelar online</i>											
2005	3	4	1	9	5	2	1	1	1	1	1
2007	7	9	4	27	18	4	2	1	2	5	2
2009	7	10	4	26	19	5	2	1	7	10	4
2011	14	19	10	33	33	15	7	3	7	15	10
2013	22	22	22	54	39	24	15	8	12	21	18
2014	22	24	20	58	37	23	16	9	11	21	17
<i>Deltar i onlinespelscommunity</i>											
2012	4	7	2	11	13	5	1	1	1	5	2
2013	5	7	3	14	13	5	2	0	3	4	3
2014	5	7	2	14	13	5	1	1	2	5	2

Dataspel

En genomsnittlig dag spelar en tredjedel av befolkningen något dataspel och 22 procent spelar över internet.

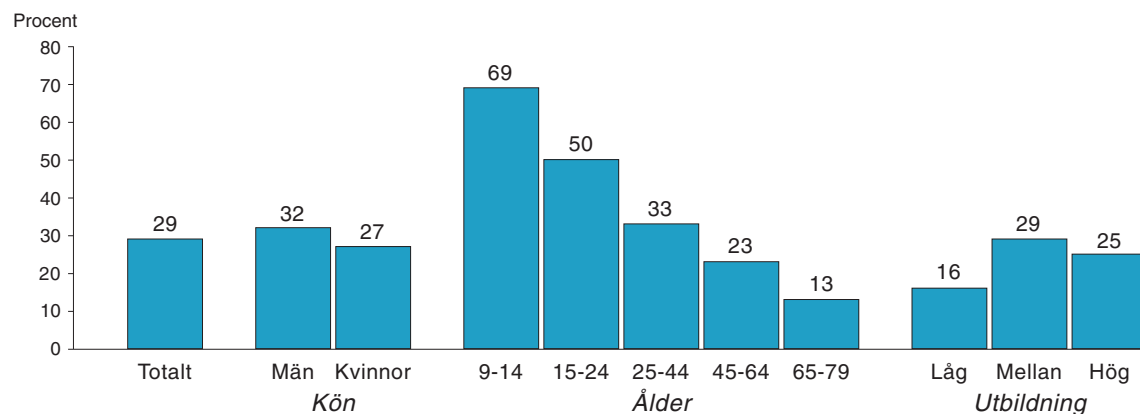
Närmare 70 procent av barnen och hälften av ungdomarna spelar en genomsnittlig dag. Den totala ökningen av spelande i befolkningen, som konstateras under senare år, kan delvis förklarades av ett ökat spelande bland grupper som traditionellt har spelat i mindre utsträckning; dataspel var länge varit en sysselsättning för framför allt män, barn och unga.

En genomsnittlig vecka spelar 40 procent av befolkningen som helhet. Ju äldre man är, i desto lägre utsträckning spelar man dataspel. Män spelar i huvudsak i datorn, medan kvinnor spelar i mobilen. Det indikerar att det är helt olika slags spel det handlar om.

Anmärkning

Dataspel innefattar spel till persondatorer, tv-apparater, mobiltelefoner och andra spelkonsoler för digitala spel, direkt i apparat eller över internet. Onlinespelscommunity avser mötesplats/gemenskap på internet där spelare diskuterar/chattar med varandra. Frågan om deltagande i onlinespelscommunity ställs i frågeformuläret tillsammans med frågor om användning av sociala medier.

Spelare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2014 (procent)



Spelare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka 2005-2014 (procent/minuter)

	Kön			Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Genomsnittlig dag</i>											
2005	9	14	5	39	18	7	3	3	3	7	5
2007	14	18	10	52	32	10	5	3	6	11	7
2009	12	17	8	44	28	10	4	3	4	11	6
2011	22	27	17	59	46	23	9	5	8	20	16
2013	31	32	31	74	55	34	21	13	18	31	25
2014	29	32	27	69	50	33	23	13	16	29	25
<i>Genomsnittlig vecka</i>											
2005	20	28	12	75	39	18	7	6	9	17	11
2007	28	33	22	86	55	26	14	6	12	26	17
2009	25	32	19	71	53	26	10	7	10	24	17
2011	34	41	28	81	67	39	17	11	16	34	27
2013	41	41	41	86	70	48	30	18	24	41	35
2014	40	43	38	86	68	46	31	19	21	40	35
<i>Speltid bland spelare (minuter)</i>											
2007	87	105	55	95	109	73	43	- ²	- ²	94	53
2009	76	92	46	75	96	64	53	- ²	- ²	69	63
2011	65	81	40	57	91	56	47	- ²	- ²	69	57
2013	59	75	41	66	87	51	39	37 ³	52 ³	63	45
2014 ¹	82	99	63	88	116	74	60	65	93	87	65

Spelar dataspel

Sedan mätserien startade 2005 har spelandet en genomsnittlig dag mer än tredubblats och ökningen som skett de senaste åren är sannolikt ett resultat av såväl spelutveckling som genomslag för smarta telefoner. På veckobasis har spelandet fördubblats. Däremot har det inte skett någon direkt ökning i tid bland spelarna. Den ligger på cirka 1 timme och 20 minuter 2014.

Mäns och kvinnors spelande har närmat sig varandra ifråga om både andel som spelar och den tid som läggs ned. Kvinnor spelar dock fortfarande betydligt kortare tid än män.

I alla avseenden spelar unga mer än äldre: fler och längre tid, oavsett om vi analyserar dag eller vecka. Låg- och medelutbildade spelar mest. Här innebär 'lågutbildad' de som fortfarande går i grundskolan, inte pensionärer som annars i huvudsak är de lågutbildade i befolkningen.

Unga pojkar är de som spelar i allra störst utsträckning.

Anmärkning

Dataspel innefattar spel till persondatorer, tv-apparater, mobiltelefoner och andra spelkonsoler för digitala spel, direkt i apparat eller över internet.

Speltiden är baserad på en fråga där svarspersonerna utifrån på förhand angivna tidsintervall fått ta ställning till hur länge de spelade under gårdagen (se *Fakta om undersökningen Mediebarometern*). Den genomsnittliga användartiden totalt i hela befolkningen, där även de som inte spelar dataspel inkluderas, redovisas i avsnittet *Mediedagen 2014: Befolkningens medietid*.

Noter

1. För att bättre kunna uppskatta speltiden för dataspel har tidsintervallen i frågan om tiden för spelande ändrats för att passa både dem som spela kortare och längre tid. Se *Fakta om undersökningen Mediebarometern*.
2. Siffran redovisas ej då antalet svarspersoner är mycket lågt.
3. Antalet svarspersoner är under 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.

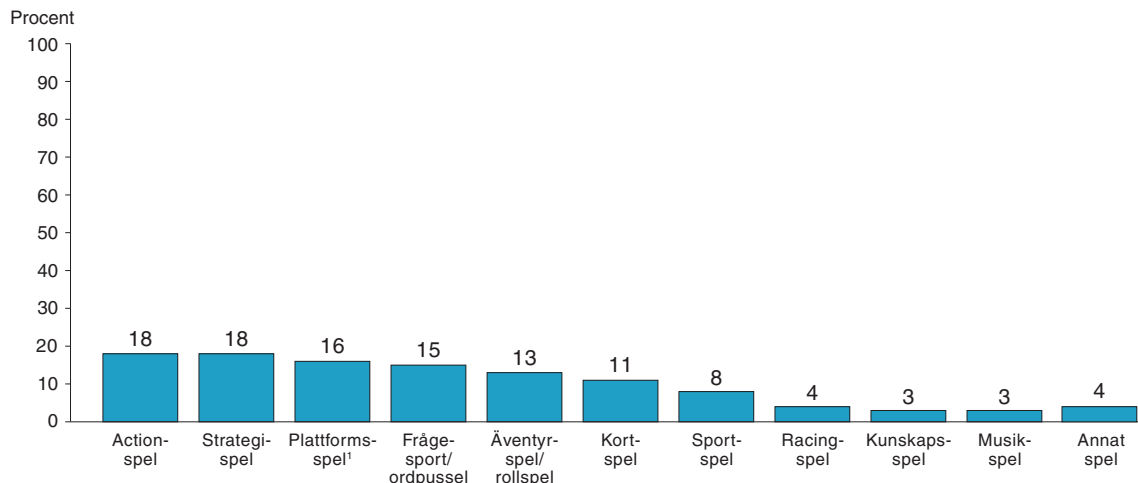
Dataspel

Andel spelare totalt och online en genomsnittlig dag 2014 (procent)

		Dataspel (totalt)	Onlinespel			Dataspel (totalt)	Onlinespel
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	29	22	Syssetsättning (16-79 år)	Anställda heltid	28	20
	Vuxna 18-79 år	23	17		Anställda deltid	26	18
	Barn/ungdom 9-17 år	66	54		Egna företagare	21	12
Kön	Män 9-79 år	32	24	Pensionärer	13	10	
	Kvinnor 9-79 år	27	20	Studenter	42	34	
				Arbetslösa	47	37	
	Män 18-79 år	23	16	Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	24	18
	Kvinnor 18-79 år	24	17		Två personer (18 år och äldre)	30	22
	Pojkar 9-17 år	79	68		Tre eller fler (18 år och äldre)	38	28
Ålder	Flickor 9-17 år	51	38	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	38	28
	9-14 år	69	58		Äldre vuxna (45-79 år)	16	12
	15-19 år	58	46		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	32	20
	20-24 år	43	30	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	28	20	
	25-34 år	38	28	Hushåll (9-79 år)	En person	20	16
	35-44 år	29	19		Två personer	21	15
	45-54 år	26	18		Tre personer	37	28
	55-64 år	19	14		Fyra personer eller fler	44	33
	65-79 år	13	9	Hemort (9-79 år)	Stockholm	32	24
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	12	9		Malmö	36	22
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	24	17		Göteborg	34	26
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	23	15		Större städer	28	21
	Gymnasial utbildning > 2 år	31	24		Pendlingskommuner	26	20
	Högskola/universitet ≤ 3 år	25	18		Glesbygdskommuner	25	20
	Högskola/universitet > 3 år	24	16		Varuproducerande kommuner	26	19
					Övriga kommuner	30	22

Dataspel

Spelområden bland spelare 9-79 år en genomsnittlig dag 2014 (procent)



Spelområden bland spelare 9-79 år en genomsnittlig dag 2014 (procent)

Typ av spel	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg¹	Mellan	Hög
Actionspel	18	29	6	27	34	16	7	2	15	18	12
Strategispel	18	21	16	13	23	26	15	8	10	22	20
Plattformsspel¹	16	10	22	16	14	17	18	12	17	16	15
Frågesport/ordpussel	15	9	23	3	7	17	29	19	14	16	23
Äventyrspel/rollspel	13	12	14	26	14	11	7	4	7	9	9
Kortspel	11	10	13	1	2	4	15	45	31	12	13
Sportspel	8	12	3	13	14	7	3	1	5	8	5
Racingspel	4	5	4	5	5	4	5	3	5	5	4
Kunskapsspel	3	2	4	4	1	3	3	3	3	2	3
Musikspel	3	2	4	4	3	3	3	1	2	3	3
Annat spel	4	4	5	3	3	5	5	6	9	3	5

Spelområden

Flera typer av spel används mellan en tiondel och en femtedel av befolkningen. Det gäller, i fallande ordning, action, strategi, plattform, frågesport/ordpussel, kortspel och sportspel.

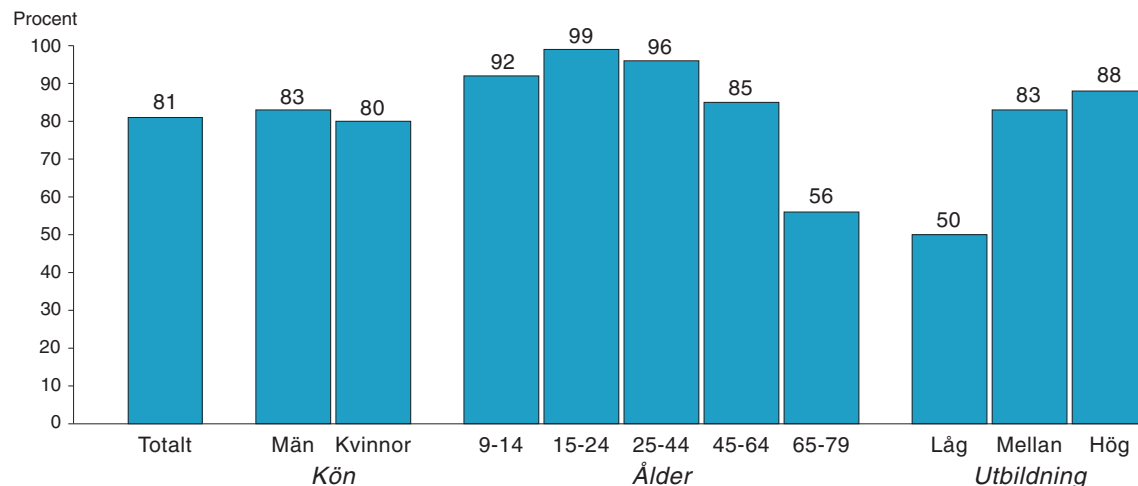
Såväl spelandet som typ av spel hänger starkt samman med kön, ålder och utbildning. Män spelar action- och sportspel i klart större utsträckning än kvinnor vilka oftare spelar frågesport-/ordpussel- och plattformspel än män.

Barn och ungdomar är överrepresenterade när det gäller action- och äventyrsspel medan äldre spelare i större utsträckning väljer att spela kort- och frågesport-/ordpusselspel.

Not

1. Plattformsspel: t.ex. Super Mario, Tetris, Angry Birds.

Användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2014 (procent)



Användare 9-79 år en genomsnittlig dag 1999-2014 (procent)

År	Kön			Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1999	31	35	26	31	45	40	29	4	10	31	50
2001	35	41	30	29	49	50	31	7	13	37	51
2003	33	38	29	28	42	43	34	9	14	37	43
2005	42	46	38	34	54	54	44	15	21	46	53
2007	64	68	60	64	86	77	65	29	33	68	75
2009	65	69	61	65	85	78	63	34	35	68	75
2011	74	75	72	71	94	89	73	44	42	76	84
2012	74	76	71	70	91	88	75	48	45	77	81
2013	77	78	75	82	93	91	77	53	48	77	85
2014	81	83	80	92	99	96	85	56	50	83	88

Allmän internetanvändning

Åtta av tio i befolkningen använder internet en genomsnittlig dag. Detta avser den totala användningen oavsett om den sker i bostaden, på arbetet/skolan eller annan plats, och oavsett om den ingår i ett arbete eller om den är av privat karaktär.

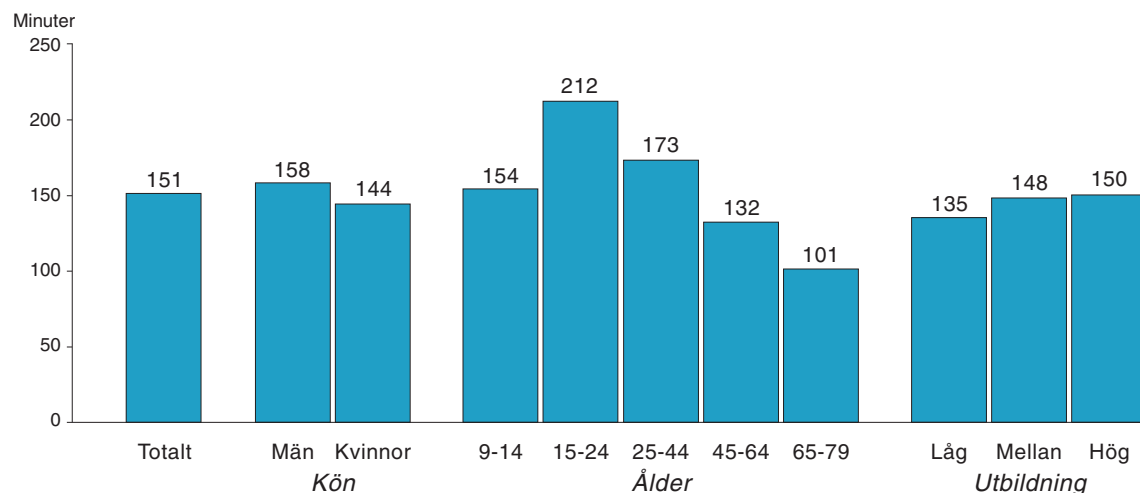
Skillnaderna mellan män och kvinnor är numera mycket små, men var tidigare större. Yngre använder nätet i större utsträckning än äldre, men de äldre har förändrat sitt beteende radikalt över tid. Över hälften av dem använder internet en vanlig dag. I ungdomsgruppen använder nästan alla internet en genomsnittlig dag.

Bland högtbildade är andelen internetanvändare 88 procent och bland lågutbildade 50 procent. Den sociala ojämlikheten är fortfarande klart märkbar, men har i stor utsträckning med ålder att göra då det är de äldsta som är lågutbildade.

Anmärkning

Fram till och med 2012 byggde andelen för total internetanvändning på en sammanvägning av användare i hemmet, på arbetet, i skolan och andelen användare på annan plats. Från och med 2013 ställs en fråga om internetanvändning oavsett plats.

Användartid bland internetanvändare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2014 (minuter)



Användartid bland internetanvändare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 1999-2014 (minuter)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Total användning</i>											
1999	62	65	57	46 ²	63	69	60	– ³	62 ²	61	68
2001	65	71	58	54 ²	77	66	61	39 ²	55 ²	63	71
2003	72	76	65	50 ²	76	80	68	39 ²	53 ²	81	71
2005	75	85	64	62 ²	85	79	73	51 ²	58 ²	78	77
2007	96	105	83	82	128	104	85	53	74	95	99
2009	106	114	97	101	155	108	86	65	82	109	103
2011	133	146	120	88	196	153	111	69	103	140	137
2012	130	140	121	104	201	147	110	73	95	132	131
2013	147	157	138	125	198	152	122	104	147	149	141
2014	151	158	144	154	212	173	132	101	135	148	150

Den totala tiden för internetanvändning

Den totala tiden för internetanvändning bland nätanvändare – oavsett användningsplats och användningsområde – är två och en halv timme en genomsnittlig dag. Den totala tiden som internet används fortsätter att öka i samtliga grupper.

Bland internetanvändarna lägger män något mer tid än kvinnor, och ungdomar lägger mest tid av alla. Kortast är tiden bland pensionärer. Utbildning spelar ingen roll för den tid som läggs på internet.

Anmärkning

Svarspersonerna har utifrån på förhand angivna svarsintervall fått ange hur länge de använt internet under gårdagen. Intervallen har sedan omräknats till genomsnittlig användartid (se *Fakta om undersökningen Mediebarometern*). Den genomsnittliga användartiden totalt i hela befolkningen, där även de som inte använt internet inkluderas, redovisas i avsnittet *Mediedagen 2014: Befolkningens medietid*.

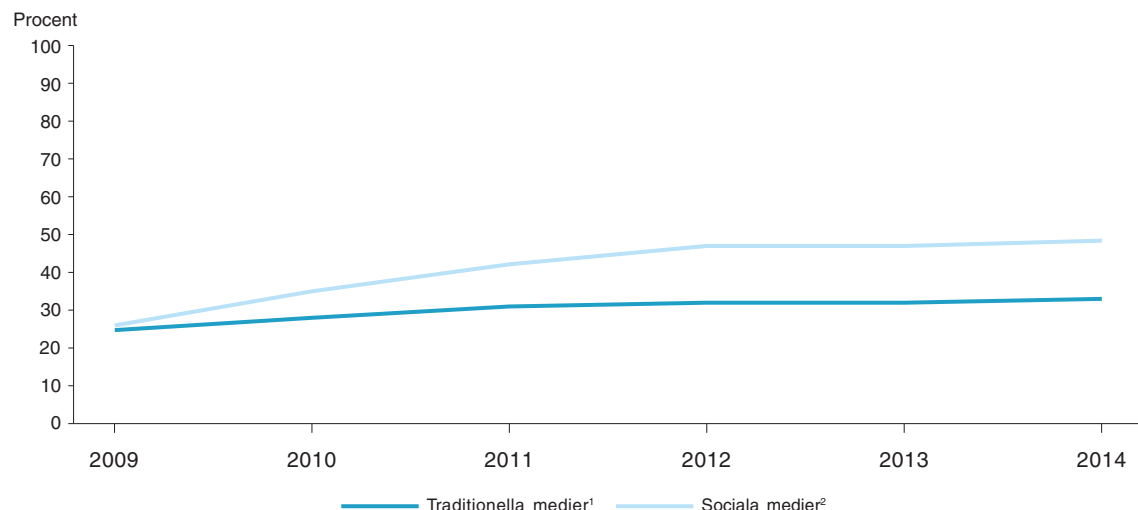
Fram till och med 2012 byggde tiden på en sammanvägning av tiden i hemmet, på arbetet, i skolan och tid för användning på annan plats. Från och med 2013 ställs en fråga om tid för internetanvändning oavsett plats. Samtidigt har tidsintervallet utökats med 60 minuter. Detta kan ha påverkat den totala användartiden för internet.

Noter

1. Den genomsnittliga tiden bland dem som använder internet.
2. Antalet svarspersoner är under 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.
3. Siffran redovisas ej då antalet svarspersoner är mycket lågt.

Internet – traditionella och sociala medier

Användare av traditionella¹ och sociala² medier på internet i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2009-2014 (procent)



Användare av traditionella¹ medier på internet i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2009-2014 (procent och minuter)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Traditionella medier¹</i>											
2009	25	30	22	5	29	39	26	13	13	30	34
2010	28	32	25	9	35	42	30	16	16	35	35
2011	31	37	26	8	36	47	32	19	18	34	41
2012	32	37	28	14	38	48	32	20	19	35	40
2013	32	36	28	14	36	48	33	19	18	34	40
2014	33	37	29	15	37	52	37	19	18	34	42
<i>Användartid bland användare av traditionella medier¹</i>											
2013	37	40	33	16	33	48	36	21	35	38	38
2014	42	44	41	21	45	54	42	26	38	45	43

Traditionella och sociala medier på internet

Internet är en arena som erbjuder fora för kommunikation, information, kunskap, konsumtion, shopping, underhållning, spel, opinionsbildning med mera.

Våra traditionella massmedier – tv, film, radio, musik, dagstidning – återfinns på nätet, delvis i ny form med inslag av interaktivitet. Det som benämns 'sociala medier' är något annat, aktiviteter som kombinerar teknologi, social interaktion och skapande av medier, till exempel olika typer av diskussionsrum och bloggar.

Idag är användningen av sociala medier vanligare än användningen av traditionella medier på nätet, hälften av befolkningen mot cirka en tredjedel. Användningen av sociala medier har ökat mer över tid än användningen av traditionella medier online.

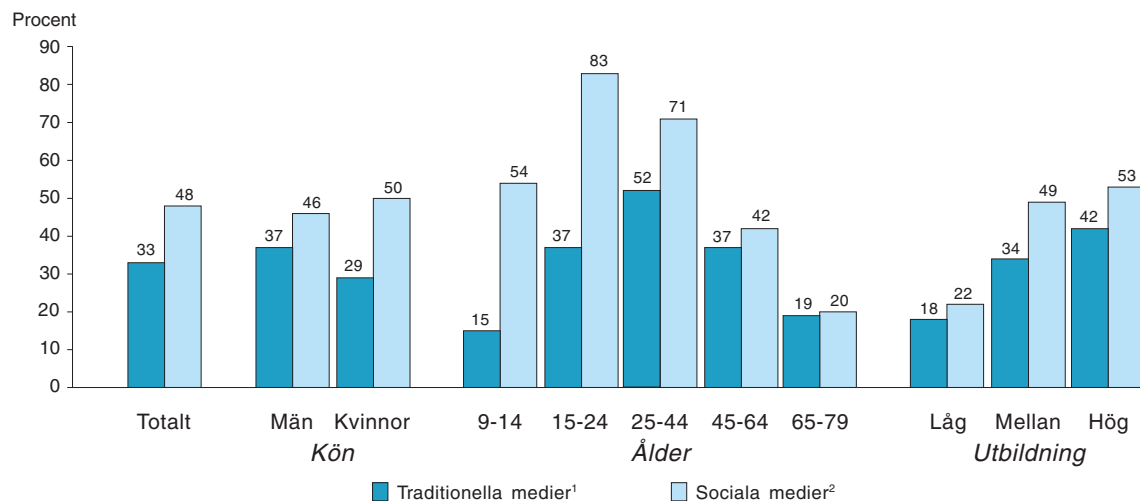
De som är mellan 25 och 64 år söker sig till de traditionella mediernas sajter i högre utsträckning än yngre och äldre. Även högutbildade tar del av de traditionella medierna på nätet i stor utsträckning.

Noter

1. Med traditionella medier på internet avses morgontidning, kvällstidning, annan dagstidning, vecko-/månadstidning, special-/facktidsskrift, annan tidning eller tidskrift, tv-kanal eller radiostation.
2. Med sociala medier avses här socialt nätverk/community/diskussionsforum/chattgrupp eller blogg.

Internet – traditionella och sociala medier

Användare av traditionella¹ och sociala² medier på internet i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2009-2014 (procent)



Traditionella och sociala medier på internet

Nästan hälften av befolkningen använder sociala medier en vanlig dag. För bara fem år sedan var det bara en tredjedel som gjorde det.

Framför allt är det ungdomar och unga vuxna, 15-44 år, som är flitiga användare. Bland ungdomarna är det över 80 procent som använder sociala medier en vanlig dag. Användningen av sociala medier ökar i takt med stigande utbildning, vilket även användningen av traditionella medier online gör.

Användare av sociala¹ medier på internet i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2009-2014 (procent och minuter)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Sociala medier²											
2009	26	25	26	44	64	32	11	4	8	28	23
2010	35	34	35	40	79	49	20	7	13	38	34
2011	42	40	44	49	86	58	26	11	16	43	44
2012	47	45	48	54	84	64	35	18	20	48	49
2013	47	45	50	56	84	66	39	17	22	50	50
2014	48	46	50	54	83	71	42	20	22	49	53
Användartid bland användare av sociala medier²											
2013	85	76	93	112	122	71	65	63	86	90	64
2014	72	67	76	98	109	60	54	49	87	78	54

Noter

1. Med traditionella medier på internet avses morgontidning, kvällstidning, annan dagstidning, vecko-/månadstidning, special-/facktidsskrift, annan tidning eller tidskrift, tv-kanal eller radiostation.
2. Med sociala medier avses här socialt nätverk/community/diskussionsforum/chattgrupp eller blogg.

Internet – traditionella och sociala medier

Andel användare en genomsnittlig dag 2014 (procent)

		Internet	Traditionella medier ¹	Sociala medier ²			Internet	Traditionella medier ¹	Sociala medier ²
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	81	33	48	Syssetsättning (16-79 år)	Anställda heltid	92	46	57
	Vuxna 18-79 år	79	35	45		Anställda deltid	87	38	56
	Barn/ungdom 9-17 år	96	21	68		Egna företagare	91	42	51
Kön	Män 9-79 år	83	37	46	Vuxna i hushållet (18-79 år)	Pensionärer	57	20	21
						Kvinnor 9-79 år	80	29	50
	Män 18-79 år	81	39	43		Arbetslösa	94	38	71
						Kvinnor 18-79 år	77	31	47
	Pojkar 9-17 år	96	23	65		Två personer (18 år och äldre)	83	34	48
	Flickor 9-17 år	96	19	72		Tre eller fler (18 år och äldre)	92	37	63
Ålder	9-14 år	92	15	54	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	95	47	76
	15-19 år	99	29	85		Äldre vuxna (45-79 år)	67	25	28
	20-24 år	98	44	81		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	95	46	60
	25-34 år	97	53	82	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	97	52	69	
	35-44 år	95	50	63	Hushåll (9-79 år)	En person	65	27	36
	45-54 år	91	44	52		Två personer	74	31	37
	55-64 år	79	31	33		Tre personer	93	38	63
	65-79 år	56	19	20		Fyra personer eller fler	95	38	64
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	43	15	17	Hemort (9-79 år)	Stockholm	88	37	52
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	66	23	34		Malmö	85	37	53
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	74	26	36		Göteborg	87	33	52
	Gymnasial utbildning > 2 år	86	37	54		Större städer	83	37	51
	Högskola/universitet ≤ 3 år	86	39	51		Pendlingskommuner	79	29	46
	Högskola/universitet > 3 år	90	44	55		Glesbygdskommuner	72	26	39
					Varuproducerande kommuner	75	27	41	
					Övriga kommuner	77	30	45	

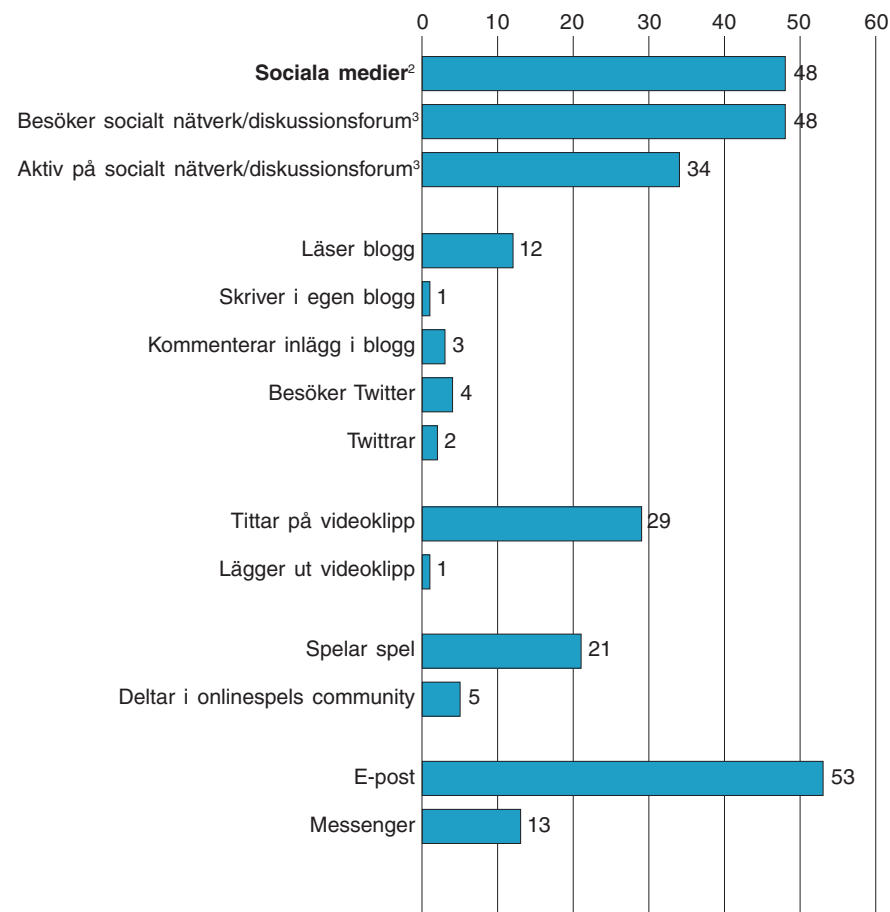
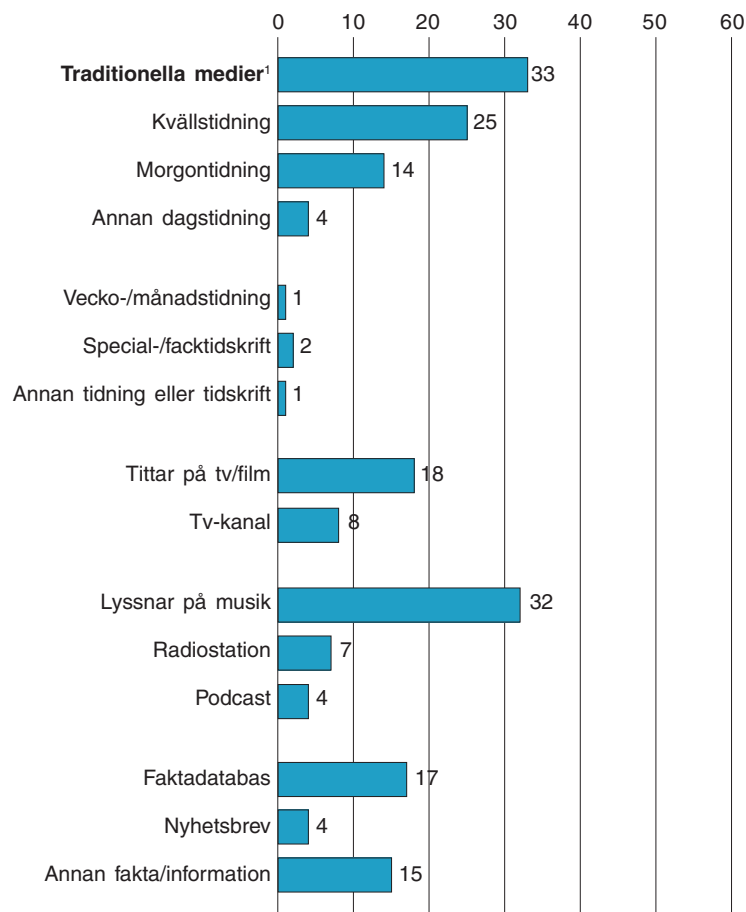
Noter

1. Med traditionella medier på internet avses morgontidning, kvällstidning, annan dagstidning, vecko-/månadstidning, special-/facktidning, annan tidning eller tidskrift, tv-kanal eller radiostation.

2. Med sociala medier avses här socialt nätverk/community/diskussionsforum/chattrupp eller blogg.

Internet – traditionella och sociala medier

Användningsområden på internet i befolkningen en genomsnittlig dag 2014 (procent)



Noter

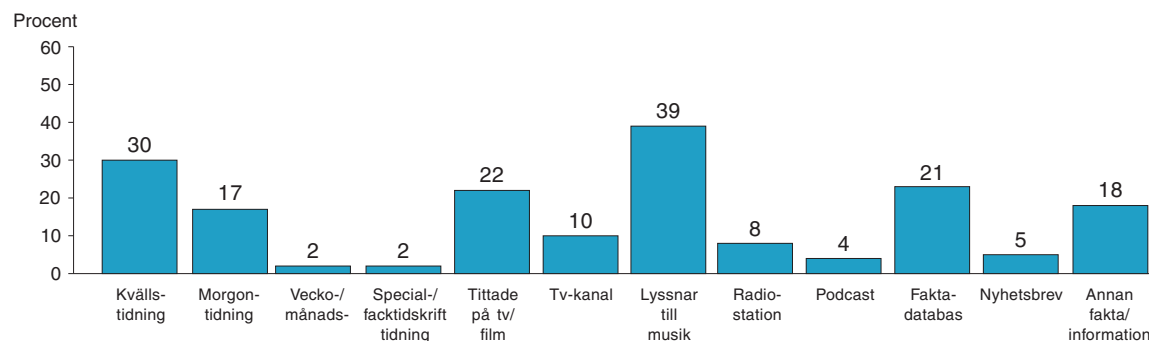
1. Med traditionella medier på internet avses morgontidning, kvällstidning, annan dagstidning, vecko-/månadstidning, special-/facktidskrift, annan tidning eller tidskrift, tv-kanal eller radiostation.

2. Med sociala medier avses här socialt nätverk/community/diskussionsforum/chat-grupp eller blogg.

3. Med socialt nätverk/diskussionsforum avses något socialt nätverk/community, diskussionsforum/chat-grupp eller virtuellt community/virtuell värld.

Internet – traditionella¹ medier

Användningsområden *bland internetanvändare 9-79 år*
en genomsnittlig dag 2014 (procent)



Användningsområden *bland internetanvändare 9-79 år*
en genomsnittlig dag 2014 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Kvällstidning	30	34	27	9	29	40	33	25	28	34	33
Morgontidning	17	19	15	3	13	26	19	16	12	16	24
Annan dagstidning	5	6	3	1	5	5	6	3	2	4	6
Vecko-/månadstidning	2	2	1	0	1	4	1	1	1	1	2
Special-/facktidningskrift	2	3	1	0	1	3	2	2	2	1	3
Annan tidning/tidskrift	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2
Tittar på tv/film	22	24	20	25	40	23	15	14	15	22	21
Tv-kanal	10	11	9	8	13	13	8	7	6	9	12
Lyssnar på musik	39	42	36	55	77	47	24	12	20	40	35
Radiostation	8	8	8	3	9	13	8	5	5	9	10
Podcast	4	5	4	2	7	7	4	1	2	5	5
Faktadatabas	21	23	19	14	27	28	19	13	11	19	25
Nyhetsbrev	5	6	4	–	2	7	6	4	3	4	7
Annan fakta/information	18	19	17	12	16	23	19	16	15	18	21

Traditionella medier online bland internetanvändare

Av de traditionella medierna är det kvällstidningarna som har flest läsare på internet. Andelen användare av dem som alls använder internet och som läst någon kvällstidning en vanlig dag är 30 procent medan 17 procent har tagit del av en morgontidning. Få personer tar del av veckotidningar och tidskrifter på internet. Andelen som har varit inne på någon tv-kanals webbsida är 10 procent.

Mellan män och kvinnor finns relativt små skillnader avseende traditionella medier. Ålderskillnader finns däremot. De yngre och yngre medelålders (25-44 år) orienterar sig mer mot de traditionella textmedierna online än vad yngre och äldre gör.

Att lyssna på musik är allra vanligast, cirka fyra av tio gör det, om musik kan karaktäriseras som ett traditionellt användningsområde. Det är framför allt de unga som lyssnar i stor utsträckning.

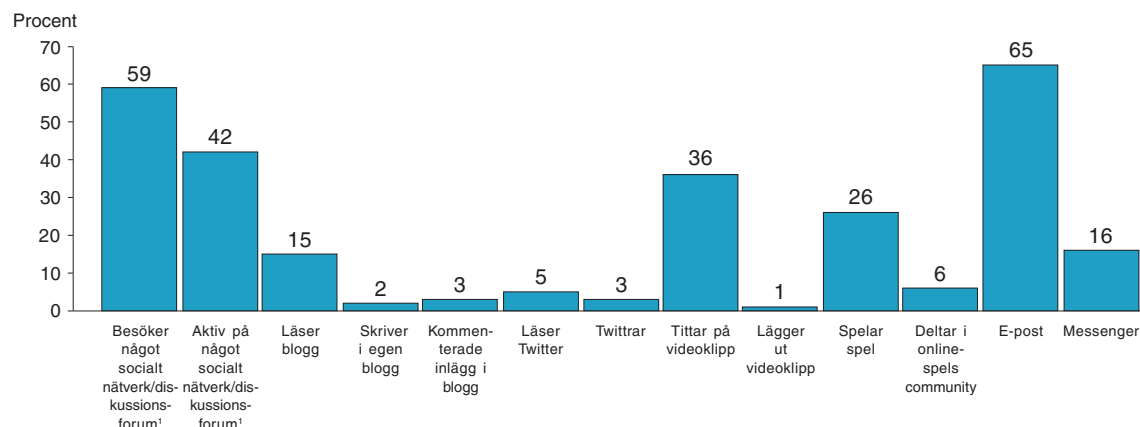
Även att titta på tv eller använda fakta är relativt väl utbredd.

Not

1. Med traditionella medier på internet avses morgontidning, kvällstidning, annan dagstidning, vecko-/månadstidning, special-/facktidningskrift, annan tidning eller tidskrift, tv-kanal eller radiostation.

Internet – sociala¹ medier

Användningsområden bland användare 9-79 år
en genomsnittlig dag 2014 (procent)



Användningsområden bland användare 9-79 år
en genomsnittlig dag 2014 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Besöker socialt nätverk/diskussionsforum ²	59	53	65	54	89	73	49	33	44	60	59
Aktiv på socialt nätverk/diskussionsforum ²	42	36	47	40	67	52	34	20	29	42	42
Läser blogg	15	10	21	15	28	18	11	8	8	14	16
Skriver i egen blogg	2	1	3	3	4	2	1	1	1	1	1
Kommenterar inlägg i blogg	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3
Läser twitter	5	5	5	4	17	7	2	0	3	6	5
Twittrar	3	2	3	1	9	3	1	1	1	4	2
Tittar på videoklipp	36	41	30	61	68	40	22	12	23	35	30
Läger ut videoklipp	1	2	1	3	3	1	1	0	1	2	1
Spelar spel	26	28	24	64	37	24	17	14	20	25	18
Deltar i online-spels community	6	8	3	15	13	5	2	2	5	6	3
E-post	65	64	66	19	57	77	72	68	56	66	78
Messenger	16	17	15	21	34	20	10	4	8	16	15

Sociala medier bland internetanvändare

E-post är den allra vanligaste sociala aktiviteten bland internetanvändarna: ungefär två tredjedelar använder e-post en vanlig dag. Därefter kommer besök på socialt nätverk, att vara aktivt på ett socialt nätverk eller att titta på videoklipp. Många spelar också spel.

När det gäller de nya interaktiva aktiviteterna på internet finns vissa könsskillnader. Kvinnor/flickor besöker och är aktiva på sociala nätverk samt läser bloggar i större utsträckning än män och män/pojkar ser videoklipp och lyssnar på musik oftare än kvinnor.

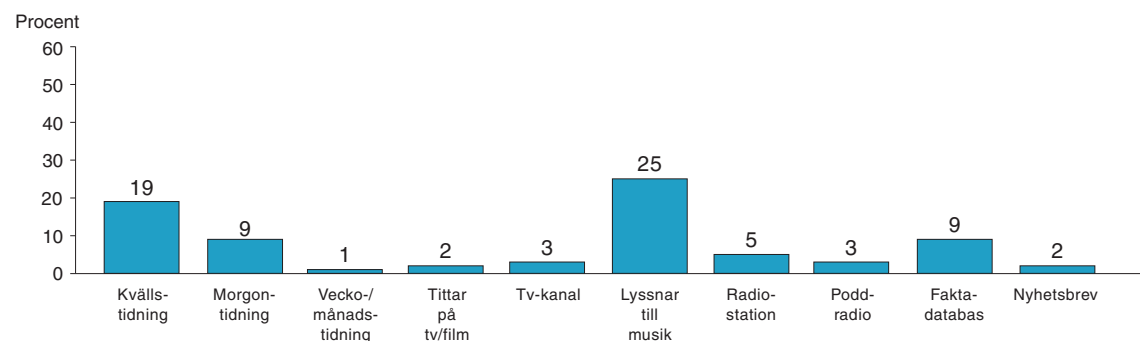
Ungdomar mellan 15 och 24 år dominerar alla kategorier utom två. Att använda e-post är det ena, där alla äldre åldersgrupper gör det i större utsträckning. De allra yngsta dominerar ifråga om att spela spel, vilket två tredjedelar av dem gör en vanlig dag.

Noter

1. Med sociala medier avses här socialt nätverk/community/diskussionsforum/chattpgrupp eller blogg.
2. Med socialt nätverk/diskussionsforum avses något socialt nätverk/community, diskussionsforum/chattpgrupp eller virtuellt community/virtuell värld.

Smartphone – traditionella medier

Användningsområden *bland användare 9-79 år*
en genomsnittlig dag 2014 (procent)



Användningsområden *bland användare 9-79 år*
en genomsnittlig dag 2014 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Kvällstidning	19	20	18	6	21	28	19	11	16	23	21
Morgontidning	9	10	8	1	8	15	9	6	7	8	13
Annan dagstidning	2	2	1	0	1	2	2	1	1	1	2
Vecko-/månadstidning	1	1	0	–	0	1	1	0	1	0	1
Special-/facktidsskrift	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0
Annan tidning/tidskrift	1	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1
Tittar på tv/film	2	3	2	3	5	2	1	1	2	2	2
Tv-kanal	3	3	2	2	4	3	2	2	2	2	4
Lyssnar på musik	25	26	24	35	55	30	12	2	13	25	22
Radiostation	5	5	6	1	6	8	5	3	3	6	6
Poddradio	3	3	3	1	5	4	2	0	2	3	3
Faktadatabas	9	9	9	3	12	14	7	5	4	10	11
Nyhetsbrev	2	2	2	0	1	4	2	2	2	2	3
Annan fakta/information	8	8	7	4	8	11	8	4	5	7	9

Traditionella medier i smartphone

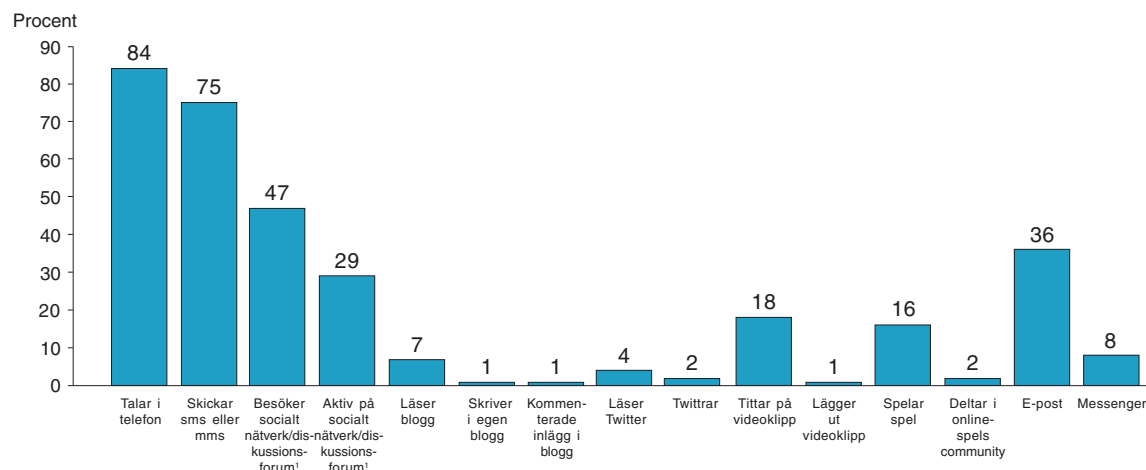
Allt fler personer har och använder en smartphone. I Mediebarometern har innehavet av en smartphone ökat från 14 procent 2010 till 73 procent 2014 – alltså fyra år. Det är en exceptionell utveckling.

De traditionella medier som används mest i smartphone är musik och kvällstidningar. Musik används framför allt av unga vuxna, 15- till 24-åringarna. Kvällstidningar av dem som är något äldre, 25- till 44 år.

Tidskrifter läses i mycket liten utsträckning i mobilen, och även tv och radio används i låg utsträckning.

Smartphone – sociala medier

**Användningsområden bland användare 9-79 år
en genomsnittlig dag 2014 (procent)**



**Användningsområden bland användare 9-79 år
en genomsnittlig dag 2014 (procent)**

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Talar i telefon	84	84	85	65	84	89	89	83	84	86	89
Skickar sms eller mms	75	70	79	63	88	84	73	56	57	73	80
Besöker socialt nätverk/diskussionsforum ¹	47	41	54	46	78	62	33	17	30	47	47
Aktiv på socialt nätverk/diskussionsforum ¹	29	24	33	29	48	37	21	10	18	29	28
Läser blogg	7	3	11	8	15	9	3	1	4	8	6
Skriver i egen blogg	1	0	1	2	2	1	0	0	0	1	1
Kommenterar inlägg i blogg	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Läser twitter	4	4	4	2	13	5	1	0	1	5	4
Twittrar	2	2	2	1	8	2	0	0	1	3	1
Tittar på videoklipp	18	20	16	30	40	20	7	3	12	18	14
Lägger ut videoklipp	1	1	0	2	2	1	0	0	-	1	0
Spelar spel	16	17	15	42	21	15	11	5	9	15	11
Deltar i onlinespels community	2	2	1	5	3	1	1	1	2	2	1
E-post	36	35	37	7	35	53	38	26	25	37	46
Messenger	8	8	8	9	18	10	4	1	4	8	8

Sociala medier i smartphone

Att tala i telefon och skicka korta meddelanden är fortfarande de vanligaste användningsområdena för smartphones. 84 procent av användarna använder telefonen för vanliga telefonsamtal en genomsnittlig dag och 75 procent skickar sms.

Det är vanligt att besöka sociala nätverk via telefonen, nästan hälften av mobilanvändarna har varit inne på något socialt nätverk via telefonen och en knapp tredjedel har varit aktiva.

Det är relativt små generella skillnader mellan män och kvinnor, men kvinnor är mer sociala med hjälp av sin smartphone.

I princip alla använder sin telefon till att tala i och skicka sms. I övrigt finns det ett tydligt åldersmönster i mobiltelefonanvändningen. Särskilt tydlig är skillnaden i att delta i sociala nätverk via mobiltelefonen vilket 78 procent av 15- till 24-åringarna gör medan motsvarande andel för 65- till 79-åringarna är 17 procent.

Medieinnehav 2014

Andel av befolkningen 9-79 år som har tillgång till olika medier i hemmet 2014 (procent)

Har i hemmet tillgång till	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Prenumeration på dagstidning	55	53	56	48	40	34	60	73	59	51	57
enbart en	49	48	50	45	35	32	55	63	55	47	49
två eller fler	6	6	6	4	4	2	5	10	4	4	8
Radio	98	98	99	98	96	98	99	99	98	98	99
vanlig radioapparat	82	80	83	74	59	68	88	97	90	80	82
via internet	79	80	78	81	89	90	83	63	57	82	85
i mobil/mp3/ipod	76	77	75	80	88	87	78	59	53	77	82
i bilen	84	86	82	91	75	79	89	84	80	85	83
Tv	94	93	95	97	90	89	97	96	94	94	93
vanlig tv-apparat	92	91	93	92	86	86	95	95	92	92	91
Multi-tv totalt	92	91	92	88	87	87	95	94	92	93	91
via kabel	23	23	23	11	19	24	23	27	21	23	26
via parabol	19	21	18	20	16	14	23	20	23	21	16
via mark (Boxer)	15	16	14	12	13	13	17	16	18	16	14
via bredband	25	24	27	17	28	27	27	23	20	25	28
Dvd-spelare	78	78	79	87	74	74	87	72	66	80	79
Videobandspelare	44	44	45	42	37	28	52	53	45	46	43
Pvr/hårddiskmottagare	27	27	27	23	29	28	33	21	20	28	29
Persondator	91	92	90	96	97	95	94	80	72	92	95
portabel dator	79	79	79	87	90	88	84	59	50	80	85
Surfplatta	51	51	51	80	55	64	55	26	23	47	56
Mp3-spelare	33	35	32	45	41	41	34	20	18	34	35
Konsol för tv-spel	38	42	34	84	64	57	33	4	11	39	35
Bärbart spel	14	16	13	39	25	19	12	1	3	14	12
Smartphone	73	74	71	88	94	91	78	40	36	75	80
Läsplatta	8	9	7	13	9	9	8	5	4	7	8

Medieinnehav 1995-2014

Andel av befolkningen 9-79 år som har tillgång till olika medier i hemmet 1995-2014 (procent)

Har i hemmet tillgång till	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Prenumeration på dagstidning	..	74	75	74	71	72	73	72	73	72	74	72	70	67	66	64	62	59	57	55
enbart en	..	68	68	67	64	64	66	66	68	67	67	65	63	61	59	58	55	53	51	49
två eller fler	..	6	7	7	7	8	6	6	5	4	6	7	7	7	7	6	7	6	6	6
Radio	99	98	98	98	97	98	100	100	100	99	99	100	99	98
vanlig radioapparat	93	92	88	85	84	83	82
via internet	56	56	58	68	72	79	80
i mobil/mp3/ipod	52	56	60	66	70	68	76
i bilen	86	85	84	85	83	85	84
TV	98	97	97	97	98	97	98	98	97	98	97	97	98	97	94	94
vanlig tv-apparat	97	97	96	96	95	92	92
Text-TV	75	80	82	85	85	88	88	88	91	90	92	93	94	94	94	92	94
Multi-TV totalt	55	58	56	60	58	59	59	60	60	65	74	84	89	90	90	90	91	91	91	92
via kabel	35	35	33	37	37	38	37	37	38	31	35	36	45	43	41	39	34	24	23	23
via parabol	20	23	23	23	23	23	24	22	22	21	23	23	29	31	30	28	23	21	21	19
via mark (Boxer)	13	18	23	29	31	33	30	23	17	10	15
via bredband	3	7	10	12	18	23	23	25
DVD-spelare	7	12	22	37	53	67	78	84	85	86	83	82	79	80	78
Videobandspelare	75	81	80	83	85	85	86	83	87	86	84	81	65	57	53	48	43	37	46	44
PVR/hårddiskmottagare	2	12	12	15	23	26	25	30	27
Persondator	27	38	42	50	63	64	69	73	79	82	83	85	87	89	89	91	91	92	91	91
portabel dator	9	9	9	13	20	21	24	30	38	44	54	62	71	75	77	78	79
Surfplatta	7	18	37	51
Internet via dator	3	8	17	31	47	52	60	66	71	71	74	80	83	85	89	85	86	90	90	90
Internet via annan apparat	26	25	27	41	48
Bredbandsanslutning	19	29	38	51	63	68	72	69	72
Mp3-spelare	21	32	47	54	55	45	38	36	35	38	33
Konsol för TV-spel	35	37	41	40	38	45	39	39	38
Bärbart spel	10	11	15	14	15	14
Smartphone	14	36	54	67	73
Läsplatta	2	4	6	8